

VALUASI EKONOMI DAN PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP WISATA PANTAI M BEACH DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN PROVINSI LAMPUNG

(Economic Valuation and Tourist Perception of M Beach Tourism in Lampung Selatan District Lampung Province)

Muhamad Riyan Saputra, Novi Rosanti, Ktut Murniati

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung, 35145, e-mail: novi.rosanti@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the tourist travel costs, the factors that influence the frequency of tourist visits, the economic value of tourism, and the tourists' perception of M Beach. This research used a survey with a sample of 50 M Beach tourists selected using the accidental sampling method. The travel cost method is used to analyze the economic value, and the descriptive method with a Likert scale measuring instrument is used to analyze tourist perceptions. The determination of location was carried out purposively with the consideration that M Beach has been the best-selling tourist attraction in South Lampung Regency for the last five years. The data were collected in January 2023. The results showed the average travel costs incurred by M Beach tourists were IDR146,265.24 per individual per visit, with the highest allocation of travel costs as consumption costs of 38.43 percent. The factors that influence tourists' visits to M Beach are travel costs, distance, income, age, beach conditions, and public facilities. The total economic value of M Beach tourism is IDR10,474,348,786.00 per year. Tourists' perception of M Beach in terms of 4A components (attraction, amenity, accessibility, and ancillary) has a positive perception with good criteria.

Keywords: economic value, M Beach, perception, travel cost

Received: 9 Agustus 2023

Revised: 27 Oktober 2023

Accepted: 13 November 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v11i4.7652>

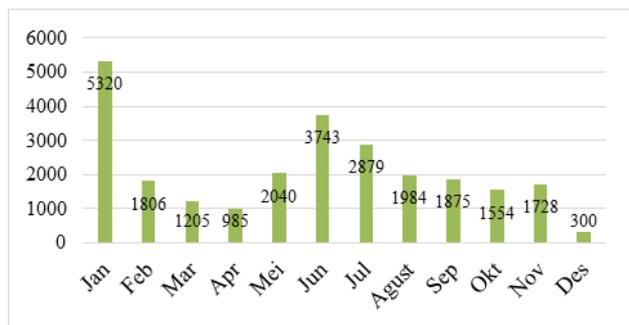
PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan limpahan sumber daya alam yang cukup besar. Sumber daya alam, baik flora maupun fauna dapat dikembangkan sehingga akan berdampak pada pendayagunaan sumber daya alam oleh masyarakat sekitar. Terdapat banyak cara dalam pemanfaatan sumber daya alam, salah satunya adalah menjadikannya sebagai obyek wisata.

Menurut *UN World Tourism Organization* atau UNWTO (2023) sektor pariwisata dunia pada kuartal 1 tahun 2023 berada dalam mode pemulihan setelah adanya pandemi COVID-19. Meskipun berada di mode pemulihan, pertumbuhan pariwisata saat ini terus meningkat sehingga menjadikannya sebagai sektor ekonomi yang mengalami pertumbuhan yang signifikan sekitar 54 persen di hampir seluruh negara Asia dan Pasifik.

Berdasarkan BPS (2023) devisa negara dari sektor pariwisata pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 4,26 miliar USD. Sektor pariwisata merupakan sektor yang dapat dijadikan sebagai penghasil devisa nomor satu untuk memajukan kemajuan nasional. Pariwisata di Indonesia diasumsikan sebagai satu dari beberapa sektor ekonomi terpenting. Atas dasar itulah, industri pariwisata kerap menjadi jawaban atas bermacam permasalahan ekonomi di Tanah Air.

Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah potensial untuk pengembangan pariwisata di Indonesia. Sebagai pintu gerbang Pulau Sumatera, Provinsi Lampung sering dijadikan jalur lintas bagi orang-orang yang menyebrang dari Pulau Sumatera menuju Pulau Jawa atau sebaliknya. Posisi ini menjadikan Provinsi Lampung banyak dikunjungi dan memiliki banyak destinasi wisata khususnya pada wisata bahari.



