

Analisis *Willingness To Pay* Pengunjung Terhadap Pengembangan Wahana

Objek Wisata Water Boom Tunjungan Di Kabupaten Sragen

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Irma Sofyastuti Intansari

Nomor Mahasiswa : 15313164

Program Studi : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA**

2019

Analisis *Willingness To Pay* Pengunjung Terhadap Pengembangan Wahana

Objek Wisata Water Boom Tunjungan Di Kabupaten Sragen

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1

Program Studi Ilmu Ekonomi,

pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Irma Sofyastuti Intansari

Nomor Mahasiswa : 15313164

Program Studi : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA**

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi FE UII. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka Saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.



Yogyakarta, 11 Februari 2019

Penulis,



Irma Sofyastuti Intansari

PENGESAHAN

Analisis *Willingness To Pay* Pengunjung Terhadap Pengembangan Wahana Objek
Wisata Water Boom Tunjungan Di Kabupaten Sragen

Nama : Irma Sofyastuti Intansari
Nomor Mahasiswa : 15313164
Program Studi : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, 11 Februari 2019
telah disetujui dan disahkan oleh .
Dosen Pembimbing,



Rokhedi Priyo Santoso, S.E., MIDEc.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS WILLINGNESS TO PAY PENGUNJUNG TERHADAP PENGEMBANGAN
WAHANA OBJEK WISATA WATER BOOM TUNJUNGAN DI KABUPATEN SRAGEN**

Disusun Oleh : **IRMA SOFYASTUTI INTANSARI**

Nomor Mahasiswa : **15313164**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 13 Maret 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Rokhedi Priyo Santoso, SE., MIDEc



.....

Penguji : Jannahar Saddam Ash S, SEI., MEK.



.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

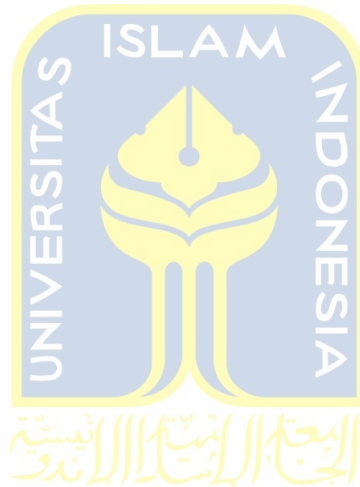


Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Abi Iriyanto dan umi Kristyastuti Sunaryani yang senantiasa mendoakan untuk kelancaran perjalanan hidup dalam mencapai kesuksesan.
2. Kakak dan adik-adikku yang selalu memberiku semangat dan opsi terbaik.
3. Untuk teman-teman milenial seperjuangan.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Segala Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta pengikutnya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis *Willingness To Pay* Pengunjung Terhadap Pengembangan Wahana Objek Wisata Water Boom Tunjungan Di Kabupaten Sragen” dengan baik dan lancar.

Dimana penyusunan skripsi ini merupakan tugas akhir yang menjadi syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari masih memiliki banyak kekurangan dalam keterbatasan namun informasi yang diuraikan dalam skripsi diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan memahami isi dari skripsi ini. Maka dari itu segala bentuk kritik dan saran akan sangat membantu untuk kebaikan dan kesempurnaan pada skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak dukungan, bantuan, bimbingan serta arahan agar proses penyusunan skripsi berjalan baik dan lancar. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayahNya serta kemudahan dan kelancaran kepada penulis sehingga penyusunan skripsi dapat diselesaikan.
2. Kedua orang tua, abi Iriyanto dan umi Kristyastuti. Terimakasih atas segala curahan kasih sayang yang tiada hentinya diberikan kepada penulis serta senantiasa mendukung dan mendoakan penulis hingga saat ini.
3. Mas Irsyad, dan keempat adikku Irbah, Irfan, Irham, Irdho yang tidak hanya saudara tetapi juga *wanna be* rekan kerja sebagai IRproduction.
4. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan izin untuk menggunakan fasilitas yang disediakan selama penulis belajar sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Rokhedi Priyo Santoso, S.E., MIDEc. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar dari awal hingga akhir sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Semua dosen Ilmu Ekonomi FE UII yang telah memberikan dan menyampaikan ilmu kepada penulis selama berada di bangku kuliah, semoga semua ilmu yang diberikan dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis kedepannya.
7. Segenap staff dan karyawan FE UII atas segala bantuan kepada penulis dalam menuntun ilmu di FE UII.

8. Sahabat kunyah Safira, Hani, Wimbi, Sarifa yang telah mengajarkan arti perjuangan melewati hidup yang penuh ujian. Serta Amalia yang sudah membantu menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat perjuangan selama kuliah dan skripsi Dara, Assyfa, Iga, Desi, Ames, Silvia, Lia, Khorri, Cici yang telah menemani canda tawa gelisah disuasana perkuliahan.
10. Sahabat kos merpati Jeje, Wuri, Novita, Beber, Nadia yang sudah mengijinkan menginap dari malam ke malam untuk tidur, makan, dan mandi. Serta sahabat Godeyan Larasati dan Enentia yang selalu setia menemani makan ayam *rocket cheese level*.
11. Sahabat tompo Riadna, Firda, dan Mutiara yang mengajarkan hal dalam menerima setiap karakter orang lain yang berbeda.
12. Keluarga Irmagic sebagai penyemangat untuk selalu berkarya.
13. Teman seperjuangan Ilmu Ekonomi 2015
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu

Yogyakarta, 11 Februari 2019

Penulis,

Irma Sofyastuti Intansari

DAFTAR ISI

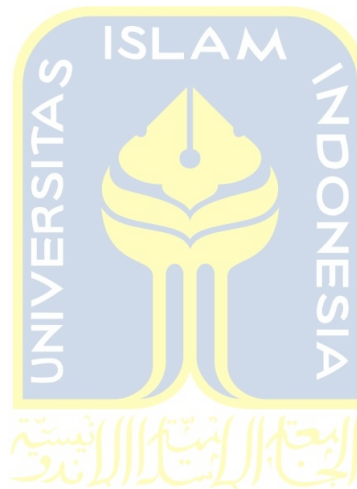
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	Error! Bookmark not defined.
Halaman Pengesahan Skripsi	Error! Bookmark not defined.
Halaman Pengesahan Ujian	Error! Bookmark not defined.
Halaman Persembahan	iii
Halaman Kata Pengantar	viii
Halaman Daftar Isi	x
Halaman Daftar Tabel	xiv
Halaman Daftar Gambar	xv
Halaman Daftar Lampiran	xi
Halaman Abstrak	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Wisata dan Pariwisata	16

2.2.2 Jenis Pariwisata	17
2.2.3 <i>Willingness to Pay</i>	19
2.2.4 <i>Contingent Valuation Method (CVM)</i>	21
2.3 Kerangka Berpikir	22
2.3.1 Kerangka Berpikir Teoritis	22
2.3.2 Kerangka Berpikir Operasional.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis dan Cara Pengumpulan Data	25
3.2 Definisi Operasional Variabel	26
3.3 Metode Analisis	28
3.3.1 Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan berkunjung.....	29
3.3.2 Estimasi Nilai WTP Pengunjung	31
3.3.3 Analisis Factor-Faktor yang Mempengaruhi Besarnya Nilai WTP	34
3.3.4 Uji Hipotesis.....	35
3.3.4.1 Uji Likelihood Ratio.....	35
3.3.4.2 Uji z	35
3.3.4.3 Uji t Koefisien Regresi Individual.....	35
3.3.4.4 Uji F (Uji Gabungan Koefisien Regresi).....	37
3.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.3.5 <i>Odds Ratio</i>	39
3.3.5 Uji Asumsi Klasik	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	41
4.2 Gambaran Umum Responden.....	41
4.3 Hasil dan Analisis	46
4.3.1 Analisis Regresi Logit.....	48
4.3.1.1 Uji Loglikelihood Ratio (LR)	48
4.3.1.2 McFadden R-squared (R^2_{McF})	49
4.3.1.3 Uji Signifikansi dengan Uji Z	49
4.3.2 <i>Odds Ratio</i>	52
4.3.3 <i>Contingent Valuation Method (CVM)</i>	53
4.3.4 Analisis Regresi Berganda	57
4.3.4.1 Uji MWD.....	57
4.3.4.2 Uji t (Koefisien Regresi Individual)	61
4.3.4.3 Uji F (Uji Gabungan Koefisien Regresi)	63
4.3.4.4 Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.3.4.5 Uji Asumsi Klasik	64
4.3.5 Interpretasi Hasil Regresi.....	66
4.3.6 Analisis dan Pembahasan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Implikasi	73

DAFTAR PUSTAKA.....74

LAMPIRAN

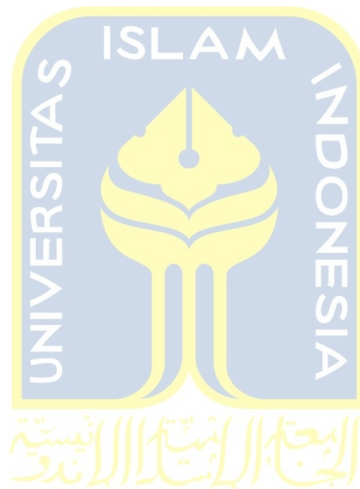


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Banyaknya Tempat Rekreasi Di Kabupaten Sragen Tahun 2011 - 2015...	3
Tabel 1.2	Jumlah Pengunjung di Tempat Rekreasi, Tahun 2012-2015.....	4
Tabel 3.1	Metode Analisis.....	28
Tabel 4.1	Identitas Respoden Menurut Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Identitas Respoden Menurut Waktu yang dihabiskan dilokasi	43
Tabel 4.3	Tingkat pendidikan Responden.....	44
Tabel 4.4	Jarak yang di tempuh Responden dari tempat tinggal.....	45
Tabel 4.5	Tingkat pendapatan per bulan responden	46
Tabel 4.6	Hasil Estimasi Regresi Logit.....	48
Tabel 4.7	Hasil odds ratio	52
Tabel 4.8	Distribusi nilai WTP pengunjung Water Boom Tunjungan	55
Tabel 4.9	Hasil Estimasi Uji MWD Model Linier	58
Tabel 4.10	Hasil Estimasi Uji MWD Model Log Linear	59
Tabel 4.11	Hasil Estimasi Model Log Linear	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.13	Hasil Uji Heterokedastisitas	65
Tabel 4.14	Hasil Uji Autokorelasi.....	65

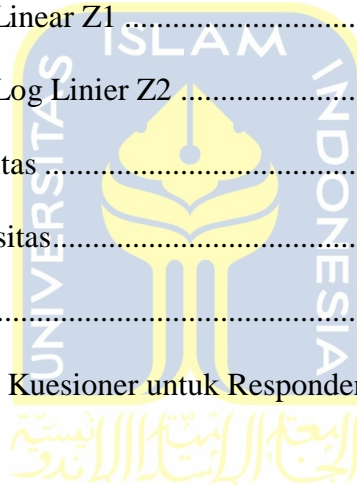
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Operasional	24
Gambar 4.1 Kurva WTP.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

I.	Data <i>Willingness To Pay</i> Pengunjung Water Boom Tunjungan	77
II.	Estimasi Regresi Logit	80
III.	Estimasi Regresi Berganda.....	81
IV.	Hasil Estimasi MWD Regresi Linear	82
V.	Hasil Estimasi MWD Regresi Log Linear.....	83
VI.	Estimasi Regresi Linear Z1	84
VII.	Estimasi Regresi Log Linier Z2	85
VIII.	Uji Multikolinearitas	86
IX.	Uji Heterokedastisitas.....	87
X.	Uji Autokorelasi	88
XI.	Daftar Pertanyaan Kuesioner untuk Responden.....	89



ABSTRAK

Pengelolaan sumber daya alam dengan baik dapat dibentuk melalui pariwisata sehingga dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah. Pengembangan tempat rekreasi merupakan sebuah keniscayaan dalam menjawab berbagai persoalan yang muncul setelah adanya peningkatan permintaan dari seorang maupun kelompok orang yang mendiami sebuah daerah atau yang biasa disebut masyarakat. Untuk mengetahui aspek tersebut perlu dilakukan suatu analisis untuk mengetahui potensi wahana objek wisata yang akan dikembangkan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logit dalam menganalisis faktor-faktor kesediaan pengunjung untuk membayar. Sedangkan metode CVM (*Contingent Valuation Method*) digunakan untuk mengestimasi biaya yang akan dikeluarkan oleh pengunjung, dan metode regresi berganda digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa yang mempengaruhi besar kesediaan membayar pengunjung. Program yang dapat membantu dalam penelitian ini yaitu *Eviews 10* dan *Microsoft excel 2013*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 39 responden bersedia membayar dalam upaya pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan dengan adanya penambahan wahana kereta wisata dan taman burung. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar responden terhadap pengembangan wahana Objek Wisata Water Boom Tunjungan di Kabupaten Sragen antara lain jenis kelamin, waktu yang dihabiskan di lokasi, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan. Nilai rata-rata *Willingness To Pay* responden pengunjung adalah sebesar Rp22.000/orang. Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya nilai WTP responden adalah jenis kelamin, waktu yang dihabiskan di lokasi, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan.

Kata Kunci : *Willingness To Pay*, *regresi logit*, *Contingen Valuation Method*, *regresi berganda*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Potensi sumber daya alam yang berlimpah keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah/budaya terdapat pada negara republik Indonesia. Sumber daya tersebut dapat dikelola dengan baik sesuai dengan apa yang paling diinginkan masyarakat sehingga penggunaan sumber daya alam dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta tidak akan menghabiskan waktu ataupun materi akibat ketidakberhasilan dalam mengelola sumber daya.

Pengelolaan sumber daya alam dengan baik dapat dibentuk melalui pariwisata sehingga dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah dengan tempat wisata yang mampu menarik pengunjung dari dalam maupun luar negeri. Pariwisata juga dapat menumbuhkan masyarakat yang lebih peduli dan meningkatkan rasa bangga terhadap suatu bangsa.

Dunia usaha mengalami perkembangan yang positif terhadap adanya perkembangan zaman. Hal itu terbukti dari sekian banyaknya unit usaha yang bertambah dalam usaha skala kecil, menengah, maupun besar. Saat ini sudah mulai memasuki era globalisasi sehingga peran sektor pariwisata sangat berpengaruh dalam menopang perekonomian masyarakat di Indonesia. Di sisi lain persaingan usaha pada sektor wisata juga akan semakin ketat, sehingga memicu para produsen untuk mengunggulkan kemampuan berkompetisi dengan meningkatkan kualitas daya saing.

Perkembangan pariwisata mempunyai tolak ukur salah satunya yaitu peningkatan jumlah wisatawan yang diiringi oleh perkembangan fasilitas saran dan prasarana pendukung tempat wisata, serta pembagunan wilayah dengan berbagai kebutuhan wisatawan, maka akan terjadi pertumbuhan jumlah kunjungan wisata (Lombote, 2006). Suwanto (2004) juga menegaskan kondisi dan lokasi merupakan salah satu pembangunan prasarana wisata yang akan meningkatkan daya tarik objek wisata dengan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata. Sektor pariwisata adalah objek utama yang mempengaruhi pembangunan ekonomi yang dapat memberikan kontribusi keluaran yang cukup besar pada perekonomian nasional. Selain itu, sektor ini juga mempengaruhi kontribusi yang besar terhadap penyerapan tenaga kerja. Selebihnya pada perekonomian di Kabupaten Sragen.

Sragen merupakan daerah dengan julukan Bumi Sukowati yang dulunya digunakan pada masa kerajaan Surakarta saat ini terletak pada kawasan Jawa Tengah yang mendekati perbatasan langsung dengan Jawa Timur. Bukan hanya itu saja, namun daerah ini juga memiliki potensi wisata yang cukup baik. Mulai dari wisata alam, sejarah, buatan, hingga wisata kerajinan tangan.

Jumlah tempat rekreasi di Kabupaten Sragen dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Banyaknya Tempat Rekreasi Di Kabupaten Sragen Tahun 2011 Sampai
Dengan Tahun 2015

Tahun	Gedung Bioskop	Tempat Rekreasi Alam	Tempat Rekreasi Sejarah
2011	0	5	7
2012	0	5	7
2013	0	5	7
2014	0	5	7
2015	0	5	7

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Sragen, diolah.

