

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WTP
PENGUNJUNG OBJEK WISATA GUNUNG API PURBA
NGLANGGERAN MENGGUNAKAN CONTINGENT
VALUATION METHOD (CVM)**



Diajukan Oleh

Bella Syavira
20918005

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU EKONOMI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WTP
PENGUNJUNG OBJEK WISATA GUNUNG API PURBA
NGLANGGERAN MENGGUNAKAN CONTINGENT
VALUATION METHOD (CVM)**

Tesis S-2

Program Magister Ekonomi dan Keuangan



Diajukan Oleh

Bella Syavira
20918005

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU EKONOMI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bella Syavira

Nim : 20918005

Konsentrasi : Magister Ekonomi dan Keuangan Islam

Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Willingness To Pay* Pengunjung Objek Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran Menggunakan *Contingent Valuation Method*.

Menyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis menjadi acuan dalam penulisan ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 7 Oktober 2022



Bella Syavira
Nim : 20918005

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta, _____

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing

ace yhan
24/8 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Unggul Priyadi', is written over the printed name.

Dr. Unggul Priyadi, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Rabu tanggal 14 September 2022 Program Studi Ilmu Ekonomi Program Magister,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis
yang disusun oleh :

BELLA SYAVIRA

No. Mhs. : 20918005

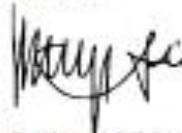
Konsentrasi : Ekonomi dan Keuangan Islam

Dengan Judul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WTP PENGUNJUNG OBJEK WISATA
GUNUNG API PURBA NGLANGGERAN MENGGUNAKAN CVM**

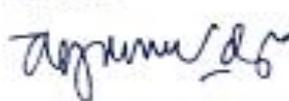
Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,
maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I



Dr. Unggul Priyadi, M.Si.

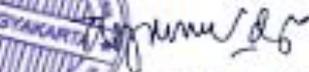
Penguji II



Prof. Drs. Agus Widarjono, MA., Ph.D.

Mengetahui

Ketua Program Studi,



Prof. Drs. Agus Widarjono, MA., Ph.D.



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Gondong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883037, 885376;
F. (0274) 882589
E. fecon@uii.ac.id
W. fecon.uui.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No. : 986/Ka.Div/10/Div.PP/VIII/2022

Bismillahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Bella Syavira**
Nomor Mahasiswa : **20918005**
Dosen Pembimbing : **Dr. Unggul Priyadi, M.Si.**
Program Studi : **Magister Ilmu Ekonomi**
Judul Karya Ilmiah : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi WTP
Pengunjung Objek Wisata Gunung Api Purba
Nglanggeran Menggunakan Contingent Valuation
Method (CVM)**
Nomor Hp : **082265445665**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **15% (Lima belas persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb

Yogyakarta, 29 Agustus 2022

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan



Basrah Hermawan, S.Si

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tesis ini. Sholawat dan salam selalu penulis haturkan kepada Nabi agung Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari jalan kebodohan menuju jalan pencerahan berfikir dan memberi inspirasi kepada penulis untuk tetap selalu semangat dalam belajar dan berkarya. Penelitian ini merupakan tugas akhir atau tesis pada Program Studi Magister Ekonomi dan Keuangan Islam, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata 2 (S2). Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Prof. Dr. Jaka Sriyana, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Drs. Achmad Tohirin, MA., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Dr. Unggul Priyadi, M.Si. selaku dosen pembimbing tesis yang telah membimbing dari awal proses dengan memberikan arahan, koreksi, evaluasi serta memberikan masukan demi terwujudnya penelitian ini hingga akhir dan tak pernah lelah memberikan motivasi, semangat dan doanya.
5. Seluruh Dosen Program Studi Magister Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan

Ekonomika, Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.

6. Seluruh pegawai dan staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak dan Ibu tercinta, Budi Yanto dan Nurlela atas segala kasih sayang, didikan, motivasi dan doa yang selalu kalian panjatkan selama hidupku.
8. Seseorang yang telah menjadi rumah kedua di kehidupanku Ari Kurnia Yusandi dan adik-adikku Vigel Bramestya dan Gella Saskia yang tersayang, terimakasih atas dukungan, dan keceriaan kalian sampai saat ini.
9. Seluruh teman-teman keluarga besar Magister Ekonomi Keuangan angkatan 21 yang telah membantu memberikan dorongan, motivasi dan ilmu selama menempuh studi.
10. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan tesis ini.

Semoga Allah SWT memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan rahmat dan kebaikan yang terbaik dariNya. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya.

Yogyakarta, 14 September 2022



Bella Syavira
NIM : 20918005

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Istilah Pariwisata	13
2.1.2 Jenis-jenis Pariwisata.....	14
2.1.3 Non-market Goods	18
2.1.4 Konsep Willingness to Pay.....	20
2.1.5 Valuasi Ekonomi.....	21
2.1.6 Teori Barang Publik.....	24
2.1.7 Contingent Valuation Method (CVM)	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Pengembangan Hipotesis	42
2.4.1 Tingkat Pendidikan	42
2.4.2 Biaya Rekreasi	43
2.4.3 Pendapatan.....	43
2.4.4 Frekuensi Kunjungan	44
2.4.5 Tingkat Usia	45
2.4.6 Jumlah Tanggungan.....	45

2.5 Hipotesis Penelitian	45
BAB III.....	47
METODE PENELITIAN	47
3.1. Populasi dan Sampel	47
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Peneliti	50
3.4 Metode Analisis Data	52
3.5 Analisis Statistik Deskriptif	54
3.6 Regresi Binary Logistik	55
3.6.1 Uji Ketepatan Klasifikasi	56
3.6.2 Uji Kesesuaian Model	57
3.6.2.1. Uji <i>Negelkerke R Square</i>	57
3.6.2.2. Uji Hosmer dan Lemeshow	57
3.6.3 Uji Signifikansi	58
3.6.3.1 Uji Signifikansi Simultan	58
3.6.3.2 Uji Signifikansi Parsial	58
BAB IV	60
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Pelaksanaan Penelitian	60
4.2 Karakteristik Objek Penelitian	61
4.2.1 Karakteristik Sosial Ekonomi	62
4.2.1.1 Jenis Kelamin dan Usia	62
4.2.1.2 Tingkat Pendidikan	62
4.2.1.3 Status Pekerjaan	62
4.2.1.4 Status Pernikahan	63
4.2.1.5 Pendapatan	63
4.2.1.6 Jumlah Tanggungan	64
4.2.2.1 Jumlah Frekuensi Kunjungan	64
4.2.2.2 Tujuan Kunjungan	64
4.2.3 Persepsi Respdnen Pengunjung Objek Wisata Gunung Api Purba	64
4.2.3.1 Tingkat Kelayakan	65

4.2.3.1.1 Tingkat Kelayakan Fasilitas Wisata.....	65
4.2.3.1.2 Tingkat Kelayakan Fasilitas Umum	65
4.2.3.1.3 Tingkat Kelayakan Fasilitas Keamanan	65
4.2.3.2 Tingkat Kinerja	66
4.2.3.2.1 Tingkat Kinerja Kondisi Lingkungan.....	66
4.2.3.2.2 Tingkat Kinerja Untuk Kebersihan Lingkungan.....	66
4.2.3.2.3 Tingkat Kinerja Untuk Keramahan Petugas dan Pengelola.....	66
4.2.3.3 Tingkat Kemudahan	67
4.2.3.3.1 Tingkat Kemudahan Untuk Mencapai Lokasi.....	67
4.2.3.3.2 Tingkat Kemudahan Untuk Mendapatkan Informasi.....	68
4.2.4 <i>Willingness To Pay</i> Terhadap Pelestarian Lingkungan Objek Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran	68
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	69
4.4 Hasil Regresi Uji Binary Logistik	72
4.4.1 Uji Ketetapan Klasifikasi.....	73
4.4.2 Uji Kesesuaian Model	74
4.4.2.1 Uji Negelkerke R Square	74
4.4.2.2 Uji Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test.....	74
4.4.3 Uji Signifikansi	75
4.4.3.1 Uji Signifikansi Simultan	75
4.4.3.2 Uji Signifikansi Parsial (<i>Parsial Test</i>)	76
4.4.3.2.1 Variabel Tingkat Pendidikan.....	77
4.4.3.2.2 Variabel Biaya Rekreasi	78
4.4.3.2.3 Variabel Pendapatan.....	78
4.4.3.2.4 Variabel Frekuensi Kunjungan	79
4.4.3.2.5 Variabel Usia.....	79
4.4.3.2.6 Variabel Jumlah Tanggungan.....	79
4.4.4 Pembahasan	80
4.4.4.1 Pengaruh tingkat pendidikan terhadap <i>willingness to pay</i> (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.....	80
4.4.4.2 Pengaruh biaya rekreasi terhadap <i>willingness to pay</i> (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.....	81

4.4.4.3 Pengaruh pendapatan terhadap <i>willingness to pay</i> (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.....	82
4.4.4.4 Pengaruh frekuensi Kunjungan terhadap <i>willingness to pay</i> (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran	84
4.4.4.5 Pengaruh usia terhadap <i>willingness to pay</i> (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran	84
4.4.4.6 Pengaruh jumlah tanggungan terhadap <i>willingness to pay</i> (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran	86
BAB V.....	88
KESIMPULANN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	93
Lampiran 2 Data Responden	102
Lampiran 3 Karakteristik Responden	106
Lampiran 4 Deskriptif Statistik Variabel.....	110
Lampiran 5 Analisis Regresi Logistik.....	110
5.1 Ketepatan Klasifikasi	110
5.2 Uji Kelayakan Model Regresi	110
5.3 Uji Keseluruhan Model.....	111
5.4 Koefisien Determinasi	112
5.4 Uji Simultan (Uji F).....	112
5.5 Uji Parsial (Uji t)	112
Lampiran 6 Dokumentasi.....	113
Lampiran 7 Surat Balasan Penelitian	118

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR PADA OBJEK WISATA GUNUNG API PURBA NGLANGGERAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Bella Syavira

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *willingness to pay* perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran di Daerah Istimewa Yogyakarta. Studi ini menggunakan data primer dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan pengumpulan sampel menggunakan teknik kombinasi antara metode *sampling accidental* dan *purposive sampling* dengan menggunakan pendekatan *contingent valuation method* (CVM). Alat analisis pada studi ini adalah menggunakan regresi biner logistik pada SPSS Versi 21.0 *for windows*. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah variabel tingkat pendidikan, biaya rekreasi, pendapatan, frekuensi kunjungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran sedangkan variabel usia dan jumlah tanggungan memiliki pengaruh negatif dan signifikan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,93 atau 93%. Kesiediaan membayar (*willingness to pay*) guna perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dapat ditunjukkan sebesar 93% dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, biaya rekreasi, pendapatan, frekuensi kunjungan, usia dan jumlah tanggungan sebesar 7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata kunci: *willingness to pay*, tingkat pendidikan, biaya rekreasi, pendapatan, frekuensi kunjungan, usia dan jumlah tanggungan.

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR PADA OBJEK WISATA GUNUNG API PURBA NGLANGGERAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Bella Syavira

ABSTRACT

This study aims to determine what factors affect willingness to pay for improving the environmental quality of the Nglanggeran Ancient Volcano tourism object in the Special Region of Yogyakarta. This study uses primary data with 100 respondents and sample collection using a combination of accidental and purposive sampling methods using the contingent valuation method (CVM) approach. The analytical tool in this study is to use binary logistic regression on SPSS Version 21.0 for windows. The results obtained in this study are the variables of education level, recreation costs, income, frequency of visits have a positive and significant influence on the willingness to pay for improving the quality of the environment at the Nglanggeran Ancient Volcano tourism object, while the variables of age and number of dependents have a significant and negative effect. In this study, it shows that the value of Nagelkerke R Square is 0.93 or 93%. Willingness to pay to improve the environmental quality of the Nglanggeran Ancient Volcano tourism object can be shown by 93% influenced by education level, recreation costs, income, frequency of visits, age and number of dependents of 7% explained by other variables outside the model.

Keywords: willingness to pay, education level, recreation costs, income, frequency of visits, age and number of dependents.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan dengan berbagai macam kekayaan sumber daya alam yang dimilikinya. Sumber daya alam yang dimiliki Indonesia seperti keberagaman potensi alam, flora, fauna, berbagai macam budaya, adat istiadat, kesenian serta beragam bahasa yang berbeda untuk setiap daerah yang dimiliki Indonesia. Banyaknya kekayaan yang dimiliki Indonesia dapat dinikmati dan diperkenalkan kepada wisatawan yang berasal dari daerah lain ataupun wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Sumberdaya alam yang dimiliki Indonesia dijelaskan di dalam Al-Qur'an surat Al-Furqon ayat 49 :

لِنُحْيِيَ بِهِ بَلْدَةً مَّيْتًا وَنُسْقِيَهُ مِمَّا خَلَقْنَا أَنْعَامًا وَأَنَاسِيَّ كَثِيرًا

Artinya : “ Agar (dengan air itu) kami menghidupkan negeri yang mati (tandus) dan kami memberi minum kepada sebagian apa yang telah kami ciptakan, berupa hewan ternak dan manusia yang banyak surat Al-Furqon ayat 49”.

Isi kandungan surat Al-Furqon ayat 49 adalah bahwasanya Allah SWT menghidupkan suatu negeri atau tanah yang sudah mati dengan air. Air tersebut bertujuan agar tumbuh menjadi tanaman atau flora, menghidupkan binatang-binatang ternak dan memberikan air untuk kebutuhan manusia. Tujuan Allah dalam ayat ini yaitu menjadikan negeri tersebut yang mati menjadi negeri yang melimpah dalam sumberdaya alam. Indonesia memiliki keanekaragaman alam yang dibagi

menjadi beberapa potensi, contohnya potensi alam, flora, fauna, adat istiadat bahasa juga kesenian yang dapat dilestarikan dan diperkenalkan kepada wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan di Indonesia dan banyak daerah yang memiliki potensi pariwisata. Menurut Nasrullah *et al.* (2020) pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah bertujuan untuk meningkatkan perekonomian daerah sekitar. Dengan demikian pengertian pariwisata secara umum adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang dari daerah asal menuju tujuan wisata untuk sementara waktu dan semata-mata untuk menikmati rekreasi yang beraneka ragam.

Menurut *World Tourism Organization* (WTO) atau organisasi pariwisata dunia dalam buku Nasrullah *et al.* (2020) dengan judul “Pemasaran Pariwisata : Konsep, Perencanaan dan Implementasi” dalam definisi pariwisata menjelaskan tiga karakteristik sebagai penciri aktivitas pariwisata yaitu pertama adanya unsur perpindahan manusia yang melakukan perjalanan dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. Kedua durasi maksimal perjalanan, bukan waktu minimal dan waktu perjalanan tidak lebih dari satu tahun. Ketiga tujuan perjalanan mengalami perluasan dengan berbagai ragam tujuan kunjungan bukan hanya sekedar berekreasi, mengunjungi sanak keluarga dan teman.

Pada tahun 2020 merupakan tonggak penting pengembangan pariwisata di Indonesia. pemerintah telah berkomitmen menetapkan pariwisata sebagai pilar utama perekonomian di Indonesia pada tahun 2020 yang ditandai dengan

pemerintahan semakin konsisten dan fokus pada pengembangan kepariwisataan. Namun hal ini tidak bisa berjalan dengan baik, belakangan ini dunia harus menghadapi suatu musibah internasional berupa pandemi Covid-19. Tidak ketinggalan Indonesia juga mengalami musibah tersebut dan masuk 10 besar Negara Asia dengan kasus tertinggi Covid. Kondisi pandemi Covid-19 ini berdampak serius bagi kehidupan masyarakat, baik dari sisi sosial, ekonomi, maupun budaya. Dampak tersebut secara signifikan menyebabkan meningkatnya jumlah pengangguran dan keluarga miskin di Indonesia. Hal itu karena banyaknya perusahaan yang terpaksa menutup usaha dan mem-PHK karyawan. Salah satu sektor yang paling merasakan dampaknya adalah sektor pariwisata.

Sektor pariwisata merupakan upaya pembangunan untuk menghasilkan devisa dan *income* yang tinggi bagi negara dan masyarakat, tidak berdampak buruk bagi lingkungan dan dirasakan langsung manfaatnya oleh masyarakat. Kepariwisataan dapat dijadikan sebagai salah satu kegiatan dalam menggalakan pembangunan perekonomian karena memberikan dampak terhadap perekonomian di negara yang dikunjungi wisatawan. Kedatangan wisatawan merupakan daya tarik bagi wisata berdampak pada masyarakat yaitu kemakmuran dan kesejahteraan bagi penduduk sekitar. Pariwisata juga berpengaruh terhadap perekonomian di suatu daerah atau negara tujuan wisata. Selain itu sektor pariwisata merupakan upaya pembangunan yang menghasilkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) bagi pemerintah.

Perkembangan sektor pariwisata di suatu daerah mengalami kenaikan yang sangat signifikan setelah terjadinya revolusi industri mendatangkan berbagai manfaat bagi pemerintah dalam hal pendapatan. Dengan adanya pariwisata,

pendapatan pemerintah yang berasal dari pajak, retribusi parkir dan tiket masuk dapat mendorong Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain itu juga dapat mendatangkan devisa yang berasal dari wisatawan asing. Dengan keberadaan pariwisata juga akan mampu memperluas kesempatan lapangan pekerjaan baik dalam hal perbaikan sarana dan prasarana ataupun dari segi sektor usaha lainnya. Seiring dengan bertambahnya pengetahuan akan manfaat pariwisata, bahwa sektor pariwisata itu sendiri dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi pemerintah jika dikelola dan dipelihara dengan baik. Untuk mencapai upaya tersebut maka perlu dilakukan kerjasama antara pemerintah daerah dengan pemerintah pusat dalam menjaga kelestarian sumberdaya alam (Khoirudin dan Khasanah, 2018). Berikut adalah tabel kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 di Indonesia :

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Bulan	Jumlah Wisatawan (orang)	
	2020	2021
Januari	1.290.411	137.230
Februari	872.765	115.765
Maret	486.155	130.933
April	158.066	125.001
Mei	161.842	152.604
Juni	156.561	137.247
Juli	155.742	135.438
Agustus	161.549	127.314
September	148.984	-
Oktober	152.293	-
November	144.476	-
Desember	164.079	-
Total	4.052.923	1.061.532

Sumber : Data diambil dari Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia
(<https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2021>)

Tabel 1.1 merupakan data kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2020 sampai dengan 2021 mengalami penurunan akibat suatu musibah internasional berupa pandemi Covid-19. Pertama, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan Januari sebanyak 1.290.411 orang dan mengalami penurunan pada tahun 2021 bulan Januari jumlah wisatawan sebanyak 137.230 orang. Kedua, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan Februari sebanyak 872.765 orang dan mengalami penurunan pada tahun 2021 bulan Februari sebanyak 115.765 orang. Ketiga, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan Maret sebanyak 486.155 orang dan mengalami penurunan pada tahun 2021 bulan Maret sebanyak 130.933 orang. Keempat, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan April sebanyak 158.066 orang dan mengalami penurunan pada tahun 2021 bulan April sebanyak 125.001 orang. Kelima, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan Mei sebanyak 161.842 orang dan mengalami penurunan pada tahun 2021 bulan Mei sebanyak 152.604 orang. Keenam, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan Juni sebanyak 156.561 orang dan mengalami penurunan pada tahun 2021 bulan Juni sebanyak 135.438 orang. Ketujuh, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan Juli sebanyak 155.742 orang dan mengalami penurunan pada tahun 2021 bulan Juli sebanyak 135.438 orang. Kedelapan, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan Agustus sebanyak 161.549 orang dan mengalami penurunan pada tahun 2021 bulan Agustus sebanyak 127.314 orang. Kesembilan, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan September sebanyak 148.984 orang dan pada tahun 2021 bulan September tidak ada wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Kesepuluh, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan Oktober sebanyak 152.293 orang dan pada tahun 2021 bulan Oktober tidak ada

wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Kesebelas, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan November sebanyak 144.476 orang dan pada tahun 2021 bulan November tidak ada wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Terakhir, jumlah wisatawan pada tahun 2020 bulan Desember sebanyak 164.079 orang dan pada tahun 2021 bulan Desember tidak ada wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Selanjutnya dapat dilihat total kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 4.052.923 orang dan total kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 1.061.532 orang.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sampai saat ini masih menempati urutan kedua sebagai daerah tujuan wisata utama di Indonesia setelah Bali dilihat dari kunjungan wisata ke Daerah Istimewa Yogyakarta yang meningkat. Meningkatnya kunjungan wisatawan di Indonesia merupakan peluang pasar yang sangat menjanjikan bagi pengembangan pariwisata. Salah satu bentuk wisata unggulan daerah yang sangat populer dikembangkan adalah desa wisata. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu daerah yang dianggap paling berhasil dalam mengembangkan desa wisata, terbukti pada tahun ini lebih dari 50 desa wisata yang resmi terdaftar di Dinas Pariwisata DIY (Dinas Pariwisata, 2020).

Kabupaten Gunung Kidul merupakan salah satu wilayah dengan perkembangan sektor pariwisata yang cukup baik. Kabupaten Gunung Kidul berada di Provinsi Jawa tengah dan berbatasan langsung dengan Samudra Hindia di sebelah Selatan, Kabupaten Bantul di sebelah Barat, Kabupaten Klaten di sebelah Utara dan Kabupaten Wonogiri di sebelah Timur. Kabupaten Gunung Kidul merupakan salah satu kabupaten yang memiliki cukup banyak destinasi wisata,

terutama wisata alam, wisata air, wisata edukasi, wisata religi, wisata kesenian, wisata kerajinan dan pusat oleh-oleh khas Gunung Kidul. Salah satu desa wisata di Kabupaten Gunung Kidul yang perkembangannya paling cepat adalah Desa Wisata Ngelanggeran.