Gambar 1. Jumlah kunjungan Pantai M Beach 2022

Kabupaten Lampung Selatan adalah satu dari beberapa wilayah di Provinsi Lampung yang beribukota di Kalianda. Kabupaten ini terkenal akan destinasi wisatanya dan menyimpan banyak potensi sumber daya alam untuk dikembangkan sehingga berbagai jenis objek wisata dapat dijumpai mulai dari objek wisata alam, sejarah dan terpadu. Terdapat kurang lebih 89 objek wisata di Kab. Lampung Selatan yang didominasi oleh wisata bahari. Pantai M Beach adalah objek wisata bahari di Desa Merak Belantung, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan. Pantai ini memiliki keindahan dan keunikannya tersendiri sehingga menjadi salah satu obyek wisata bahari terlaris dan sebagai tujuan wisata yang ramai yang ada di Kabupaten Lampung Selatan (Amrina *et al.*, 2020). Jumlah kunjungan Pantai M Beach tahun 2022 dapat dilihat pada Gambar 1.

Menurut Dinas Pariwisata Lampung Selatan (2023) jumlah kunjungan wisatawan yang berwisata ke Lampung Selatan pada tahun 2022 berjumlah 614.035 kunjungan. Khususnya untuk wisata bahari, kunjungan wisatawan tahun 2022 mencapai 202.862 dan sekitar 12,53 persen wisatawan memilih Pantai M Beach untuk dijadikan sebagai tujuan wisata. Sebagai sektor yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, industri pariwisata dapat menciptakan aktivitas ekowisata yang semakin lama dapat mengurangi bahkan menghilangkan sumber daya alam yang terdapat pada lingkungan sekitarnya sehingga menyebabkan menurunnya daya tarik ekowisata dan mempengaruhi aktivitas ekonomi yang ada.

Memiliki arus ombak yang tenang dan perkembangan akan fasilitas yang semakin lengkap, menjadikan wisata Pantai M Beach memiliki jumlah pengunjung terbanyak di Kabupaten Lampung Selatan dalam lima tahun terakhir berdasarkan Dinas Pariwisata Lampung Selatan (2023). Pengelolaan terhadap Pantai ini belum dilakukan secara optimal seperti masih banyaknya sampah yang dapat mengotori pantai

dan belum dilakukannya perhitungan akan valuasi ekonomi dengan *travel cost method* untuk menghitung besarnya nilai permintaan wisata serta memoneterisasi sumber daya alam dan lingkungan. Hal tersebut membuktikan bahwasanya pengelolaan terhadap tempat wisata dalam pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan sering dianggap sebagai jasa lingkungan yang tidak bernilai. Moneterisasi (mengonversikan sebagai uang) sumber daya alam dan lingkungan penting dilakukan agar dapat mendorong kesadaran pengelola serta masyarakat terhadap lingkungan. Pengelola wisata Pantai M Beach belum sepenuhnya tepat dan efektif dalam melakukan inovasi dan pengembangan tempat wisata. Persepsi wisatawan dapat digunakan pengelola dalam mengadaptasi strategi untuk menghindari kesalahan sasaran dan keputusan yang tidak tepat serta dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, mengubah atau menyesuaikan fasilitas, pelayanan, dan kegiatan yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dari wisatawan.

Berdasarkan latar belakang serta masalah, maka tujuan dari penelitian adalah menganalisis biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan, menganalisis nilai ekonomi berdasarkan analisis biaya perjalanan (*travel cost method*), dan mengidentifikasi persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan mempergunakan metode survei. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive*, yakni di Pantai M Beach Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan atas pertimbangan Pantai M Beach merupakan wisata bahari dengan jumlah kunjungan terbanyak di Kabupaten Lampung Selatan dalam lima tahun terakhir. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Januari 2023.

Sampel dalam penelitian yaitu wisatawan Pantai M Beach yang diambil menggunakan teknik *accidental sampling*. Kriteria wisatawan yang dijadikan sampel yaitu berusia di atas 17 tahun dan memiliki pengalaman lebih dari satu kali kunjungan yang dinilai dapat berkomunikasi dengan baik dan memiliki pendapatan serta mampu memberikan pandangan yang lebih mendalam dan akurat. Populasi yang digunakan yaitu seluruh wisatawan Pantai M Beach tahun 2022 sebanyak 25.419 orang. Perhitungan sampel yang digunakan dapat dilihat pada rumus berikut (Sugiyono, 2015):

$$n = \frac{N}{(N \times (e^2)) + 1} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- E = Persentase ketidakteelitian akibat kekeliruan dalam mengambil sampel yang masih dihindaki (15% atau 0,15)

$$n = \frac{25.149}{(24.154 \times (0,15^2)) + 1}$$

$$n = 44,36 \approx 50 \text{ sampel} \dots \dots \dots (2)$$

Jenis data yang dipergunakan, yaitu primer serta sekunder. Data primer peneliti dapat dengan melakukan tanya jawab mempergunakan angket. Kemudian, data sekunder diperoleh melalui lembaga pemerintah, media massa dan berbagai literatur yang relevan.