Tempat rekreasi di Kabupaten Sragen secara keseluruhan dari tahun 2011-2015 jumlahnya tidak ada penurunan maupun peningkatan. Gedung Bioskop tidak ada, tempat rekreasi alam berjumlah 5 dan tempat rekreasi sejarah berjumlah 7. Banyak tempat rekreasi dengan tidak mengalami perubahan pada setiap tahunnya diharapkan akan menjadi pemicu tumbuhnya perkembangan jumlah objek wisata alam maupun buatan sampai dengan tahun 2019.

Tempat rekreasi di Kabupaten Sragen terdapat di berbagai wilayah kecamatan seperti Kecamatan Kalijambe, Kecamatan Plupuh, Kecamatan Masaran, Kecamatan Sambirejo, Kecamatan Karangmalang, Kecamatan Sragen, Kecamatan Tanon dan Kecamatan Sumberlawang. Di antara tempat rekreasi yang ada di Kabupaten Sragen cukup menonjolkan lokasi objek wisata dengan banyaknya pengunjung. Namun pada Kecamatan Sambungmacam tidak ada pembangunan tempat rekreasi, pada kecamatan tersebut mendapat peluang untuk membuat tempat rekreasi buatan berupa wahana air

seperti Water Boom. Water Boom merupakan taman bermain yang dikhususkan untuk melakukan permainan air di luar ataupun dalam ruangan. Didirikan pada wilayah desa Tunjungan, Kecamatan Sambungmacam Kabupaten Sragen. Kabupaten Sragen memiliki jumlah pengunjung di berbagai tempat rekreasi sebagai daya tarik masyarakat.

Tabel 1.2

Jumlah Pengunjung di Beberapa Tempat Rekreasi di Kabupaten Sragen,

Tahun 2012-2015

Tahun	Jumlah Pengunjung (Jiwa)
2012	526,967
2013	562,691
2014	356,957
2015	420,944

Sumber : Dinas Pariwisata, Kebudayaan dan Olahraga Kab. Sragen. diolah.

Pada tahun 2012-2015 jumlah pengunjung di beberapa tempat rekreasi mengalami naik turun, dengan paling tinggi pada tahun 2013 dengan jumlah pengunjung 562.691 jiwa dan paling rendah pada tahun 2014 dengan jumlah pengunjung 356.957 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pengunjung pada tiap tahunnya tidak menentu dan tetap memiliki potensi untuk membangun serta mengembangkan tempat rekreasi di Kabupaten Sragen. Dinas Pariwisata Kabupaten Sragen diketahui jika salah satu sektor pariwisata yang mendapat perhatian dari pemerintah Kabupaten Sragen salah satunya adalah membangun objek wisata buatan.

Pengembangan tempat rekreasi merupakan sebuah keniscayaan dalam menjawab berbagai persoalan yang muncul setelah adanya peningkatan permintaan

dari seorang maupun kelompok orang yang mendiami sebuah daerah atau yang biasa disebut masyarakat. Salah satunya merupakan tempat rekreasi wahana air yang biasa disebut Water Boom. Berdasarkan jumlah tempat rekreasi dan jumlah pengunjung daerah Kabupaten Sragen, water boom merupakan wahana air yang menjadi perhatian masyarakatnya dan memiliki potensi untuk lebih berkembang. Daya tarik pengunjung tentunya akan meningkat dikarenakan water boom menyediakan kolam renang dengan berbagai macam fasilitas yang memadai dan memenuhi kepuasan masyarakat di Kabupaten Sragen khususnya pada daerah Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan.

Objek wisata Water Boom Tunjungan adalah lokasi pariwisata yang terletak di Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen Provinsi Jawa tengah. Water Boom Tunjungan memiliki lahan luas serta kelebihan yang dimiliki diantaranya terdapat lapangan parkir yang luas, 3 buah kolam renang dengan ukuran kedalaman $\frac{1}{2}$ m, 1 m serta 1,75-2 m, lapangan futsal air, *family slide*, *body slide*, *ban slide*, *adrenaline slide*, serta panggung hiburan dengan biaya tiket masuk yang sangat terjangkau. Adanya kekurangan yang dimiliki Water Boom Tunjungan yaitu kurang menariknya fasilitas yang ada, sehingga pengunjung dewasa yang datang hanya bisa melakukan aktivitas renang, pengembangan wahana dapat dilakukan namun melalui adanya analisis WTP (*Willingness To Pay*) yaitu kesediaan membayar masyarakat layaknya pengunjung untuk membayar tiket wahana.

Berdasarkan pada kunjungan wisatawan dalam beberapa bulan, jumlah wisatawan yang berdatangan ke objek wisata Water Boom Tunjungan mengalami fluktuasi, jika pada hari libur kunjungan sangat ramai namun pada hari aktif sebaliknya wisatawan hanya beberapa. Pengamatan di lapangan, pemanfaatan objek wisata Water Boom Tunjungan secara keseluruhan belum terlihat optimal, karena belum didukung oleh pengembangan fasilitas yang menarik.

Untuk lebih menarik perhatian wisatawan. Objek wisata Water Boom Tunjungan perlu dikembangkan sebagai objek wisata yang rekreatif. Oleh karena itu pengelola merencanakan pengembangan objek wisata Water Boom Tunjungan melalui adanya penambahan wahana kereta wisata dan taman burung. Tanpa perencanaan yang baik usaha pengembangan objek wisata tidak selalu dapat diupayakan dengan optimal. Perlu diketahui dari berbagai aspek yang mendukung maupun menghambat pengembangan wahana objek wisata untuk mengupayakan pengembangan objek wisata agar terencana dengan baik. Untuk mengetahui aspek tersebut perlu dilakukan suatu analisis untuk mengetahui potensi wahana objek wisata yang akan dikembangkan. Dalam rencana pengembangan pada objek wisata Water Boom Tunjungan yaitu melalui adanya penambahan wahana kereta wisata dan taman burung, yang membuat pengunjung tertarik untuk mengetahui berbagai macam mengenai burung.

Untuk kepentingan dalam segi pengembangan, maka diperlukan kegiatan analisa pada pengembangan wahana Water Boom Tunjungan terhadap kesediaan

membayar masyarakat. Dari hasil penyusunan analisa ini akan dapat diketahui kesediaan membayar pengunjung pada rencana pengembangan wahana Water Boom Tunjungan dari berbagai faktor dalam melakukan kunjungan wisata. Bagi pengembang, dalam berinvestasi analisis ini merupakan suatu keharusan untuk menghindari permasalahan dalam mengambil keputusan. Selain itu, sebagai upaya menghindari penanaman modal yang besar untuk kegiatan serta tidak menguntungkan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka dilakukan suatu analisis WTP (*Willingnes To Pay*) untuk mengetahui pengaruh kesediaan membayar masyarakat untuk membayar dalam melakukan kunjungan wisata pada Water Boom Tunjungan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar masyarakat melalui analisis WTP (*Willingnes To Pay*) dalam kesediaan masyarakat untuk membayar dengan adanya pengembangan wahana pada objek wisata Water Boom Tunjungan sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai masukan guna meminimalkan besarnya resiko yang akan ditanggung terhadap pihak pengelola dan pengusaha yang terkait dengan rencana pengembangan objek wisata Water Boom Tunjungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tentang latar belakang masalah di atas, adapun rumusan masalah dikemukakan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesediaan pengunjung untuk bersedia membayar terhadap penambahan wahana pada objek wisata

Water Boom Tunjungan di Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen?

2. Berapa besar nilai *Willingness To Pay* (WTP) pengunjung untuk menentukan harga yang bersedia dibayarkan terhadap wahana wisata yang ditawarkan di objek wisata Water Boom Tunjungan di Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi besarnya nilai *Willingness To Pay* (WTP) pengunjung objek wisata Water Boom Tunjungan di Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan pengunjung untuk membayar terhadap penambahan wahana pada objek wisata Water Boom Tunjungan di Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen.
2. Mengestimasi besar nilai *Willingness To Pay* (WTP) pengunjung untuk menentukan harga yang bersedia dibayarkan terhadap wahana wisata yang ditawarkan di objek wisata Water Boom Tunjungan di Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen.

3. Menganalisa faktor-faktor apa yang mempengaruhi besarnya nilai WTP pengunjung objek wisata Water Boom Tunjungan di Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai objek wisata buatan di Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen.
- b. Dalam usaha lebih lanjut dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan kajian dan tambahan informasi tentang pengembangan proyek objek wisata buatan Water Boom Tunjungan.
- b. Memberikan informasi tentang potensi pengembangan objek wisata buatan wahana air pada Water Boom Tunjungan Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Selfia Ladiyance dan Lia Yuliana (2014), dalam penelitian yang berjudul Variabel-Variabel Yang Memengaruhi Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Masyarakat Bidaracina Jatinegara Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan *Contingent Valuation Method* (CVM) untuk menghitung besarnya nilai WTP dan total nilai WTP dan analisis regresi logistik untuk menganalisis variabel – variabel yang mempengaruhi kesiediaan membayar masyarakat Kelurahan Bidaracina. Dari hasil penelitian didapat perkiraan nilai WTP adalah Rp4.325,00 per bulan untuk setiap rumah tangga dan nilai total WTP adalah Rp1.935.576,92 per bulan, serta variabel-variabel yang mempengaruhi kesiediaan membayar masyarakat Kelurahan Bidaracina adalah variabel pengetahuan pencemaran sungai, status kepemilikan rumah, pendidikan terakhir dan pendapatan rumah tangga. Sementara variabel yang tidak mempengaruhi diantaranya terdapat variabel umur jumlah anggota rumah tangga, jenis kelamin, dan sumber utama air minum.

Hisan, dkk (2014) pada penelitiannya yang berjudul Analisis Kesiediaan Pengunjung Untuk Membayar Retribusi Objek Wisata Di Kota Banda Aceh. Metode yang digunakan adalah metode regresi logistik biner dengan hasil responden bersedia membayar retribusi objek wisata di Banda Aceh sebesar 80% sementara yang tidak bersedia membayar sebesar 20%. *Contingent Valuation Method* (CVM) untuk

menghitung nilai kesediaan responden pada retribusi objek wisata didapatkan sebesar Rp32.967,5, dengan nilai jumlah kesediaan membayar responden sebesar Rp825.922.249,9. Serta menggunakan metode regresi linear berganda yang berpengaruh signifikan terhadap kesediaan responden untuk membayar retribusi objek wisata pada taraf signifikansi 0,05 adalah variabel jenis kelamin, pekerjaan dan rata-rata pendapatan. Sedangkan pada taraf signifikansi 0,1 variabel pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kesediaan responden untuk membayar retribusi objek wisata. Serta variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan responden dalam membayar retribusi adalah variabel usia. Secara signifikan besarnya nilai kesediaan membayar responden terhadap retribusi objek wisata dipengaruhi oleh variabel jenis kelamin (*Gend*), pekerjaan (*Opp*), rata-rata pendapatan (*Inc*) dan pendidikan (*educ*). variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan responden untuk membayar retribusi objek wisata adalah variabel usia (*Age*). Besarnya nilai rata-rata kesediaan membayar responden dapat digunakan sebagai acuan pada penetapan harga retribusi objek wisata di Kota Banda Aceh.

M. Irfan Rosyadi, dkk (2016) dalam penelitiannya yang berjudul *Willingness To Pay* Rumah Tangga Dalam Membayar Biaya Pendidikan Menengah Unggulan di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kesediaan membayar dengan empat variabel independen yakni pendapatan rumah tangga, jumlah tanggungan rumah tangga, pendidikan orang tua, dan akses menuju ke sekolah. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa Pendapatan rumah tangga, jumlah tanggungan rumah tangga dan pendidikan orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar, artinya setiap peningkatan pendapatan rumah tangga, jumlah tanggungan rumah tangga dan pendidikan orang tua maka akan meningkatkan kesediaan membayar. Sedangkan lama akses menuju kesekolah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesediaan membayar, artinya setiap peningkatan lama akses menuju ke sekolah akan menurunkan nilai kesediaan membayar.

Siti Maryam Nasution, dkk (2015) dalam penelitian yang berjudul Analisis *Willingness To Pay* Masyarakat terhadap Mata Air Aek Arnga di Desa Sibanggor Tonga, Kecamatan Puncak Sorik Marapi, Kabupaten Mandailing Natal. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan menghitung nilai rata-rata *Willingness To Pay* (WTP) yang diperoleh responden sebesar Rp109,6/KK/hari atau total nilai WTPnya adalah Rp14.692,83/hari sebagai biaya konservasi Mata Air Aek Arnga. Serta analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi nilai *Willingness To Pay* (WTP) Mata Air Aek Arnga adalah Rata-rata Pendapatan Rumah Tangga (RPDT), Jumlah Kebutuhan Air (JKA), dan Jumlah Pengguna Air (JPA). Variabel yang tidak mempengaruhi nilai *Willingness To Pay* (WTP) Mata Air Aek Arnga diantaranya Tingkat Pendidikan (TP), Jarak Responden ke Sumber Air (JRSA), dan Kualitas Air (KA).

Hardiyani Puspita Sari dan Lilies Setiartiti (2015) melakukan penelitian yang berjudul *Willingness To Pay* Perbaikan Kualitas Pelayanan Kereta Api. Berdasarkan

menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan nilai rata-rata *Willingness To Pay* per orang pada tarif kereta api ekonomi jarak jauh Yogyakarta-Jakarta sebesar Rp78.866 dengan nilai total *Willingness To Pay* sebesar Rp11.514.500. Serta menggunakan metode regresi linier berganda menunjukkan hasil variabel usia, pendidikan, pendapatan dan maksud perjalanan secara signifikan mempengaruhi *Willingness To Pay* membayar tarif kereta api ekonomi jarak jauh Yogyakarta-Jakarta. Di antaranya dari ke empat variabel tersebut, variabel maksud perjalanan merupakan variabel yang sangat mempengaruhi *Willingness To Pay* kereta api ekonomi jarak jauh Yogyakarta-Jakarta. Serta variabel jumlah tanggungan anak tidak mempengaruhi *Willingness To Pay* (WTP).

Pipin Noviati Sadikin, dkk (2017) melakukan penelitian yang berjudul Analisis *Willingness-To-Pay* Pada Ekowisata Taman Nasional Gunung Rinjani. Penelitian dengan menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) menghasilkan bahwa rata-rata besar WTP responden wisatawan mancanegara US \$54.13. Sementara rata-rata WTP responden wisatawan nusantara Rp40.650, di antaranya faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP adalah variabel pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, keaktifan dalam organisasi lingkungan dan pengetahuan tentang ekowisata. Didapat dari hasil regresi logit, melalui koefisien *odds ratio* variabel yang signifikan untuk wisatawan mancanegara merupakan variabel pendapatan dan aktif di organisasi lingkungan, sedangkan wisatawan nusantara pada variabel pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan tentang ekowisata. Serta hasil dari regresi linier pada

wisatawan mancanegara, variabel yang signifikan mempengaruhi besar nilai WTP adalah variabel pengetahuan dan pendapatan; sedangkan wisatawan nusantara pada variabel pengetahuan, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga.

Aufanada, dkk (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik Di Pasar Modern Jakarta Selatan*. Penelitian dengan menggunakan metode *Contingent Valuation Method (CVM)* memiliki nilai rata-rata maksimum WTP konsumen produk sayur organik untuk setiap jenis sayur berbeda-beda, sekitar antara 8,5% sampai dengan 15% lebih tinggi daripada harga sekarang. Metode analisis regresi logistic menunjukkan hasil sebanyak 82% bersedia membayar dengan adanya peningkatan dari harga produk saat ini. Faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen adalah pada variabel tingkat pendidikan, jumlah pendapatan per bulan dan kualitas produk. Maka semakin tinggi tingkat pendidikan, pendapatan dan penilaian konsumen terhadap kualitas produk sayur organik maka kecenderungannya untuk bersedia semakin meningkat. Sementara variabel yang tidak berpengaruh terhadap kesediaan membayar adalah variabel usia, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, dan harga.