Convolutional neural network (CNN) dalam websitenya (cnnindonesia.com) mengatakan bahwasanya desa wisata nglanggeran yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta masuk dalam nominasi terbaik sedunia dan terpilih mewakili Indonesia dalam ajang “Desa Wisata Terbaik atau *Best Tourism Village*” dalam organisasi dunia PBB (UNWTO). Desa wisata nglanggeran memiliki berbagai keunikan yang berpotensi menjadi suguhan wisata alam dan budaya, di antaranya Gunung Api Purba, Danau, hingga “Kampung Pitu” kampung yang hanya dihuni tujuh kepala keluarga. Selain itu dikawasan ini juga terdapat perkebunan pengelolaan coklat dari hulu sampai hilir atau mulai dari penanaman, pengelolaan hingga pemasaran dilakukan oleh warga sekitar. Berikut adalah data kunjungan Wisatawan Nusantara :

Tabel 1.2
Data Kunjungan Wisatawan Nusantara

Tahun	Wisatawan (Juta)	Pertumbuhan
2017	14,04	Naik 2,52%
2018	15,81	Naik 1,77%
2019	16,11	Naik 0,3%
2020	4,05	Turun 12,06%

Sumber : Badan Pusat Statistik (Access Time: October 18, 2021, 12:36 pm)

<https://www.bps.go.id/indicator/16/1189/1/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara.html>

Tabel 1.2 merupakan data kunjungan wisatawan nasional pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2021. Pada tahun 2017 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia mencapai 14,04 juta pengunjung dengan penambahan pengunjung

mencapai 2,52 persen. Lalu pada tahun 2018 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia mencapai 15,81 juta pengunjung dengan penambahan pengunjung mencapai 1,77 persen. Selanjutnya, pada tahun 2019 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia mencapai 16,11 juta pengunjung dengan penambahan pengunjung mencapai 0,3 persen. Dan yang terakhir pada tahun 2020 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia mencapai 4,05 juta pengunjung dengan mengalami penurunan drastis sebesar 12,06 persen. Pada tahun 2020 pengunjung wisatawan nasional mengalami penurunan yang amat drastis yang disebabkan karena pandemi Covid-19 dan salah satu sektor yang paling merasakan dampaknya adalah sektor pariwisata.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia Sandiaga Uno datang ke Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta pada 11 Oktober 2021 sebagai pengunjung pertama di Desa Wisata Nglanggeran yang sudah lama tutup selama pandemi Covid-19. Dalam tempo.com Yogyakarta mengatakan, Desa Wisata Nglanggeran pantas menyandang destinasi wisata terbaik. Bahkan sebelumnya masuk nominasi ajang *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) dalam upaya pengembangan pariwisata, desa ini meraih banyak penghargaan Nasional maupun Internasional. Salah satunya terpilih menjadi desa wisata berkelanjutan terbaik dalam kompetisi yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bersama 12 desa wisata lainnya di Indonesia.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan pengunjung untuk membayar dalam upaya melakukan perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran di Kabupaten Gunung

Kidul menggunakan metode *Contingent Valuation Method (CVM)*. *Contingent Valuation Method (CVM)* merupakan salah satu metodologi berdasarkan survei untuk mengestimasi besarnya penilaian masyarakat terhadap barang dan jasa serta kenyamanan. Secara hakiki, tujuan dari *Contingent Valuation Method (CVM)* adalah untuk mengetahui kerelaan membayar (*willingness to pay*) untuk perbaikan kualitas lingkungan (Hanley dan Spash dalam Fikri dan Rohmini, 2020).

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian Fikri dan Rohmini (2020) yang berjudul analisis *willingness to pay* pada Wisata Bukit Matang Kaladan Desa Tiwingan Lama Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kesediaan wisatawan untuk membayar (*willingness to pay*) di Wisata Bukit Matang kaladan dan untuk mengetahui apakah faktor pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan biaya perjalanan mempengaruhi *willingness to pay* Wisata Bukit Kaladan. Metode analisis yang digunakan adalah metode pendekatan WTP dan regresi. Sumber data yang adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuisisioner. Hasil dari perhitungan menggunakan metode pendekatan *willingness to pay* menunjukkan rata-rata kesediaan membayar sebesar Rp 11.260 dan variabel yang signifikan dalam penelitian ini yaitu pendidikan, pendapatan dan biaya perjalanan, sedangkan variabel jumlah anggota keluarga tidak signifikan terhadap *willingness to pay*.

Menurut Saptutyningsih dan Selviana (2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa dengan penelitian analisis Willingness to Pay (WTP) untuk jasa lingkungan ekowisata tempat rekreasi di Kabupaten Ciamis diharapkan dapat

memberikan kontribusi data tentang keinginan membayar masyarakat sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan pengambilan kebijakan. Selain itu, penelitian ini berfungsi untuk menggali informasi peran masyarakat pada pengelolaan jasa lingkungan yang mereka manfaatkan dan meningkatkan gaya hidup pedesaan untuk memimpin perubahan positif dalam distribusi pendapatan. Pemanfaatan ekowisata secara bijaksana dengan memperhatikan aspek kelestarian merupakan suatu keharusan agar tercipta lapangan kerja. Kebijakan yang tepat dan kerjasama dengan masyarakat akan menjadi sinergi yang harmonis dalam manajemen sumberdaya air.

Dalam upaya pengembangan objek wisata Gunung Api Purba Nganggeran di Kabupaten Gunung Kidul, di butuhkan adanya sinergi yang harmonis antara pemerintah, masyarakat dan lembaga terkait. Selanjutnya, upaya pengembangan wisata Gunung Api Purba Nglanggeran sangat penting untuk dilakukan agar keasrian gunung tersebut tetap terjaga, sehingga penulis mengambil judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran menggunakan *contingent valuation method*”.

1.2 Batasan Masalah

Dalam pelaksanaan penelitian, maka terlebih dahulu peneliti menentukan apa yang sebenarnya akan diteliti. Agar sasaran dalam penelitian tercapai, maka terdapat batasan masalah antara lain :

1. Berdasarkan penelitian ini, permasalahan yang akan dikaji hanya pada ruang lingkup di Kabupaten Gunung Kidul, yaitu pada Gunung Api Purba Nglanggeran.

2. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah :
 - a. Tingkat pendidikan
 - b. Biaya perjalanan
 - c. Pendapatan rata-rata
 - d. Frekuensi kunjungan
 - e. Tingkat usia
 - f. Jumlah tanggungan
3. Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah :

Willingness To Pay (WTP)

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian, maka peneliti menanyakan hal-hal berikut ini :

1. Berapakah nilai *willingness to pay* pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran?
2. Bagaimana karakteristik sosial – ekonomi pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran?
3. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi kesediaan pengunjung untuk membayar dalam upaya untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, peneliti memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis *willingness to pay* pengunjung dalam upaya untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.

2. Untuk menganalisis karakteristik sosial – ekonomi pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
3. Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesediaan pengunjung untuk membayar dalam upaya untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Agar dapat mengetahui manfaat dari teori *willingness to pay* (WTP) selama kuliah dengan keadaan dilapangan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Agar peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan penelitian ini dengan penelitian yang berhubungan dengan kesediaan membayar *willingness to pay* pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini semoga menyadarkan pemerintah akan pentingnya melestarikan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dengan meningkatkan kualitas dan perkembangan objek wisata.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian inii juga seharusnya menjadikan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga alam dan merawatnya agar tetap lestari.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Istilah Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sangsekerta yaitu “*pari*” yang berarti halus, maksud dari kata halus ini adalah memiliki tatakrma yang tinggi sedangkan “*wisata*” memiliki arti kunjungan atau suatu perjalanan untuk melihat, mendengar, menikmati dan mempelajari sesuatu. Jadi pariwisata berarti sesuatu yang menyuguhkan kunjungan secara bertatakrama dan berbudi. Definisi pariwisata secara luas adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan idup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperluan, yaitu :

- a. Harus bersifat sementara
- b. Harus bersifat sukarela, dalam arti tidak terjadi paksaan
- c. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran

Pengertian pariwisata menurut Spillane (1991) adalah perjalanan yang bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menikmati tugas, berziarah dan lain-lain. Selanjutnya, pengertian pariwisata menurut Bakaruddin (2009) adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun berkelompok untuk sementara waktu, dari suatu tempat ke tempat lain, dengan

maksud bukan berusaha dan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, akan tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam.

Pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka (Marpaung, 2002). Menurut undang-undang No. 10 tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Dari pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian pariwisata adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang secara berpindah-pindah dari suatu tempat ke tempat lain berulang-ulang untuk sementara waktu dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam bukan untuk mencari nafkah.

2.1.2 Jenis-jenis Pariwisata

Sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh setiap daerah, maka timbulah berbagai bentuk dan jenis pariwisata yang dapat digunakan untuk keperluan perencanaan dan pengembangan pariwisata suatu daerah. Seseorang yang melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah biasanya karena ingin sekedar untuk refreshing dan sekedar untuk berjalan-jalan. Selain itu, ada juga yang melakukan perjalanan wisata karena ada urusan bisnis ke suatu daerah, berikut jenis-jenis pariwisata menurut (Splillane, 1991):

1. Pariwisata untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi rasa ingin tahunya, untuk mengurangi ketegangan terhadap syarafnya, untuk melihat hal baru, menikmati keindahan alam dan mendapatkan ketenangan dan kedamaian di luar kota.

2. Pariwisata untuk Rekreasi (*recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

3. Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan karena adanya keinginan untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat daerah lain, selain itu untuk mengunjungi monument sejarah, peninggalan peradaban masa lalu, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau untuk ikut serta dalam festival-festival seni music, teater, tarian rakyat, dan lain-lain.

4. Pariwisata untuk Olahraga (*Sports Tourism*)

Jenis ini dapat dibagi dalam dua kategori yaitu yang pertama Big Sports Event, pariwisata yang dilakukan karena adanya pariwisata- pariwisata olahraga besar seperti Olympiade Games, World Cup, dan lain-lain. Kedua adalah Sporting Tourism of the Practitioner, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin

berlatih dan mempraktekan sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, dan lain-lain.

5. Pariwisata untuk Urusan Usaha Dagang (Business Tourism)

Peranan usaha ini adalah bentuk profesional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan.

6. Pariwisata untuk Berkonvensi (Convention Tourism)

Konvensi sering dihadiri oleh ratusan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau di negara penyelenggara.

a. Daerah Tujuan Wisata

Terdapat 5 unsur daerah tujuan yang dikunjungi wisatawan meliputi perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya (Nugroho, 2012) :

1) Objek dan daya Tarik wisata

Daya tarik wisata menjadi suatu pendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tempat tujuan wisata.

2) Prasarana wisata

Diperlukan adanya pembangunan prasarana yang baik dan memadai serta disesuaikan dengan lokasi serta kondisi objek wisata untuk menunjang kesiapan objek-objek wisata yang akan dikunjungi para wisatawan. Prasarana wisata seperti akses jalan yang baik dan memadai, adanya ketersediaan listrik, adanya ketersediaan air bersih, adanya telekomunikasi, adanya terminal, jembatan, dan lain sebagainya. Pembangunan prasarana juga akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang dapat meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri.

3) Sarana Wisata

Pengadaan sarana wisata dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang lengkap atau sama. Berbagai sarana wisata yang selayaknya disediakan pada tujuan wisata yaitu adanya hotel, adanya biro perjalanan, terjangkaunya alat transportasi dengan mudah, adanya restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya.

4) Infrastruktur

Infrastruktur merupakan hal sangat penting dalam suatu objek wisata, karena infrastruktur yang mendukung berfungsinya sarana dan prasarana dalam sebuah wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah dan di bawah tanah.

5) Masyarakat atau lingkungan

a) Masyarakat

Masyarakat adalah tempat tujuan wisata yang pertama kali akan menerima kedatangan dan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Oleh karena itu masyarakat sekitar perlu mengetahui jenis dan kualitas yang dibutuhkan oleh wisatawan, dengan cara membentuk komunitas masyarakat yang sadar wisata. Sebab dengan adanya komunitas tersebut akan membawa dampak positif bagi masyarakat karena mereka akan mendapat keuntungan dari para wisatawan yang membelanjakan uangnya.

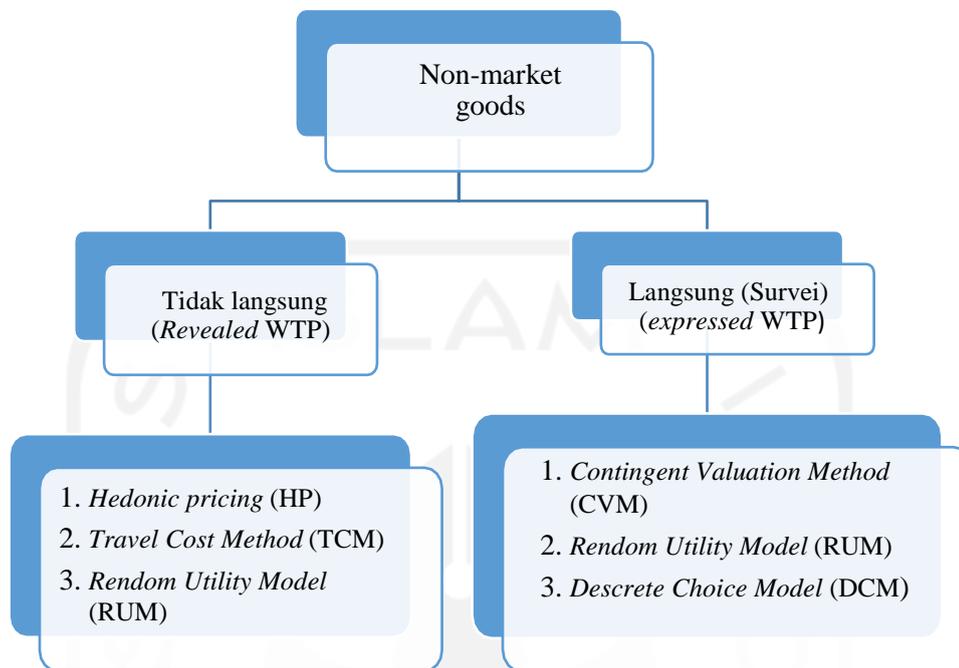
b) Lingkungan

Lingkungan alam sekitar obyek wisata juga harus tetap diperhatikan dan terjaga supaya tidak rusak dan tercemari oleh sampah. Kegiatan manusia

yang terus meningkat dari tahun ke tahun akan merusak ekosistem flora dan fauna disekitar obyek wisata. Oleh karena itu diperlukan adanya upaya menjaga kelestarian lingkungan melalui perarutan dalam pengelolaan obyek wisata alam.

2.1.3 Non-market Goods

Non market goods adalah sekelompok barang dan jasa yang jumlah atau kualitas barang tersebut tidak diperjual belikan di pasar. Artinya, *non-market goods* merupakan barang dan jasa yang tidak memiliki nilai moneter secara eksplisit dalam satuan mata uang atau tidak memiliki harga pasar. Adapun contoh *non-market goods* diantaranya adalah barang lingkungan, seperti udara bersih, populasi ikan, ataupun kesehatan. Dalam beberapa literatur disebutkan *non-market goods* seringkali diabaikan dan diberi bobot yang tidak tepat, padahal barang tersebut tergolong memberi manfaat yang cukup besar terhadap masyarakat, sehingga perlu identifikasi akan *non-market goods* agar dapat menempatkan nilai moneter pada barang tersebut. Teori valuasi untuk *non-market goods* merupakan perkembangan dari teori harga barang pasar neoklasik. Adapun metode valuasi ekonomi untuk *non-market goods* adalah dengan memperkirakan nilai moneter untuk *trade-off* yang dialami oleh seseorang atas kesediaanya membayar barang dan jasa yang tidak disebutkan dalam harga pasar. Sehingga untuk menetapkan nilai moneter pada valuasi ekonomi pada *non-market goods* dibagi atas dua pendekatan yaitu pendekatan langsung dan pendekatan tidak langsung.



Gambar 2.1

Hierarki Non-market Goods

Sumber : Fauzi (2010)

Secara umum teknik penilaian ekonomi terhadap barang atau jasa tidak memiliki pasar dapat digolongkan menjadi dua kategori menurut Fauzi (2010). Kategori yang pertama adalah teknik penilaian dengan mengandalkan harga mutlak, dimana *Willingness To Pay* (WTP) terungkap melalui model yang dikembangkan. Teknik tersebut dinamai dengan revealed preference techniques. Dalam revealed preference techniques peninjauan dilakukan secara cermat terhadap individu dan mencari kaitannya dengan pilihan individu dan nilai ekonomi dari sumber daya tersebut. *Travel Cost Method* (TCM), *Hedonic Pricing* (HP), dan *Random Utility Model* (RUM) masuk kedalam kategori revealed preference techniques. Kategori yang kedua adalah teknik penilaian yang didasarkan pada survei (*stated preference techniques*) dimana *willingness to pay* (WTP) diperoleh secara langsung dari responden. Stated preference techniques lebih mengandalkan kecenderungan yang

diungkapkan atau nilai yang diberikan oleh individu. Teknik yang termasuk kategori ini adalah *Contingent Valuation Method (CVM)*, *Random Utility Model (RUM)* dan *Discrete Choice Model (DCM)*.

2.1.4 Konsep Willingness to Pay

Secara umum, pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya disebut dengan nilai ekonomi. Konsep ini disebut dengan willingness to pay seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Willingness to Pay merupakan jumlah maksimum yang rela dibayarkan oleh seseorang untuk memperoleh kualitas pelayanan yang baik. Menggunakan pengukuran ini, nilai ekologis ekosistem dapat “diterjemahkan” ke dalam bahasa ekonomi dengan mengukur nilai moneter barang dan jasa. Konsep willingness to pay sebenarnya adalah harga di tingkat konsumen dimana merefleksikan nilai barang atau jasa serta pengorbanan untuk mendapatkannya (Sanjaya dan Saptutyingsih, 2019).

Willingness to Pay juga disebut sebagai harga maksimum yang konsumen rela bayarkan terhadap barang dan jasa serta mengukur nilai yang ingin konsumen bayarkan terhadap barang dan jasa, dengan kata lain dapat diartikan untuk mengukur manfaat marjinal dari konsumen (Sanjaya dan Saptutyingsih, 2019). Berdasarkan grafis, willingness to pay terletak di bawah area kurva permintaan. Surplus konsumen adalah perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh konsumen untuk barang dan jasa dengan kesediaan untuk membayar. Surplus konsumen timbul dikarenakan konsumen menerima kelebihan dari yang dibayarkan dan

kelebihan ini berakar pada hukum utilitas marjinal yang semakin menurun. Manfaat yang diperoleh konsumen karena dapat membeli semua unit barang atau jasa pada tingkat harga rendah yang sama dapat dicerminkan oleh surplus konsumen (Saptutyningsih dan Selviana, 2017).

Willingness To Pay merupakan kerelaan masyarakat untuk menerima beban pembayaran sesuai dengan beban yang ditetapkan. WTP penting untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan kekuasaan monopoli yang dimiliki perusahaan dalam penyediaan produk berkualitas dan harga (Grace dan Njo, 2014).

2.1.5 Valuasi Ekonomi

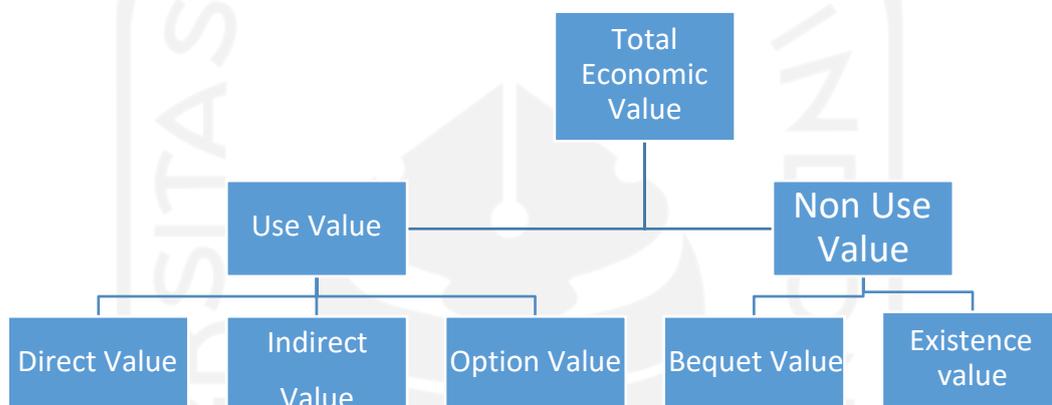
Valuasi ekonomi merupakan sebuah usaha untuk memberikan nilai secara kuantitatif pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan baik nilai pasar ataupun non pasar (Kartika, 2014). Menurut Pearce (1993), suatu kawasan mempunyai nilai ekonomi yang meliputi nilai penggunaan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai Penggunaan (*Use Value*)

Nilai penggunaan terdiri dari nilai penggunaan langsung dan alternatif (nilai pilihan). Nilai penggunaan langsung adalah nilai atau manfaat dari sumberdaya alam dan ekosistem yang secara tidak langsung diperoleh dari sumberdaya kawasan yang memberikan jasa pada aktivitas ekonomi atau mendukung kehidupan manusia. Nilai pilihan adalah nilai harapan untuk masa yang akan datang terhadap sumberdaya alam dan ekosistem.

2. Nilai Non Penggunaan/Nilai Tanpa Penggunaan (*Non Use Value*)

Nilai non penggunaan terdiri dari nilai warisan dan nilai keberadaan. Nilai warisan adalah nilai yang didasarkan pada suatu keinginan individu atau masyarakat untuk mewariskan kawasan kepada generasi yang akan datang. Sedangkan nilai keberadaan adalah nilai yang diberikan masyarakat maupun pengunjung terhadap kawasan atas manfaat spiritual, estetika dan kultural.



Gambar 2.2
Tipologi Nilai Ekonomi Total
Sumber : Barton (1994)

Dari Gambar 2.2 dapat dijelaskan bahwa *Direct Use Value* (Nilai Penggunaan Langsung) merupakan nilai ekonomi yang diperoleh dari pemanfaatan langsung sebuah sumberdaya/ekosistem. *Indirect Use Value* (Nilai Penggunaan Tidak Langsung) merupakan nilai ekonomi yang diperoleh dari pemanfaatan tidak langsung dari sebuah sumberdaya/ekosistem. *Option Value* (Nilai Pilihan) merupakan nilai ekonomi yang diperoleh dari potensi pemanfaatan langsung ataupun tidak langsung dari sebuah sumberdaya/ekosistem di masa datang. *Bequest Value* (Nilai Bequest) merupakan nilai ekonomi yang diperoleh dari manfaat pelestarian sumberdaya/ekosistem untuk kepentingan generasi masa depan.

Existence Value (Nilai Eksistensi) merupakan nilai ekonomi yang diperoleh dari sebuah persepsi bahwa keberadaan (*existence*) dari sebuah ekosistem/sumberdaya itu ada, terlepas dari apakah ekosistem/sumberdaya tersebut dimanfaatkan atau tidak (Barton, 1994).