Metode biaya perjalanan (*travel cost method*) merupakan prosedur analisis pada penelitian ini. Biaya perjalanan, yaitu jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan wisatawan dalam sekali kunjungan. Secara menyeluruh, penghitungan biaya perjalanan mempergunakan rumus seperti berikut ini (Aqualdo & Ekwarso, 2010):

$$BPT = BT + BTW + BK + BP + BG + BPa + BL \dots \dots (3)$$

Penjelasan:

- BPT = Biaya perjalanan total (Rupiah per Kunjungan)
- BT = Biaya Transportasi (Rupiah)
- BTW = Biaya Tiket Wisata (Rupiah)
- BK = Biaya Konsumsi (Rupiah)
- BP = Biaya Penginapan (Rupiah)
- BG = Biaya Gazebo (Rupiah)
- BPa = Biaya Parkir (Rupiah)
- BL = Biaya Lain-lain (Rupiah)

Analisis regresi linear berganda dipergunakan untuk mencari tahu faktor apa saja yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan di Pantai M Beach. Guna mengetahui pengaruh dan tingkat signifikansi variabel, maka pada uji hipotesis mempergunakan uji R^2 , uji F maupun uji t. Model dari analisis ini meliputi:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 D_1 + \beta_7 D_2 + ei \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

- Y = Frekuensi kunjungan (kali/tahun)
- β_0 = Konstanta/Intersep
- $\beta_{1,2,3\dots}$ = Koefisien regresi
- X_1 = Biaya perjalanan (Rupiah/kunjungan)
- X_2 = Jarak (km)
- X_3 = Pendapatan (Rupiah/bulan)
- X_4 = Umur (tahun)
- X_5 = Pendidikan (tahun)
- D_1 = Kondisi Pantai
1 : Terawat
0 : Kurang Terawat
- D_2 = Fasilitas umum
1 : Baik
0 : Kurang Baik
- e = Error (gangguan)

Valuasi ekonomi dianalisis dengan metode biaya perjalanan. Nilai total surplus konsumen per orang per kunjungan per tahun berguna sebagai penghitung nilai ekonomi dari wisata Pantai M Beach. Perhitungan nilai ekonomi berdasarkan surplus konsumen dengan menggunakan rumus berikut (Fauzi, 2010):

$$SK = \frac{x^2}{2\beta} \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

- SK = Surplus Konsumen
- X = Jumlah Kunjungan (kali per tahun)
- β = Koefisien biaya perjalanan.

$$SK' = \frac{SK/\sum X}{n} \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan:

- SK' = Surplus konsumen per orang per kunjungan
- n = Jumlah sampel

Perhitungan nilai ekonomi total mengikuti rumus Marsinko *et al.* (2001).

$$EV = SK' \times k \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan:

- EV = Nilai ekonomi pertahun
- K = Estimasi kunjungan per tahun

Metode yang dipergunakan dalam analisis persepsi wisatawan, yaitu analisis deskriptif. Variabel persepsi wisatawan dalam studi ini meliputi komponen 4 A (*attraction, amenity, accessibility, dan ancillary*). Komponen persepsi yang hendak peneliti ukur akan diperjelas sebagai indikator komponen mempergunakan skala *likert*. Sugiyono

(2015) memaparkan bila skala *likert* berguna sebagai pengukur sikap, pendapat maupun anggapan atau mempersepsikan individu atau kelompok terkait fenomena sosial. Indikator dari setiap komponen disajikan pada Tabel 1.