Irwan Ridwan Rahim, dkk (2017) dalam penelitian yang berjudul *Studi Kemauan Membayar (Willingness To Pay) Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Elektronik Di Kota Makassar*. Dengan menggunakan metode *Contingent Valuation Method (CVM)* didapatkan nilai rata-rata WTP yang diberikan responden untuk skenario

1 sebesar Rp10.200 per bulan dan skenario 2 sebesar Rp12.700 per bulan. Menggunakan analisis model logit dengan hasil timbulan sampah di Kota Makassar adalah 4,93 kg/orang/tahun, dari 100 responden memperoleh 86 persen yang bersedia membayar dan 14% yang tidak bersedia membayar. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kemauan membayar responden dengan delapan variabel bebas yakni usia, jenis kelamin, pendidikan, penghasilan, jumlah anggota keluarga, daya listrik, pengetahuan, dan kekhawatiran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap kekhawatiran yang mempengaruhi kemauan membayar responden menggunakan nilai koefisien positif yang berarti semakin meningkat kekhawatiran responden maka kemauan terhadap membayar juga akan semakin meningkat.

Muhammad Fadhli Diana (2013) melakukan penelitian yang berjudul Analisis *Willingness To Pay* (WTP) Pengunjung terhadap Objek Wisata Kandis Sawahlunto Sumatera Barat. Penelitian ini menggunakan data primer dengan jumlah responden sebanyak 98. Dengan metode regresi biner logistik, *Contingent Valuation Method* (CVM) dan analisis regresi berganda. Berdasarkan analisis, dari 98 orang responden hanya 4 orang yang tidak bersedia datang kembali dan nilai rata-rata WTP untuk wahana 4 dimensi dan flying fox sebesar Rp20.000 dan Rp15.000. Serta faktor – faktor yang mempengaruhi secara signifikan besarnya nilai *willingness to pay* untuk wahana 4 dimensi adalah waktu yang di habiskan dilokasi, tingkat pendidikan, usia, dan tingkat pendapatan, sedangkan faktor yang mempengaruhi untuk wahana *flying fox*

adalah jenis kelamin, waktu yang dihabiskan di lokasi, dan tingkat pendapatan. Variabel biaya perjalanan tidak berpengaruh untuk kedua wahana tersebut.

Irham, dkk (2011) melakukan penelitian mengenai Kesiediaan Membayar Petani Kopi untuk Perbaikan Lingkungan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Contingent Valuation Method* (CVM) dan analisis regresi ordinal logit. Faktor-faktor yang dapat meningkatkan kesiediaan membayar (WTP) adalah luas lahan usahatani, produktivitas lahan, pendapatan rumah tangga, tingkat pendidikan, jumlah tenaga kerja keluarga, dan pengetahuan petani tentang manfaat hutan, sedangkan jarak rumah petani ke hutan tidak berpengaruh. Peningkatan WTP perlu terus dilakukan untuk mengurangi kerusakan lingkungan akibat alih fungsi lahan hutan menjadi usahatani kopi dan bahkan diharapkan dapat mengembalikan fungsi hutan pada lahan yang ditanami kopi.

Dari beberapa penelitian terdahulu, terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni objek wisatanya dan penambahan atau pengurangan variabel yang digunakan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Wisata dan Pariwisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, wisata adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan perjalanan dalam jangka waktu sementara dengan bertujuan untuk rekreasi, mengembangkan diri pribadi, serta mencari pengetahuan melalui keunikan daya tarik tempat wisata yang dikunjungi.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dengan layanan serta fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah

Menurut Muljadi dan Andi Warman (2016), Pariwisata merupakan suatu aktivitas perubahan seseorang dengan meninggalkan tempat tinggalnya sementara dari berbagai alasan melainkan jika melaksanakan kegiatan yang dapat menghasilkan upah.

Pariwisata muncul dari empat unsur pokok yang saling terikat atau menjalin hubungan dalam suatu sistem (Damanik dan Weber, 2006), yakni :

1. Permintaan atau kebutuhan
2. Penawaran atau pemenuhan kebutuhan berwisata.
3. Pasar dan kelembagaan yang berperan untuk memfasilitasi keduanya
4. Pelaku atau aktor yang menggerakkan ketiga elemen tersebut

2.2.2 Jenis Pariwisata

Pada saat ini para wisatawan berminat terhadap beberapa jenis pariwisata diantaranya pariwisata untuk menikmati perjalanan, pariwisata untuk rekreasi, pariwisata untuk kebudayaan, serta pariwisata untuk olah raga (Spillane, 2004). Maka dari itu, setiap manusia memiliki keinginan dan tujuan yang berbeda.

- a. Pariwisata untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*).

Jenis pariwisata yang pada dasarnya dilakukan oleh kebanyakan orang untuk menikmati perjalanan dengan meninggalkan tempat tinggalnya mempunyai tujuan

untuk berlibur, untuk memenuhi rasa keingintahuan, untuk mencari udara segar, guna merenggangkan otot saraf, memperoleh sesuatu yang baru, serta dapat menikmati sejarah-sejarah dan keindahan wisata alam yang ada di kota tersebut.

b. Pariwisata untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata untuk rekreasi dilakukan oleh orang-orang yang mengharapkan sebagian besar untuk beristirahat di waktu liburnya, untuk menyegarkan kembali fisik yang telah lelah, serta mengembalikan kembali kesegaran rohani dan jasmani.

c. Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Pariwisata untuk kebudayaan dilakukan oleh sebagian besar orang yang ingin belajar mengenai pengetahuan diantaranya mempelajari berbagai macam adat istiadat, kelembagaan, cara hidup dalam bermasyarakat pada suatu daerah, mengunjungi monument atau museum bersejarah agar mengetahui peninggalan peradaban masa lalu dan penemuan masa kini sebagai pembelajaran dan riset, keagamaan, pusat daerah kesenian, dan lainnya.

d. Pariwisata untuk Olahraga (*Sport Tourism*)

Jenis pariwisata untuk olah raga digunakan bagi orang-orang yang tertarik untuk menonton acara olah raga seperti Asean Games, Piala Dunia, sehingga menarik perhatian para atlet atau olahragawan.

Dapat dilihat dari beberapa macam jenis pariwisata, maka objek wisata Water Boom Tunjungan termasuk pada kategori jenis *recreation tourism* karena objek

wisata Water Boom Tunjungan adalah objek wisata yang dapat dilakukan orang-orang untuk menyegarkan kembali fisik yang telah lelah, serta mengembalikan kesegaran rohani dan jasmani dengan menikmati wahana-wahana yang tersedia.

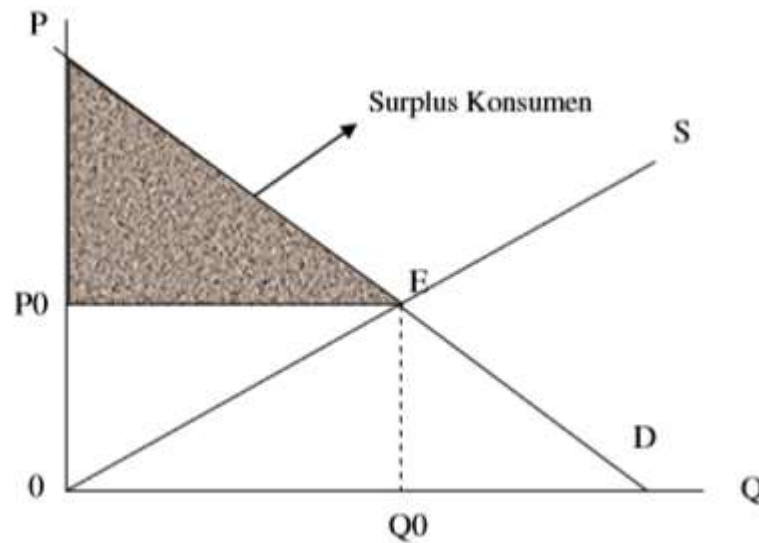
2.2.3 Willingness To Pay

Konsep *willingness to pay* secara umum adalah pengukuran dari jumlah maksimum seseorang yang rela membayar untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang semakin baik. Konsep berikut disebut *willingnes to pay* seseorang terhadap barang dan jasa yang telah diperoleh melalui sumber daya alam dan lingkungan. Maka dari itu nilai ekonomi terbentuk melalui jumlah maksimum seseorang untuk memperoleh barang dan jasa tersebut.

Menurut Fembrianty Erry P dkk, 2011 dalam Nugroho, 2012 memberikan pernyataan bahwa WTP (*Willingness To Pay*) mempunyai makna untuk mengukur manfaat marjinal dari konsumen. karena harga maksimum yang rela dibayarkan oleh konsumen terhadap barang dan jasa serta dapat mengukur nilai yang akan konsumen bayarkan terhadap barang dan jasa tersebut.

Menurut grafis, WTP (*Willingness To Pay*) berada pada area dibawah kurva permintaan. Surplus konsumen merupakan perbedaan antara kesediaan konsumen untuk membayar dengan jumlah yang akan dibayarkan oleh konsumen untuk barang dan jasa. Terjadinya surplus konsumen pada saat konsumen mendapat kelebihan dari yang telah dibayarkan, sedangkan kelebihan ini berdasarkan pada hukum utilitas marjinal yang semakin menurun.

Gambar 2.1
Kurva Permintaan



Sumber : Djijono, 2002 dalam Putri Immanur, 2017 (dimodifikasi)

Keterangan :

0-Q0-E-P = *Willingness To Pay*

0-E-P = Manfaat sosial bersih

P0-E-P = Surplus konsumen

0-E-P0 = Surplus produsen

Surplus produsen diperoleh dari jumlah pengurangan yang dibayarkan oleh produsen dengan biaya produksi. Kelebihan yang ingin didapat produsen dari harga pasar sehingga melebihi biaya produksi. Dalam surplus produsen, penawaran pasar menggambarkan biaya marjinal guna memproduksi barang dan jasa, sementara

manfaat marjinal dari mengkonsumsi barang dan jasa digambarkan dengan permintaan pasar.

2.2.4 Contingen Valuation Method (CVM)

Metode *Contingent Valuation Method* (CVM) merupakan teknik survey untuk menanyakan kepada seseorang mengenai nilai atau harga yang bersedia mereka berikan terhadap komoditi yang tidak mempunyai harga pasar (Yakin, 1997).

Secara teknis, pendekatan CVM dibedakan menjadi dua cara, diantaranya yang pertama adalah dengan menggunakan teknik percobaan. Teknik ini dilakukan melalui simulasi atau permainan. Cara yang kedua adalah dengan menggunakan teknik survei (Manurung, 2008).

Adapun tujuan dari metode CVM yaitu untuk mengetahui keinginan membayar dari masyarakat, serta mengetahui keinginan menerima kerusakan suatu lingkungan (Akhmad Fauzi, 2010). Serta pasar hipotesis sebisa mungkin dapat mendekati kondisi pasar yang sebenarnya.

Metode CVM memungkinkan bahwasanya segala komoditas yang tidak terdapat di pasar, dimana segala komoditas tersebut tidak mempunyai nilai ekonomi, namun dengan adanya model ini menjadikan segala komoditas yang tidak terdapat di pasar mempunyai nilai ekonomi, dan dapat diukur. Dengan demikian, nilai ekonomi dari suatu barang publik dapat diukur menggunakan WTP.

2.3 Kerangka Berpikir

2.3.1 Kerangka Berpikir Teoritis

Skenario dan Objek Wisata Yang Ditawarkan

Rencananya pihak pengelola wisata Water Boom Tunjungan akan melakukan pengembangan terhadap wahana wisata, dimana pihak pengelola akan melakukan penambahan wahana kereta wisata dan taman burung.

Pertanyaan Menyangkut Skenario

Seandainya pihak pengelola objek wisata Water Boom Tunjungan melakukan penambahan wahana wisata baru, maka responden ditanyakan maksimum kesediaan mereka membayar tiket untuk menikmati wahana wisata tersebut atas adanya tambahan manfaat yang diterima pengunjung. Dari skenario ini maka diperoleh pertanyaan untuk responden :

Apakah bapak/ibu, kakak/adik tertarik terhadap tambahan wahana wisata yang baru? Bersediakah bapak/ibu, kakak/adik membayar terhadap wahana wisata yang baru? Berapa harga tiket yang ingin bapak/ibu, kakak/adik bayarkan untuk wahana wisata baru?

2.3.2 Kerangka Berpikir Operasional

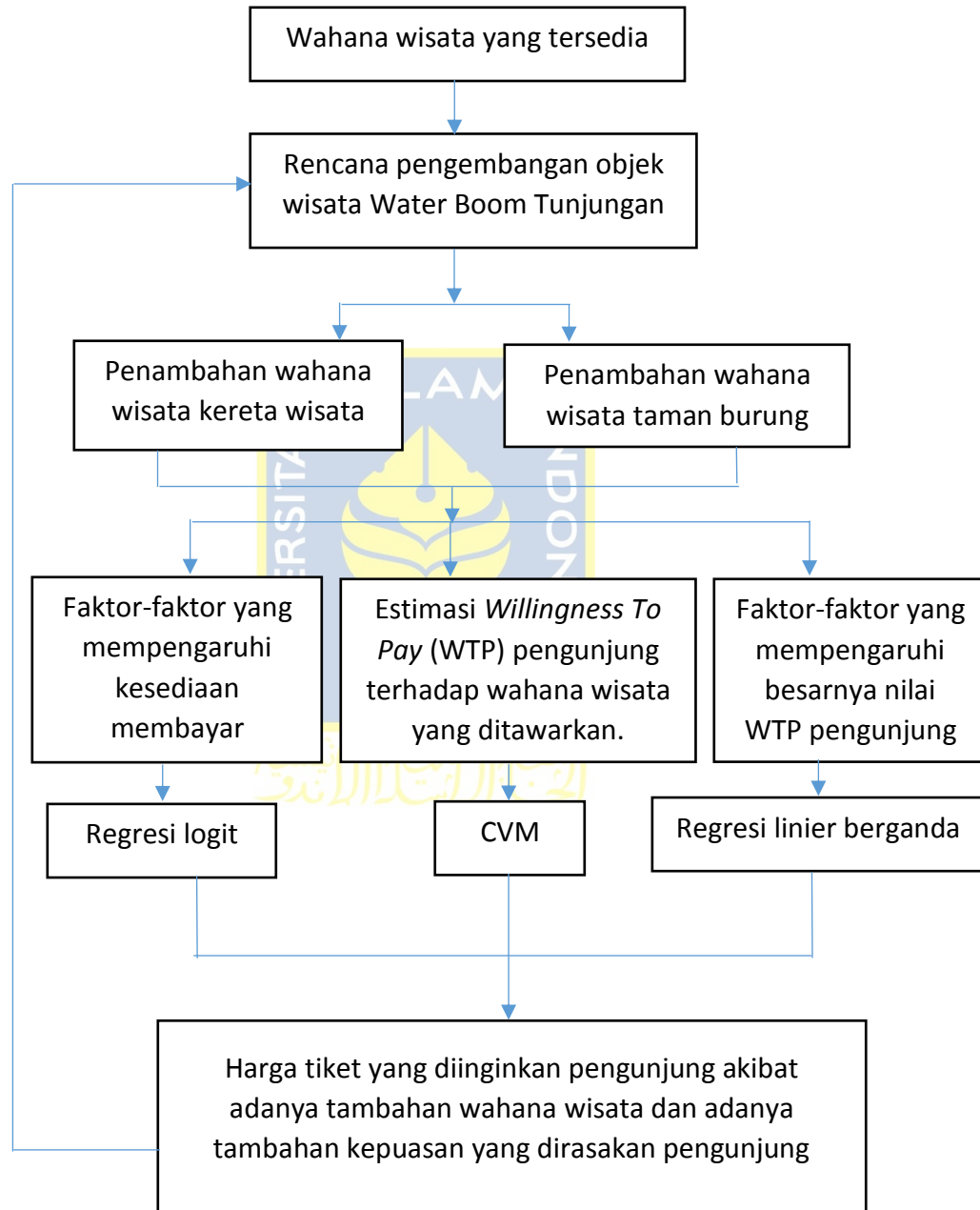
Wisata Water Boom Tunjungan satu diantara objek wisata yang ada di kabupaten Sragen. Wisata Water Boom Tunjungan ini memiliki daya tarik yang cukup kuat dimana pengunjung dapat menikmati berbagai macam wahana yang tersedia.

Luasnya kawasan yang dimiliki membuat pihak pengelola berusaha melakukan pengembangan. Pengembangan yang dilakukan oleh pihak pengelola ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang akan datang ke objek wisata Water Boom Tunjungan dan berusaha untuk membuat pengunjung yang pernah datang ke Water Boom Tunjungan untuk datang lagi karena adanya penambahan wahana wisata baru yang belum mereka coba.