Metode valuasi ekonomi untuk kualitas lingkungan menurut Patunru (2010) dalam Pudjianto (2015) dibagi kedalam 2 kelompok menurut sumber data atau informasinya, yaitu pendekatan preferensi tersirat (*revealed preference/RP*) dan pendekatan preferensi tersurat (*stated preference/SP*). Pendekatan Revealed Preference dilakukan melalui observasi atas pilihan individual, sedangkan pendekatan *Stated Preference* dilakukan dengan jalan menanyakan langsung kepada individu berapa kesediaan membayar untuk menikmati perbaikan jasa lingkungan pada level tertentu. Salah satu metode yang sering digunakan dalam pengukuran jasa lingkungan adalah *Contingent Valuation Method* (CVM) yang menurut Loomis et al. (2000) dianggap mampu mengukur nilai manfaat pasif dari jasa lingkungan. CVM pada hakekatnya bertujuan untuk mengetahui keinginan membayar (*willingness to pay*) masyarakat terhadap suatu perbaikan kualitas lingkungan. Dengan menggunakan pengukuran WTP, maka nilai jasa lingkungan dapat diterjemahkan ke dalam bahasa ekonomi dengan mengukur nilai moneter barang dan jasa.

Di dalam menilai manfaat ekonomi sumberdaya alam dan lingkungan dapat dibagi kedalam dua kelompok besar yaitu berdasarkan pendekatan yang berorientasi pasar dan pendekatan yang berorientasi survei atau penilaian hipotesis sebagai berikut (Sains et al., 2002):

1. Pendekatan Orientasi Pasar
 - a. Penilaian manfaat menggunakan harga pasar aktual barang dan jasa (*Actual Based Market Method*):
 - 1) Perubahan dalam nilai hasil produksi (*Change in Production*)
 - 2) Metode kehilangan penghasilan (*Loss of Earning Methods*)
 - b. Penilaian biaya dengan menggunakan harga pasar aktual terhadap masukan berupa perlindungan lingkungan:
 - 1) Pengeluaran pencegahan (*Averated Defensif Expenditure Methods*)
 - 2) Biaya penggantian (*Replacement Cost*)
 - 3) Proyek bayangan (*Shadow Project Methods*)
 - 4) Analisis keefektifan biaya
 - c. Penggunaan metode pasar pengganti (*Surrogate Market Based Methods*)
 - 1) Barang yang dapat dipasarkan sebagai pengganti lingkungan
 - 2) Pendekatan nilai kepemilikan Pendekatan lain terhadap nilai tanah
 - 3) Biaya perjalanan (*Travel Cost*)
 - 4) Pendekatan perbedaan upah (*Wage Differential Methods*)
 - 5) Penerimaan kompensasi
2. Pendekatan Orientasi Survei
 - a. Pertanyaan langsung terhadap kemauan membayar (*Willingness To Pay*)
 - b. Pertanyaan langsung terhadap kemauan menerima (*Willingness To Accept*)

2.1.6 Teori Barang Publik

Barang Publik (*Public Goods*) yaitu barang yang jika diproduksi, produsen tidak mampu untuk mengendalikan siapa yang berhak mendapatkannya (Fauzi,

2010). Menurut Suparmoko (2002), pada lingkungan mempunyai sifat sebagai barang milik umum, khususnya dalam hal pencemaran dan pembuangan limbah. Barang publik merupakan barang yang dapat dipergunakan maupun dikonsumsi oleh siapapun tanpa ada kewajiban untuk membayar. Hampir tidak ada perusahaan atau individu bersedia mengurangi limbah atau mencegah pencemaran apabila tidak ada tekanan dari masyarakat serta aturan dari pemerintah. Limbah atau sampah merupakan barang publik yang mau tidak mau atau suka tidak suka, akan memberikan dampak pada masyarakat meskipun tidak melakukan pembayaran untuk menolak atau menerima pencemaran. Dalam ilmu ekonomi, barang publik merupakan barang yang apabila dikonsumsi oleh satu individu, maka tidak akan mengurangi konsumsi orang lain terhadap barang tersebut (Idris, 2018).

Menurut Fauzi (2010) karakteristik barang publik yaitu:

1. *Non-Rivalry* (tidak ada ketersaingan) atau *Non-Divisible* (tidak habis).
Artinya, konsumsi barang publik seseorang tidak akan mengurangi konsumsi orang lain terhadap barang yang sama. Contohnya adalah udara yang kita hirup tidak akan berkurang bagi orang lain untuk menghirupnya.
2. *Non-Excludable* (tidak ada larangan).
Artinya tidak bisamelarang orang lain untuk mengkonsumsi barang yang sama. Pada saat melihat pemandangan laut yang indah di pantai, maka sulit melarang orang lain untuk melakukan hal yang sama karena pemandangan adalah Public Goods.

2.1.7 Contingent Valuation Method (CVM)

Contingent Valuation Method adalah metode yang digunakan saat ini, karena CVM dapat mengukur nilai penggunaan (*use value*) dan nilai non penggunaan (*non-use value*) dengan baik (Yakin, 1997). Pendekatan ini secara teknis dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu pertama dengan teknik eksperimental melalui simulasi dan permainan. Kedua dengan teknik survei dengan *Contingent Valuation Method* (CVM) ini bertujuan untuk mengetahui kesediaan untuk membayar (*Willingness To Pay*) dan kesediaan untuk menerima (*Willingness To Accept*).

1. Kelebihan Contingent Valuation Method (CVM)

Menurut Hanley dan Spash, kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh pendekatan CVM dalam memprediksikan nilai ekonomi suatu lingkungan yaitu sebagai berikut:

- a. Dapat diterapkan pada semua kondisi dan mempunyai dua hal penting yaitu sering menjadi teknik satu-satunya untuk mengestimasi manfaat dan dapat diterapkan pada berbagai konteks kebijakan lingkungan.
- b. Dapat digunakan untuk penilaian berbagai macam barang-barang lingkungan di sekitar masyarakat.
- c. Dibandingkan dengan teknik penilaian lingkungan lainnya, CVM memiliki kemampuan untuk mengestimasi nilai non pengguna. Dengan CVM, kemungkinan seseorang dapat mengukur utilitas dari penggunaan barang lingkungan bahkan jika tidak digunakan secara langsung.

d. Meskipun teknik dalam CVM membutuhkan analisis yang kompeten, namun hasil penelitian menggunakan metode ini tidak sulit untuk dianalisis dan dijabarkan.

2. Kelemahan Contingent Valuation Method (CVM)

Menurut Hanley dan Spash (1993), keterbatasan utama dari penggunaan CVM memiliki keterbatasan utama yaitu timbulnya bias, yang terjadi apabila dalam penggunaan CVM timbul nilai WTP/WTA yang lebih tinggi atau yang lebih rendah dari nilai sebenarnya. Beberapa hal yang menyebabkan Bias tersebut antara lain :

- a. Bias Strategi (*Strategic Bias*), yaitu bias yang disebabkan karena barang lingkungan memiliki sifat “*non-excludability*” dalam pemanfaatannya sehingga responden akan terdorong untuk bertindak sebagai “*free rider*” dan tidak jujur dalam memberikan informasi.
- b. Bias rancangan (*Design Bias*), yaitu mencakup cara penyajian informasi, instruksi yang diberikan, format pertanyaan, dan jumlah serta tipe informasi yang disajikan kepada responden.
- c. Bias yang berhubungan dengan kondisi kejiwaan responden (*mental account bias*), yang berhubungan dengan langkah seorang individu dalam proses pembuatan keputusan seberapa besar pendapatan, kekayaan dan waktunya dihabiskan untuk barang lingkungan tertentu dalam periode waktu tertentu.
- d. Kesalahan pasar hipotesis (*Hypothetical Market Error*), terjadi jika fakta yang ditanyakan kepada responden dalam pasar hipotesis membuat responden menanggapi berbeda dengan konsep yang diinginkan peneliti sehingga nilai

WTP yang dihasilkan menjadi berbeda dengan nilai sesungguhnya.

3. Tahap dalam Contingent Valuation Method (CVM)

Tahapan dalam penerapan analisis CVM menurut Fauzi (2010) adalah :

a. Membuat Pasar Hipotetik (*Setting Up the Hypotetical Market*)

Pasar hipotetik dibangun untuk memberikan alasan masyarakat mengapa harus membayar terhadap suatu barang atau jasa lingkungan dimana tidak terdapat nilai dalam mata uang untuk harga barang atau jasa lingkungan tersebut. Bagaimana mekanisme pembayaran yang dilakukan harus ditunjukkan oleh pasar hipotetik. Di dalam kuesioner harus menguraikan secara jelas skenario kegiatan sehingga responden dapat memahami barang lingkungan yang dipertanyakan serta keterlibatan masyarakat dalam rencana kegiatan. Selain itu, dalam kuesioner perlu pula dijelaskan perubahan yang akan terjadi jika terdapat keinginan masyarakat untuk membayar.

b. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Penawaran besarnya nilai WTP dapat dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan dapat melakukannya melalui wawancara dengan tatap muka, perantara telepon, atau dengan menggunakan surat. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan nilai WTP yaitu:

- 1) Metode Tawar Menawar (*Bidding Game*), yaitu metode penawaran kepada responden dengan penawaran sebuah nilai tertentu dengan menawarkan mulai nilai terkecil hingga nilai terbesar yang sanggup dibayarkan oleh responden.

- 2) Metode Pertanyaan Pilihan Dikotomi (*Closed-ended Referendum*), yaitu metode yang ditawarkan kepada responden dengan pilihan sejumlah uang tertentu dan menanyakan apakah responden bersedia untuk membayar atau tidak.
- 3) Metode Kartu Pembayaran (*Payment Card*), yaitu metode menawarkan kepada responden dimana responden dapat memilih nilai maksimal atau minimal sesuai dengan keinginannya dalam bentuk kartu.
- 4) Metode Pertanyaan Terbuka (*Open-ended Question*), yaitu metode penawaran dengan bertanya langsung kepada responden berapa jumlah maksimal yang ingin dibayarkan. Metode *Open-ended question* (pertanyaan terbuka) dipakai pada penelitian ini. *Open-ended question* dilakukan dengan menanyakan setiap responden nilai maksimum WTP yang bersedia dibayarkan dengan tidak adanya nilai tawaran yang diberikan. Metode ini dipilih untuk menghindari bias data awal atau starting point.

c. Memperkirakan Nilai Rata-rata WTP

Dalam perhitungan nilai penawaran menggunakan nilai rata-rata (*mean*) akan diperoleh nilai yang lebih tinggi dari sebenarnya dan jika perhitungan nilai penawaran menggunakan nilai tengah (*median*) tidak dapat dipengaruhi oleh rentan penawaran yang cukup besar. Nilai tengah penawaran selalu lebih kecil daripada nilai rata-rata penawaran, untuk menduga *willingness to pay* dengan menggunakan nilai rata-rata (*mean*) dari penjumlahan keseluruhan

nilai WTP dan membaginya dengan jumlah responden. Dugaan rata-rata WTP dihitung dengan rumus :

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

Keterangan :

- EWTP = Dugaan rata-rata nilai *willingness to pay*
i = Nilai *willingness to pay* ke-*i*
n = Jumlah responden
i = Responden ke-1 yang bersedia membayar

d. Memperkirakan Kurva WTP

Dengan memperkirakan kurva *willingness to pay* dapat menggunakan nilai *willingness to pay* sebagai variabel *dependent* dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP sebagai variabel *independent*. Fungsi dari kurva *willingness to pay* untuk memperkirakan perubahan nilai WTP karena adanya perubahan sejumlah variabel *independent* yang berhubungan dengan mutu lingkungan, selain itu kurva *willingness to pay* dapat digunakan untuk menguji sensitivitas jumlah WTP terhadap variasi perubahan mutu lingkungan. Kurva *willingness to pay* atau penawaran dapat dibuat dengan beberapa cara:

- 1) *Willingness to pay* diregresikan sebagai variabel *y* atau variabel terikat (*dependent variabel*) dengan variabel *x* atau variabel bebas (*independent variabel*).

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

Dimana:

- W = Besarnya nilai WTP
 X = Variabel bebas (faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya WTP)

- 2) Menggunakan jumlah data kumulatif dari jumlah individu yang menjawab nilai *willingness to pay* dengan asumsi individu bersedia membayar nilai *willingness to pay* yang lebih kecil atau lebih besar.
- 3) Menjumlahkan Data (*Agregating Data*)

Pada tahap menjumlahkan data atau *agregating data* adalah proses dimana nilai tengah (*mean*) atas penawaran yang dikonversikan dengan jumlah populasi didalam penelitian. Bentuk rumus nilai total *willingness to pay* adalah sebagai berikut :

$$TWTP = EWTP \times Ni$$

Keterangan :

TWTP = Total *willingness to pay*
 EWTP = Rata-rata *willingness to pay*
 Ni = Jumlah populasi

- 4) Evaluasi Penggunaan CVM

Pada tahap evaluasi dalam penggunaan *contingent valuation method*, merupakan tahap akhir dari penerapan CVM dan dapat dinilai keberhasilannya. Penilaian dilakukan dengan mengajukan pertanyaan mengenai seberapa baiknya pasar hipotetik yang meliputi barang atau jasa lingkungan, selanjutnya seberapa besar pemahaman individu terhadap pasar hipotetik, dan seberapa kepemilikan individu terhadap barang atau jasa yang terdapat di pasar hipotetik.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pembahasan mengenai kesediaan membayar (*willingnes to pay*) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran maupun faktor-faktor yang

memengaruhinya telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian tersebut dijadikan landasan dalam penelitian ini. Selanjutnya variabel dan metode penelitian yang berbeda diterapkan untuk pengembangan penelitian. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai landasan penelitian. Penelitian mengenai kesediaan membayar (WTP) pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran telah dilakukan beberapa peneliti. Penelitian Gumila (2019) menemukan pengaruh yang positif dan signifikan variabel pendidikan dan variabel penghasilan secara parsial terhadap *willingness to pay* sumberdaya terumbu karang yang terdapat di perairan pulau biawak. Sementara itu untuk variabel profesi, variabel gender, variabel usia dan variabel pengalaman kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap *willingness to pay* sumberdaya terumbu karang yang terdapat di perairan pulau biawak. Namun, berdasarkan hasil uji-f atau uji simultan variabel pendidikan, variabel pendapatan, variabel profesi, variabel gender, variabel usia dan variabel pengalaman kerja signifikan berpengaruh terhadap *willingness to pay*.

Berbeda dengan penelitian lainnya, Khoirudin dan Khasanah (2018) meneliti valuasi ekonomi objek wisata Pantai Parangtritis menggunakan pendekatan *travel cost method* untuk mengetahui nilai ekonomi Pantai Parangtritis dan untuk memberikan manfaat dalam kaitanya pembangunan infrastruktur di wilayah jalur selatan. Teknik pengolahan data untuk mengetahui estimasi nilai Pantai Parangtritis dengan TCM adalah menggunakan *count data regression*. Hasil penelitian yang dilakukan variabel total biaya, tingkat pendapatan, usia, tingkat

pendidikan memengaruhi jumlah kunjungan ke Pantai parangtritis. Sementara itu valuasi Pantai parangtritis sebesar Rp.14.605.101.491.

Pada konteks ekowisata tempat rekreasi penelitian yang dilakukan oleh Saptutyningsih dan Selviana (2017) untuk mengetahui kesediaan membayar wisatawan dalam perjalanan mereka ke lokasi ekowisata di Ciamis dan faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay*. Berdasarkan hasil penelitian bahwasanya kemauan membayar pengunjung di lokasi ekowisata rata-rata sekitar Rp.6.800 dan faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* adalah variabel pendidikan, variabel pendapatan sedangkan variabel usia dan variabel jenis kelamin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *wilingness to pay* ekowisata di Ciamis, Jawa Barat.

Susilo *et al.* (2017) meneliti tentang *evidence for Mangrove restoration in the Mahakam Delta, Indonesia, Based on Households Willingness to Pay*. Tujuan penelitian ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan untuk membayar (WTP) restorasi hutan mangrove. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 80% persepsi responden menganggap manfaat mangrove sangat penting dan merupakan mata pencarian mereka. Penduduk sekitar cenderung bersedia membayar lebih untuk restorasi mangrove karena mereka merasa bahwa keberlanjutan ekosistem mangrove adalah tanggung jawab mereka. Variabel yang berpengaruh signifikan adalah jenis kelamin dan pendapatan.

Penelitian lainya, dilakukan Ezebilo (2016) tentang *willingness to pay for maintenance of a nature conservation area: a case of mount wihelm, Papua New Guinea*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *willingness to pay* pemeliharaan

gunung wihelm oleh penduduk perkotaan dan untuk mengetahui faktor-faktor sosio-ekonomi yang mempengaruhinya. Penelitian ini menggunakan data analisis deskriptif dan regresi binary logistic. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel pendidikan dan variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap WTP restorasi hutan mangrove.

Nwofoke *et al.* (2017) tentang *willingness to pay for a improved environmental quality in ebonyi state, Nigeria*. Tujuan penelitian ini untuk pembuangan limbah sekam padi di negara Ebonyi agar tidak terjadi pencemaran lingkungan dan bahaya kesehatan. Penelitian ini menggunakan *contingent valuation method*. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Pendapatan berpengaruh positif atau signifikan terhadap WTP, pendapatan rumah tangga memiliki hubungan positif dengan WTP untuk pemindahan beras sekam dari lingkungan, menyiratkan bahwa semakin tinggi pendapatan rumah maka semakin tinggi probabilitas WTP individu untuk lingkungan yang baik. karena dengan adanya peningkatan pendapatan, petani individu mampu untuk membayar kondisi hidup yang lebih baik. Usia memiliki hubungan signifikan dengan WTP untuk menghilangkan sekam padi. Semakin tinggi usia semakin tinggi probabilitas individu untuk kualitas lingkungan yang lebih baik. Rumah tangga yang memiliki usia lebih tua menunjukkan WTP yang lebih besar untuk bersedia berkontribusi dan kebanyakan dari mereka pendidikan yang lebih tinggi dan memiliki hubungan signifikan dengan WTP untuk menghilangkan sekam padi dari lingkungan, berarti semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang lebih tinggi kemungkinan WTP individu untuk kualitas lingkungan yang lebih baik.

Liu *et al.* (2018) meneliti tentang *willingness to pay for improved air quality and influencing factors among manufacturing workers in Nanchang, China*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai kesediaan membayar (WTP) peningkatan kualitas udara di antara pekerja manufaktur dan faktor yang terkait dalam mempengaruhi *willingness to pay*. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel jenis kelamin dan variabel pendapatan berpengaruh positif, variabel usia tidak berpengaruh signifikan, variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kualitas udara.

Pantari (2016) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi Willingness To Pay untuk perbaikan kualitas lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode *Travel Cost* (TC) dan *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan variabel tingkat pendapatan, lama pendidikan, umur, fasilitas, biaya perjalanan, frekuensi berkeunjung. Hasil penelitian ini menunjukkan Variabel usia berpengaruh positif dan signifikan, variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan, variabel tingkat penghasilan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan frekuensi kunjungan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

Terry *et al.* (2020) meneliti tentang valuasi ekonomi objek wisata dermaga keren bangkirai sungai sebangau kota Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan variabel umur, pendidikan, daya tarik wisata, kondisi kebersihan dan kepuasan beraktivitas wisatawan. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel umur, pendidikan, daya tarik wisata, kondisi

kebersihan dan kepuasan beraktivitas mempengaruhi nilai *willingness to pay* objek wisata dermaga kereng bangkirai, sungai sebangau di Kota Palangka Raya. Dapat diketahui bahwa nilai WTP wisatawan atau pengunjung adalah Rp 6.267.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Keterangan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Eugene Ezebilo (2016), studi tentang kesediaan membayar (WTP) untuk pemeliharaan Gunung Wilhelm oleh penduduk perkotaan di Papua Nugini.	Variabel Independen: Pendapatan, Permintaan, Pemeliharaan, Pendidikan, Kepentingan, Jenis Kelamin dan Usia Variabel Dependen : <i>Willingness to pay</i> Metodologi Penelitian : Regresi Binar Logistik	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan, permintaan, pemeliharaan, pendidikan, kepentingan berpengaruh terhadap WTP pemeliharaan Gunung Wilhelm oleh penduduk di perkotaan Papua Nugini. 2. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan variabel jenis kelamin dan usia terhadap WTP pemeliharaan Gunung Wilhelm oleh penduduk di perkotaan Papua Nugini.
2.	Ery Dwi Pantari (2016), studi tentang kesediaan membayar (WTP) untuk perbaikan kualitas lingkungan kebun raya dan kebun binatang Gembira Loko Yogyakarta.	Variabel Independen : Tingkat Penghasilan, Frekuensi Kunjungan, Biaya Perjalanan dan Fasilitas, Usia Variabel Dependen : <i>Willingnes to pay</i> Metodologi Penelitian : <i>Travel Cost method</i> dan <i>Contingent Valuation Method</i>	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel tingkat penghasila, frekuensi kunjungan berpengaruh terhadap WTP perbaikan kualitas lingkungan kebun raya dan kebun binatang Gembira Loko. 2. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel tingkat penghasila, frekuensi kunjungan berpengaruh terhadap WTP perbaikan kualitas lingkungan kebun raya dan kebun binatang Gembira Loko.

No.	Keterangan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Endah Saptutyingsih & Rini Selviana (2016), studi tentang kesediaan membayar (WTP) wisatawan dalam perjalanan ke ekowisata Ciamis, Jawa Barat.	<p>Variabel Independen : Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan dan Pendapatan</p> <p>Variabel Dependen : <i>Willingness to pay</i></p> <p>Metodologi Penelitian : <i>Contingent Valuation Method</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendidikan dan pendapatan berpengaruh terhadap WTP wisatawan dalam perjalanan ke ekowisata Ciamis, Jawa Barat. 2. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan variabel jenis kelamin dan usia terhadap WTP wisatawan dalam perjalanan ke ekowisata Ciamis, Jawa Barat.
5.	Rong Liu, Xiaojun Liu, Bingbing Pan, Hui Zhu, Zhaokary Yuan, Yuana Lu (2018), studi tentang kesediaan membayar (WTP) untuk peningkatan kualitas udara.	<p>Variabel Independen : Usia, Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Jenis Kelamin.</p> <p>Variabel dependen : <i>Willingness to pay</i></p> <p>Metodologi Penelitian : Regresi Binar Logistik</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel tingkat pendidikan, pendapatan dan jenis kelamin berpengaruh terhadap kesediaan membayar (WTP) peningkatan kualitas udara. 2. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan variabel usia terhadap kesediaan membayar (WTP) peningkatan kualitas udara.
6.	Rifki Khoirudin & Uswatun Khasanah (2018), studi tentang valuasi ekonomi objek wisata Pantai Parangtritis Bantul, Yogyakarta.	<p>Variabel Independen : Total Biaya, Tingkat Pendapatan, Usia dan Tingkat Pendidikan.</p> <p>Variabel Dependen : Jumlah Kunjungan</p> <p>Metodologi Penelitian : TCM dengan menggunakan <i>Count Data Regression</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel total biaya, tingkat pendapatan, usia dan tingkat pendidikan terhadap jumlah kunjungan Pantai Parangtritis Bantul, Yogyakarta. 2. Hasil valuasi ekonomi Pantai Parangtritis adalah sebesar Rp.14.605.101.491.