Ada lima jawaban di tiap pertanyaan dengan skor 5 hingga 1. Skor 5 berkriteria sangat baik dan 1 berkriteria sangat buruk. Tahapan dalam analisis persepsi wisatawan menurut Irianto (2007) yaitu (1) memperhitungkan standar nilai maksimum dan nilai minimum, (2) mengukur selang kelas, (3) menghitung interval kelas dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Selang Kelas} &= \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= \frac{75 - 15}{5} = 12 \end{aligned}$$

Skor maksimum diperoleh dari total jumlah indikator dikalikan dengan nilai tertinggi dari skala pengukuran (nilai tertinggi yaitu lima) dan skor minimum diperoleh dari total jumlah indikator dikalikan dengan nilai terendah dari skala pengukuran (nilai terendah yaitu satu), sehingga interval yang digunakan dapat dilihat di Tabel 2.

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menganalisis persepsi wisatawan. Menurut Sugiyono (2015) uji validitas dapat menunjukkan tingkat ketepatan antara data sesungguhnya objek dengan data yang sudah peneliti kumpulkan. Kemudian, pengujian reliabilitas dimaksudkan guna memperlihatkan seberapa jauh hasil pengukuran mempergunakan objek yang serupa, yang nantinya dapat menciptakan data yang

Tabel 1. Komponen dan indikator persepsi wisatawan.

Komponen	Indikator
Attraction	1. Keindahan Pantai
	2. Spot Foto Unik
	3. <i>Glamping</i>
	4. Perahu Wisata
Amenity	1. Gazebo
	2. <i>Playground</i>
	3. <i>Food Court</i>
	4. Toilet
	5. Mushola
	6. Lahan Parkir
Accessibility	1. Kondisi Jalan
	2. Rambu-Rambu Petunjuk Arah
	3. Jarak Tempat Wisata
Ancillary	1. Pos Keamanan
	2. Pusat Infomasi Wisata

Tabel 2. Interval kelas persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach.

Interval Kelas	Interpretasi
15 – 26	Sangat Buruk
27 – 38	Buruk
39 – 50	Cukup Baik
51 – 62	Baik
63 – 75	Sangat Baik

serupa. Pada uji validitas, didapatkan nilai r-hitung berada di atas nilai r-tabel (0,361), membuktikan bila kuesioner memiliki status yang valid dan pada uji realibilitas didapatkan nilai dari *cronbach's alpha* di atas 0,6. Dengan begitu, memberi simpulan bila angket dinyatakan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wisata Pantai M Beach

Pantai M Beach adalah salah satu produk dari PT Krakatau Lampung Tourism Development (KLTD) yang merupakan bagian dari anak perusahaan PT Bakrieland Development Tbk. Pantai M Beach memiliki predikat sebagai pantai dengan jumlah kunjungan terbanyak di Kabupaten Lampung Selatan selama 5 tahun terakhir. Wisata ini terletak di Desa Merak Belantung yang diusulkan oleh Bappeda untuk dikembangkan menjadi Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) pariwisata yang nantinya dapat mempercepat pertumbuhan sektor pariwisata yang ada di daerah Kabupaten Lampung Selatan. Pantai M Beach saat ini terus mengalami perkembangan yang cukup pesat. Fasilitas yang ada di Pantai M Beach terus mengalami peningkatan seperti adanya spot foto, *playground*, *glamping*, dan paket perahu wisata. Aksesibilitas untuk menuju wisata Pantai M Beach terbuka dan memungkinkan wisatawan dapat menggunakan kendaraan pribadi ataupun transportasi umum.

Karakteristik Wisatawan

Mayoritas wisatawan Pantai M Beach yang dijadikan sampel adalah laki-laki yaitu sebesar 82 persen, sedangkan jumlah perempuan hanya sebesar 9 persen. Proporsi terbesar terdapat pada pengunjung laki-laki sebab laki-laki merupakan kepala keluarga, yang sangat berperan dalam menentukan keputusan untuk berwisata. Sebagian besar wisatawan Pantai M Beach berada pada rentang umur 36-50 tahun yaitu sebesar 46 persen. Perihal ini disebabkan pada kelompok usia itu, rata-rata mereka telah menikah dan melaksanakan kegiatan wisata bersama keluarga. Wisata kerap menjadi aktivitas rutin, terkhusus sebagai

pendampingan bagi anak-anak. Tingkat pendidikan wisatawan tertinggi yaitu S1 dan SMA sebesar 46 persen yang berarti tingkat pendidikan wisatawan sudah cukup baik, untuk mempengaruhi kesadarannya melakukan kegiatan wisata, cara berpikir, dan memberi anggapan kepada nilai dari sumber daya alam di suatu wilayah.