Pihak pengelola berencana melakukan pengembangan dengan menambah wahana-wahana wisata yang baru. Setiap objek wisata yang ditawarkan, pengunjung dikenakan biaya tambahan di luar biaya tiket masuk atau pengunjung diharuskan untuk membeli tiket lagi agar dapat menikmati wahana wisata tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya nilai *Willingness To Pay* (WTP), dan mengestimasi besar nilai *Willingness To Pay* (WTP) pengunjung untuk menentukan harga yang bersedia dibayarkan oleh pengunjung terhadap penambahan wahana wisata yang ditawarkan. Alur penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.2

Gambar 2.2

Kerangka Berpikir Operasional



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber informasi guna memberikan spesifik mengenai objek penelitian. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penyebaran kuesioner dengan beberapa sejumlah pertanyaan secara tertulis yang telah dipersiapkan sebelumnya dan pertanyaan tersebut akan dijawab oleh responden.

Sampel pada penelitian ini yaitu para pengunjung objek wisata Water Boom Tunjungan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan spontanitas. Dikatakan pengambilan secara spontanitas karena siapa saja orang yang ditemui bisa menjadi sampel dengan syarat responden harus berusia di atas 17 tahun dan telah memiliki penghasilan sendiri serta hanya dilakukan sekali terhadap satu orang responden tanpa adanya pengulangan terhadap responden yang sama. Pengambilan sampel diperoleh menggunakan cara menyebar kuesioner kepada wisatawan atau pengunjung yang sedang berekreasi di objek wisata Water Boom Tunjungan.

3.2 Definisi Operasional Variabel

1) *Willingness To Pay*

Willingness To Pay adalah jumlah maksimum yang bersedia dibayarkan oleh seseorang guna mendapatkan kualitas pelayanan yang lebih baik (Akhmad Fauzi, 2010). Konsep *Willingness To Pay* sebenarnya adalah harga pada tingkat konsumen yang mana mendapatkan nilai barang atau jasa serta pengorbanan untuk direfleksikan (Simonson dan Drolet, 2003).

2) Jenis kelamin

Variabel jenis kelamin pengunjung menjelaskan tentang pengaruh jenis kelamin terhadap jumlah WTP yang akan dibayarkan pengunjung. Dimana laki-laki cenderung mencari objek wisata yang menantang dan memacu adrenalin, sedangkan perempuan akan cenderung menikmati wisata yang relatif tidak menantang dan tertarik pada pengembangan wisata tidak ekstrim (Fadhli, 2013).

3) Waktu yang dihabiskan dilokasi

Lamanya waktu yang dihabiskan di suatu lokasi objek wisata dapat dipecahkan melalui sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak pengelola. Tersedianya sarana dan prasarana yang lengkap membuat pengunjung nyaman terhadap objek wisata tersebut.

4) Tingkat pendidikan

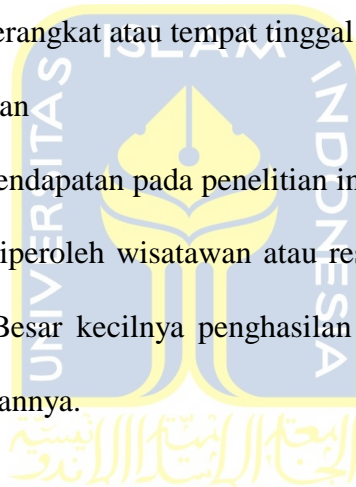
Tingkat pendidikan yang dimaksud pada penelitian ini merupakan lama pendidikan formal yang telah dicapai oleh pengunjung objek wisata terkait. Lamanya pendidikan yang ditempuh dapat berdampak terhadap pola pikir seseorang tentang pentingnya pengembangan pada objek wisata.

5) Jarak tempat tinggal

Jarak tempat wisata menjelaskan tentang jarak yang ditempuh oleh wisatawan dari berangkat atau tempat tinggal sampai berada dilokasi tujuan.

6) Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan pada penelitian ini merupakan jumlah pendapatan per bulan yang diperoleh wisatawan atau responden yang telah bekerja dan berpenghasilan. Besar kecilnya penghasilan seseorang akan mempengaruhi jumlah pengeluarannya.



3.3 Metode Analisis

Tabel 3.1

Metode Analisis

No	Tujuan Penelitian	Sumber Data	Jenis Data	Metode Data	Analisis
1	Menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan pengunjung untuk membayar dengan adanya penambahan wahana pada objek wisata Water Boom Tunjungan	Pengunjung dengan cara wawancara menggunakan kuesioner	Data primer berupa besarnya nilai yang bersedia dibayarkan pengunjung	Analisis Logit	Regresi
2	Mengestimasi nilai WTP pengunjung untuk menentukan potensi harga yang masih bersedia dibayarkan untuk wahana wisata yang ditawarkan di objek wisata Water Boom Tunjungan	Pengunjung dengan cara wawancara menggunakan kuisisioner	Data primer berdasarkan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jarak tempat tinggal, jenis kelamin dan waktu yang dihabiskan dilokasi	<i>CVM</i>	

No	Tujuan Penelitian	Sumber Data	Jenis Data	Metode Data	Analisis
3	Menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya nilai WTP	Pengunjung dengan cara wawancara menggunakan kuisisioner	Data primer berdasarkan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jarak tempat tinggal, jenis kelamin dan waktu yang dihabiskan dilokasi	Analisis regresi linier berganda	Regresi

3.3.1 Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan berkunjung kembali

- **Analisis regresi logistic biner atau regresi logit**

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi logit. Analisis regresi logit digunakan untuk melihat pengaruh peubah X_1 , X_2 , X_3 , dst terhadap pengambilan keputusan seseorang disimbolkan dengan (Y), fungsi logit merupakan fungsi yang sangat fleksibel dan mudah digunakan serta parameter koefisiennya mudah diinterpretasikan (Juanda, 2009).

Regresi logit tidak dimodelkan secara langsung antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X), melainkan melalui perubahan variabel terikat ke variabel logit yang merupakan *natural log* dari *odds ratio*. Perubahan tersebut diformulasikan sebagai berikut :

$$L_i = L_n \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_{ni} + \epsilon_i$$

Model analisis regresi logit dipilih guna melihat peluang responden bersedia membayar atau tidak dengan adanya penambahan wahana baru pada

objek wisata Water Boom Tunjungan ini, dimana ada beberapa variabel yang diduga akan mempengaruhinya. Variabel yang di masukkan ke dalam analisis regresi logit ini adalah : jenis kelamin, waktu lamanya di lokasi, tingkat pendidikan, jarak tempat tinggal, dan tingkat pendapatan.

Bentuk model logistiknya yang akan digunakan adalah :

$$L_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan :

L_i = Kesediaan pengunjung membayar objek wisata yang di tawarkan
(bernilai 1 apabila bersedia, bernilai 0 apabila tidak bersedia).

β_0 = Konstanta

$\beta_1.. \beta_6$ = Koefisien regresi

X_1 = Jenis Kelamin (bernilai 1 jika pria, bernilai 0 jika wanita)

X_2 = Waktu yang di habiskan di lokasi (jam)

X_3 = Tingkat pendidikan (tahun)

X_4 = Jarak tempat tinggal (km)

X_5 = Tingkat pendapatan (Rp/bulan)

\square = Error

Hipotesa yang digunakan adalah jenis kelamin, waktu yang dihabiskan di lokasi, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan bernilai positif karena variabel tersebut diduga akan menambah peluang responden untuk bersedia membayar.

3.3.2 Estimasi Nilai WTP Pengunjung

Menurut Hanley dan Spash (1993) tahap-tahap menentukan WTP dengan menggunakan CVM adalah:

1. Membuat pasar hipotesis

Skenario yang diperoleh pada penelitian ini :

Pihak pengelola objek wisata Water Boon Tunjungan rencananya pada tahun 2019 akan melakukan pengembangan terhadap objek wisata, dimana akan ada penambahan wahana kereta wisata dan akan ada taman burung. Adanya penambahan terhadap objek wisata ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap wahana wisata yang tersedia di Water Boom Tunjungan. *Apakah saudara tertarik terhadap tambahan wahana wisata tersebut? Apakah saudara bersedia membayar untuk tambahan wahana wisata baru tersebut? Berapa nilai harga tiket yang bersedia anda bayarkan untuk wahana wisata tersebut?*

2. Mendapatkan penawaran besarnya nilai kesediaan membayar

Untuk memperoleh nilai WTP dari responden dengan cara *bidding game*, yaitu dengan responden diberi pertanyaan mengenai keinginannya membayar hingga memperoleh nilai maksimum yang akan dibayarkannya.

3. Memperkirakan nilai rata-rata kesediaan membayar

Nilai rata-rata WTP dihitung menggunakan rumus :

$$EWTP = \frac{\sum_{i=1}^n WTP_i}{n}$$

Keterangan :

EWTP = Dugaan rata-rata WTP (Rp)

WTP_i = Nilai WTP ke-i (Rp)

n = Jumlah responden (orang)

i = Responden ke-i yang bersedia membayar (i = 1, 2, ..., n)

4. Memperkirakan kurva WTP

Sebuah kurva diperkirakan melalui faktor-faktor yang mempengaruhi sebagai variabel bebas dan nilai WTP sebagai variabel terikat. Kurva WTP juga dapat digunakan untuk memperkirakan perubahan nilai WTP karena terjadinya kemungkinan perubahan dalam jumlah variabel bebas yang berhubungan dengan kondisi lingkungan.

Variabel bebas yang mempengaruhi yaitu Jenis Kelamin (X_1), Waktu yang dihabiskan di lokasi (X_2), Tingkat pendidikan (X_3), Jarak tempat tinggal (X_4), Tingkat pendapatan (X_5). Antara variabel terikat dan variabel bebas dapat berkorelasi linier melalui bentuk persamaan umum sebagai berikut :

$$WTP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$$

Keterangan :

WTP = Nilai WTP pengunjung (Rp)

X_1 = Jenis Kelamin (bernilai 1 apabila pria, bernilai 0 apabila wanita)

X_2 = Waktu yang di habiskan di lokasi (jam)

- X_3 = Tingkat pendidikan (tahun)
 X_4 = Jarak tempat tinggal (km)
 X_5 = Tingkat pendapatan (Rp/bulan)

5. Menjumlahkan data kesediaan membayar

Setelah memperkirakan nilai rata-rata WTP maka selanjutnya dapat diperkirakan menghitung nilai total WTP dari responden dengan menggunakan rumus :

$$TWTP = \sum_{i=1}^n WTP_i \left(\frac{n_i}{N}\right) P$$

Keterangan :

TWTP = Total WTP

WTP_i = WTP individu sampel ke- i

n_i = Jumlah sampel ke-i yang bersedia membayar sebesar WTP

P = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

I = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

6. Evaluasi penggunaan CVM

Tahap ini melakukan penilaian terhadap hingga sejauh mana keberhasilan pengaplikasian dalam penggunaan CVM. Evaluasi penggunaan CVM dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2) melalui analisis regresi.

3.3.3 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besarnya Nilai WTP

Pengunjung Objek Wisata Waterboom Tunjungan

- **Analisis Regresi Linier Berganda**

Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi besarnya nilai WTP diolah menggunakan model regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda menyangkut studi mengenai hubungan antara satu variabel yang disebut variabel tak bebas atau variabel yang dijelaskan dan satu atau lebih variabel lain yang disebut variabel bebas atau variabel penjelas (Gujarati, 2006)

Fungsi persamaan yang digunakan untuk mencari besarnya nilai WTP yang akan dibayarkan oleh responden dipengaruhi oleh beberapa hal, dimana fungsi persamaannya adalah :

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$$

Kemudian persamaan diatas diubah ke dalam bentuk linear berganda sehingga menjadi,

$$\ln WTP = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 \ln X_4 + \beta_5 \ln X_5 + \epsilon$$

Keterangan :

WTP = Nilai WTP yang ingin dibayarkan (Rp)

β_0 = Konstanta

$\beta_1.. \beta_6$ = Koefisien regresi

X_1 = Jenis Kelamin (bernilai 1 jika pria, bernilai 0 jika wanita)

X_2 = Waktu yang di habiskan di lokasi (jam)

- X_3 = Tingkat pendidikan (tahun)
 X_4 = Jarak tempat tinggal (km)
 X_5 = Tingkat pendapatan (Rp/bulan)
 \square = Error

3.3.4 Uji Hipotesis

3.3.4.1 Uji *Likelihood Ratio*

Menguji secara keseluruhan apakah model logit dapat menjelaskan keputusan pilihan kualitatif (Y) (Juanda, 2009).

$H_0: \beta_2 = \beta_3 = \beta_k = 0$ (model tidak dapat menguraikan secara jelas)

H_1 : minimal ada $\beta_j \neq 0$ untuk $j= 2,3,\dots,k$ (model dapat menguraikan secara jelas)

likelihood ratio merupakan rasio fungsi kemungkinan model_{UR} (lengkap) terhadap fungsi kemungkinan model_R (H_0 benar).

3.3.4.2 Uji z

Uji z adalah hasil sample dapat digunakan untuk mengevaluasi signifikan tidaknya variabel bebas terhadap variabel terikat. Keputusan untuk menolak atau menerima H_0 dibuat menurut nilai uji *z-statistic* yang didapat melalui data. (Widarjono, 2013).

3.3.4.3 Uji t Koefisien Regresi Individual

Uji t adalah suatu prosedur yang mana hasil sample dapat digunakan untuk verifikasi kebenaran atau kesalahan hipotesis nol (H_0) dari data sampel. Keputusan

untuk menerima atau menolak H_0 dibuat menurut nilai uji statistik yang diperoleh dari data. (Widarjono, 2013)

Prosedur uji t koefisien regresi parsial pada regresi berganda sama seperti prosedur uji koefisien regresi sederhana. Uji t dari dua variabel bebas dengan estimator β_0 dan β_2 , langkah uji t sebagai berikut :

1) Membuat hipotesis melalui uji satu sisi atau dua sisi

a) Uji hipotesis positif satu sisi

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

b) Uji hipotesis negatif satu sisi

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 < 0$$

c) Uji dua sisi

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$



2) Mengulangi langkah awal tersebut untuk $\beta_2 \beta_3 \dots \beta_n$

3) Menghitung nilai t hitung β_1 dan β_2 dengan mencari besar nilai t kritis dari tabel distribusi t. Nilai t hitung dicari menggunakan formula sebagai berikut :

$$t = \frac{\beta_1 - \beta_{1*}}{se(\beta_1)}$$

Dimana β_{1*} merupakan nilai pada hipotesis nol

- 4) Perbandingan antara nilai t hitung dan t kritisnya dari tabel. Keputusan menolak atau gagal menolak H_0 sebagai berikut :
- Apabila nilai t hitung $>$ nilai t kritis, atau Probabilitas $< \alpha$ maka H_0 ditolak atau gagal menolak H_a
 - Apabila nilai t hitung $<$ nilai t kritis, atau Probabilitas $> \alpha$ maka H_0 gagal menolak

3.3.4.4 Uji F (Uji Gabungan Koefisien Regresi)

Uji F digunakan untuk menguji apakah koefisien regresi β_1 dan β_2 secara bersamaan atau menyeluruh berpengaruh terhadap variabel dependen, uji F dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Membuat hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$$

$$H_a : \text{paling tidak satu dari } \beta_k \neq 0$$

$$k = 1, 2, 3, \dots, k$$

- Memperoleh nilai F hitung dengan formula di bawah ini :

$$F = R^2 / (k - 1) \frac{1}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah observasi (jumlah sampel)

k = jumlah parameter (jumlah variabel bebas)

3) Keputusan menolak atau menerima (H_0) sebagai berikut :

- a) Apabila $F_{hitung} > F_{kritis}$, atau $F_{Prob} < \alpha$ maka menolak H_0
- b) Apabila $F_{hitung} < F_{kritis}$, atau $F_{Prob} > \alpha$ maka gagal menolak H_0

3.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui beberapa persen variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel-variabel independen.