No.	Keterangan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
6.	Iwan Gumila (2019), studi tentang kesediaan membayar (WTP) terhadap sumberdaya terumbu karang di Pulau Biawak.	<p>Variabel Independen : Profesi, Gender, Usia, Pendidikan, Penghasilan dan Pengalaman Kerja.</p> <p>Variabel Dependen : <i>Willingness to pay</i></p> <p>Metodologi Penelitian : Regresi linier berganda</p>	<p>1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendidikan dan pengalaman kerja terhadap <i>willingness to pay</i> sumberdaya terumbu karang di Pulau Biawak. Sedangkan variabel profesi, gender, usia dan penghasilan secara signifikan tidak berpengaruh.</p> <p>2. Hasil uji-f variabel independen berpengaruh signifikan terhadap <i>willingness to pay</i> sumberdaya terumbu karang di Pulau Biawak.</p>
7.	Muhammad Rauhan Fikri & Noor Rahmini (2020), studi tentang kesediaan membayar (WTP) wisata bukit matang kaladan, Kalimantan Selatan.	<p>Variabel Independen : Pendidikan, Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Biaya Perjalanan.</p> <p>Variabel Dependen : <i>Willingness to pay</i></p> <p>Metodologi Penelitian : <i>Stated preference</i></p>	<p>1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendidikan, pendapatan dan biaya perjalanan berpengaruh terhadap <i>willingness to pay</i> wisata bukit matang kaladan, Kalimantan Selatan.</p> <p>2. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan variabel jumlah anggota keluarga terhadap <i>willingness to pay</i> wisata bukit matang kaladan, Kalimantan Selatan.</p>
8.	ChristianNwofoke, Sylvia Chinasa Onyenekwe, Kestus Ugwuoke Agbo (2017), studi tentang kesediaan membayar (WTP) untuk peningkatan kualitas lingkungan.	<p>Variabel Independen : Pendapatan, Usia dan Pendidikan.</p> <p>Variabel Dependen : <i>Willingness to pay</i></p> <p>Metodologi Penelitian : <i>Contingent Valuation Method</i></p>	<p>1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan, usia dan pendidikan terhadap kesediaan membayar (WTP) untuk peningkatan kualitas lingkungan di negara bagian Ebonyi, Nigeria.</p>

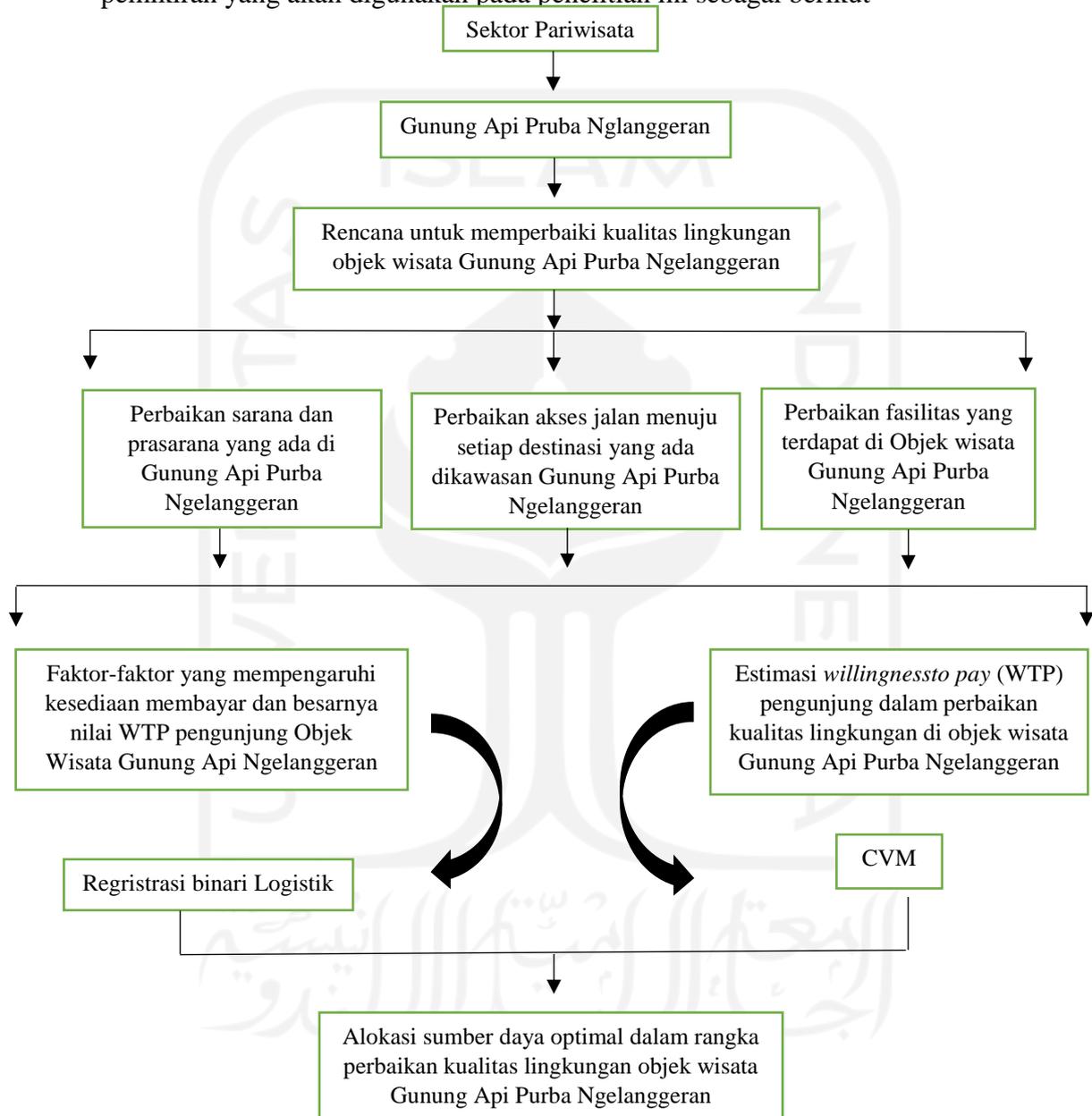
No.	Keterangan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
9.	John Terry, Abdul Mukti dan Revi Sunaryati (2020), studi tentang valuasi ekonomi objek wisata dermaga kereng Kota Palang Karya.	<p>Variabel Independen : Usia, Pendidikan, Daya Tarik Wisata, Kondisi Kebersihan, Kepuasan Aktifitas, Pendapatan, Jumlah Keluarga, Akses Wisata, Kondisi Fisik, Kenyamanan Aktifitas</p> <p>Variabel Dependen : <i>Willingness to pay</i></p> <p>Metodologi Penelitian : Regresi linier berganda</p>	<p>1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel usia, pendidikan, daya tarik wisata, kondisi kebersihan dan kepuasan beraktivitas berpengaruh terhadap terhadap WTP objek wisata dermaga kereng Kota Palang Karya.</p> <p>2. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan variabel pendapatan, jumlah keluarga, akses wisata, kondisi fisik, kenyamanan aktifitas terhadap terhadap WTP objek wisata dermaga kereng Kota Palang Karya.</p>
10.	Titan Budi Setyawan, Achmad Fahrudin, Handoko Adi Susanto (2020), studi tentang valuasi ekonomi wisatawan memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten.	<p>Variabel Independen : Total Biaya, Umur, Pendidikan, Jumlah Tanggungan, Pengeluaran, Rombongan dan Durasi Kunjungan.</p> <p>Variabel Dependen : <i>Willingness to pay</i> dan jumlah kunjungan.</p> <p>Metodologi Penelitian : <i>Contingent Valuation Method</i> dan <i>Travel Cost Method</i></p>	<p>1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel umur, pendidikan, pengeluaran dan lamanya kunjungan terhadap jumlah kunjungan wisatawan memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten.</p> <p>2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel umur, pendidikan, pengeluaran terhadap WTP wisatawan memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten.</p>

No.	Keterangan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
11.	Tri Mulia Annisa dan Rika Harini (2017), studi tentang analisis kesediaan membayar untuk mendukung ekowisata berkelanjutan di kawasan wisata Goa Pindul Kabupaten Gunungkidul.	Variabel Independen : Total Biaya, Umur, Pendidikan, Jumlah Tanggungan, Pengeluaran, Rombongan dan Durasi Kunjungan. Variabel Dependen : <i>Willingness to pay</i> Metodologi Penelitian : <i>Contingent Valuation Method</i> dan regresi linier berganda	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan, variabel usia memiliki nilai koefisien negatif dan signifikan terhadap <i>willingness to pay</i> ekowisata berkelanjutan di kawasan wisata Goa Pindul Kabupaten Gunungkidul. Serta variabel lainnya seperti tingkat pendidikan, waktu perjalanan, biaya perjalanan, persepsi pengunjung tidak berpengaruh signifikan terhadap WTP.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat perbedaan objek dengan penelitian yang akan dilakukan. Pada saat ini, penelitian mengenai kesediaan membayar (WTP) pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dan faktor yang mempengaruhi. Pada penelitian sebelumnya berupa analisis kesediaan membayar (WTP) pada wisata bukit matang kaladan Kabupaten Banjar kalimantan Selatan dengan menggunakan variabel penelitian pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan biaya perjalanan. Sedangkan penelitian ini membahas analisis kesediaan membayar (WTP) pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dan faktor yang mempengaruhi. Analisis nilai WTP menggunakan referensi pada penelitian sebelumnya dan selanjutnya faktor yang berpengaruh terhadap WTP menggunakan variabel yang di modifikasi dari penelitian sebelumnya. Variabel dalam penelitian ini yaitu tingkat pendidikan, biaya rekreasi, pendapatan, frekuensi kunjungan, usia dan jumlah tanggungan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian pada kajian pustaka dan landasan teori, maka kerangka pemikiran yang akan digunakan pada penelitian ini sebagai berikut



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Tingkat Pendidikan

Pendidikan seseorang, akan mendorong cara penilaian terhadap sumber daya alam karena memiliki wawasan yang cukup untuk mempertimbangkan dari berbagai hal yang terkait dengan potensi sumber daya alam tersebut. Dengan bertambahnya tingkat pendidikan seseorang diharapkan kesadaran pentingnya lingkungan juga semakin meningkat (Gumila, 2019). Individu yang memiliki pengetahuan tentang literasi pelestarian yang lebih tinggi akan meningkatkan kesediaan untuk membayar atau *willingness to pay* pelestarian lingkungan di objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran. Studi Sadikin *et al.* (2017) mengungkapkan bahwa variabel pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*, semakin tinggi pendidikan akan meningkatkan peluang kesediaan membayar. Dengan demikian, kepedulian untuk konservasi dan perbaikan lingkungan akan semakin membaik.

Penelitian lainnya Fikri dan Rohmini (2020) menunjukkan bahwa pendidikan memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*. Pada segmentasi khusus, pendidikan memiliki hubungan positif dengan *willingness to pay* untuk menghilangkan sekam padi dari lingkungan. Artinya semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi kemungkinan *willingness to pay* individu untuk kualitas lingkungan yang lebih baik (Nwofoke, 2017). Berdasarkan variabel tingkat pendidikan dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif terhadap kesediaan membayar pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran di Yogyakarta.

2.4.2 Biaya Rekreasi

Biaya rekreasi yang dikeluarkan lebih tinggi maka kesadaran pengunjung untuk membayar *willingness to pay* tinggi, Sehingga dengan biaya rekreasi yang meningkat maka akan terjadi peningkatan pendapatan. Studi Sanjaya dan Saptutyingsih (2019) mengungkapkan bahwa variabel biaya rekreasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*, semakin tinggi biaya rekreasi akan meningkatkan peluang kesediaan membayar. Berdasarkan uraian tentang biaya rekreasi, dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini bahwa biaya rekreasi memiliki pengaruh positif terhadap kesediaan membayar pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran di Yogyakarta.

2.4.3 Pendapatan

Individu yang memiliki pendapatan yang tinggi, maka semakin besar kesediaan membayar atau *willingness to pay* untuk pelestarian lingkungan di objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran. Studi Fikri dan Rohmini (2020) mengungkapkan bahwa variabel pendapatan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*, semakin tinggi pendapatan akan meningkatkan peluang kesediaan membayar. Dengan demikian, kepedulian untuk konservasi dan perbaikan lingkungan akan semakin membaik.

Penelitian lainnya Saptutyingsih dan Selviana (2017) menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*. Selanjutnya, penelitian Ezebilo (2016) menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*. Dan

penelitian Liu *et al.* (2018) menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*. Pada segmentasi khusus, pendapatan memiliki hubungan positif dengan *willingness to pay* untuk menghilangkan sekam padi dari lingkungan. Artinya semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka semakin tinggi kemungkinan *willingness to pay* individu untuk kualitas lingkungan yang lebih baik (Nwofoke, 2017). Berdasarkan uraian tentang pendapatan, dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap kesediaan membayar pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran di Yogyakarta.

2.4.4 Frekuensi Kunjungan

Frekuensi kunjungan menggambarkan seberapa sering wisatawan berkunjung untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari objek wisata tersebut. Dengan frekuensi kunjungan sehingga pengunjung akan semakin lebih peduli terhadap pelestarian lingkungan di objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran di Yogyakarta. Studi Sanjaya dan Saptutyingsih (2019) mengungkapkan bahwa variabel frekuensi kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*, semakin tinggi frekuensi kunjungan akan meningkatkan peluang kesediaan membayar. Penelitian lainnya Pantari (2016) menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*. Berdasarkan uraian tentang frekuensi kunjungan, dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini bahwa frekuensi kunjungan memiliki pengaruh positif terhadap kesediaan membayar pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran di Yogyakarta.

2.4.5 Tingkat Usia

Dengan bertambah usia seseorang, maka semakin luas cara berfikir dalam memahami pentingnya suatu perbaikan kualitas lingkungan dan semakin tinggi kemungkinan *willingness to pay* individu untuk kualitas lingkungan yang lebih baik serta dapat meningkatkan kesadaran seseorang untuk membayar lebih guna perbaikan sarana dan prasarana di objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran. Studi Pantari (2016), Nwofoke *et al.*, (2017) dan Terry *et al.*, (2019) mengungkapkan bahwa variabel usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*, semakin dewasa maka semakin tinggi usia seseorang semakin tinggi kemungkinan WTP individu untuk kualitas lingkungan yang lebih baik.

2.4.6 Jumlah Tanggungan

Dengan bertambahnya jumlah tanggungan dalam rumah tangga, maka kemungkinan semakin bertambah kemauan untuk membayar lebih guna perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dengan asumsi faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*). Berdasarkan penelitian terdahulu Sari & Setiartiti (2015) dan Utami & Padmalia (2021) mengungkapkan bahwa variabel jumlah tanggungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar atau *willingness to pay*.

2.5 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian diambil dari rujukan hasil penelitian sebelumnya, sehingga dituliskan sebagai berikut :

1. Diduga variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
2. Diduga variabel biaya rekreasi berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
3. Diduga variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
4. Diduga variabel frekuensi kunjungan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
5. Diduga variabel tingkat usia berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
6. Diduga variabel jumlah tanggungan berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggera

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif. Metode penelitian kuantitatif menggunakan data kuantitatif berupa data yang dapat diukur sehingga dapat menggunakan statistik dalam pengujiannya (Kountur, 2007). Analisis deskriptif merupakan metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2008). Penggunaan metode penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis *willingness to pay* pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran Yogyakarta.

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam konteks penelitian merupakan objek keseluruhan dalam sebuah penelitian atau keseluruhan dari objek penelitian yang akan diteliti. Pengertian sebagai kumpulan dari seluruh elemen-elemen yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian (Hadi, 2006). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran Yogyakarta. Sedangkan sampel adalah sebagian populasi yang akan diteliti.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probabiliti sampel. Non-probabiliti sampel merupakan suatu prosedur penarikan sampel yang bersifat subjektif. Probabilitas pemilihan elemen-elemen populasi tidak dapat ditentukan (Sugiyono, 2008). Pengambilan sampel dalam

penelitian ini menggunakan kombinasi antara metode *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Metode *accidental sampling* adalah metode penentuan sampel dengan mengambil respon yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Sugiyono, 2008). Sedangkan *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu atau disebut juga dengan penarikan sampel bertujuan. Selanjutnya, penentuan sampel dalam penelitian adalah pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka digunakan teknik menentukan sampel dari populasi yang mempunyai karakteristik dengan jumlah kuota yang diinginkan (Ikhsan, 2008). Sampel penelitian difokuskan pada pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dengan kriteria sebagai berikut:

1. Seluruh wisatawan yang sudah berusia produktif yaitu 15- 64 tahun atau minimal sudah menempuh Pendidikan SMP atau lebih.
2. Pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dan minimal mengunjungi objek wisata 1 kali.

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti maka jumlah sampel ditentukan menurut pertimbangan peneliti (Juliandi *et al.*, 2014). Menurut Roschoe sebaiknya ukuran sampel di antara 30 sampai dengan 500 elemen dan harus 10 kali lebih besar dari jumlah variabel yang akan dianalisis (Riyanto dan Hatmawan, 2020). Jumlah variabel penelitian ini sebanyak 7 (independen dan dependen), maka menurut perhitungan menurut Roschoe jumlah sampel sebesar 70.

Penentuan jumlah sampel menggunakan formula dari Green (1991) dalam Hermawan dan Yusran (2017), untuk mengetahui jumlah sampel penelitian dapat

menggunakan rumus $N \geq 50+8(p)$, dalam hal ini p adalah jumlah prediktor atau variabel independen. Berdasarkan rumus tersebut, dapat dihitung menjadi $\geq 50+8(6) = 98$ responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 orang responden karena telah memenuhi kriteria jumlah sampel menurut Roscoe dan Green dengan mempertimbangkan waktu, tenaga dan biaya penelitian yang terbatas.

3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan pengukuran langsung atau diperoleh secara langsung (Mustafa, 2009). Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran angket (kuesioner) secara langsung. Sejumlah pertanyaan diajukan kepada responden untuk mendapatkan data dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, maka dilakukan pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket. Sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar penelitian memperoleh data lapangan atau empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data dengan mewawancarai langsung responden yang akan dijadikan sampel untuk memperoleh data yang dibutuhkan dengan bantuan daftar pertanyaan yang sebelumnya telah dipersiapkan oleh peneliti.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Peneliti

Variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel y (variabel terikat) dan variabel x (variabel bebas). Adapun variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat

a. *Willingness to Pay* (WTP)

Willingness to Pay (WTP) atau kemauan membayar adalah jumlah maksimum orang akan bersedia membayar, pengorbanan atau pertukaran untuk menerima yang baik serta menghindari sesuatu yang tidak diinginkan, seperti polusi. Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengadakan FGD (*forum group discussion*) kepada 10 peserta untuk menentukan jumlah *Willingness To Pay* yang akan dibayarkan oleh responden. Dalam FGD terdapat 10 peserta yang terdiri dari moderator, wisatawan, masyarakat sekitar dan pokdarwis guna untuk mencapai pariwisata berkelanjutan atau pengembangan pariwisata dengan nilai rata-rata *willingness to pay* yang telah disepakati dalam FGD.

2. Variabel bebas

- a. Tingkat Pendidikan (EDU) adalah Variabel yang dilihat dari berapa lama pendidikan terakhir yang telah ditempuh sampai penelitian ini dilaksanakan. Pendidikan terakhir yang sudah ditempuh oleh responden seperti SD, SMP, SMA, atau Perguruan Tinggi S1 atau S2. Tingkat pendidikan dapat diukur berdasarkan jumlah tahun sukses yang sudah dijalankan dalam jenjang pendidikan secara formal. Dalam penelitian ini tingkat pendidikan diberikan

skala agar lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, adapun

skala tingkat pendidikan antara lain :

- 1 = SD SEDERAJAT
- 2 = SMP SEDERAJAT
- 3 = SMA SEDERAJAT
- 4 = S1 / S2

- b. Biaya Rekreasi (BR) adalah semua biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk membiayai kegiatan wisatanya yang meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi selama kunjungan, biaya dokumentasi, penginapan (jika menginap) dan biaya lainnya yang dikeluarkan selama mengikuti kegiatan di Gunung Api Purba Nglanggeran. Dalam penelitian ini biaya rekreasi diberikan skala agar lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, adapun skala biaya rekreasi antara lain :

- 1 = kurang dari Rp 100.000
- 2 = Rp 100.000 – Rp 200.000
- 3 = Rp 200.000 – Rp 300.000
- 4 = lebih dari Rp 300.000

- c. Pendapatan (INC) pada penelitian ini adalah rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan yang diterima oleh responden yang telah bekerja dan berpenghasilan dalam keluarga. Pada penelitian ini, untuk responden pelajar dan mahasiswa tingkat pendapatan mereka adalah uang saku yang diterima per bulan. Dalam penelitian ini pendapatan diberikan skala agar lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, adapun skala pendapatan antara lain :

- 1 = kurang dari Rp 500.000
- 2 = Rp 500.000 – Rp 1.000.000

- 3 = Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
- 4 = Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
- 5 = lebih dari Rp 3.000.000
- d. Frekuensi Kunjungan (FK) adalah seberapa sering pengunjung yang mengunjungi wisata baik yang menginap ataupun yang tidak, di hitung berdasarkan berapa kali berkunjung datang ke obyek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
- e. Tingkat Usia (Age) ini dilihat dari tingkat usia responden dari awal kelahiran sampai pada saat penelitian ini dilaksanakan. Usia responden di dalam penelitian ini diukur dalam tahun. Dalam penelitian ini usia diberikan skala agar lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, adapun skala usia antara lain :
- 1 = 16 – 25
- 2 = 26 – 35
- 3 = 36 – 45
- 4 = 46 – 55
- 5 = 56 – 64
- f. Jumlah Tanggungan (JT) adalah banyaknya anggota keluarga yang tinggal dalam satu rumah yang belum memiliki pekerjaan dan belum memperoleh penghasilan, serta untuk biaya kehidupannya ditanggung oleh anggota rumah tangga yang sudah bekerja dan memiliki penghasilan.