Mayoritas jenis pekerjaan wisatawan Pantai M Beach adalah pegawai swasta yaitu sebesar 46 persen. Tingkat pendapatan wisatawan mayoritas berkisar Rp5.100.000 hingga Rp10.000.000 per bulan sejumlah 44 persen. Mayoritas jarak tempuh wisatawan yaitu 56-80 km sejumlah 46 persen. Hal tersebut disebabkan 58 persen wisatawan Pantai M Beach berasal dari Bandar Lampung. Wisatawan asal Bandar Lampung mendominasi dikarenakan pengelola wisata Pantai M Beach sering melakukan kegiatan promosi pada acara-acara tertentu yang ada di Bandar Lampung sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Frekuensi kunjungan wisatawan dalam satu tahun terakhir didominasi oleh wisatawan dengan 2 kali kunjungan dalam setahun yaitu sebesar 80 persen dan sisanya sebesar 20 persen merupakan wisatawan yang memiliki frekuensi kunjungan 3 kali dalam satu tahun.

Biaya Perjalanan Wisatawan Pantai M Beach

Biaya perjalanan merupakan keseluruhan total biaya yang telah wisatawan keluarkan untuk berkunjung ke tempat wisata, seperti biaya transportasi, penginapan, tiket masuk, konsumsi, dan sebagainya. Tabel 3 memperlihatkan biaya perjalanan wisatawan di wisata Pantai M Beach. Rata-rata biaya perjalanan wisatawan yaitu Rp146.265,24 per orang per kunjungan. Biaya konsumsi merupakan biaya tertinggi dengan rata-rata sejumlah Rp56.203,69 atau 38,43 persen dari biaya perjalanan. Biaya perjalanan tersebut dianggap lebih rendah jika dibanding biaya

Tabel 3. Biaya perjalanan wisatawan Pantai M Beach.

Biaya	Maksimal (Rp)	Minimal (Rp)	Rata-rata (Rp)
Transportasi	82.000,00	8.333,33	32.718,57
Konsumsi	128.571,43	25.000,00	56.203,69
Penginapan	100.000,00	0,00	6.820,00
Tiket masuk	35.000,00	25.000,00	30.800,00
Gazebo	25.000,00	0,00	10.522,98
Lain-lain	40.000,00	0,00	9.200,00
Total Biaya	410.571,43	58.333,33	146.265,24

Tabel 4. Hasil regresi faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan.

Variabel	Koefisien	Sig
(Constanta)	-1,599580	0,0564
Biaya Perjalanan (X1)	-5,43E-06 *	0,0961
Jarak (X2)	-0,003460 **	0,0365
Pendapatan (X3)	1,20E-07 **	0,0203
Umur (X4)	0,021028 *	0,0899
Pendidikan (X5)	0,011734	0,8417
Kondisi Pantai (D1)	0,689585 **	0,0068
Fasilitas Umum (D2)	0,716342 **	0,0096
R-Squared	0,523858	
Adjusted R-Squared	0,444501	
F-Statistik	6,601272	
Prob(F-Statistik)	0,000028 ***	

Keterangan:

* Taraf kepercayaan 90%

** Taraf kepercayaan 95%

*** Taraf kepercayaan 99%

perjalanan ke wisata Pulau Pisang oleh Arifa *et al.* (2019) dengan biaya Rp341.563,39 per orang per kunjungan.

Faktor Yang Memengaruhi Frekuensi Kunjungan Wisatawan Pantai M Beach

Model yang dipergunakan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan telah terdistribusi normal serta bebas dari masalah multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Berikut ini fungsi permintaan wisata Pantai M Beach berdasar model regresi linear berganda.

$$Y = - 1,599580 - 0,00000543X_1 - 0,003460X_2 + 0,000000120X_3 + 0,0021028X_4 + 0,011734X_5 + 0,689585D_1 + 0,716342D_2$$

Tabel 4 memperlihatkan nilai koefisien determinasi (R^2) sejumlah 0,523858 atau 52,3 persen variasi frekuensi kunjungan bisa diperjelas oleh seluruh variabel *independen* di dalam model regresi. Tersisa 47,7 persen variasi frekuensi kunjungan, yang diperjelas oleh variabel lainnya yang tidak termuat dalam model regresi. Makin besar atau mendekati 1 nilai R^2 maka variabel *independen* akan memengaruhi variabel *dependen* cukup kuat.