Persamaan untuk menghitung R^2 adalah :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Keterangan :

ESS (*explained sum of squares*) = jumlah kuadrat yang dijelaskan

TSS (*total sum of squares*) = jumlah total kuadrat

R^2 terletak di antara 0 dan 1, jika $R^2 = 1$ maka garis regresi tepat pada seluruh data Y maka ESS sama dengan TSS, sedangkan jika $R^2 = 0$ garis regresi tepat pada rata-rata nilai Y maka ESS sama dengan 0. Dapat dijelaskan, variasi terikat Y yang dapat diuraikan dengan jelas oleh variabel-variabel bebas X yang sebesar 100% digunakan model regresi. Jika $R^2 = 0$ berarti tidak ada variasi dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen X. nilai dari koefisien determinasi $0 \leq R^2 \leq 1$. mendekati 1 lebih baik garis regresinya, sedangkan jika mendekati 0 maka kurang baik regresinya.

3.3.6 Odds Ratio

Menurut Gujarati (2003) *odds ratio* merupakan rasio peluang kejadian sukses dengan kejadian tidak sukses dari variabel respon. *Odds ratio* merupakan interpretasi sebuah peluang.

3.3.7 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Model regresi berganda mempunyai satu diantara asumsi yang menggunakan metode OLS berupa tidak ada hubungan linier antara variabel bebas. Adanya hubungan antara variabel bebas dalam satu regresi disebut dengan multikolinearitas (Widarjono, 2013). Multikolinearitas dapat dilihat dari OLS, simpangan baku, dalam uji F, dan langsung terlihat pada output regresi berganda dapat diperoleh melalui nilai VIF, yakni apabila nilai $VIF > 10$ maka memperoleh masalah multikolinearitas

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Mirza, D.S., (2012) uji heteroskedastisitas bermaksud untuk menguji apakah pada model regresi terjadi perbedaan varian dari residual antar satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut Homoskedastisitas, dan apabila berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas pada metode OLS dapat diuji melalui *White-test*. Apabila nilai $Obs \cdot R\text{-square}$ lebih besar dari chi square maka ditetapkan terdapat heteroskedastisitas, cara menghilangkannya dapat dilakukan dengan menggunakan metode GLS (*Generalized Least Square*). Apabila terdapat masalah heteroskedastisitas maka nilai $R\text{-squared}$ dari *cross-section weight* tersebut akan lebih besar dari *no weighting*. Jika model mengalami masalah ini, maka dengan metode *cross section weighting* tersebut masalah sudah teratasi (Santoso, 2007).

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan yang lain. Menggunakan uji *Lagrange Multiplier* (LM). Penentuan ada tidaknya masalah autokorelasi dapat dilihat dari nilai probabilitas *chi-square*. Apabila nilai probabilitasnya lebih besar dari derajat kepercayaan tertentu (α) maka menerima H_0 . Artinya model tidak mengandung unsur autokorelasi. Sebaliknya apabila nilai probabilitas lebih kecil dari nilai α , maka menolak H_0 berarti ada masalah autokorelasi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan objek wisata Water Boom Tunjungan yang berada di wilayah Desa Tunjungan Kecamatan Sambungmacan Kabupaten Sragen. Water Boom Tunjungan adalah salah satu objek wisata buatan di Sragen yang baru di resmikan pada bulan Maret 2018. Water Boom Tunjungan memiliki lahan luas serta diantaranya terdapat lapangan parkir yang luas, 3 buah kolam renang dengan ukuran kedalaman $\frac{1}{2}$ m, 1 m serta 1,75-2 m, lapangan futsal air, *family slide*, *body slide*, *ban slide*, *adrenaline slide*, mushola serta panggung hiburan dengan biaya tiket masuk yang sangat terjangkau.

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang berkunjung ke tempat wisata Water Boom Tunjungan. Karakteristik responden sangat penting untuk dijadikan tolak ukur suatu penelitian di lapangan untuk menjadi sumber penelitian.

Berikut merupakan informasi data responden yang berkunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan.

1) Jenis kelamin

Jenis kelamin adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi permintaan kesediaan membayar akan suatu barang, jenis kelamin yang berbeda akan berbeda pula kesediannya untuk membayar suatu barang yang diinginkan. Hal tersebut dapat

menentukan tempat wisata mana yang ingin dikunjungi dan bersedia berapa besar membayar pada pengembangan wahana suatu objek wisata, maka dari itu jenis kelamin pengunjung secara tidak langsung dapat mempengaruhi besarnya kesediaan membayar pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan. Jenis kelamin para pengunjung bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1

Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Peresentase (%)
1	Laki-laki	27	45%
2	Perempuan	33	55%
Jumlah		60	100%

Sumber : data primer diolah 2018

Dilihat dari tabel 4.1 bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 33 orang atau sebesar 55%.

2) Waktu yang dihabiskan di Lokasi

Waktu yang dihabiskan dilokasi dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan untuk kesediaan membayarnya terhadap pengembangan wahana objek wisata. Semakin lama seseorang menghabiskan waktu di lokasi, maka akan semakin tertarik untuk menikmati beberapa wahana dan menyetujui adanya perkembangan tersebut. Maka dari itu waktu yang dihabiskan di lokasi dapat mempengaruhi besarnya kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

Tabel 4.2**Identitas Responden Menurut Waktu yang dihabiskan dilokasi**

No	Waktu yang dihabiskan di lokasi (jam)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1 – 1.9	1	2%
2	2 – 2.9	17	28%
3	3 – 3.9	22	37%
4	4 – 4.9	13	21%
5	5 – 6	7	11%
	Jumlah	60	100%

Sumber : data primer diolah 2018

Dilihat dari Tabel 4.2 bahwa Waktu yang dihabiskan di lokasi objek wisata di kelompokkan menjadi 5 bagian, pertama waktu kunjungan 1-1,9 jam berjumlah 1 orang, kedua waktu kunjungan 2-2,9 jam berjumlah 17 orang, ketiga waktu kunjungan 3-3,9 jam berjumlah 22 orang, keempat waktu kunjungan 4-4,9 jam berjumlah 13 orang, dan waktu kunjungan 5-6 jam berjumlah 7 orang. Maka, sebagian besar responden menghabiskan waktu dilokasi selama 3-3,9 jam atau sebesar 37%.

3) Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan adalah salah satu faktor pengunjung dalam menentukan perjalanan wisata, serta terhadap adanya pengembangan pada objek wisata. Maka dari itu tingkat pendidikan dapat mempengaruhi besarnya kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan. Tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.3

Tingkat pendidikan Responden

No	Tingkat pendidikan (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	6	1	2%
2	9	13	22%
3	10	2	3%
4	11	1	2%
5	12	19	32%
6	15	6	10%
7	16	18	30%
	Jumlah	60	100%

Sumber : data primer diolah 2018

Tingkat pendidikan responden bervariasi mulai dari tingkat sekolah Dasar (SD) sampai bergelar sarjana (S1). Dilihat dari tabel bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan selama 12 tahun atau tingkat SMA/SLTA/MA sederajat yang berjumlah 19 orang atau sebesar 32%.

4) Jarak Tempat Tinggal

Jarak tempat tinggal merupakan penentu para pengunjung untuk melakukan wisata, akan tetapi tempat wisata yang menarik juga menjadi tolak ukur para pengunjung. Maka dari itu jarak tempat tinggal dapat mempengaruhi besarnya kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan. Jarak tempat tinggal dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4
Jarak yang di tempuh Responden
Dari tempat tinggal ke Water Boom Tunjungan

No	Jarak tempat tinggal (km)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	0 – 9.9	26	43%
2	10 – 19.9	19	32%
3	20 – 29.9	9	15%
4	30 – 39.9	4	7%
5	40 – 50	2	3%
	Jumlah	60	100%
Minimum = 0.1			
Maksimum = 50			

Sumber : data primer diolah 2018

Dilihat dari Tabel 4.4 bahwa sebagian besar jarak yang ditempuh responden dari tempat tinggal ke Water Boom Tunjungan sejauh dengan kisaran 0-9,9 kilometer yang berjumlah 26 orang atau sebesar 43%.

5) Tingkat Pendapatan per Bulan Responden

Tingkat pendapatan akan mempengaruhi seseorang untuk melakukan permintaan suatu barang, begitu juga kunjungan wisata dengan objek wisata yang menarik. Maka dari itu tingkat pendapatan per bulan responden dapat mempengaruhi besarnya kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan. Tingkat pendapatan per bulan dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.5
Tingkat pendapatan per bulan responden

No	Tingkat pendapatan (Rp)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	500.000 – 1.499.999	7	12%
2	1.500.000 – 2.499.999	27	45%
3	2.500.000 – 3.499.999	14	23%
4	3.500.000 – 4.499.999	10	17%
5	> 4.500.000	2	3%
	Jumlah	60	100%
Minimum = 500.000			
Maksimum = 5000.000			

Sumber : data primer diolah 2018

Dilihat dari tabel bahwa sebagian besar tingkat pendapatan per bulan responden berkisar Rp 1.500.000 sampai Rp 2.499.999 yang berjumlah 27 orang atau sebesar 45%.

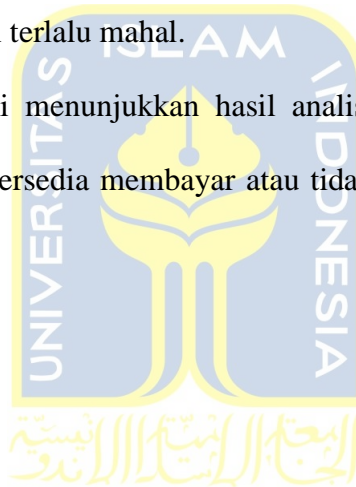
4.3 Hasil dan Analisis

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya nilai WTP pengunjung objek wisata waterboom tunjungan.

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar pengunjung objek wisata Water Boom Tunjungan yang diperoleh menggunakan analisis regresi logit, dengan variabel terikat (*dependent*) adalah kesediaan membayar karena adanya tambahan wahana baru. Apabila responden bersedia untuk membayar diantaranya diberi nilai satu (1) sementara responden yang tidak bersedia membayar diberi nilai nol (0).

Variabel bebas (*independent*) yang diperkirakan mempengaruhi variabel terikat (*dependent*) yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin bernilai satu (1) untuk laki-laki dan bernilai nol (0) untuk perempuan, waktu yang dihabiskan di lokasi kunjungan, tingkat pendidikan, jarak tempat tinggal, dan tingkat pendapatan melalui hasil wawancara menggunakan kuesioner dengan 60 responden didapat 39 orang responden yang bersedia membayar untuk penambahan wahana kereta wisata dan taman burung sementara sisanya 21 orang responden tidak bersedia membayar dengan alasan terlalu mahal.

Data dibawah ini menunjukkan hasil analisis regresi logit untuk peluang responden antara yang bersedia membayar atau tidak bersedia membayar tambahan wahana baru.



4.3.1 Analisis Regresi Logit

Tabel 4.6

Hasil Regresi Logit

Dependent Variabel: Y
 Method: ML – Binary Logit (Newton-Raphson / Marquardt steps)
 Date: 11/15/18 Time: 14:32
 Sample: 1 60
 Included observations: 60
 Convergence achieved after 9 iterations
 Coefficient covariance computed using observed Hessian

Variabel	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-28.71279	12.69194	-2.262286	0.0237
X1	2.564642	1.362549	1.882239	0.0598
X2	3.160912	1.368273	2.310148	0.0209
X3	2.133282	1.019415	2.092653	0.0364
X4	0.094802	0.092546	1.024385	0.3057
X5	-3.69E-06	1.99E-06	-1.855534	0.0635
McFadden R-squared	0.653737	Mean dependent var	0.650000	
S.D. dependent var	0.480995	S.E. of regression	0.278074	
Akaike info criterion	0.648374	Sum squared resid	4.175572	
Schwarz criterion	0.857808	Log likelihood	-13.45122	
Hannan-Quinn criter.	0.730295	Deviance	26.90244	
Restr. Deviance	77.69360	Restr. Log likelihood	-38.84680	
LR statistic	50.79116	Avg. log likelihood	-0.224187	
Prob(LR statistic)	0.000000			
Obs with Dep=0	21	Total obs	60	
Obs with Dep=1	39			

Sumber : Data Olahan Eviews10

4.3.1.1 Uji Loglikelihood Ratio (LR)

Dilihat dari hasil estimasi regresi logit nilai atau probabilitas LR 48isbandin menunjukkan nilai probabilitas (LR 48isbandin) yaitu $0.000000 < 0.05$ (α 5%) maka menolak H_0 dan berpengaruh signifikan sehingga modelnya

layak artinya variabel jenis kelamin pengunjung, waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan, tingkat pendidikan, jarak tempat tinggal dan tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan secara bersama-sama mampu menjelaskan kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

4.3.1.2 McFadden R-squared (R^2_{McF})

Untuk menghitung persentase dari variasi total variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh model regresi, McFadden R-squared (R^2_{McF}) sebesar 0.653737 yang artinya bahwa variabel kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan di pengaruhi oleh variabel jenis kelamin pengunjung, waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan, tingkat pendidikan, jarak tempat tinggal dan tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan sebesar 65,37% dan sisanya sebesar 34,63% di pengaruhi variabel lain dengan asumsi variabel diluar model.

4.3.1.3 Uji Signifikansi dengan Uji Z

1) Uji z-statistik jenis kelamin pengunjung Water Boom Tunjungan (X1)

Variabel jenis kelamin pengunjung Water Boom Tunjungan (X1) menunjukkan nilai probabilitas jenis kelamin pengunjung yaitu $0.0598 < 0.1$ maka menolak H_0 . Jadi jenis kelamin pengunjung objek wisata Water Boom Tunjungan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kesediaan

membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

- 2) Uji z-statistik waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan (X2)

Variabel waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan (X2) menunjukkan nilai probabilitas waktu yang dihabiskan dilokasi pengunjung yaitu $0.0209 < 0.05$ maka menolak H_0 . Jadi waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

- 3) Uji z-statistik tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan (X3)

Variabel tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan (X3) menunjukkan nilai probabilitas tingkat pendidikan pengunjung yaitu $0.0364 < 0.05$ maka menolak H_0 . Jadi tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

- 4) Uji z-statistik jarak tempat tinggal pengunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan (X4)

Variabel jarak tempat tinggal pengunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan (X4) menunjukkan nilai probabilitas jarak tempat tinggal pengunjung yaitu $0.3057 > 0.05$ maka menerima H_0 . Jadi jarak tempat tinggal pengunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

- 5) Uji z-statistik tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan (X5)

Variabel tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan (X5) menunjukkan nilai probabilitas tingkat pendapatan pengunjung yaitu $0.0635 < 0.1$ maka menolak H_0 . Jadi tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan (X5) berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

4.3.2 Odds Ratio

Tabel 4.7

Hasil *odds ratio*

Analisis regresi logit

Variabel	Koefisien	<i>Odds ratio</i>
C	-28.71279	3.38995E-13
X1	2.564642	12.99600497
X2	3.160912	23.59210212
X3	2.133282	8.442529774
X4	0.094802	1.099441144
X5	-3.69E-06	0.99999631

Sumber : data, diolah 2018

- Variabel Jenis kelamin (X1) adalah data kualitatif ini dimana 1 untuk laki-laki dan 0 untuk perempuan sehingga nilai *odds ratio* sebesar 13, dapat diartikan kemungkinan kesediaan membayar untuk pengunjung laki-laki lebih tinggi daripada perempuan sebesar 13 kali dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- Variabel Waktu yang dihabiskan di lokasi (X2), nilai *odds ratio* dari X2 adalah sebesar 23,6 dapat diartikan semakin lama waktu yang dihabiskan di lokasi maka semakin tinggi kesediaan membayar terhadap adanya penambahan wahana 23,6 kali dibanding yang hanya singkat menghabiskan waktu di lokasi dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- Variabel Tingkat pendidikan (X3), nilai *odds ratio* dari X3 adalah sebesar 8,44 dapat diartikan setiap kenaikan jumlah tahun belajar seseorang maka

semakin tinggi kesediaan membayar terhadap adanya penambahan wahana 8,44 kali dibanding seseorang yang berpendidikan rendah dengan asumsi variabel lainnya tetap.

- Variabel Jarak tempat tinggal (X_4), diketahui dari hasil probabilitas jarak tempat tinggal pengunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.
- Variabel Tingkat pendapatan (X_5), nilai *odds ratio* dari X_5 adalah sebesar 1 dapat diartikan setiap kenaikan pendapatan 1 rupiah seseorang maka kemungkinan semakin tinggi kesediaan membayar terhadap adanya penambahan wahana 1 kali dibanding seseorang yang memiliki pendapatan lebih rendah dengan asumsi variabel lainnya tetap.