3.4 Metode Analisis Data

Untuk menganalisis *willingness to pay* pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$\text{Willingness to pay (WTP)} = f(\text{Edu, BR, Inc, FK, Age, JT})$$

Kemudian fungsi tersebut dinyatakan dalam bentuk hubungan *willingness to pay* (WTP) dengan variabel pendidikan literasi (Edu), biaya rekreasi (BR), pendapatan (Inc), frekuensi kunjungan (FK), usia (Age) dan jumlah tanggungan (JT) maka persamaan WTP sebagai berikut :

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 Edu + \beta_2 BR + \beta_3 Inc + \beta_4 FK + \beta_5 Age + \beta_6 JT + e$$

Keterangan :

WTP	= <i>Willingness to Pay</i>
β_0	= Intersep
$\beta_1 \dots \beta_8$	= Koefisien regresi
Edu	= Tingkat Pendidikan
BR	= Total Biaya Rekreasi ke Wisata Gunung Api
Inc	= Pendapatan
FK	= Frekuensi Kunjungan
Age	= Usia
JTA	= Jumlah Tanggungan
<i>e</i>	= <i>Error Term</i>

Model persamaan di atas adalah persamaan regresi logistik. Regresi logistik merupakan regresi *non-linier* dimana kurva antara variabel respon dan variabel prediktornya tidak berbentuk garis lurus. Regresi logistik digunakan sebagai metode untuk menganalisis keterkaitan dan variabel respon yang berbentuk biner (0 dan 1) dengan variabel prediktornya.

Penelitian ini menggunakan metode *Contingent Valuation Method* yaitu metode survey secara langsung bertanya kepada pengunjung tentang kerelaan untuk membayar (*Willingness to Pay*) untuk pelestarian lingkungan pada objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran. *Contingent Valuation Method* mampu mengukur nilai suatu barang yang tidak ada dipasar. Metode ini dapat mengetahui tingkat

maksimum kerelaan membayar dan cukup memberikan informasi yang jelas mengenai barang tersebut kepada penerima manfaat yang selanjutnya keseluruhan nilai *willingness to pay* akan dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah responden. Estimasi nilai rata-rata *willingness to pay* dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana :

EWTP = Estimasi Rata-rata *willingness to pay*

WTP_{*i*} = Nilai *willingness to pay* ke-*i*

n = Jumlah Responden

I = Responden ke-*i* yang bersedia membayar (*i*=1,2,3,...*n*)

Nilai EWTP ini digunakan untuk menentukan *willingness to pay* responden dengan *dischotomous choice*. Nilai variable *dummy* jika WTP 1 adalah WTP sama dengan EWTP dan jika WTP 0 adalah WTP tidak sama dengan EWTP.

3.5 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk melihat deskripsi data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), maksimum dan minimum, dan standar deviasi (*standar deviation*) data. Nilai dari *mean* digunakan untuk mengetahui berapa besaran nilai rata-rata populasi dari sampel yang diteliti. Selanjutnya nilai dari maksimum dan minimum data digunakan untuk mengetahui secara keseluruhan populasi dari sampel yang diteliti. Kemudian yang terakhir adalah standar deviasi digunakan untuk melihat nilai disperse rata-rata dari sampel yang diteliti.

3.6 Regresi Binary Logistik

Regresi logistik adalah metode statistik yang mempelajari tentang pola hubungan secara matematis antara variabel terikat (y) yang bersifat nominal atau ordinal dengan satu atau lebih variabel bebas (x). Perbedaan yang mendasar dengan model regresi linier yaitu pada variabel responnya. Variabel respon pada regresi logistik merupakan variabel biner atau dikotomis. Variabel preditor dapat berupa variabel polikotomis (kategori maupun interval). Sedangkan untuk regresi linier, variabel responnya minimal berskala interval. Perbedaan lainnya terlihat pada pemilihan model parametrik dan asumsi-asumsi yang mendasari kedua model. Walaupun demikian, prinsip-prinsip pedugaan parameter digunakan dalam analisis model regresi logistik sama dengan analisis model regresi linier (Hosmer and Lemeshow, 1989).

Analisis regresi logistik biner adalah suatu regresi logistik antara variabel respon (y) dan variabel preditor (x) dimana variabel y menghasilkan 2 kategori yaitu 0 dan 1. Pengelolaan data primer menggunakan *software computer* SPSS dengan analisis regresi logistik biner (*Binary Logistic Regression*). Model regresi logistik biner disusun untuk dapat menguji hubungan antara *wiilngness to pay* dengan variabel independent, data variabel dependen bersifat kategori, dimana $Y=1$ untuk responden yang bersedia membayar *willingness to pay* perbaikan lingkungan dan $Y=0$ untuk responden yang tidak bersedia membayar *willingness to pay* perbaikan lingkungan. Kemudian pengujian data yang dilakukan secara empiris formula model regresi logistik yang disusun berdasarkan pada persamaan berikut:

$$\log \frac{p}{1-p} = \beta + \sum_{f=1}^n \beta_i X_{ji} + \sum_{f=1}^n \beta_i X_{ji} + e$$

$$\log \frac{p}{1-p} = \beta + \beta_1 Edu + \beta_2 BR + \beta_3 Inc + \beta_4 FK + \beta_5 Age + \beta_1 JT + e$$

Keterangan :

P = kesediaan membayar untuk perbaikan lingkungan (p = 1, jika responden bersedia membayar perbaikan lingkungan; 1-p = 0, jika responden tidak bersedia membayar perbaikan lingkungan)

1-P = Tidak bersedia membayar perbaikan lingkungan $\frac{P}{(1-P)}$ = Rasio Odds (risiko)

X_j = vector variabel bebas (j = 1,2, . . . , n)

D_k = vector variabel *dummy* (k = 1,2, . . . , m)

α, β_i dan e = parameter-parameter dugaan fungsi logistik acak

Regresi logistik biner merupakan metode analisis data yang bersifat dikotomis untuk mengetahui hubungan antar variabel respon (y) dan variabel terikat (x). Hasil dari variabel respon di bagi menjadi dua jawaban yaitu jika jawaban “ya” memiliki nilai 1 dan jika jawaban tidak “tidak” memiliki nilai 0. Dalam analisis logistik biner tidak ada asumsi klasik seperti regresi berganda (Hosmer & Lemeshow, 1989).

3.6.1 Uji Ketepatan Klasifikasi

Uji klasifikasi 2 x 2 menghitung nilai perkiraan dari data yang benar (*correct*) dan salah (*incorrect*). Pada kolom merupakan 2 nilai prediksi variabel dependen, sedangkan pada baris menunjukkan nilai observasi sesungguhnya dari variabel dependen. Apabila model sempurna, semua kasus akan berada pada diagonal dengan tingkat ketepatan peramalan 100%.

3.6.2 Uji Kesesuaian Model

3.6.2.1. Uji *Negelkerke R Square*

Koefisien determinasi R^2 bertujuan untuk mengetahui besarnya keterikatan variabel independen yang dapat mempengaruhi besarnya perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Dan pengujian R^2 juga bertujuan untuk mengukur tingkat ketepatan model dalam estimasi. Nilai koefisien determinasi R^2 yaitu antara 0 dan 1. Apabila nilai koefisien adalah 0, maka besar perubahan pada variabel independen tidak mampu menjelaskan dan mempengaruhi besarnya perubahan variabel dependen. Sedangkan apabila koefisien determinasi mendekati 1, artinya semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, atau dalam arti lain model dikatakan akan lebih baik jika koefisien determinasi mendekati nilai 1.

3.6.2.2. Uji Hosmer dan Lemeshow

Uji kelayakan regresi (*uji wald*) dilihat dari nilai *Hosmer and Lemeshow's test* yang diukur dengan nilai *Chi-square*. *Hosmer and Lemeshow's test* digunakan untuk menguji apakah data yang sedang diteliti cocok dengan model yang berarti tidak ada perbedaan antara model dengan data yang fit. Jika data *Hosmer and Lemeshow's test* kurang dari 0.05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya ada ketidakcocokan antara model dengan data yang diteliti. Sebaliknya jika nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* lebih besar dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa data yang diteliti dan model memiliki kecocokan.

3.6.3 Uji Signifikansi

3.6.3.1 Uji Signifikansi Simultan

Uji simultan dengan menggunakan uji omnibus test dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, penulis menggunakan alpha 5 persen. Dalam uji ini, dapat dilihat variabel-variabel independen yang digunakan apakah berpengaruh signifikan atau tidak signifikan. Uji ini bisa dibuktikan dengan melihat H_0 diterima pada tiap variabel yang berarti variabel yang digunakan tidak signifikan, atau H_1 diterima pada tiap variabel independen yang berarti variabel yang digunakan signifikan.

H_0 : tidak ada variabel independent yang signifikan mempengaruhi variabel dependen.

H_1 : minimal ada satu variabel independent yang signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Tolak H_0 jika nilai *Chi-Square* hitung $>$ *Chi-Square* tabel atau dengan signifikansi sebesar $<$ alpha. Untuk melihat hasil pengujian simultan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen digunakan “*Omnibus Test of Model Coefficient*”.

3.6.3.2 Uji Signifikansi Parsial

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya yaitu jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $<$ 0,05, maka variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada

kolom Exp (B) menyajikan sejauh mana kenaikan ukuran satu unit mempengaruhi *odds ratio*. *Odds ratio* digunakan untuk menghitung besaran resiko dari setiap kejadian. Untuk mengukur besaran efek yang diberikan oleh variabel independent terhadap variabel dependennya. Perhitungan untuk mencari odds ratio ini yaitu mencari antilog dari estimasi koefisien estimasi kemudian dikurangi 1 dan dikalikan dengan 100. Hasil dari perhitungan tersebut nantinya dapat melihat perubahan pergerakan masing- masing variabel independen



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Nglanggeran, salah satu objek wisata yang terdapat di Desa Wisata Nglanggeran yaitu Gunung Api Purba. Objek wisata ini memiliki pemandangan alam amat sangat bagus serta terdapat unsur kebudayaan dan sejarah. Gunung Api Purba merupakan salah satu kekayaan alam yang telah menjadi salah satu objek wisata atau destinasi favorit di Jogja bahkan di Indonesia. Objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran merupakan gunung api yang dulu nya pernah aktif sekitar 60 – 70 tahun lalu dan sekarang sudah tidak aktif. Gunung Api Purba Nglanggeran mendapat pengakuan dari UNESCO sebagai Goesite Gunung Sewu, serta memiliki segudang keunikan, penghargaan dan desa wisata berkelas dunia. Sejarah Gunung Api Purba Nglanggeran yang berasal dari kata “nglanggar” atau melanggar, konon kataanya pada zaman dahulu terdapat acara syukuran berkat panen warga sekitar dan mengundang dalang ternama dalam acara tersebut. Namun disaat dalang itu pergi, lalu beberapa warga sekitar mencoba memainkan wayang tersebut hingga rusak dan ditinggal begitu saja lantas dalang tersebut murka dan mengutuk beberapa warga setempat menjadi wayang.

Selain itu di objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran terdapat sebuah kampung yang hanya dihuni oleh 7 kepala keluarga atau disebut dengan kampung pitu. Asal usul kampung pitu ini merupakan kepercayaan turun menurun hingga saat ini, konon katanya ketika jumlah kepala keluarga di kampung pitu ini lebih dari 7 maka kepala keluarga ke 8 akan menderita penyakit yang berujung kematian dan jika

kepala keluarga di kampung pitu ini kurang dari 7 maka akan terdapat wabah penyakit yang menyerang seluruh kampung tersebut. Jika terdapat anak dari salah satu kepala keluarga yang menikah maka ia akan tinggal di bawah atau lereng Gunung Api Purba Nglanggeran.

Selanjutnya, data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada responden menggunakan kombinasi antara metode *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Penelitian mengambil sampel dengan kriteria seluruh wisatawan dan pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran yang berusia 15 – 64 tahun, minimal sudah mengunjungi objek wisata tersebut sebanyak 1 kali. Responden dengan kriteria tersebut didapat dengan penyebaran angket (kuesioner) secara langsung. Pelaksanaan penyebaran kuisioner telah dilakukan pada tanggal 16 Juni sampai dengan 30 Juni 2022. Sebanyak 100 responden karena telah memenuhi kriteria jumlah sampel menurut Roschoe dan Green dengan kelengkapan jawaban untuk dianalisis.

4.2 Karakteristik Objek Penelitian

Gunung Api Purba Nglanggeran yang merupakan salah satu destinasi wisata yang mewakili Indonesia dalam UNWTO *Best Tourism Villages* pada tahun 2021. Judul dalam penelitian ini adalah Faktor-faktor Yang Mempengaruhi WTP Pengunjung Objek Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran Menggunakan *Contungent Valuation Method* (CVM). Dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden dari pengunjung di objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran yang berusia produktif, selanjutnya dari 100 responden tersebut dibagi menjadi 2 yaitu sebesar 45 % atau 45 responden berjenis kelamin laki-laki dan

sebesar 55% atau 55 responden berjenis kelamin perempuan. Berikut adalah penjelasan karakteristik responden.

4.2.1 Karakteristik Sosial Ekonomi

4.2.1.1 Jenis Kelamin dan Usia

Berdasarkan hasil penelitian bahwa jumlah responden pengunjung objek wisata berjumlah 100 responden dengan jumlah responden laki-laki sebanyak 45% dan perempuan sebanyak 55%. Responden dengan rentan usia 26-35 tahun sebanyak 26% atau 26 orang dan responden dengan rentan usia 36-45 tahun sebanyak 64% atau 64 orang. Selanjutnya responden dengan rentan usia 46-55 tahun sebanyak 10% atau 10 orang. Mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan dengan usia produktif.

4.2.1.2 Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui sebanyak sejumlah 1 responden dengan persentase 1% memiliki tingkat pendidikan SD SEDERAJAT. Sejumlah 13 responden dengan persentase 13% memiliki tingkat pendidikan SMP SEDERAJAT, lalu 34 responden dengan persentase 34% memiliki tingkat pendidikan SMA SEDERAJAT dan 52 responden dengan persentase 52% memiliki tingkat pendidikan S1/S2. Tingkat pendidikan yang dimiliki sebagian besar responden cukup baik.

4.2.1.3 Status Pekerjaan

Hasil penelitian ini sebanyak sebanyak 40 responden dengan persentase 40% didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS). Jenis pekerjaan kedua yang mendominasi dalam penelitian kali ini adalah Pegawai Swasta sebanyak 17

responden dengan persentase 17%. Jenis pekerjaan ketiga yang mendominasi dalam penelitian kali ini adalah Ibu Rumah Tangga sebanyak 20 responden dengan persentase 20%. Selanjutnya, jenis pekerjaan keempat yang mendominasi dalam penelitian kali ini adalah Wiraswasta sebanyak 14 responden dengan persentase 14% dan yang terkahir, jenis pekerjaan yang memiliki persentase terendah adalah pelajar atau mahasiswa dengan jumlah responden 9 orang dengan persentase 9%.

4.2.1.4 Status Pernikahan

Berdasarkan hasil penelitian sebanyak 73% atau 73 responden telah menikah dan sedangkan sisanya sebanyak 27% atau 27 responden belum menikah. Berdasarkan data yang didapat mayoritas responden telah menikah atau berkeluarga dimungkinkan berpengaruh pada hasil penelitian.

4.2.1.5 Pendapatan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat tingkat rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan sebesar \leq Rp 500.000 dengan persentase 0% atau sebanyak 0 responden. Selanjutnya tingkat rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan sebesar Rp 500.000 – Rp 1.000.000 dengan persentase 15% atau sebanyak 15 responden. Tingkat rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 dengan persentase 24% atau sebanyak 24 responden. Dengan tingkat rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan adalah sebesar Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 dengan persentase 6% atau sebanyak 6 responden dan tingkat rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan sebesar $>$ Rp 3.000.000 sebanyak 55 responden atau 55%. Karakteristik responden pada penelitian merupakan golongan menengah ke atas.

4.2.1.6 Jumlah Tanggungan

Hasil penelitian ini sebanyak 2 responden atau sebesar 2% memiliki jumlah tanggungan sebanyak 0 orang. Kemudian sebanyak 1 responden atau 1% memiliki jumlah tanggungan sebanyak 1 orang. Selanjutnya sebanyak 41 responden atau 41% memiliki jumlah tanggungan sebanyak 2 orang. Sebanyak 52 responden atau 52% memiliki jumlah tanggungan sebanyak 3 orang dan jumlah tanggungan sebanyak 4 orang berjumlah 4 responden atau 4%.

4.2.2 Frekuensi Kunjungan

4.2.2.1 Jumlah Frekuensi Kunjungan

Berdasarkan hasil survei, responden yang berkunjung ke objek wisata sebanyak 1 kali sebesar 80% atau 80 responden. Selanjutnya, responden yang berkunjung ke objek wisata sebanyak 2 kali sebesar 6% atau 6 responden. Responden yang berkunjung ke objek wisata sebanyak 3 kali sebesar 3% atau 3 responden, lalu responden yang berkunjung ke objek wisata sebanyak 4 sebesar 7% atau 7 responden dan 5 kali sebesar 4% atau 4 responden.

4.2.2.2 Tujuan Kunjungan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebesar 100 responden yang berkunjung ke objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran adalah untuk rekreasi atau berwisata bersama dengan keluarga, kekasih dan rombongan.

4.2.3 Persepsi Responden Pengunjung Objek Wisata Gunung Api Purba

Persepsi responden pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dalam kualitas objek wisata tersebut dapat diharapkan menjadi saran dan masukan untuk perbaikan dan pengembangan objek wisata.

4.2.3.1 Tingkat Kelayakan

4.2.3.1.1 Tingkat Kelayakan Fasilitas Wisata

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kelayakan fasilitas wisata yang terdapat di objek wisata sebesar 1% atau 1 responden yang menyatakan bahwa fasilitas objek wisata kurang layak. Selanjutnya terdapat 48 responden atau 48% menyatakan layak, sebanyak 14% atau 14 responden menyatakan bahwa tingkat kelayakan fasilitas wisata itu cukup layak dan sisanya 37 responden objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran menyatakan sangat layak.

4.2.3.1.2 Tingkat Kelayakan Fasilitas Umum

Kemudian dilihat dari tingkat kelayakan fasilitas umum juga terdapat berbagai persepsi dimana sebanyak 53% atau 53 responden menyatakan bahwa tingkat kelayakan fasilitas umum itu cukup layak. Lalu sebanyak 2% atau 2 responden menyatakan kurang layak, sebanyak 53% atau 53 responden menyatakan bahwa tingkat kelayakan fasilitas umum layak dan sebanyak 31% atau 31 responden menyatakan bahwa tingkat kelayakan fasilitas umum sangat layak.

4.2.3.1.3 Tingkat Kelayakan Fasilitas Keamanan

Selanjutnya dilihat dari tingkat kelayakan fasilitas keamanan juga terdapat berbagai persepsi dimana sebanyak 13% atau 13 responden menyatakan bahwa tingkat kelayakan fasilitas keamanan itu cukup layak. Lalu sebanyak 2% atau 2 responden menyatakan kurang layak, sebanyak 50% atau 50 responden menyatakan bahwa tingkat kelayakan fasilitas keamanan layak dan sebanyak 35% atau 35 responden menyatakan bahwa tingkat kelayakan fasilitas keamanan sangat layak.

4.2.3.2 Tingkat Kinerja

4.2.3.2.1 Tingkat Kinerja Kondisi Lingkungan

Dari hasil penelitian aspek tingkat kinerja kondisi yaitu sebanyak 23% atau 23 responden menyatakan bahwa tingkat kinerja kondisi lingkungan objek wisata cukup baik. Lalu sebanyak 42% atau 42 responden menyatakan bahwa tingkat kinerja kondisi lingkungan objek wisata baik, sebanyak 2% atau 2 responden menyatakan bahwa tingkat kinerja kondisi lingkungan objek wisata kurang baik dan terakhir sebanyak 33% atau 33 responden menyatakan kinerja kondisi lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran cukup sangat baik.

4.2.3.2.2 Tingkat Kinerja Untuk Kebersihan Lingkungan

Berdasarkan hasil penelitian aspek tingkat kinerja untuk kebersihan lingkungan sebanyak 16% atau 16 responden menyatakan bahwa tingkat kinerja kondisi lingkungan objek wisata cukup baik. Lalu sebanyak 49% atau 49 responden menyatakan bahwa tingkat kinerja untuk kebersihan lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran baik, sebanyak 4% atau 4 responden menyatakan kinerja untuk kebersihan lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran kurang baik dan terakhir sebanyak 31% atau 31 responden menyatakan kinerja untuk kebersihan lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran sangat baik.

4.2.3.2.3 Tingkat Kinerja Untuk Keramahan Petugas dan Pengelola

Berdasarkan hasil penelitian sebagian dari petugas objek wisata banyak melakukan interaksi secara langsung kepada pengunjung dan petugas kawasan. Objek wisata yang meliputi petugas retribusi tiket masuk dan pengelola objek

wisata, sikap dan keramahan petugas beserta pengelola dapat mempengaruhi kepuasan dan kenyamanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 21% atau 21 responden menyatakan tingkat kinerja untuk keramahan peugas dan pengelola menyatakan cukup baik terhadap pengunjung. Lalu Hasil penelitian menunjukkan bahwa 38% atau 38 responden menyatakan tingkat kinerja untuk keramahan peugas dan pengelola menyatakan baik terhadap pengunjung. Selanjutnya menunjukkan bahwa 5% atau 5 responden menyatakan tingkat kinerja untuk keramahan peugas dan pengelola menyatakan kurang baik terhadap pengunjung dan terakhir menunjukkan bahwa 36% atau 36 responden menyatakan tingkat kinerja untuk keramahan petugas dan pengelola menyatakan sangat baik terhadap pengunjung.