4.3.3 *Contingent Valuation Method (CVM)*

Pendekatan CVM pada penelitian ini diperoleh guna menganalisis WTP responden pengunjung Objek Wisata Water Boom Tunjungan terhadap tiket yang akan ditetapkan oleh pihak Water Boom Tunjungan karena adanya tambahan beberapa wahana baru.

Langkah-langkah hasil pelaksanaan CVM adalah sebagai berikut:

1. Membuat Pasar Hipotesis

Semua responden disebarkan informasi tentang adanya rencana penambahan wahana baru di Water Boom Tunjungan, seperti adanya penambahan wahana

kereta wisata dan taman burung oleh pihak pengelola, adanya penambahan wahana diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dalam berwisata. Pihak pengelola Water Boom Tunjungan telah menetapkan harga tiket yang akan diberlakukan untuk wahana yang akan dibangun tersebut.

2. Mendapatkan penawaran besarnya nilai kesediaan membayar

Nilai penawaran yang dilakukan untuk mendapatkan nilai kesediaan membayar responden adalah dengan menggunakan metode *bidding game* atau metode tawar menawar, yakni suatu metode yang disarankan pada responden melalui jumlah yang semakin tinggi dari nilai awal (*starting point*) sehingga responden memperoleh nilai kesediaan membayar maksimum. Penawaran ini dilakukan untuk mencari tahu nilai WTP kereta wisata dan WTP taman burung yang bersedia dibayarkan responden.

3. Memperkirakan nilai rata-rata kesediaan membayar

Perkiraan nilai rata-rata responden didapat melalui rasio jumlah total responden yang bersedia membayar. Nilai yang bersedia dibayarkan pengunjung untuk penambahan wahana kereta wisata dan taman burung sebagai berikut.

Tabel 4.8

Distribusi nilai WTP pengunjung Water Boom Tunjungan

No	WTP (Rupiah)	Jumlah Responden (Orang)	WTP X Jumlah Responden
1	15.000	20	300.000
2	20.000	14	280.000
3	25.000	10	250.000
4	27.000	6	162.000
5	30.000	5	150.000
6	32.000	2	64.000
7	35.000	2	70.000
8	37.000	1	37.000
Total		60	1.313.000
Rata-rata		= 1.313.000 / 60	21.883,33

Sumber : data primer diolah 2018

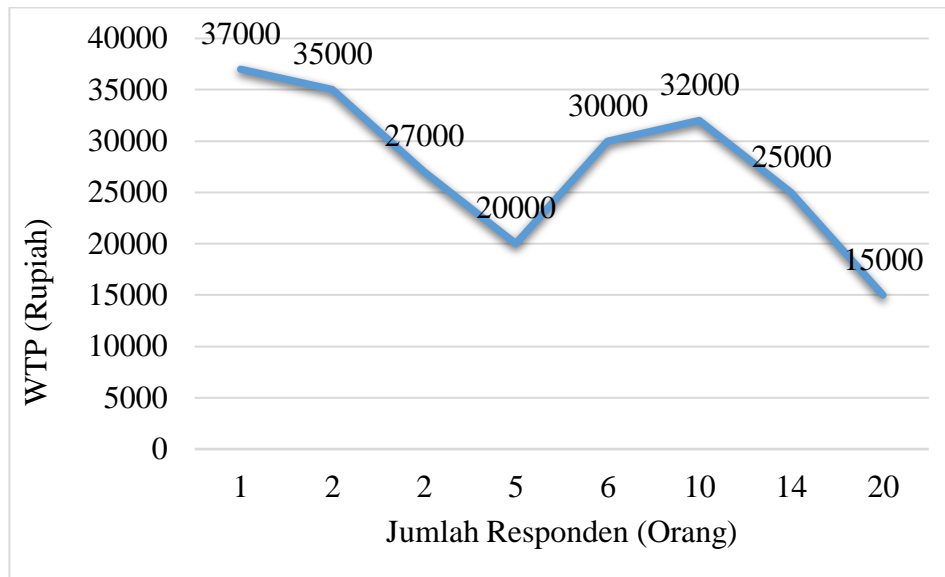
Berdasarkan tabel 4.8 di peroleh nilai rata-rata WTP kereta wisata dan WTP taman burung yang bersedia dibayarkan responden sebesar Rp21.883,33.

4. Memperkirakan kurva WTP

Dugaan kurva WTP responden di dapat melalui jumlah keseluruhan dari jumlah responden yang menjawab nilai kesediaan membayar. Setiap individunya memiliki tingkat nilai kesediaan membayar yang berbeda. Kurva yang menggambarkan penawaran WTP dapat di lihat pada gambar 4.1 berikut.

Gambar 4.1

Kurva WTP



5. Menjumlahkan data

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata WTP berikut didapat nilai total WTP (TWTP) melalui cara nilai rata-rata WTP dikalikan dengan jumlah populasi pengunjung. Nilai TWTP untuk wahana kereta wisata dan taman burung adalah $\text{Rp}21.883,33 \times 986.708 = \text{Rp}21.592.131.164$ dengan asumsi estimasi pengunjung pada jumlah penduduk Kabupaten Sragen sebesar 986.708 orang.

6. Evaluasi penggunaan CVM

Menurut dari hasil analisis berganda, nilai R^2 untuk penambahan wahana kereta wisata dan taman burung sebesar 80,3 persen. Objek wisata Water Boom Tunjungan merupakan objek wisata *outdoor* namun dalam suasana lingkungan yang tertutup.

4.3.4 Analisis Regresi Berganda

4.3.4.1 Uji MWD

Metode yang digunakan untuk mengetahui model mana yang baik digunakan untuk data ini apakah model linear atau log linear, bisa menggunakan metode formal yakni metode yang dikembangkan oleh Mackinnon, White, dan Davidson yang disingkat dengan metode MWD.

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$$

Keterangan :

WTP = Nilai WTP yang ingin dibayarkan (Rp)

β_0 = Konstanta

$\beta_1.. \beta_6$ = Koefisien regresi

X_1 = Jenis Kelamin (bernilai 1 jika pria, bernilai 0 jika wanita)

X_2 = Waktu yang di habiskan di lokasi (jam)

X_3 = Tingkat pendidikan (tahun)

X_4 = Jarak tempat tinggal (km)

X_5 = Tingkat pendapatan (Rp/bulan)

ϵ = Error

Adapun bentuk persamaan dari bentuk umum regresi berganda log linier dalam perumusan model sebagai berikut:

$$\text{Log}WTP = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \text{Log}\beta_2 X_2 + \text{Log}\beta_3 X_3 + \text{Log}\beta_4 X_4 + \text{Log}\beta_5 X_5 + \epsilon$$

Dimana Log adalah Logaritma

Tabel 4.9
Hasil Estimasi Uji MWD Model Linier

Dependent Variabel: WTP
Method: Least Squares
Date: 11/15/18 Time: 14:43
Sample: 1 60
Included observations: 31

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4867.562	1630.329	-2.985632	0.0064
X1	3470.330	684.7957	5.067687	0.0000
X2	1343.899	301.8984	4.451495	0.0002
X3	891.6265	174.4833	5.110097	0.0000
X4	61.97630	24.80842	2.498196	0.0197
X5	0.001006	0.000459	2.191068	0.0384
Z1	-2136.287	349.7501	-6.108038	0.0000
R-squared	0.958948	Mean dependent var	20580.65	
Adjusted R-squared	0.948685	S.D. dependent var	6571.525	
S.E. of regression	1488.637	Akaike info criterion	17.64479	
Sum squared resid	53184984	Schwarz criterion	17.96859	
Log likelihood	-266.4942	Hannan-Quinn criter.	17.75034	
F-statistic	93.43716	Durbin-Watson stat	0.846271	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Olahan Eviews10

Dari tabel diatas mengartikan bahwa nilai probabilitas Z1 sebesar 0.0000 berarti lebih kecil dari α yaitu $0.0000 < 5\% (\alpha)$ maka signifikan sehingga menolak H_0 , artinya model yang tepat yaitu model log linear.

Tabel 4.10**Hasil Estimasi Uji MWD Model Log Linear**

Dependent Variabel: LOG(WTP)

Method: Least Squares

Date: 11/15/18 Time: 14:45

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	9.416064	0.263283	35.76398	0.0000
X1	0.000901	0.011965	0.075262	0.9403
LOG(X2)	-0.020191	0.019373	-1.042250	0.3020
LOG(X3)	0.124017	0.040873	3.034179	0.0037
LOG(X4)	0.013348	0.004330	3.082998	0.0032
LOG(X5)	-0.048574	0.021271	-2.283631	0.0264
Z2	4.26E-05	1.58E-06	26.97396	0.0000
R-squared	0.986646	Mean dependent var	10.01745	
Adjusted R-squared	0.985134	S.D. dependent var	0.317656	
S.E. of regression	0.038730	Akaike info criterion	-3.555109	
Sum squared resid	0.079502	Schwarz criterion	-3.310768	
Log likelihood	113.6533	Hannan-Quinn criter.	-3.459534	
F-statistic	652.6424	Durbin-Watson stat	1.904754	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Olahan Eviews10

Dari tabel diatas mengartikan bahwa nilai probabilitas Z2 sebesar 0.0000 berarti lebih kecil dari α yaitu $0.0000 < 5\%$ (α) maka signifikan sehingga menolak H_0 , artinya model yang tepat adalah model linear.

Hasil dari uji MWD yang dilihat dari tabel Z1 dan Z2 mengartikan bahwa model yang tepat untuk penelitian ini adalah log linear.

Model Log Linear

Hasil uji penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan menerapkan penggunaan model log linier karena data penelitian ini mempunyai satuan yang berbeda sehingga penelitian ini harus disamakan satuannya menggunakan metode log linier agar hipotesis dari penelitian ini bisa terjawab dengan baik dan valid.

Tabel 4.11

Hasil Estimasi Model Log Linear

Dependent Variabel: LOG(WTP)				
Method: Least Squares				
Date: 11/15/18 Time: 14:37				
Sample: 1 60				
Included observations: 60				
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.386929	0.824317	6.535017	0.0000
X1	0.119400	0.042315	2.821689	0.0067
LOG(X2)	0.171933	0.068497	2.510061	0.0151
LOG(X3)	0.564445	0.142464	3.962020	0.0002
LOG(X4)	-0.002072	0.016318	-0.126986	0.8994
LOG(X5)	0.203945	0.072618	2.808467	0.0069
R-squared	0.803320	Mean dependent var	10.01745	
Adjusted R-squared	0.785109	S.D. dependent var	0.317656	
S.E. of regression	0.147254	Akaike info criterion	-0.898678	
Sum squared resid	1.170920	Schwarz criterion	-0.689243	
Log likelihood	32.96033	Hannan-Quinn criter.	-0.816756	
F-statistic	44.11150	Durbin-Watson stat	2.434758	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Olahan Eviews10

4.3.4.2 Uji t (Koefisien Regresi Individual)

1) Uji t-statistik jenis kelamin pengunjung Water Boom Tunjungan (X1)

Variabel jenis kelamin pengunjung Water Boom Tunjungan (X1) menunjukkan nilai uji t hitung $2.821689 > t$ tabel 1.67 ($\alpha 5\%$) atau dilihat dari nilai probabilitas jenis kelamin pengunjung yaitu $0.0067 < 0.05$ maka menolak H_0 . Jadi jenis kelamin pengunjung objek wisata Water Boom Tunjungan (X1) berpengaruh signifikan terhadap besarnya nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

2) Uji t-statistik waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan (X2)

Variabel waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan (X2) menunjukkan nilai uji t hitung $2.510061 > t$ tabel 1.67 ($\alpha 5\%$) atau dilihat dari nilai probabilitas waktu yang dihabiskan di lokasi oleh pengunjung yaitu $0.0151 < 0.05$ maka menolak H_0 . Jadi waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan (X2) berpengaruh signifikan terhadap besarnya nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

3) Uji t-statistik tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan (X3)

Variabel tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan (X3) menunjukkan nilai uji t hitung $3.962020 > t$ tabel 1.67 ($\alpha 5\%$) atau dilihat dari nilai probabilitas tingkat pendidikan pengunjung yaitu $0.0002 < 0.05$ maka menolak H_0 . Jadi tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan (X3) berpengaruh

signifikan terhadap besarnya nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

- 4) Uji t-statistik jarak tempat tinggal pengunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan (X4)

Variabel jarak tempat tinggal pengunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan (X4) menunjukkan nilai uji t hitung $-0.126986 < t$ tabel 1.67 (α 5%) atau dilihat dari nilai probabilitas jarak tempat tinggal pengunjung yaitu $0.8994 > 0.05$ maka menerima H_0 . Jadi jarak tempat tinggal pengunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap besarnya nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

- 5) Uji t-statistik tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan (X5)

Variabel tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan (X5) menunjukkan nilai uji t hitung $2.808467 > t$ tabel 1.67 (α 5%) atau dilihat dari nilai probabilitas tingkat pendapatan pengunjung yaitu $0.0069 < 0.05$ maka menolak H_0 . Jadi tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan (X5) berpengaruh signifikan terhadap besarnya nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

4.3.4.3 Uji F (Uji Gabungan Koefisien Regresi)

Uji F diperoleh untuk memperlihatkan secara sistematis keseluruhan koefisien regresi dan juga signifikan dalam menetapkan nilai variabel terikat (*dependent*).

Dilihat melalui hasil estimasi regresi log linear berganda, F-statistik menunjukkan nilai probabilitas (F-statistik) yaitu $0.000000 < 0.05$ (α 5%) maka menolak H_0 berarti variabel jenis kelamin pengunjung, waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan, tingkat pendidikan, jarak tempat tinggal dan tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap besarnya nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

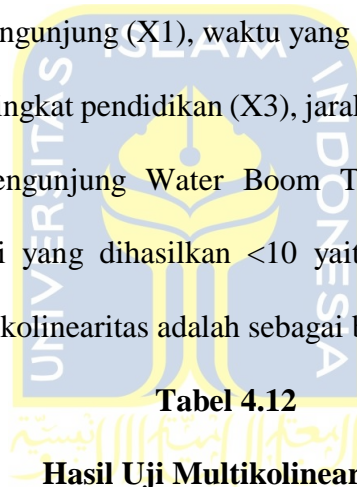
4.3.4.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menghitung persentase dari variasi total variabel terikat (*dependent*) yang dapat dijelaskan oleh model regresi. R-square (R^2) sebesar 0.803320 yang artinya bahwa variabel besarnya nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan di pengaruhi oleh variabel jenis kelamin pengunjung, waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan, tingkat pendidikan, jarak tempat tinggal dan tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan sebesar 80,33% dan sisanya sebesar 19,67% di pengaruhi variabel lain dengan asumsi variabel diluar model.

4.3.4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui adanya hubungan antar satu variabel independen dengan variabel lainnya maka dilakukan uji multikolinieritas. Pengujian dilakukan dengan olah data *views10*. Dapat dikatakan tidak memiliki hubungan multikolinieritas apabila nilai <10 . Nilai 10 merupakan batas ada dan tidaknya multikolinieritas. Kesimpulan yang di dapat dari tabel tidak adanya mutikolinieritas pada seluruh variabel jenis kelamin pengunjung (X1), waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan (X2), tingkat pendidikan (X3), jarak tempat tinggal (X4) dan tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan (X5). Hasil tersebut menyatakan bahwa nilai yang dihasilkan <10 yaitu batas nilai multikolinieritas. Ringkasan hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:



Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
X1	1.226255	Tidak ada Mulikolinieritas
LOG (X2)	1.503329	Tidak ada Mulikolinieritas
LOG (X3)	3.158484	Tidak ada Mulikolinieritas
LOG (X4)	1.076000	Tidak ada Mulikolinieritas
LOG (X5)	3.071128	Tidak ada Mulikolinieritas

Sumber : data olahan views10

Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.13

Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	1.550901	Prob. F(5,54)	0.1897
Obs*R-squared	7.534192	Prob. Chi-Square(5)	0.1838
Scaled explained SS	22.06426	Prob. Chi-Square(5)	0.0005

Sumber : data olahan eviews10

Dilihat dari nilai probabilitas chi-square sebesar $0.1838 > 0,05$ lebih besar dari α (5%) maka menerima H_0 berarti tidak terjadi signifikan, yang artinya dalam uji diatas tidak adanya heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4.14

Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	1.476651	Prob. F(2,52)	0.2378
Obs*R-squared	3.224523	Prob. Chi-Square(2)	0.1994

Sumber : data olahan eviews10

Dilihat melalui nilai probabilitas chi-square adalah sebesar $0.1994 > 0,05$ lebih besar dari α (5%) maka menerima H_0 berarti tidak terjadi signifikan, yang artinya dalam uji diatas tidak adanya autokorelasi.