4.2.3.3 Tingkat Kemudahan

4.2.3.3.1 Tingkat Kemudahan Untuk Mencapai Lokasi

Berdasarkan hasil penelitian aspek tingkat kemudahan untuk mencapai lokasi yaitu sebanyak 41% atau 41 responden menyatakan bahwa untuk mencapai lokasi sangat baik. Sebanyak 50% atau 50 responden menyatakan bahwa baik untuk bisa mencapai ke lokasi objek wisata dan sisanya sebanyak 9% atau 9 responden menyatakan bahwa kurang baik untuk bisa mencapai ke lokasi objek wisata, dikarenakan kondisi jarak dari kota yang sangat jauh, meskipun begitu banyak pengunjung yang datang karena keindahan alam objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.

4.2.3.3.2 Tingkat Kemudahan Untuk Mendapatkan Informasi

Berdasarkan hasil penelitian aspek tingkat kemudahan untuk mendapatkan informasi yaitu sebanyak 50% atau 50 responden menyatakan bahwa baik dalam mendapatkan informasi objek wisata. Sebanyak 10% atau 10 responden menyatakan tingkat kemudahan untuk mendapatkan informasi kurang baik dan sebanyak 40% atau 40 responden menyatakan tingkat kemudahan untuk mendapatkan informasi kurang baik untuk objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran. Tingkat kemudahan untuk mendapatkan informasi bisa melalui petunjuk jalan menuju ke objek wisata, serta papan informasi yang telah di sediakan oleh pengelola objek wisata. Selain itu kemudahan untuk mendapatkan informasi juga dapat kita peroleh melalui petugas atau pengelola objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.

4.2.4 *Willingness To Pay* Terhadap Pelestarian Lingkungan Objek Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran

Willingness To Pay terhadap pelestarian lingkungan objek wisata merupakan analisis untuk mengetahui seberapa besar kesediaan membayar retribusi masuk pengunjung untuk perbaikan dan pelestarian lingkungan pada objek wisata. Dalam hal ini besar biaya untuk *Willingness To Pay* retribusi masuk objek wisata yaitu sebesar Rp 5.000,00. Dari hasil wawancara berdasarkan kuesioner dengan 100 responden didapatkan hasil 70% atau sebanyak 70 orang responden bersedia membayar retribusi masuk untuk melakukan perbaikan kualitas lingkungan demi pelestarian lingkungan yang baik sebesar Rp 5.000,- dengan alasan bukan merupakan suatu permasalahan yang berarti jika hal ini bertujuan untuk menjamin

kualitas dan perbaikan lingkungan agar kualitas lingkungan di sekitar objek wisata terjaga, selain itu juga untuk memperbaiki fasilitas yang kurang memadai. Untuk yang lain terdapat 30 orang responden yang tidak bersedia membayar retribusi sebesar Rp 5.000,- dikarenakan nominal tersebut terlalu tinggi sedangkan masih ada biaya lain untuk menikmati wahana yang lain.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait dengan *willingness to pay* objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran yang bertujuan untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Berikut merupakan hasil dari analisis statistik deskriptif variabel dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini :

Tabel 4.1 Deskriptif Statistik Variabel

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pendidikan	100	1	4	3.37	.747
Biaya Rekreasi	100	2	4	3.21	.795
Pendapatan	100	2	5	4.01	1.185
Frekuensi Kunjungan	100	1	5	1.49	1.105
Usia	100	1	4	2.84	.581
Jumlah Tanggungan	100	0	4	2.55	.687
WTP	100	0	1	.70	.461

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.1 hasil penelitian 100 respondeen terhadap variabel *willingness to pay* dapat dilihat berdasarkan nilai tertinggi dan nilai terendah. Nilai tertinggi variabel *willingness to pay* adalah 1 sedangkan untuk nilai terendah variabel *willingness to pay* adalah 0. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai rata-rata variabel *willingness to pay* adalah 0,70. Artinya variabel *willingness to pay* didominasi oleh responden yang bersedia membayar lebih untuk retribusi tiket masuk objek wisata dalam upaya pelestarian lingkungan di objek wisata

sebesar Rp 5.000 dan standar deviasi variabel *willingness to pay* adalah sebesar 0,461. Artinya penyebaran data tersebut sudah dilakukan secara menyeluruh.

Nilai terendah untuk variabel tingkat pendidikan (*education*) dalam hasil penelitian adalah 1 atau setara dengan SD SEDERAJAT dan nilai tertinggi dari variabel tingkat pendidikan dalam hasil penelitian adalah 4 atau setara dengan S1/S2. Dalam variabel tingkat pendidikan digunakan fungsi skala agar dapat mempermudah peneliti dan skala dalam penelitian ini adalah:

- 1 = SD SEDERAJAT
- 2 = SMP SEDERAJAT
- 3 = SMA SEDERAJAT
- 4 = S1 / S2

Berdasarkan skala yang telah ditetapkan nilai rata-rata (*mean*) variabel tingkat pendidikan adalah 3,37 artinya bahwa responden yang mendominasi dalam penelitian ini adalah SMA SEDERAJAT skala sebesar 3. Nilai standar deviasi tingkat pendidikan tersebut adalah 0,747 dimana nilai standar deviasi lebih kecil daripada *mean*, artinya tingkat pendidikan dapat terindikasi dengan baik dan kuisisioner tersebar secara menyeluruh.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa nilai terendah untuk variabel biaya rekreasi yang meliputi biaya perjalanan dari berangkat hingga sampai di objek wisata. Nilai terendah biaya rekreasi adalah sebesar < Rp 100.000 dan nilai tertinggi untuk variabel biaya rekreasi adalah sebesar > Rp 300.000. Rata-rata biaya rekreasi adalah 3,21 dan dapat disimpulkan bahwasanya dominan responden dalam mengeluarkan biaya perjalanan dari berangkat hingga sampai di objek wisata adalah

sebesar lebih dari Rp 300.000. Nilai standar deviasi variabel sebesar 0,795 artinya penyebaran kuisioner sudah dilakukan secara merata atau menyeluruh.

Nilai terendah untuk variabel pendapatan atau rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan adalah skala 1 atau < Rp 500.000 dan nilai tertinggi dari variabel pendapatan adalah skala 5 atau > Rp 3.000.000. Dalam variabel pendapatan telah ditetapkan nilai rata-rata (*mean*) adalah 4,01. Artinya bahwa variabel pendapatan didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan > Rp 3.000.000. Nilai standar deviasi variabel pendapatan adalah sebesar 1,185 artinya pendapatan dapat terindikasi dengan baik dan kuisioner tersebar secara menyeluruh.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa nilai terendah variabel frekuensi kunjungan adalah 1 kali, artinya responden paling sedikit mengunjungi objek wisata sebanyak 1 kali. Nilai tertinggi variabel frekuensi kunjungan adalah sebesar 5 kali, artinya responden paling sedikit mengunjungi objek wisata sebanyak 5 kali. Standar deviasi variabel sebesar 1.105 artinya penyebaran kuisioner sudah dilakukan secara merata atau menyeluruh.

Nilai terendah variabel usia adalah 16 sampai dengan 25 tahun dan nilai tertinggi atau usia tua dalam hasil penelitian ini adalah 46 sampai dengan 55 tahun. Nilai rata-rata (*mean*) hasil dari penelitian yang menggunakan variabel usia adalah 2,84 menjelaskan bahwa usia responden yang mendominasi dalam penelitian ini berkisaran umur 36 sampai dengan 45 tahun. Nilai standar deviasi hasil dari penelitian yang menggunakan variabel usia adalah 0,581. Artinya nilai standar

deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) yang artinya variabel usia dapat terindikasi dengan baik.

Berdasarkan tabel 4.1 hasil penelitian dari 100 responden terhadap variabel jumlah tanggungan dapat dilihat berdasarkan nilai tertinggi dan nilai terendah. Nilai terendah variabel jumlah tanggungan adalah 0 orang dan nilai tertinggi variabel jumlah tanggungan adalah 4 orang. Nilai rata-rata (*mean*) hasil dari penelitian yang menggunakan variabel jumlah tanggungan adalah 2.55 menjelaskan bahwasanya jumlah tanggungan yang mendominasi dalam penelitian ini sebesar 3 orang. Nilai standard deviasi hasil dari penelitian yang menggunakan variabel jumlah tanggungan adalah 0,687. Artinya nilai standard deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) yang artinya variabel jumlah tanggungan dapat terindikasi dengan baik.

4.4 Hasil Regresi Uji Binary Logistik

Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah *binary logistic*. Dengan ketentuan bahwasanya variabel dependen dalam penelitian merupakan variabel *dummy*. Sedangkan untuk variabel independen dalam penelitian ini dalam bentuk skala. Dalam regresi binary logistik yang digunakan dalam penelitian untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut merupakan hasil olah data dalam penelitian yang menggunakan alat analisis *binary logistic*.

4.4.1 Uji Ketetapan Klasifikasi

Uji ketetapan klasifikasi digunakan untuk memprediksi peluang *willingness to pay* dan untuk menentukan ketetapan dari model regresi dalam upaya pelestarian lingkungan di objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.

Tabel 4.2 Uji Ketetapan Klasifikasi

	Observed		Predicted		
			WTP		Percentage Correct
	Tidak Bersedia	Bersedia			
Step 1	WTP	Tidak Bersedia	28	2	93.3
		Bersedia	2	68	97.1
	Overall Percentage				96.0

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.2 merupakan uji ketetapan klasifikasi yang digunakan untuk memprediksi bersedia atau tidaknya responden dalam membayar *willingness to pay*. Pada kolom prediksi yang bersedia membayar *willingness to pay* guna perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran adalah sebanyak 70 responden. Sedangkan pada kolom prediksi yang tidak bersedia membayar *willingness to pay* sebanyak 30 responden dan sesuai dengan hasil observasi dalam penelitian. presentase ketetapan klasifikasi dalam mengklasifikasi observasinya dalam penelitian adalah sebesar 96% dan hasil tersebut menggambarkan pengklasifikasian oleh model logistik adalah 96 observasi.

4.4.2 Uji Kesesuaian Model

4.4.2.1 Uji Negelkerke R Square

Uji Negelkerke R Square digunakan untuk mengetahui nilai persentase kecocokan model dengan ketentuan nilai antara 0 sampai 1. Ketika nilai Negelkerke R Square adalah 1 artinya terjadi kecocokan sempurna antara variabel independen dengan variabel dependen dan ketika nilai Negelkerke R Square adalah 0 artinya tidak terjadi kecocokan sempurna antara variabel independen. Artinya tidak terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian. Berikut merupakan uji Negelkerke R Square ditunjukkan pada tabel 4.3 dibawah ini :

Tabel 4.3 Hasil Uji Negelkerke R Square

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Negelkerke R Square
1	15.560 ^a	.656	.930

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil regresi binar logistik diatas, bahwasanya nilai Negelkerke R Square sebesar 0,930 atau 93% yang artinya variabel X dapat menjelaskan variabel Y dalam model penelitian ini. Selanjutnya sisanya sebesar 0,27 atau 27% dapat dijelaskan diluar dari model dalam penelitian ini.

4.4.2.2 Uji Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test

Uji Hosmer and Lemeshow's digunakan untuk mengetahui hipotesis nol bahwasanya data empiris sesuai dengan model dalam penelitian atau bisa dikatakan tidak terdapat perbedaan dengan model dalam penelitian, sehingga dapat dikatakan fit. Jika diketahui nilai Hosmer and Lemeshow's sama dengan atau kurang dari 0,05

maka hipotesis nol ditolak. Artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara model dengan nilai hasil observasi dalam penelitian dan jika diketahui nilai Hosmer and Lemeshow's lebih besar dari dari 0,05 maka hipotesis nol diterima. Artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara model dengan nilai hasil observasi atau model mampu memprediksi nilai observasi yang terdapat dalam penelitian. Nilai Hosmer and Lemeshow's dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4 Hasil Uji Hosmer and Lemeshow's

Step	Chi-Square	Df	Sig.
1	184	8	1.000

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil Uji Hosmer and Lemeshow's diatas, bahwasanya nilai signifikansi yang terdapat di dalam tabel Hasil Uji *Hosmer and Lemeshow's* adalah sebesar 1,000 atau 0,1%. Artinya nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari alpha 5% atau 0,05. Jadi nilai signifikansi lebih besar dari alpha atau $0,1 > 0,05$ bahwasanya hipotesis nol atau H_0 diterima tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara model dengan nilai hasil observasi atau model mampu memprediksi nilai observasi yang terdapat dalam penelitian.

4.4.3 Uji Signifikansi

4.4.3.1 Uji Signifikansi Simultan

Uji Signifikansi Simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 artinya semua variabel X secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Sebaliknya nilai signifikansi kurang dari 0,05 artinya semua variabel X secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4.5 Hasil Uji Signifikansi Simultan

		Chi-Square	Df	Sig.
Step 1	Step	106.631	6	.000
	Block	106.631	6	.000
	Model	106.631	6	.000

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil Uji Signifikansi Simultan diatas, bahwasanya nilai Chi-Square model yang terdapat di dalam tabel Hasil Uji Signifikansi Simultan adalah sebesar 106.631. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (alpha) atau $0,000 < 0,05$. Artinya semua variabel X secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel variabel Y.

4.4.3.2 Uji Signifikansi Parsial (*Parsial Test*)

Uji Signifikansi Parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel x secara parsial terhadap variabel y. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 (alpha). Artinya semua variabel variabel x tidak berpengaruh terhadap variabel variabel y. Sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (alpha). Artinya semua variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Dari hasil penelitian didapat nilai *willingness to pay* yang menggunakan metode *dischotomus chois* berdasarkan hasil wawancara dalam FGD (*focus grup discussion*). Peserta FGD terdiri dari 10 peserta yaitu moderator, wisatawan, masyarakat sekitar dan pengelola objek wisata. Nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) responden sebesar Rp 5.000. Jika responden bersedia membayar sebesar yang telah di tetapkan berarti $Y=1$ dengan nilai WTP sebesar Rp 5.000. Sebaliknya Jika responden tidak bersedia membayar sebesar yang telah di tetapkan berarti $Y=0$ dengan nilai $WTP \neq Rp\ 5.000$. Berdasarkan hasil uji signifikan parsial ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6 Signifikansi dan Koefisien Regresi

Variabel	B	Wald	Sig.	Exp(B)
Edu	4.070	4.291	.038	58.555
BR	6.840	6.370	.012	934.164
Inc	3.083	5.730	.017	21.831
FK	2.070	4.984	.026	7.924
Age	-8.860	4.636	.031	.000
JT	-7.313	4.495	.034	.001
Constant	-1.483	.082	.866	.227

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil uji signifikansi uji parsial pada tabel 4.6 dapat digambarkan dengan persamaan dibawah ini :

$$\text{WTP} = -1,438 + 4,070 \text{ Edu} + 6,840 \text{ BR} + 3,083 \text{ Inc} + 2,070 \text{ FK} - 8,860 \text{ Age} - 7,313 \text{ JT} + e$$

Pada tabel 4.6 merupakan hasil uji signifikansi parsial terhadap 6 variabel X. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa semua variabel X berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* untuk pelestarian lingkungan objek wisata. Variabel yang berpengaruh signifikan adalah tingkat pendidikan(Edu), biaya rekreasi (BR), pendapatan (Inc), frekuensi kunjungan (FK), usia (Age) dan jumlah tanggungan (JT). Namun demikian terdapat 2 variabel yang memiliki koefisien negatif terhadap *willingness to pay* yaitu usia dan jumlah tanggungan. Sedangkan sisanya memiliki koefisien positif terhadap *willingness to pay* yaitu tingkat pendidikan, biaya rekreasi, pendapatan dan frekuensi kunjungan.

4.4.3.2.1 Variabel Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tabel 4.6 dapat kita lihat nilai signifikansi untuk variabel tingkat pendidikan (*education*) sebesar 0,038. Artinya nilai signifikansi lebih kecil

dari 0,05 (alpha). Jadi variabel tingkat pendidikan berpengaruh terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Nilai odds ratio variabel tingkat pendidikan adalah sebesar 58,555. Artinya seseorang yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi akan bersedia membayar lebih dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan objek wisata sebanyak 58,555 kali lebih besar daripada seseorang yang memiliki tingkat pendidikan lebih rendah.

4.4.3.2 Variabel Biaya Rekreasi

Berdasarkan hasil regresi dapat kita lihat nilai koefisien untuk variabel biaya rekreasi adalah sebesar 0,012. Artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (alpha). Jadi variabel biaya rekreasi berpengaruh terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Nilai odds ratio variabel biaya rekreasi adalah sebesar 934.164. Artinya seseorang yang mengeluarkan biaya rekreasi lebih tinggi akan bersedia membayar lebih dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan objek wisata sebanyak 934.164 kali lebih besar daripada seseorang yang mengeluarkan biaya rekreasi lebih rendah.

4.4.3.2.3 Variabel Pendapatan

Berdasarkan tabel 4.6 dapat kita lihat nilai signifikansi untuk variabel pendapatan (*income*) sebesar 0,017 atau lebih kecil dari 0,05 (alpha). Artinya variabel pendapatan berpengaruh terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Nilai odds ratio variabel pendapatan adalah sebesar 21.831. Artinya seseorang yang memiliki rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan tinggi akan bersedia membayar lebih dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan objek wisata

sebanyak 21.831 kali lebih besar daripada seseorang yang memiliki rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan rendah.

4.4.3.2.4 Variabel Frekuensi Kunjungan

Nilai signifikan variabel frekuensi kunjungan adalah sebesar 0,026 atau lebih kecil dari 0,05 (alpha). Artinya variabel frekuensi kunjungan berpengaruh terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Nilai odds ratio variabel frekuensi kunjungan adalah sebesar 7.924. Artinya seseorang yang berkunjung ke objek wisata lebih dari 1 kali dalam kurun waktu kurang lebih 1 tahun yang bersedia membayar *willingness to pay* dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan objek wisata sebesar 7.924 kali lebih besar daripada seseorang yang berkunjung hanya 1 kali.

4.4.3.2.5 Variabel Usia

Berdasarkan tabel 4.6 dapat kita lihat nilai signifikansi untuk variabel usia (*age*) sebesar 0,031 atau lebih kecil dari 0,05 (alpha). Artinya variabel usia berpengaruh terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Nilai odds ratio variabel usia adalah sebesar 0,000. artinya seseorang yang memiliki usia lebih tinggi akan bersedia membayar lebih dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan objek wisata sebanyak 0,000 kali lebih besar daripada seseorang yang berusia lebih rendah.

4.4.3.2.6 Variabel Jumlah Tanggungan

Berdasarkan tabel 4.6 dapat kita lihat nilai signifikansi untuk variabel jumlah tanggungan adalah sebesar 0,034 atau lebih kecil dari 0,05 (alpha). Artinya

variabel jumlah tanggungan berpengaruh terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Nilai odds ratio variabel jumlah tanggungan adalah sebesar 0,001. Artinya apabila dalam satu keluarga bertambah satu orang maka akan mempengaruhi kenaikan *willingness to pay* dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.

4.4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan oleh peneliti, interpretasi dari hasil penyesuaian variabel *willingness to pay* terhadap variabel-variabel bebas dengan menggunakan regresi logistik akan dipaparkan dibawah ini :

4.4.4.1 Pengaruh tingkat pendidikan terhadap *willingness to pay* (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran

Berdasarkan hasil penelitian, bahwasanya variabel tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap variabel *willingness to pay*. Hasil dari nilai koefisien signifikansi menunjukkan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Artinya jika tingkat pendidikan tinggi maka kesadaran masyarakat akan pelestarian lingkungan semakin meningkat dan kerusakan lingkungan akibat ulah manusia dapat diminimalisir. Karena masyarakat cenderung menjaga lingkungan agar tetap terjaga keasriannya. Setelah masyarakat berhasil menjaga keadaan lingkungan objek wisata agar tetap asri dan baik maka akan tercapainya *sustainable development* atau pembangunan berkelanjutan untuk sektor pariwisata, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development* adalah penyeimbangan antara sektor ekonomi setempat dengan

kualitas lingkungan yang semakin baik yang dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pendidikan cocok dengan hipotesis. Artinya H₀ ditolak yang menyatakan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*, sehingga H₁ dapat diterima. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ezebilo (2016), Nwofoke *et al.* (2017), Saptutyningsih & Selviana (2017), Liu *et al.* (2018), Gumila (2019), Saptutyningsih & Sanjaya (2019), Terry *et al.* (2019) dan Fikri & Rahmini (2020) menjelaskan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Hal ini disebabkan karena semakin lama seseorang menempuh pendidikan, maka *willingness to pay* akan mengalami kenaikan. Pendidikan terakhir yang ditempuh menunjukkan tingkat pendidikan seseorang. Artinya semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin tinggi pengetahuan, kesadaran dan pemahaman mengenai perbaikan kualitas lingkungan objek wisata tersebut.

4.4.4.2 Pengaruh biaya rekreasi terhadap *willingness to pay* (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran

Berdasarkan hasil penelitian, bahwasanya variabel biaya rekreasi berpengaruh signifikan terhadap variabel *willingness to pay*. Hasil dari nilai koefisien signifikansi menunjukkan bahwa variabel biaya rekreasi berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Artinya jika biaya rekreasi yang dikeluarkan lebih tinggi maka kesadaran masyarakat untuk membayar *willingness to pay* tinggi. Ketika biaya rekreasi meningkat maka kemungkinan

pendapatan asli daerah meningkat. Sehingga pengelola objek wisata dapat membantu pemerintah dalam kegiatan pariwisata dan mengalokasikan pendapatan berasal dari biaya retribusi untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Dalam peningkatan kualitas seperti lahan parkir yang lebih luas, fasilitas MCK yang bersih, disediakan nya fasilitas kotak sampah di area pendakian, perbaikan gazebo atau pos pendakian, pemeliharaan kebersihan dan keindahan, penambahan petunjuk arah sampai puncak dan perbaikan alat bantu pendakian. Dengan semakin meningkatnya kesadaran pengunjung untuk menjaga kebersihan lingkungan sekitar maka kemungkinan akan meningkatkan kualitas pelayanan publik dan peningkatan kualitas jasa.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel biaya rekreasi cocok dengan hipotesis. Artinya H_0 ditolak yang menyatakan bahwa variabel biaya rekreasi berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*, sehingga H_1 dapat diterima. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Pantari (2016), Saptutyingsih & Sanjaya (2019) dan Fikri & Rahmini (2020) menjelaskan bahwa variabel biaya rekreasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* dan berdasarkan penelitian terdahulu variabel biaya rekreasi merupakan faktor yang paling dominan dalam penelitian.

4.4.4.3 Pengaruh pendapatan terhadap *willingness to pay* (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran

Berdasarkan hasil penelitian, bahwasanya variabel pendapatan yang diukur berdasarkan rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan berpengaruh signifikan terhadap variabel *willingness to pay*. Hasil dari nilai koefisien signifikansi

menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Artinya jika rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan semakin meningkat maka kemungkinan semakin meningkat pula *willingness to pay* objek wisata. Pengunjung yang memiliki rata-rata pendapatan perkapita dalam 1 bulan tinggi akan mengaharpkan untuk mendapatkan *effort* kualitas lingkungan yang jauh lebih baik, serta pengunjung tidak merasa keberatan jika harus membayar sedikit lebih mahal dari harga sebelumnya. Dengan kualitas lingkungan yang semakin baik yang dapat meningkatkan pemasukan objek wisata. Sehingga pengelola objek wisata dapat mengalokasikan penambahan pemasukan tersebut untuk perbaikan sarana dan prasarana objek wisata Gunung Api Purba Nglangetan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan cocok dengan hipotesis. Artinya H_0 ditolak yang menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*, sehingga H_1 dapat diterima. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Pantari (2016), Ezebilo (2016), Nwofoke *et al.* (2017), Saptutyningsih & Selviana (2017), Susilo *et al.* (2017), Liu *et al.* (2018), Gumila (2019), Saptutyningsih & Sanjaya (2019) dan Fikri & Rahmini (2020) menjelaskan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Hal ini disebabkan karena semakin tinggi pendapatan, semakin tinggi pula kemungkinan *willingness to pay* pengunjung untuk lingkungan yang baik dan peningkatan pendapatan pengunjung mampu membayar kondisi hidup yang lebih baik (Nwofoke *et al.*, 2017).

4.4.4.4 Pengaruh frekuensi Kunjungan terhadap *willingness to pay* (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran

Berdasarkan hasil penelitian, bahwasanya variabel frekuensi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap variabel *willingness to pay*. Nilai koefisien signifikansi menunjukkan bahwa variabel frekuensi kunjungan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Artinya jika frekuensi kunjungan tinggi maka semakin tinggi pula *willingness to pay* perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Ketika Pengunjung yang memiliki frekuensi kunjungan lebih dari 1 kali berarti mereka mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan dari objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran, semakin tinggi kemungkinan pengunjung berkontribusi dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan objek wisata.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel frekuensi kunjungan cocok dengan hipotesis. Artinya H₀ ditolak yang menyatakan bahwa variabel frekuensi kunjungan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*, sehingga H₁ dapat diterima. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Pantari (2016) dan Saptutyningasih & Sanjaya (2019) menjelaskan bahwa variabel frekuensi kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.

4.4.4.5 Pengaruh usia terhadap *willingness to pay* (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran

Berdasarkan hasil penelitian, bahwasanya variabel usia berpengaruh signifikan terhadap variabel *willingness to pay*. Nilai koefisien signifikansi menunjukkan bahwa variabel usia berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay*

pengunjung objek wisata. Artinya variabel usia berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* dimana setiap penambahan usia akan mengurangi nilai *willingness to pay*. Kemungkinan semakin bertambah usia maka semakin rendah kesadaran seseorang untuk membayar lebih guna perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel usia cocok dengan hipotesis. Artinya H_0 ditolak yang menyatakan bahwa variabel usia berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*, sehingga H_1 dapat diterima. Berdasarkan hasil regresi bahwasanya variabel usia berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Annisa & Harini (2017) di Indonesia, mengatakan bahwa variabel usia memiliki nilai koefisien negatif dan berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar untuk mendukung ekosistem berkelanjutan di Kawasan Wisata Goa Pindul Kabupaten Gunungkidul.

Selain itu ada beberapa penelitian yang mengatakan bahwasanya variabel usia berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Penelitian yang dilakukan oleh Pantari (2016), Terry et al. (2019) dan Nwofoke et al. (2017) menjelaskan bahwa variabel usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Hal ini disebabkan karena semakin bertambah usia seseorang, maka semakin luas cara berfikir dalam memahami pentingnya suatu perbaikan kualitas lingkungan di objek wisata. Menurut Nwofoke et al. (2017) semakin dewasa usia seseorang semakin tinggi kemungkinan WTP individu untuk kualitas lingkungan yang lebih baik dan mengetahui pentingnya lingkungan yang lebih bersih untuk kesehatan dan produktivitas.

4.4.4.6 Pengaruh jumlah tanggungan terhadap *willingness to pay* (WTP) objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran

Hasil dari penelitian membuktikan bahwa jumlah tanggungan berpengaruh terhadap *willingness to pay* objek wisata. Nilai koefisien signifikansi variabel jumlah tanggungan adalah -7.313. Artinya semakin bertambahnya jumlah tanggungan maka kemungkinan menurun kemauan untuk membayar atau *willingness to pay* objek wisata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah tanggungan cocok dengan hipotesis, yaitu H_0 ditolak yang menyatakan bahwa variabel jumlah tanggungan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* sehingga H_1 dapat diterima. Berdasarkan hasil regresi bahwasanya variabel jumlah tanggungan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pelestarian lingkungan objek wisata. Serta didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi *et al.* (2022) di Indonesia, mengatakan bahwa variabel jumlah tanggungan memiliki nilai koefisien negatif dan berpengaruh secara signifikan terhadap pengunjung untuk membayar tiket masuk objek wisata dengan nilai koefisien sebesar -909.488. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2013) mengatakan bahwa variabel jumlah tanggungan memiliki nilai koefisien negatif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* atau kesediaan membayar. Artinya jika jumlah tanggungan meningkat kemungkinan menurun *willingness to pay* atau kesediaan membayar guna untuk pelestarian lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.

Selain itu ada beberapa penelitian yang mengatakan bahwasanya variabel jumlah tanggungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *willingness*

to pay. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sari & Setiartiti (2015) di Indonesia, mengatakan bahwa jumlah tanggungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* perbaikan kualitas pelayanan kereta api di Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah tanggungan anak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* untuk tarif kereta api ekonomi jarak jauh Jogja – Jakarta. Penelitian yang dilakukan oleh Utami & Padmalia (2021) mengatakan bahwa jumlah tanggungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Artinya semakin bertambah jumlah tanggungan dalam rumah tangga kemungkinan semakin tinggi kemauan seseorang untuk membayar lebih *willingness to pay* rumah tangga. Berdasarkan temuan di lapangan dan jurnal acuan yang dipakai peneliti bahwasanya variabel jumlah tanggungan rumah tangga berpengaruh positif dan signifikan, karena kebanyakan responden memiliki jumlah tanggungan rata-rata 2 sampai 3 orang dalam satu keluarga dan kemungkinan dengan jumlah tanggungan 2 sampai 3 orang ini tidak akan membebani pendapatan keluarga

BAB V

KESIMPULANN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Nilai *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran adalah sebesar 0,70. Variabel *willingness to pay* merupakan variabel *dummy* dengan ketentuan jika $Y=1$ artinya responden bersedia membayar lebih guna perbaikan kualitas lingkungan objek wisata dan jika $Y=0$ artinya responden tidak bersedia membayar lebih guna perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Dari jumlah 100 responden, didominasi oleh responden yang bersedia untuk membayar perbaikan kualitas lingkungan dengan jumlah Rp 5.000.
2. Variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Artinya jika tingkat pendidikan tinggi maka kemungkinan tingkat kesadaran masyarakat untuk pelestarian lingkungan semakin meningkat serta tercapainya *sustainable development* atau pembangunan berkelanjutan di daerah Nglanggeran Gunung Kidul yang nantinya akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) masyarakat sekitar.
3. Variabel biaya rekreasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Artinya jika biaya rekreasi mengalami peningkatan maka kemungkinan kesadaran masyarakat untuk pelestarian lingkungan semakin meningkat serta jumlah pengunjung objek wisata mengalami peningkatan

4. Variabel pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Artinya jika rata-rata pendapatan per kapita dalam 1 bulan meningkat kemungkinan dapat menaikkan nilai *willingness to pay* dan kesadaran masyarakat untuk pelestarian lingkungan semakin meningkat, sehingga semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin tinggi daya beli konsumen akan suatu barang dan jasa.
5. Variabel frekuensi kunjungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Artinya jika frekuensi kunjungan mengalami peningkatan maka kemungkinan meningkatnya nilai *willingness to pay* dan semakin tinggi kemungkinan pengunjung berkontribusi dalam upaya perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
6. Variabel usia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Artinya setiap penambahan usia akan mengurangi nilai *willingness to pay* dan semakin bertambah usia maka semakin rendah kesadaran seseorang untuk membayar lebih guna perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
7. Variabel jumlah tanggungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Artinya jika jumlah tanggungan dalam keluarga bertambah maka kemungkinan akan mengurangi nilai *willingness to pay* atau kesediaan membayar lebih guna perbaikan kualitas lingkungan objek wisata Gunung Api Purba nglanggeran.

5.2 Saran

1. Variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola objek wisata untuk menambah fasilitas yang disediakan bagi pengunjung dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Sehingga pengunjung tidak hanya menikmati keindahan objek wisata saja tetapi juga menambah pengetahuan. Selain itu pemerintah maupun dinas terkait perlu memberikan bantuan berupa pelatihan kepada pengelola objek wisata guna meningkatkan kualitas SDM. Jadi sudah seharusnya pemerintah memberikan dukungan dan bantuan dalam pengembangan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran.
2. Variabel biaya rekreasi memiliki pengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola objek wisata agar dapat meningkatkan kualitas fasilitas yang disediakan untuk pengunjung dengan biaya rekreasi tinggi seperti lahan parkir yang luas, fasilitas MCK yang bersih, serta dapat menambahkan kotak sampah diberbagai sisi supaya pengunjung tidak kesulitan ketika ingin membuang sampah, serta dapat dibuatkan zonasi-zonasi seperti zona makanan, zona souvenir dan oleh-oleh, dengan begitu pengunjung dengan biaya rekreasi tinggi akan merasa puas dengan berbagai macam fasilitas yang ada sehingga pengunjung akan rela membayar dengan biaya rekreasi tinggi.
3. Variabel pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Hal ini dapat dijadikan

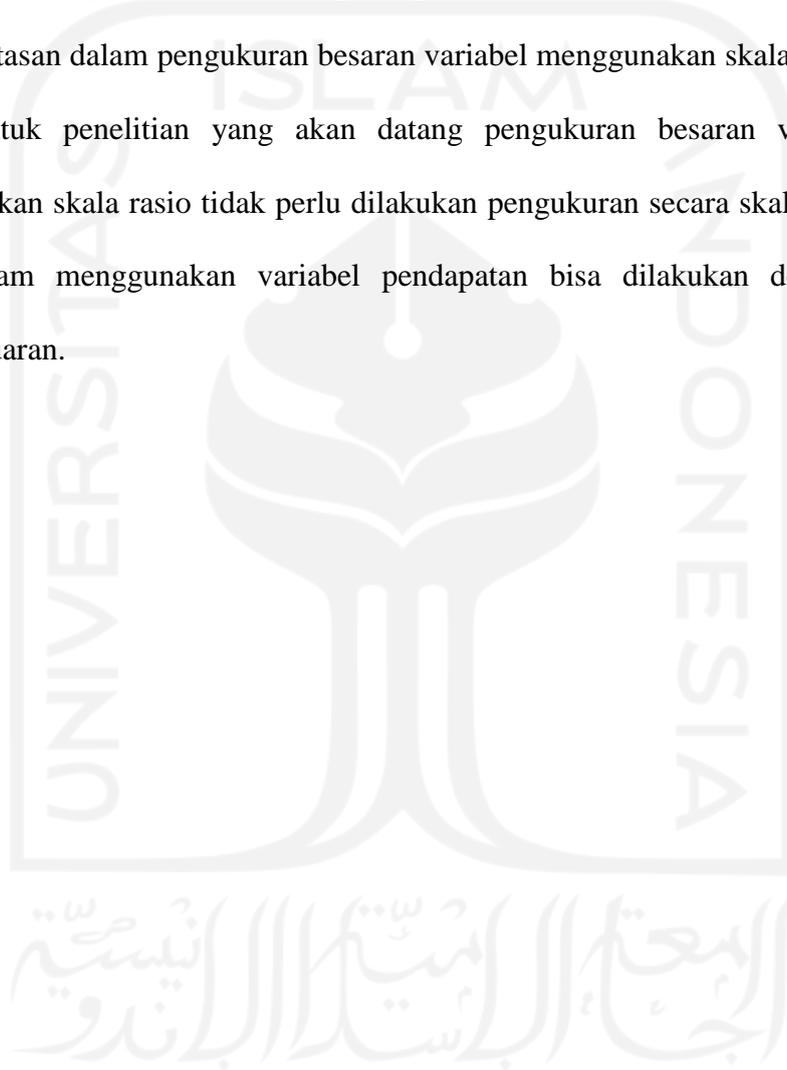
masukannya untuk pengelola dalam hal perbaikan kualitas yang disediakan untuk pengunjung dengan pendapatan yang lebih tinggi akan rela membayar lebih untuk kualitas objek wisata yang lebih baik dan dimungkinkan penataan objek wisata juga perlu dilakukan guna menunjang kerapian serta keindahan objek wisata.

4. Variabel frekuensi kunjungan memiliki pengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas lingkungan objek wisata. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola dengan tingkat frekuensi kunjungan yang tinggi maka akan memberikan nilai *willingness to pay* lebih tinggi. Dengan adanya promosi dimungkinkan pengelola wisatawan dapat mengenalkan potensi alam maupun potensi budaya yang ada di objek wisata, sehingga masyarakat luas tertarik berkunjung ke objek wisata. Peningkatan frekuensi kunjungan ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.
5. Variabel usia memiliki pengaruh negatif dan rata-rata pengunjung objek wisata berada pada usia 36 – 45 tahun atau paruh baya. Sehingga hal ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola objek wisata dengan menambah fasilitas seperti tempat duduk dan gazebo, karena pengunjung yang sudah berumur akan lebih bersantai dan menikmati pemandangan. Dengan adanya tempat duduk dan gazebo maka pengelola wisata dapat memfasilitasi pengunjung yang berusia paruh baya.
6. Variabel jumlah tanggungan memiliki pengaruh negatif terhadap *willingness to pay* pengunjung untuk perbaikan kualitas objek wisata. Dengan asumsi faktor lain dianggap konstan (*ceteris paribus*). Hal ini dimungkinkan sedikit

banyaknya jumlah tanggungan dalam keluarga dapat berpengaruh besar kecilnya terhadap *willingness to pay* perbaikan kualitas oobjek wisata.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian variabel pendapatan dan variabel biaya rekreasi terdapat keterbatasan dalam pengukuran besaran variabel menggunakan skala. Oleh karena nya untuk penelitian yang akan datang pengukuran besaran variabel yang merupakan skala rasio tidak perlu dilakukan pengukuran secara skala. Disamping itu dalam menggunakan variabel pendapatan bisa dilakukan dengan proksi pengeluaran.



DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, T. M., & Harini, R. (2017). Analisis Kesiediaan Membayar (WTP) Untuk Mendukung Ekowisata Berkelanjutan Di Kawasan Wisata Gua Pindul, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(4), 228867.
- Bakaruddin. (2009). *Perkembangan Permasalahan Kepariwisatawan*. Padang: UNP Press.
- Barton, D. N. (1994). Economic factors and valuation of tropical coastal resources. University of Bergen.
- Ezebilo, E. (2016). Willingness to pay for maintenance of a nature conservation area: a case of mount Wilhelm, Papua New Guinea. *Asian Social Science*, 12(9), 149-161.
- Fauzi, A. (2010). *Ekonomi sumber daya alam dan lingkungan: Teori dan aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Fikri, M. R., & Rahmini, N. (2020). Analisis Willingness To Pay Pada Wisata Bukit Matang Kaladan Desa Tiwingan Lama Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 3(1), 158-170.
- Gumilar, I. (2019). Willingness to Pay Masyarakat Terhadap Sumberdaya Terumbu Karang di Kawasan Konservasi Perairan Pulau Biawak. *Sosiohumaniora*, 21(3), 342-348.
- Hadi, Syamsul. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Hanley, N., & Spash, C. (1996). Cost benefit analysis and the environment. *Environmental Values*, 5(2).
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Kencana.
- Hosmer, D. W., Jovanovic, B., & Lemeshow, S. (1989). Best subsets logistic regression. *Biometrics*, 1265-1270.

<https://www.cnnindonesia.com/>

- Idris, A. (2018). *Ekonomi Publik*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Ikhsan, Arfan. (2008). *Metodologi Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS.
- Khoirudin, R., & Khasanah, U. (2018). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 18(2), 152-166.
- Kountur, Ronny. (2007). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Latumahina, G., & Anastasia, N. (2014). Kesiediaan untuk Membayar pada Green Residential. *Finesta*, 2(1), 82-86. Universitas Kristen Petra.
- Liu, R., Liu, X., Pan, B., Zhu, H., Yuan, Z., & Lu, Y. (2018). Willingness to pay for improved air quality and influencing factors among manufacturing workers in Nanchang, China. *Sustainability*, 10(5), 1613.
- Loomis, J., Kent, P., Strange, L., Fausch, K., & Covich, A. (2000). Measuring the total economic value of restoring ecosystem services in an impaired river basin: results from a contingent valuation survey. *Ecological economics*, 33(1), 103-117.
- Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Kepariwisatawan*. Bandung: Alfabeta
- Mustafa, Z. (2009). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nasrullah, N., Susanty, S., Rusli, M., Sudarso, A., Purba, P. B., Noviasuti, N., & Sudiarta, I. N. (2020). *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan & Implementasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Nugroho, I. (2012). *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*. pustaka pelajar.
- Nwofoke, C., Onyenekwe, S. C., & Agbo, F. U. (2017). Willingness to pay (WTP) for an improved environmental quality in Ebonyi State, Nigeria. *Journal of Environmental Protection*, 8(02), 131.
- Pantari, E. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Pay Untuk Perbaikan Kualitas Lingkungan Kebun Raya Dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. *Ilmu Ekonomi*.

- Prasetyo, N. J., & Saptutyningsih, E. (2013). Bagaimana Kesiapan Untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata?. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 14(2), 127-136.
- Pearce, D., & Moran, D. (2013). *The economic value of biodiversity*. Routledge.
- Pertiwi, T. A., Noechdijati, D., & Dharmawan, B. (2022). Analisis Kesiapan Membayar (Willingness to Pay) Pengunjung dalam Upaya Pengembangan Agrowisata "Sweetberry" di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(2), 500-518.
- Riyanto, S., & Hatmawan A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Pudjiyanto, K., Darusman, D., Nugroha, B., & Rusdiana, O. (2015). Pendugaan Nilai Jasa Lingkungan Sub daerah Aliran Sungai Ciseel Menggunakan Pendekatan Contingent Valuation Method. *Jurnal Sosial Ekonomi Pekerjaan Umum*, 7(3), 229-239.
- Sadikin, P. N., Multasih, S., Pramudya, B., & Arifin, H. S. (2017). Analisis willingness to pay pada ekowisata Taman Nasional Gunung Rinjani. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, 14(1).
- Sains, M. P. F., Tarumingkeng, I. R. C., Coto, Z., & Purwantara, B. (2002). Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung.
- Saptutyningsih, E., & Selviana, R. (2017). Valuing Ecotourism of a Recreational Site in Ciarnis District of West Java, Indonesia. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 10(1), 172-188.
- Setyawan, T. B., Fahrudin, A., & Susanto, H. A. (2020). Valuasi Ekonomi Wisata Memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten: Pendekatan Contingent Valuation Method dan Travel Cost Method. *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)*, 4(3), 172-185.
- Spillane, J. J. (1991). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta. *Indonesia: Kanisius*.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparmoko, M. (2002). *Ekonomi Publik untuk Keuangan dan Pembangunan Daerah*. Andi.

- Susilo, H., Takahashi, Y., & Yabe, M. (2017). Evidence for mangrove restoration in the Mahakam Delta, Indonesia, based on households' willingness to pay. *Journal of Agricultural Science*, 9(3), 30-41.
- Terry, J., Mukti, A., & Sunaryati, R. (2020). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau Kota Palangka Raya. *Journal of Environment and Management*, 1(2), 83-90.
- Utami, C. W., & Padmalia, M. (2021). Analisis Willingness to Pay dan Pengaruh Variabel Pendapatan, Jumlah Tanggungan Rumah Tangga, Usia, Akses ke Sekolah Terhadap Pemilihan serta Pengembangan Strategi Pengelolaan Sekolah. *Business and Finance Journal*, 6(1), 77-88.
- UU NO. 10 TH 2009 tentang Pariwisata.
- Yakin, A. (1997). Ekonomi sumberdaya dan lingkungan. *Teori dan Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta: Akademika Presindo

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Yogyakarta,.....

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Responden

Penelitian Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Sebagai bagian dari rangkaian tugas dalam menyelesaikan jenjang pendidikan Strata-2 (S2), saya **Bella Syavira** mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Program Magister Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta sedang melakukan penelitian yang digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan studi dengan topik **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi WTP Pengunjung Objek Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran Menggunakan Contingent Valuation Method (CVM)**.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu dan Saudara/Saudari untuk dapat berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner penelitian ini, memberikan infoormasi secara benar dan tepat, seluruh informasi yang didapatkan dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan tidak mempengaruhi ekstitensi semacamnya. Atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Nama :

Alamat :

A. Informasi Responden

1. Jenis Kelamin :
 - Perempuan
 - Laki-laki
2. Usia :
 - 16 – 25
 - 26 – 35
 - 36 – 45
 - 46 - 55
 - 56 – 64
3. Status :
 - Belum menikah
 - Sudah menikah
4. Jumlah Tanggungan Anak :
 - 0
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
5. Pendidikan formal yang telah dijalani :
 - SD
 - SMA
 - SMP
 - S1 / S2

6. Jenis Pekerjaan

- Pelajar/ Mahasiswa
- Wirausaha
- Pegawai Negeri Sipil
- bu Rumah Tangga
- Pegawai Swasta
- Lainnya,

6. Pendapatan anda rata-rata per bulan :

- 0 – Rp 500.000
- Rp 500.000 – Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
- Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
- lebih dari Rp 3.000.000

B. Biaya Perjalanan dan Biaya Rekreasi

Berapakah biaya yang anda keluarkan untuk melakukan rekreasi di objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran?