4.3.5 Interpretasi Hasil Regresi

Hasil persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Jenis kelamin pengunjung Water Boom Tunjungan

Koefisien variabel jenis kelamin pengunjung Water Boom Tunjungan (X1) sebesar 0.119400. Artinya pengunjung yang berjenis kelamin laki-laki bersedia untuk membayar lebih besar nilai kesediaan membayar pada pengembangan wahana Water Boom Tunjungan sebesar 0.119400.

- Waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan

Koefisien variabel waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan (X2) sebesar 0.171933. Artinya jika terjadi tambahan 1% dari waktu yang dihabiskan pengunjung di Water Boom Tunjungan maka akan menaikkan besar nilai kesediaan membayar pada pengembangan wahana Water Boom Tunjungan sebesar 0.171933%.

- Tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan

Koefisien variabel tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan (X3) sebesar 0.564445. Artinya jika terjadi tambahan 1% dari tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan maka akan menaikkan besar nilai kesediaan membayar pada pengembangan wahana Water Boom Tunjungan sebesar 0.564445%.

- Jarak tempat tinggal pengunjung.

Variabel jarak tempat tinggal pengunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan (X4) menunjukkan nilai probabilitas jarak tempat tinggal pengunjung ke objek wisata Water Boom Tunjungan (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap besarnya nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan.

- Tingkat pendapatan per Bulan pengunjung Water Boom Tunjungan

Koefisien variabel tingkat pendidikan pengunjung Water Boom Tunjungan (X5) sebesar 0.203945. Artinya jika terjadi tambahan 1% dari tingkat pendapatan perbulan pengunjung Water Boom Tunjungan maka akan menaikkan besar nilai kesediaan membayar pada pengembangan wahana Water Boom Tunjungan sebesar 0.203945%.

4.3.6 Analisis dan Pembahasan

- **Analisis Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kesediaan Membayar**

Diketahui dari hasil estimasi yang diperoleh bahwa variabel jenis kelamin memiliki pengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar pengunjung terhadap pengembangan wahana Water Boom Tunjungan. Nilai koefisien jenis kelamin diketahui sebesar 0.119400 dan nilai probabilitas sebesar 0.0067, yang artinya pengunjung yang berjenis kelamin laki-laki bersedia untuk membayar lebih besar nilai kesediaan membayar pada pengembangan wahana Water Boom Tunjungan sebesar 0.119400. Hasil yang diperoleh sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan

oleh Hisan, dkk (2014) yang mana variabel jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap kesediaan pengunjung untuk membayar retribusi objek wisata di kota Banda Aceh.

- **Analisis Pengaruh Waktu yang dihabiskan di Lokasi terhadap Kesediaan Membayar**

Hasil estimasi yang diperoleh bahwa variabel waktu yang dihabiskan di lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar pengunjung terhadap pengembangan wahana Water Boom Tunjungan. Nilai koefisien waktu yang dihabiskan di lokasi diketahui sebesar 0.171933 dan nilai probabilitas sebesar 0.0151, yang dapat diartikan apabila terjadi kenaikan waktu yang dihabiskan di lokasi sebesar 1 persen akan meningkatkan besar nilai kesediaan membayar pada pengembangan wahana Water Boom Tunjungan sebesar 0.171933 persen. Hasil yang diperoleh sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fadhli (2013) yang mana variabel waktu yang dihabiskan di lokasi memiliki pengaruh terhadap nilai WTP pengunjung pada objek Wisata Kandis Sawahlunto Sumatera Barat.

- **Analisis Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Kesediaan Membayar**

Dari hasil estimasi yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap besar nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan. Nilai koefisien tingkat pendidikan diketahui sebesar 0.564445 dan nilai probabilitas sebesar 0.0002, yang dapat diartikan apabila terjadi kenaikan tingkat pendidikan sebesar 1 persen akan meningkatkan besar nilai kesediaan membayar pada

pengembangan wahana Water Boom Tunjungan sebesar 0.564445 persen. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aufanada, dkk (2018) bahwa variabel tingkat pendidikan secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk sayur organic di pasar modern Jakarta Selatan.

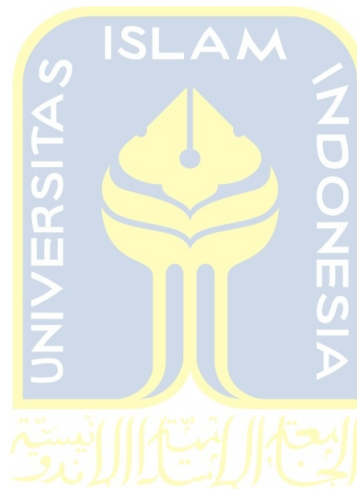
- **Analisis Pengaruh Jarak Tempat Tinggal terhadap Kesediaan Membayar**

Dari hasil estimasi diketahui bahwa variabel jarak tempat tinggal tidak berpengaruh signifikan terhadap besar nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan dengan nilai probabilitas sebesar 0.8994. Nilai $0.8994 > 0.05$ (α) sehingga jarak tempat tinggal tidak mempengaruhi besar nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan. Jarak tempat tinggal tidak memiliki pengaruh juga dikarenakan tingkat kenyamanan seseorang dalam melakukan rekreasi dengan banyaknya macam wahana yang tersedia di objek wisata. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Irham, dkk (2011) bahwa variabel jarak rumah petani ke hutan tidak berpengaruh terhadap besar kesediaan membayar (WTP) petani di lokasi penelitian untuk perbaikan lingkungan.

- **Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Kesediaan Membayar**

Hasil estimasi yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel tingkat pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap besar nilai kesediaan membayar pengunjung pada pengembangan wahana objek wisata Water Boom Tunjungan. Nilai koefisien tingkat pendidikan diketahui sebesar 0.203945 dan nilai

probabilitas sebesar 0.0069, yang dapat diartikan apabila terjadi kenaikan tingkat pendapatan sebesar 1 persen akan meningkatkan besar nilai kesediaan membayar pada pengembangan wahana Water Boom Tunjungan sebesar 0.203945 persen. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pipin, dkk (2017) bahwa variabel pendapatan mempengaruhi nilai WTP pada ekowisata taman nasional Gunung Rinjani.



BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Menurut dari hasil dan pembahasan penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Total responden yang diwawancarai berjumlah 60 orang, mayoritas pengunjung objek wisata Water Boom Tunjungan adalah berjenis kelamin perempuan, dengan mayoritas waktu yang dihabiskan di lokasi tersebut sekitar 3 jam, dimana untuk menghabiskan waktu tersebut terbilang sangat efektif untuk berwisata dengan tidak terlalu singkat maupun lama dalam berwisata dan menikmati waktu bersama keluarga, kebanyakan pengunjung yang datang memiliki tingkat pendidikan lulusan SMA/SLTA/MA sederajat. Mayoritas pengunjung memiliki jarak antara tempat tinggal dengan objek wisata Water Boom Tunjungan sejauh antara 0-9,9 km. Serta tingkat pendapatan per bulan pengunjung sebagian besar berkisar Rp 1.500.000 sampai Rp 2.499.999.
2. Variabel yang mempengaruhi kesediaan membayar (WTP) terhadap adanya pengembangan wahana pada objek wisata Water Boom Tunjungan adalah jenis kelamin, waktu yang dihabiskan di lokasi, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan. Hasil data wawancara diketahui bahwa dari 60 orang responden terdapat 39 responden bersedia membayar dan 21 orang responden tidak bersedia

membayar dengan adanya penambahan wahana kereta wisata dan taman burung di Water Boom Tunjungan.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya nilai kesediaan membayar (WTP) terhadap penambahan wahana kereta wisata dan taman burung adalah jenis kelamin, waktu yang dihabiskan di lokasi, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan. Variabel jarak tempat tinggal tidak berpengaruh untuk kesediaan membayar (WTP) dalam penambahan kedua wahana tersebut.
4. Nilai koefisien determinasi R-square (R^2) sebesar 0.803320 yang berarti besarnya kesediaan membayar (WTP) pengunjung objek wisata Water Boom Tunjungan secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variasi dari kelima variabel independen yaitu jenis kelamin pengunjung, waktu yang dihabiskan di lokasi Water Boom Tunjungan, tingkat pendidikan pengunjung, jarak tempat tinggal pengunjung, dan tingkat pendapatan perbulan pengunjung sebesar 80,33%.
5. Nilai rata-rata WTP adanya penambahan wahana kereta wisata dan taman burung sebesar Rp21.883,33 dengan nilai Total WTP (TWTP) Rp21.592.131.164. Nilai rata-rata WTP pengunjung yang diperoleh dalam kedua wahana tersebut lebih rendah dari rencana harga tiket yang hendak ditentukan oleh pihak pengelola yakni sebesar Rp22.000.

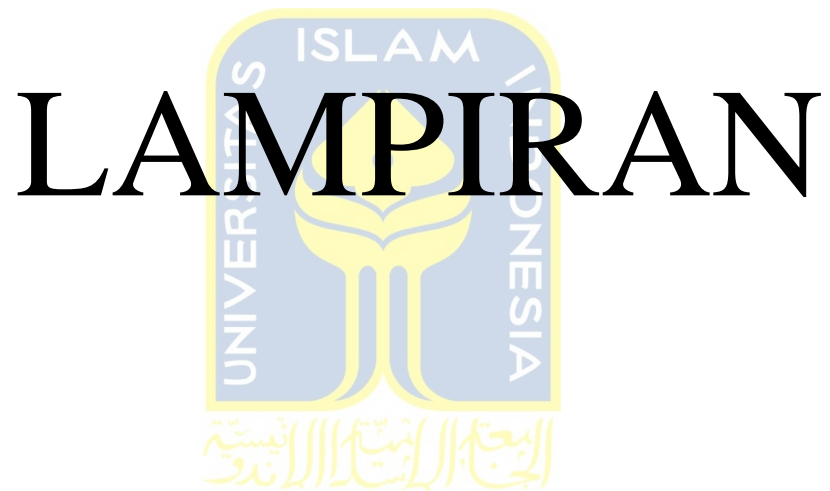
5.2 Implikasi

1. Besar nilai kesedian membayar (WTP) pengunjung bisa digunakan sebagai acuan pada pihak pengelola untuk menetapkan harga tiket dengan adanya wahana baru yang akan di rencanakan dan di bangun.
2. Berdasarkan hasil penelitian, nilai rata-rata WTP pengunjung lebih rendah dibandingkan dari rencana pengelola, oleh karena itu pengelola Water Boom Tunjungan harus meningkatkan partisipasi aktif dari pengunjung untuk mengenal kawasan Water Boom. Dimana kesediaan membayar pengunjung tersebut tidak hanya digunakan untuk penambahan wahana tetapi juga untuk peningkatan kualitas fasilitas umum seperti lahan parkir, mushola, kantin, dan ruang *fitness*.
3. Perlu pendekatan kepada masyarakat sekitar ataupun masyarakat luas dalam upaya pengembangan wahana pada Water Boom Tunjungan. Salah satunya melalui kegiatan promosi melalui media cetak, radio, sosial media, ataupun iklan di televisi lokal agar tertarik dan pengunjung akan semakin ramai.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Fauzi (2010), *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Amalia (2017), “Valuasi Ekonomi Candi Borobudur Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method (Studi Kasus : Wisatawan Mancanegara Dan Wisatawan Nusantara)”, Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Aufanada, V dkk (2017), *Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik Di Pasar Modern Jakarta Selatan*. *AGRARIS Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. 3(2): 1 - 18.
- Damanik J dan Weber H.F (2006), *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Andi, Yogyakarta.
- Gujarati D. N (2006), *Dasar – Dasar Ekonometrika Edisi Ketiga Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Hanley, N dan C. L. Spash (1993), *Cost-Benefit Analysis and Environmental*. Edward Elgar Publishing England.
- Hardiyani Puspita Sari, Lilies Setiartiti (2015), *Willingness To Pay Perbaikan Kualitas Pelayanan Kereta Api*. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*. 16(2): 200-209.
- Hisan dkk (2014), *Analisis Kesediaan Pengunjung untuk Membayar Retribusi Objek Wisata Di Kota Banda Aceh*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*. 2(1): 50 – 59.
- Irwan Ridwan Rahim dkk (2017), *Studi Kemauan Membayar (Willingness To Pay) Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Elektronik Di Kota Makassar*. *Jurnal JPE*. 19(3): 1 - 11.
- Juanda B. (2009), *Ekonometrika : Pemodelan dan Pendugaan*. IPB Press, Bogor.
- Lombote, Stefanus C. 2015. *Peranan Pemerintah Daerah dalam Mengembangkan Objek Wisata Pulau Mahoro Kabupaten Sitaro*. *Jurnal Eksekutif*. 1(4): 41 – 47.

- Manurung, Adler Haymans (2012), *Teori Investasi : Konsep dan Empiris*. PT Adler Manurung Press, Jakarta.
- Muhammad Irfan Rosyadi dkk (2016), *Willingness To Pay Rumah Tangga Dalam Membayar Biaya Pendidikan Menengah Unggulan di Kota Malang*. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*. 8(2): 153 - 167.
- Muljadi, A.J dan Warman, Andri (2016), *Kepariwisata dan Perjalanan*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Nugroho, P. S. (2012), “Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Glagah dengan Pendekatan (*Travel Cost*) di Desa Glagah Kecamatan Temon Kabupaten Kulon Progo” Skripsi Sarjana, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Pipin Noviati Sadikin dkk (2017), *Analisis Willingness-To-Pay pada Ekowisata Taman Nasional Gunung Rinjani*. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*. 14(1): 31-46.
- Putri I. (2017), “Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Willingness To Pay* Pengunjung Telaga Ngebel untuk Pelestarian Objek Wisata Alam di Kota Ponorogo Pendekatan *Contingent Valuation Method*” Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Selfia Ladiyance, Lia Yuliana. (2014), *Variabel-Variabel yang Memengaruhi Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Masyarakat Bidaracina Jatinegara Jakarta Timur*. *Jurnal Ilmiah WIDYA*. 2(2): 41 – 47.
- Siti Maryam Nasution dkk. (2015), *Analisis Willingness To Pay Masyarakat terhadap Mata Air Aek Arnga di Desa Sibanggor Tonga, Kecamatan Puncak Sorik Marapi, Kabupaten Mandailing Natal*. *Peronema Forestry Science Journal*. 4(4): 1 – 10.
- Spillane, J. J. (2004), *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius, Yogyakarta.
- Suwantoro, Gamal. (2004), *Dasar-dasar Pariwisata*. Andi, Yogyakarta.
- Widarjono, A. (2013), *Edisi Keempat Ekonometrika pengantar dan aplikasinya disertai Panduan Eviews*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Yakin, A. (1997), *Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan: Teori dan Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan*. CV. Akademika Presindo, Jakarta.