- kurang dari Rp 50.000
- Rp 50.000 – Rp 100.000
- Rp 100.000 – Rp 150.000
- Rp 150.000 – Rp 200.000
- lebih dari Rp 300.000

C. Frekuensi Kunjungan

7. Berapa kali anda mengunjungi Gunung Api Purba Nglanggeran dalam satu tahun terakhir?

- 1 Kali (baru kali ini)
- Kali
- 2 Kali
- Kali
- 3 Kali
- Lebih dari 5 Kali

8. Apakah tujuan Anda berkunjung ke Gunung Api Purba Nglanggeran?

- Rekreasi/ berwisata
- Penelitian
- Lainnya,

9. Apakah alasan Anda mengunjungi Gunung Api Purba Nglanggeran?
- Alam dan Lingkungannya sangat indah
 - Terdapat Peninggalan Gunung Api
 - Wisata yang murah dan dekat dengan tempat tinggal
 - Lainnya,
10. Dari mana Anda mengetahui informasi mengenai objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran?
- Keluarga ○ Media cetak/ elektronik
 - Teman ○ Lainnya,

D. Presepsi dan Penilaian terhadap objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran (Beri tanda (√) pada pilihan yang menurut anda benar)

Isilah sesuai dengan kriteria (Tingkat Kelayakan) seperti keterangan dibawah ini:

TL : Tidak Layak L : Layak
 KL : Kurang Layak SL : Sangat Layak
 CL : Cukup Layak

NO.	Keterangan	Penilaian terhadap pelayanan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran				
		TL	KL	CL	L	SL
11.	Penyediaan fasilitas wisata (Gazebo, Spot Fotografi, Perahu)					
12.	Penyediaan fasilitas umum (WC umum, Mushola, Restoran)					
13.	Fasilitas keamanan objek wisata (Rambu-rambu bahaya, Daerah Evakuasi)					

Isilah sesuai dengan kriteria (Tingkat Kinerja) seperti keterangan dibawah ini:

TB : Tidak Baik B : Baik
 KB : Kurang Baik SB : Sangat Baik
 CB : Cukup Baik

NO.	Keterangan	Penilaian terhadap pelayanan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran				
		TL	KL	CL	L	SL
14.	Kondisi lingkungan di area					
15.	Kebersihan lingkungan					
16.	Keramahan petugas (pengelola)					

Isilah sesuai dengan kriteria (Tingkat Kinerja) seperti keterangan dibawah ini:

TB : Tidak Baik B : Baik
 KB : Kurang Baik SB : Sangat Baik
 CB : Cukup Baik

NO.	Keterangan	Penilaian terhadap pelayanan objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran				
		TL	KL	CL	L	SL
17.	Kemudahan mencapai lokasi					
18.	Kemudahan mendapatkan informasi					

E. Willingness to Pay

Saat ini jumlah wisatawan yang berkunjung di Gunung Api Purba Nglanggeran semakin meningkat. Kondisi tersebut selain dapat meningkatkan pendapatan asli daerah PAD namun jika dibiarkan saja dapat mengancam kelestarian lingkungan Gunung Api Purba Nglanggeran serta kenyamanan wisatawan dimasa yang akan datang. Seperti yang kita ketahui bahwa manfaat yang bisa kita peroleh dengan adanya objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran dari sisi Ekonomi adalah dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. sekitar Gunung Api Purba Nglanggeran serta manfaat non ekonomi seperti wisata.

19. Apakah Anda setuju apabila dilakukan suatu upaya perbaikan kualitas objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran?

Ya setuju, dalam bentuk:

.....

Tidak setuju, alasan:

.....

20. Menurut Anda siapakah yang bertanggung jawab untuk perbaikan kualitas objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran?

- Pengelola
- Pemerintah
- Masyarakat
- Pengunjung
- Semuanya benar

Apabila pihak pengelola wisata Gunung Api Purba Nglanggeran berencana melakukan perbaikan kualitas objek wisata agar fungsi dan manfaatnya tetap terjaga, yaitu dengan melakukan pemeliharaan kebersihan air dan darat serta memenuhi fasilitas wisata. Maka dari itu pihak pengelola sangat membutuhkan partisipasi wisatawan dalam mewujudkan perbaikan kualitas objek wisata ini.

21. Apakah anda bersedia jika Anda diminta untuk membayar retribusi masuk sebesar Rp 5.000,- untuk perbaikan kualitas objek wisata Gunung Api Purba Nglanggeran?

Ya, bersedia. Alasannya,

.....

Tidak bersedia, Alasannya,

.....

F. Saran dan Harapan Anda untuk Pengembangan Objek Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran

TERIMAKASIH

Lampiran 2 Data Responden

No	Edu (X1)	BR (X2)	Inc (X3)	FK (X4)	Age (X5)	JT (X6)	WTP (Y)
1	4	4	5	1	2	3	1
2	4	4	5	1	1	1	1
3	4	4	5	1	1	1	1
4	4	4	5	1	1	1	1
5	4	4	5	1	1	1	1
6	4	3	3	1	4	3	0
7	4	3	3	1	4	3	0
8	4	4	5	1	1	1	1
9	4	4	5	1	1	1	1
10	4	4	5	1	1	1	1
11	4	3	3	1	3	4	0
12	4	4	5	1	1	1	1
13	3	3	2	1	1	1	0
14	4	3	3	1	1	1	0
15	4	4	5	1	3	3	1
16	3	3	3	1	4	3	0
17	4	3	3	1	3	3	0
18	3	3	3	1	4	3	0
19	3	3	3	1	4	3	0
20	3	3	3	1	3	3	0
21	4	4	4	1	3	3	1
22	4	2	5	1	2	3	1
23	4	4	5	1	3	3	1
24	3	4	4	1	3	3	1

25	3	4	5	1	2	3	1
26	3	4	5	1	3	3	1
27	3	4	5	1	3	3	1
28	3	4	5	1	3	3	1
29	3	4	5	1	3	3	1
30	3	4	5	1	2	3	1
31	3	4	5	1	3	3	1
32	3	4	5	1	3	3	1
33	4	3	5	2	3	2	1
34	3	3	5	2	3	2	1
35	4	3	5	2	2	2	1
36	3	3	2	2	3	2	1
37	2	4	2	1	2	3	1
38	3	4	5	1	2	2	1
39	4	4	5	1	3	2	1
40	3	2	3	1	3	2	0
41	3	3	4	1	3	2	1
42	2	3	3	1	4	3	0
43	4	3	4	1	2	2	1
44	3	3	5	1	2	3	1
45	3	3	5	1	3	2	1
46	3	4	5	1	2	3	1
47	4	2	2	3	2	2	1
48	3	2	3	3	3	2	0
49	3	4	5	1	3	3	1
50	3	2	5	3	2	2	1
51	4	4	5	1	3	2	1

52	4	4	5	1	3	3	1
53	4	4	4	1	2	2	1
54	3	3	2	1	4	2	0
55	4	4	5	1	3	2	1
56	4	4	5	1	3	3	1
57	4	4	5	1	2	3	1
58	4	2	5	4	2	2	1
59	4	2	2	4	2	2	1
60	4	2	5	4	2	2	1
61	4	2	5	4	2	2	1
62	2	2	3	4	3	2	0
63	2	2	3	4	3	2	0
64	4	4	5	4	2	3	1
65	3	2	3	1	4	2	0
66	4	4	5	1	3	2	1
67	4	4	5	1	3	2	1
68	2	3	2	1	3	2	0
69	4	4	5	1	3	3	1
70	4	4	5	1	3	2	1
71	2	3	2	1	3	3	0
72	4	3	5	1	3	3	1
73	4	3	5	1	3	3	1
74	2	2	3	1	3	2	0
75	3	2	5	1	3	2	1
76	4	4	5	1	3	3	1
77	4	4	5	1	2	3	1
78	4	2	5	1	2	2	1

79	2	3	3	1	3	4	0
80	4	4	5	1	4	3	1
81	1	3	3	1	3	4	0
82	4	4	5	1	3	3	1
83	3	3	2	2	3	2	0
84	4	3	5	2	3	0	1
85	2	3	2	1	3	3	0
86	4	3	3	1	2	2	1
87	2	3	3	1	3	2	0
88	4	4	5	1	2	3	1
89	4	2	3	1	3	2	0
90	4	2	4	1	3	2	1
91	2	2	2	1	3	1	0
92	3	2	2	5	3	2	1
93	3	2	2	5	3	2	1
94	3	2	3	5	3	2	0
95	3	2	2	5	2	2	1
96	4	3	2	1	3	2	1
97	2	3	3	1	3	4	0
98	4	4	5	1	2	3	1
99	3	4	5	1	2	3	1
100	2	2	3	1	4	0	0

Lampiran 3 Karakteristik Responden

LAMPIRAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	1	1.0	1.0	1.0
SMP	13	13.0	13.0	14.0
Valid SMA	34	34.0	34.0	48.0
S1/S2	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Biaya Rekreasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp 100.000	10	10.0	10.0	
Valid Rp 100.000 - Rp 200.000	23	23.0	23.0	23.0
Rp 200.000 - Rp 300.000	33	33.0	33.0	56.0
> Rp 300.000	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp 500.000 - Rp 1.000.000	15	15.0	15.0	15.0
Valid Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	24	24.0	24.0	39.0
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	6	6.0	6.0	45.0
> Rp 3.000.000	55	55.0	55.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Kunjungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	80	80.0	80.0
	2 kali	6	6.0	86.0
	3 kali	3	3.0	89.0
	4 kali	7	7.0	96.0
	> 5 kali	4	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	26 - 35 tahun	26	26.0	26.0
	36 - 45 tahun	64	64.0	90.0
	46 - 55 tahun	10	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Jumlah Tanggungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 anak	2	2.0	2.0
	1 anak	1	1.0	3.0
	2 anak	41	41.0	44.0
	3 anak	52	52.0	96.0
	4 anak	4	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

WTP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersedia	30	30.0	30.0
	Bersedia	70	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Layak	1	1.0	1.0	1.0
Cukup Layak	14	14.0	14.0	15.0
Layak	48	48.0	48.0	63.0
Sangat Layak	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Layak	2	2.0	2.0	2.0
Cukup Layak	14	14.0	14.0	16.0
Layak	53	53.0	53.0	69.0
Sangat Layak	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Layak	2	2.0	2.0	2.0
Cukup Layak	13	13.0	13.0	15.0
Layak	50	50.0	50.0	65.0
Sangat Layak	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Q1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Baik	2	2.0	2.0	2.0
Cukup Baik	23	23.0	23.0	25.0
Baik	42	42.0	42.0	67.0
Sangat Baik	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Q2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Kurang Baik	4	4.0	4.0	4.0
	Cukup Baik	16	16.0	16.0	20.0
	Baik	49	49.0	49.0	69.0
	Sangat Baik	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Kurang Baik	5	5.0	5.0	5.0
	Cukup Baik	21	21.0	21.0	26.0
	Baik	38	38.0	38.0	64.0
	Sangat Baik	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

R1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Kurang Baik	9	9.0	9.0	9.0
	Baik	50	50.0	50.0	59.0
	Sangat Baik	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

R2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Cukup Baik	10	10.0	10.0	10.0
	Baik	50	50.0	50.0	60.0
	Sangat Baik	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4 Deskriptif Statistik Variabel

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pendidikan	100	1	4	3.37	.747
Biaya Rekreasi	100	2	4	3.21	.795
Pendapatan	100	2	5	4.01	1.185
Frekuensi Kunjungan	100	1	5	1.49	1.105
Usia	100	2	4	2.84	.581
Jumlah Tanggungan	100	0	4	2.55	.687
Anak per Orang					
WTP	100	0	1	.70	.461
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 5 Analisis Regresi Logistik

5.1 Ketepatan Klasifikasi

Classification Table^a

	Observed		Predicted		
			WTP		Percentage Correct
			Tidak Bersedia	Bersedia	
Step 1	WTP	Tidak Bersedia	28	2	93.3
		Bersedia	2	68	97.1
	Overall Percentage				96.0

a. The cut value is .500

5.2 Uji Kelayakan Model Regresi

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	.184	8	1.000

5.3 Uji Keseluruhan Model

Iteration History^{a,b,c}

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients
			Constant
Step 0	1	122.220	.800
	2	122.173	.847
	3	122.173	.847

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 122.173

c. Estimation terminated at iteration number 3 because parameter estimates changed by less than .001.

Iteration History^{a,b,c,d}

Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients						
		Constant	Edu	BR	Inc	FK	Age	JT
1	51.215	-2.457	.516	.847	.585	.325	-.970	-.501
2	32.303	-3.082	.879	1.581	.851	.566	-1.801	-1.040
3	23.550	-3.329	1.348	2.436	1.145	.766	-2.746	-1.881
4	19.009	-3.552	1.972	3.480	1.541	1.032	-3.919	-3.072
Step 1	16.662	-3.097	2.706	4.707	2.073	1.387	-5.548	-4.605
6	15.722	-2.026	3.475	5.936	2.647	1.772	-7.440	-6.207
7	15.565	-1.542	3.953	6.671	3.001	2.012	-8.590	-7.120
8	15.560	-1.484	4.065	6.833	3.080	2.068	-8.849	-7.306
9	15.560	-1.483	4.070	6.840	3.083	2.070	-8.860	-7.313
10	15.560	-1.483	4.070	6.840	3.083	2.070	-8.860	-7.313

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 122.173

d. Estimation terminated at iteration number 10 because parameter estimates changed by less than .001.

-2Log Likelihood block number 0 = 122,173

-2Log Likelihood block number 1 = 15,560

5.4 Koefisien Determinasi

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	15.560 ^a	.656	.930

a. Estimation terminated at iteration number 10 because parameter estimates changed by less than .001.

5.4 Uji Simultan (Uji F)

Omnibus Tests of Model Coefficients

	Chi-square	df	Sig.
Step	106.613	6	.000
Step 1 Block	106.613	6	.000
Model	106.613	6	.000

5.5 Uji Parsial (Uji t)

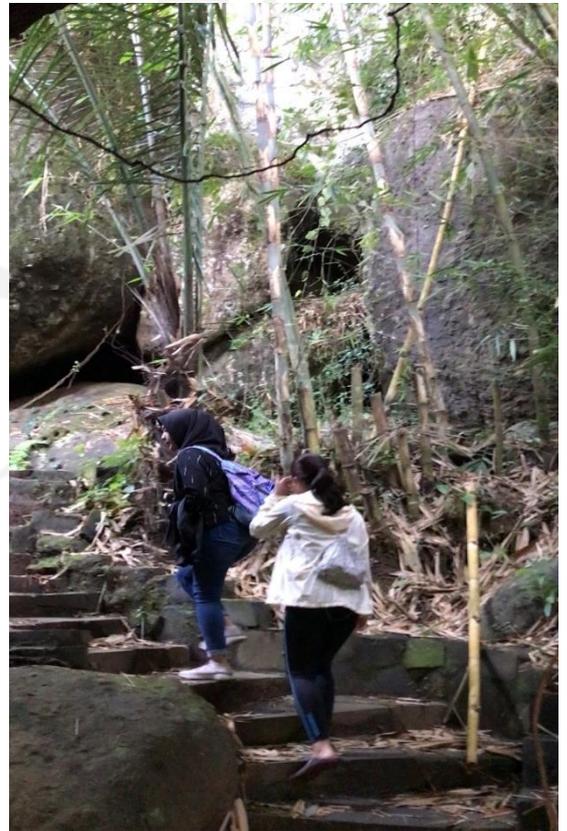
Variables in the Equation

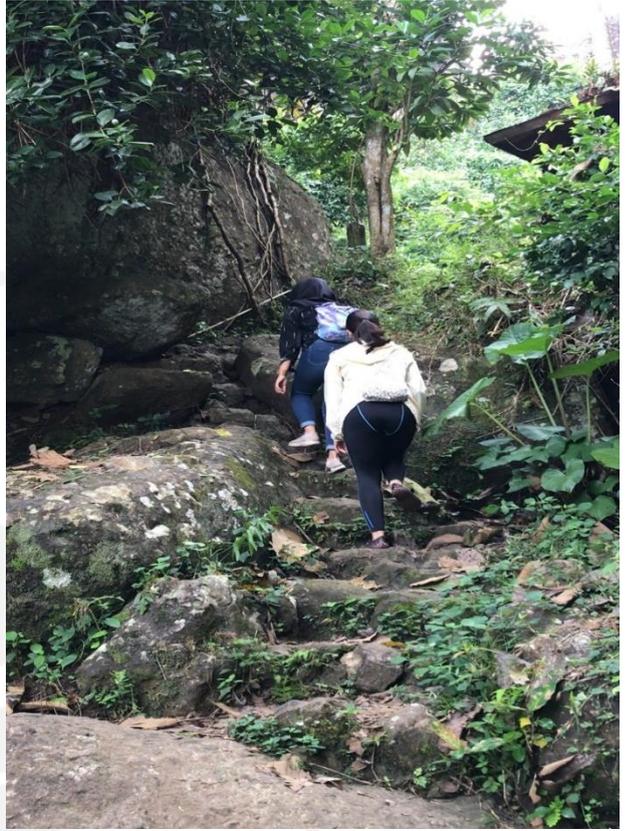
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Edu	4.070	1.965	4.291	1	.038	58.555	1.245	2753.520
BR	6.840	2.710	6.370	1	.012	934.164	4.609	189321.180
Inc	3.083	1.288	5.730	1	.017	21.831	1.748	272.602
FK	2.070	.927	4.984	1	.026	7.924	1.287	48.773
Age	- .8860	4.115	4.636	1	.031	.000	.000	.452
JT	- .7313	3.449	4.495	1	.034	.001	.000	.576
Constant	- 1.483	8.789	.028	1	.866	.227		

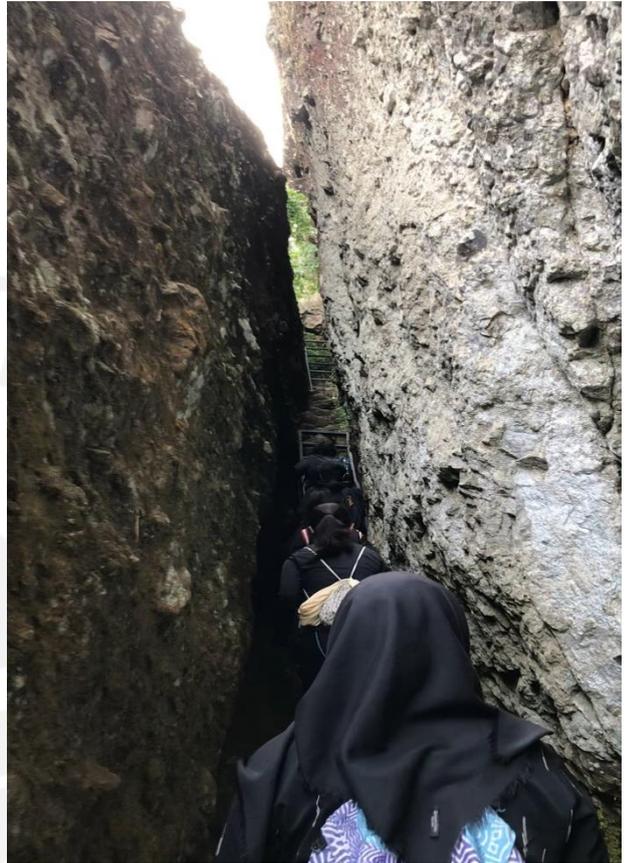
a. Variable(s) entered on step 1: Edu, BR, Inc, FK, Age, JT.

Lampiran 6 Dokumentasi











Lampiran 7 Izin Penelitian



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

Nomor : 562/PS.ILB.3/VI/2022
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

20 Juni 2022

Kepada Yth.

Desa Wisata Nglangeran
di Yogyakarta

Assalaamu'alaikum wr. wb.

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa Program studi Ilmu Ekonomi Program Magister Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, diwajibkan membuat karya ilmiah berupa proposal tesis. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, seorang mahasiswa kami:

Nama : Bella Syavira
No. Mhs. : 20918005
Program Studi : Magister Ilmu Ekonomi
No. HP. : 082265445665
Judul Tesis : "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi WTP Pengunjung Objek Wisata Gunung Api Purba Nglangeran Menggunakan Contingent Valuation Method (CVM)

bermaksud mohon ijin untuk melakukan penelitian pada instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, guna penyusunan proposal tugas akhir/tesis.

Adapun hasil karya ilmiah ini semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan. Oleh karena itu, kami mohon perkenan dan bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa tersebut.

Demikian, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum wr.wb.



Ketua Program Studi
Magister Ilmu Ekonomi,

Drs. Achmad Tohirin, MA., Ph.D.

Lampiran 8 Surat Balasan Penelitian



POKDARWIS NGLANGGERAN
KAWASAN EKOWISATA GUNUNG API PURBA NGLANGGERAN
Kalurahan Nglanggeran, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul, D.I.
Yogyakarta
Web : www.gunungapipurba.com **Blog:** www.kalisongku.wordpress.com
Email : gunungapipurba@gmail.com

Nglanggeran, 25 Juni 2022

Nomor : 01/PDW-NGL /VI/2022

Hal : Surat Balasan Penelitian

Kepada : Yth. Drs. Achmad Tohirin, MA., Ph. D.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
Di Tempat

Dengan hormat,

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia nomor : 562/PS.II.B.3/VI/2022, Terkait permohonan ijin penelitian di Desa Wisata Nglanggeran, maka kami memberikan ijin kepada:

Nama : Bella Syavira
No. Mahasiswa : 20918005
Program studi : Magister Ilmu Ekonomi
No Telepon : 082265445665

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi WTP Pengunjung Objek Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran Menggunakan Contigent Valuation Method (CVM)** di Desa Wisata Nglanggeran.

Demikian surat balasan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Hormat kami,
Ketua Pokdarwis Nglanggeran

Mursidi

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI WTP PENGUNJUNG
OBJEK WISATA GUNUNG API PURBA NGLANGGERAN
MENGUNAKAN CONTINGENT VALUATION METHOD (CVM)

ORIGINALITY REPORT

15% SIMILARITY INDEX	16% INTERNET SOURCES	1% PUBLICATIONS	4% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Repository.umy.ac.id Internet Source	5%
2	Repository.Umy.Ac.Id Internet Source	4%
3	Dspace.Uii.Ac.Id Internet Source	1%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
5	storage.googleapis.com Internet Source	1%
6	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
7	text-id.123dok.com Internet Source	1%
8	ppjp.ulm.ac.id Internet Source	1%
	e-journal.upr.ac.id	