I. Data Willingness To Pay Pengunjung Water Boom Tunjungan

No	WTP	L_i	X1	X2	X3	X4	X5
1	32000	1	1	5	16	50	3000000
2	25000	1	0	4	12	1.5	2000000
3	15000	0	0	2	12	15	1500000
4	32000	1	0	4	15	10	3500000
5	35000	1	1	3	15	25	3200000
6	32000	1	1	4	16	1	3500000
7	25000	1	0	3	12	3	1500000
8	15000	0	0	4	9	3	800000
9	25000	1	0	3	12	20	2000000
10	25000	1	0	2.5	16	30	2800000
11	15000	0	0	2	10	2	1000000
12	15000	0	0	3	9	10	1500000
13	15000	0	0	3	9	10	1500000
14	15000	0	0	2	9	8	2000000
15	32000	1	0	4	16	30	3000000
16	30000	1	1	2	16	5	3500000
17	15000	0	0	3	16	15	4299000
18	25000	1	0	3	12	10	1800000
19	15000	0	0	2	9	5	1500000
20	30000	1	1	5	16	3	3000000
21	25000	1	1	3	12	0.1	2200000
22	15000	0	1	2	9	10	1500000
23	25000	1	1	4	16	10	2000000
24	15000	0	1	2	6	10	1500000

No	WTP	L_i	X1	X2	X3	X4	X5
25	30000	1	1	6	16	8	3000000
26	25000	1	1	4	12	5	2800000
27	15000	0	1	2	11	5	750000
28	37000	1	1	3	15	20	4000000
29	32000	1	1	6	16	25	4000000
30	25000	1	1	3	12	25	2000000
31	30000	1	1	3	12	25	2000000
32	25000	1	1	3	12	10	2000000
33	27000	1	1	2.5	12	15	2500000
34	20000	1	1	3	12	15	2000000
35	25000	1	1	3	12	16	2500000
36	35000	1	0	5	16	2	5000000
37	15000	0	0	2	9	0.5	1000000
38	20000	1	0	3	12	2	1750000
39	25000	1	0	4	15	1	2750000
40	15000	0	0	1	9	20	1500000
41	30000	1	1	5	16	50	3000000
42	25000	1	0	4	12	1.5	2000000
43	15000	0	0	2	12	15	1500000
44	32000	1	1	4	15	10	3500000
45	30000	1	1	3	15	25	3200000
46	32000	1	1	4	16	1	3500000
47	20000	1	0	3	12	3	1500000
48	15000	0	0	4	9	3	800000
49	20000	1	0	3	12	20	2000000
50	32000	1	0	2.5	16	30	2800000

No	WTP	L_i	X1	X2	X3	X4	X5
51	15000	0	0	2	10	2	1000000
52	15000	0	0	3	9	10	1500000
53	15000	0	0	3	9	10	1500000
54	15000	0	0	2	9	8	2000000
55	27000	1	0	4	16	30	3000000
56	25000	1	1	2	16	5	3500000
57	32000	0	1	3	16	15	4300000
58	20000	1	0	3	12	10	1800000
59	15000	0	0	2	9	5	1250000
60	32000	1	1	5	16	2	4750000

WTP = Nilai WTP yang ingin dibayarkan (Rp)

L_i = Kesiapan pengunjung membayar objek wisata yang di tawarkan
(bernilai 1 apabila bersedia, bernilai 0 apabila tidak bersedia).

X_1 = Jenis Kelamin (bernilai 1 jika pria, bernilai 0 jika wanita)

X_2 = Waktu yang di habiskan di lokasi (jam)

X_3 = Tingkat pendidikan (tahun)

X_4 = Jarak tempat tinggal (km)

X_5 = Tingkat pendapatan (Rp/bulan)

II. Estimasi Regresi Logit

Dependent Variabel: Y

Method: ML - Binary Logit (Newton-Raphson / Marquardt steps)

Date: 11/15/18 Time: 14:32

Sample: 1 60

Included observations: 60

Convergence achieved after 9 iterations

Coefficient covariance computed using observed Hessian

Variabel	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-28.71279	12.69194	-2.262286	0.0237
X1	2.564642	1.362549	1.882239	0.0598
X2	3.160912	1.368273	2.310148	0.0209
X3	2.133282	1.019415	2.092653	0.0364
X4	0.094802	0.092546	1.024385	0.3057
X5	-3.69E-06	1.99E-06	-1.855534	0.0635
McFadden R-squared	0.653737	Mean dependent var	0.650000	
S.D. dependent var	0.480995	S.E. of regression	0.278074	
Akaike info criterion	0.648374	Sum squared resid	4.175572	
Schwarz criterion	0.857808	Log likelihood	-13.45122	
Hannan-Quinn criter.	0.730295	Deviance	26.90244	
Restr. deviance	77.69360	Restr. log likelihood	-38.84680	
LR statistic	50.79116	Avg. log likelihood	-0.224187	
Prob(LR statistic)	0.000000			
Obs with Dep=0	21	Total obs	60	
Obs with Dep=1	39			

III. Estimasi Regresi Berganda

Dependent Variabel: WTP

Method: Least Squares

Date: 11/15/18 Time: 14:34

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	580.6215	2420.767	0.239850	0.8114
X1	2642.707	999.5685	2.643848	0.0107
X2	1047.317	519.0013	2.017946	0.0486
X3	1071.428	312.1986	3.431881	0.0012
X4	42.57677	43.19582	0.985669	0.3287
X5	0.001821	0.000807	2.254963	0.0282
R-squared	0.780847	Mean dependent var	23516.67	
Adjusted R-squared	0.760555	S.D. dependent var	7112.871	
S.E. of regression	3480.552	Akaike info criterion	19.24241	
Sum squared resid	6.54E+08	Schwarz criterion	19.45184	
Log likelihood	-571.2723	Hannan-Quinn criter.	19.32433	
F-statistic	38.48058	Durbin-Watson stat	2.431315	
Prob(F-statistic)	0.000000			

IV. Hasil Estimasi MWD Regresi Linear

Dependent Variabel: WTP

Method: Least Squares

Date: 11/15/18 Time: 14:34

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	580.6215	2420.767	0.239850	0.8114
X1	2642.707	999.5685	2.643848	0.0107
X2	1047.317	519.0013	2.017946	0.0486
X3	1071.428	312.1986	3.431881	0.0012
X4	42.57677	43.19582	0.985669	0.3287
X5	0.001821	0.000807	2.254963	0.0282
R-squared	0.780847	Mean dependent var	23516.67	
Adjusted R-squared	0.760555	S.D. dependent var	7112.871	
S.E. of regression	3480.552	Akaike info criterion	19.24241	
Sum squared resid	6.54E+08	Schwarz criterion	19.45184	
Log likelihood	-571.2723	Hannan-Quinn criter.	19.32433	
F-statistic	38.48058	Durbin-Watson stat	2.431315	
Prob(F-statistic)	0.000000			

V. Hasil Estimasi MWD Regresi Log Linear

Dependent Variabel: LOG(WTP)

Method: Least Squares

Date: 11/15/18 Time: 14:37

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.386929	0.824317	6.535017	0.0000
X1	0.119400	0.042315	2.821689	0.0067
LOG(X2)	0.171933	0.068497	2.510061	0.0151
LOG(X3)	0.564445	0.142464	3.962020	0.0002
LOG(X4)	-0.002072	0.016318	-0.126986	0.8994
LOG(X5)	0.203945	0.072618	2.808467	0.0069
R-squared	0.803320	Mean dependent var	10.01745	
Adjusted R-squared	0.785109	S.D. dependent var	0.317656	
S.E. of regression	0.147254	Akaike info criterion	-0.898678	
Sum squared resid	1.170920	Schwarz criterion	-0.689243	
Log likelihood	32.96033	Hannan-Quinn criter.	-0.816756	
F-statistic	44.11150	Durbin-Watson stat	2.434758	
Prob(F-statistic)	0.000000			

VI. Estimasi Regresi Linear Z1

Dependent Variabel: WTP

Method: Least Squares

Date: 11/15/18 Time: 14:43

Sample: 1 60

Included observations: 31

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4867.562	1630.329	-2.985632	0.0064
X1	3470.330	684.7957	5.067687	0.0000
X2	1343.899	301.8984	4.451495	0.0002
X3	891.6265	174.4833	5.110097	0.0000
X4	61.97630	24.80842	2.498196	0.0197
X5	0.001006	0.000459	2.191068	0.0384
Z1	-2136.287	349.7501	-6.108038	0.0000
R-squared	0.958948	Mean dependent var	20580.65	
Adjusted R-squared	0.948685	S.D. dependent var	6571.525	
S.E. of regression	1488.637	Akaike info criterion	17.64479	
Sum squared resid	53184984	Schwarz criterion	17.96859	
Log likelihood	-266.4942	Hannan-Quinn criter.	17.75034	
F-statistic	93.43716	Durbin-Watson stat	0.846271	
Prob(F-statistic)	0.000000			

VII. Estimasi Regresi Log Linier Z2

Dependent Variabel: LOG(WTP)

Method: Least Squares

Date: 11/15/18 Time: 14:45

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	9.416064	0.263283	35.76398	0.0000
X1	0.000901	0.011965	0.075262	0.9403
LOG(X2)	-0.020191	0.019373	-1.042250	0.3020
LOG(X3)	0.124017	0.040873	3.034179	0.0037
LOG(X4)	0.013348	0.004330	3.082998	0.0032
LOG(X5)	-0.048574	0.021271	-2.283631	0.0264
Z2	4.26E-05	1.58E-06	26.97396	0.0000
R-squared	0.986646	Mean dependent var	10.01745	
Adjusted R-squared	0.985134	S.D. dependent var	0.317656	
S.E. of regression	0.038730	Akaike info criterion	-3.555109	
Sum squared resid	0.079502	Schwarz criterion	-3.310768	
Log likelihood	113.6533	Hannan-Quinn criter.	-3.459534	
F-statistic	652.6424	Durbin-Watson stat	1.904754	
Prob(F-statistic)	0.000000			

VIII. Uji Multikolinearitas

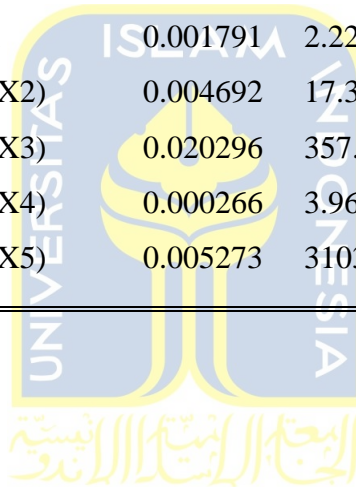
Variance Inflation Factors

Date: 02/04/19 Time: 11:26

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variabel	Coefficient		Centered
	Variance	Uncentered VIF	VIF
C	0.679499	1880.212	NA
X1	0.001791	2.229555	1.226255
LOG(X2)	0.004692	17.34357	1.503329
LOG(X3)	0.020296	357.5695	3.158484
LOG(X4)	0.000266	3.965725	1.076000
LOG(X5)	0.005273	3103.902	3.071128



IX. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	1.550901	Prob. F(5,54)	0.1897
Obs*R-squared	7.534192	Prob. Chi-Square(5)	0.1838
Scaled explained SS	22.06426	Prob. Chi-Square(5)	0.0005

Test Equation:

Dependent Variabel: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 11/16/18 Time: 07:32

Sample: 1 60

Included observations: 60

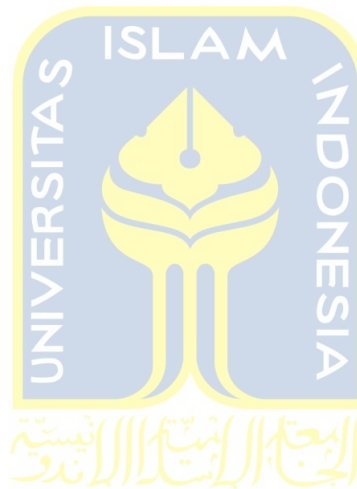
Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.453474	0.289564	-1.566060	0.1232
X1	-0.026772	0.014864	-1.801091	0.0773
LOG(X2)	-0.023931	0.024062	-0.994571	0.3244
LOG(X3)	0.026800	0.050044	0.535526	0.5945
LOG(X4)	0.004671	0.005732	0.814948	0.4187
LOG(X5)	0.029833	0.025509	1.169511	0.2473

R-squared	0.125570	Mean dependent var	0.019515
Adjusted R-squared	0.044604	S.D. dependent var	0.052921
S.E. of regression	0.051727	Akaike info criterion	-2.991040
Sum squared resid	0.144486	Schwarz criterion	-2.781605
Log likelihood	95.73119	Hannan-Quinn criter.	-2.909118
F-statistic	1.550901	Durbin-Watson stat	1.937699
Prob(F-statistic)	0.189737		

X. Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	1.476651	Prob. F(2,52)	0.2378
Obs*R-squared	3.224523	Prob. Chi-Square(2)	0.1994



XI. Daftar Pertanyaan Kuesioner untuk Responden

KUESIONER PENELITIAN

Nama :

Alamat :

Kuesioner ini digunakan sebagai bahan **skripsi** mengenai “*Willingness To Pay Pengunjung Terhadap Pengembangan Wahana Water Boom Tunjungan*”. Saya mohon partisipasi Saudara untuk mengisi kuesioner ini dengan teliti dan lengkap sehingga dapat menjadi data yang objektif. Informasi yang saudara berikan akan **dijamin kerahasiaannya, tidak untuk di publikasikan dan tidak untuk digunakan untuk kepentingan politis**. Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

A. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan*

*centang salah satunya

2. Pendidikan formal terakhir yang ditempuh saudara?

- a. SD Kelas : 1 2 3 4 5 6*
- b. SMP/Tsanawiyah Kelas : 1 2 3*
- c. SMA/SMK/Aliyah Kelas : 1 2 3*
- d. Perguruan Tinggi D1 D3 S1 S2*
- e. Tidak Sekolah

* beri tanda lingkaran \circ di salah satunya

3. Apakah jenis pekerjaan utama Saudara sehari-hari?
 - a. Petani (pemilik/penggarap)
 - b. PNS
 - c. Pedagang
 - d. Buruh Pabrik
 - e. Lainnya, _____
 4. Rata-rata pendapatan perbulan (dalam rupiah) saudara? Rp. _____
 5. Adakah pendapatan lain selain pekerjaan yang Saudara sebutkan di atas?
 - a. Ya, bekerja sebagai _____
 - b. Tidak
 6. Berapakah pendapatan per bulan yang saudara dapatkan dari pekerjaan sambilan tersebut?
Rp. _____
- B. Jarak Rumah dari Water Boom Tunjungan
1. Kira-kira, berapa jarak (meter/kilometer) antara rumah Saudara dengan Water Boom Tunjungan? _____
 2. Sarana transportasi apa yang saudara gunakan untuk menuju Water Boom Tunjungan?
 - a. Sepeda motor
 - b. Mobil
 - c. Bus
 - d. Kereta mini
 - e. Lainnya, _____
 3. Kira-kira berapa biaya transportasi yang saudara keluarkan untuk mencapai lokasi Water Boom Tunjungan?
Rp. _____

4. Bagaimakah menurut Saudara fasilitas Water Boom Tunjungan saat ini?

- a. Sangat Baik
- b. Cukup Baik
- c. Baik
- d. Buruk
- e. Sangat Buruk

C. Kesiediaan pengunjung untuk melakukan pembayaran terhadap pengembangan wahana Water Boom Tunjungan

Objek Wisata Water Boom Tunjungan saat ini telah memiliki beberapa wahana, namun dengan adanya rencana terhadap peningkatan fasilitas pengembangan wahana, diantaranya terdapat kereta wisata dan taman burung. Pengembangan wahana tersebut ditentukan berupa minat kesiediaan pengunjung untuk membayar tiket wahana.

1. Apakah Saudara setuju jika dilakukan suatu pengembangan wahana berupa kereta wisata dan taman burung di Water Boom Tunjungan?
 - a. Setuju
 - b. Tidak Setuju
2. Apakah Saudara bersedia untuk membayar pengembangan wahana yang ditawarkan?
 - a. Ya
 - b. Tidak, karena _____
3. Berapa besar pengeluaran (dalam rupiah) yang ingin dan bisa Saudara berikan untuk membayar wahana **kereta wisata**?
 - a. 5.000
 - b. 7.000
 - c. 10.000
 - d. Lainnya, _____

Berikan alasan mengapa Saudara memberikan kesiediaan membayar tersebut? _____

4. Berapa besar pengeluaran (dalam rupiah) yang ingin dan bisa Saudara berikan untuk membayar wahana **taman burung**?
- 7.000
 - 10.000
 - 12.000
 - Lainnya, _____

Berikan alasan mengapa Saudara memberikan kesediaan membayar tersebut?

5. Berapa besar pengeluaran (dalam rupiah) yang ingin dan bisa Saudara berikan untuk membayar wahana **kolam renang, kereta wisata, dan taman burung**?
- 25.000
 - 32.000
 - 37.000
 - Lainnya, _____
6. Berapa lama Saudara menghabiskan waktu selama berkunjung ke Water Boom Tunjungan? _____ Jam
7. Apakah Saudara ingin kembali berkunjung ke Water Boom Tunjungan?
- Ya
 - Tidak

Tanggal pengisian Kuisisioner :

Waktu pengisian Kuisisioner :

Tanda Tangan :