Nilai F-statistik sejumlah 6,601272 dengan tingkat signifikansi (*p value*) $0,000 < 0,05$ (α). Dengan begitu, secara bersama-sama seluruh variabel *independent* dalam model berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan wisatawan pada taraf nyata 99 persen. Pada uji t memperlihatkan enam variabel yaitu biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, kondisi pantai, dan fasilitas umum mempengaruhi secara nyata terhadap frekuensi

kunjungan wisatawan ke Pantai M Beach, sedangkan variabel pendidikan tidak mempengaruhi secara nyata terhadap frekuensi kunjungan wisatawan.

Biaya Perjalanan (X₁)

Variabel biaya perjalanan bertanda negatif dan berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan dengan tingkat kepercayaan sebesar 90 persen. Sesuai teori ekonomi bahwa jika wisatawan menerima biaya yang tinggi untuk melakukan kegiatan wisata maka wisatawan bisa memicu pengurangan terhadap frekuensi kedatangan ke lokasi wisata tersebut. Penelitian ini sama seperti Hardiyanti & Subari (2020), Huda *et al.* (2022) dan Indriastuti *et al.* (2022), yaitu jika biaya perjalanan makin tinggi, tentu makin enggan wisatawan mempergunakan pendapatan mereka guna berkunjung ke lokasi wisata, maka memicu penurunan jumlah kunjungan ke suatu objek wisata.

Jarak (X₂)

Variabel jarak bertanda negatif dan berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 persen. Makin jauh jarak antara wisatawan dengan tempat tujuan wisata, maka makin kecil frekuensi kunjungan wisatawan, ini dikarenakan jarak dapat mempengaruhi ketersediaan waktu dan biaya wisatawan guna berkunjung ke tempat wisata. Sama seperti penelitian yang telah dilakukan Ihsannudin *et al.* (2022) dan Ajoji *et al.* (2022), yang menyatakan bahwa variabel jarak bertanda negatif dan berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan.

Pendapatan (X₃)

Variabel jarak bertanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan dengan tingkat kepercayaan 95 persen. Sesuai dengan keadaan nyata di lokasi penelitian, yang mana responden dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung mempunyai kesempatan untuk melakukan kegiatan wisata lebih dari sekali. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Khoirudin & Khasanah (2018) dan Mahardika *et al.* (2020), yang memperlihatkan bila variabel pendapatan memengaruhi cukup penting dengan nilai koefisien yang positif.

Umur (X₄)

Variabel umur bertanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan dengan tingkat kepercayaan sebesar 90 persen. Makin bertambahnya umur, wisatawan memiliki

beragam aktivitas yang pada akhirnya membutuhkan waktu untuk melakukan kegiatan wisata dan secara langsung dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Sama seperti penelitian yang dilakukan Arifa *et al.* (2019).

Pendidikan (X₅)

Variabel pendidikan tidak berpengaruh signifikan dengan frekuensi kunjungan wisatawan, dikarenakan variabel ini mempunyai tingkat kepercayaan di bawah 90 persen. Wisata merupakan kebutuhan masing-masing individu sehingga tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang tidak memengaruhi minat untuk berwisata. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Novita *et al.* (2022) yang menyatakan variabel pendidikan tidak berpengaruh nyata dikarenakan berwisata merupakan kebutuhan semua orang tanpa harus memperhatikan tingkat pendidikannya.

Kondisi Pantai (D₁)

Variabel dummy kondisi pantai bertanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 persen. Makin terawat kondisi pantai M Beach, maka akan semakin banyak wisatawan yang akan berkunjung. Penelitian ini sebanding dengan penelitian Novita *et al.* (2022). Hasil uji statistik ini didukung dengan kondisi pantai M Beach sebagai salah satu pantai di Kabupaten Lampung Selatan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan seperti berenang dan *snorkling* dengan keadaan pantai yang cukup bersih, aman dan berair jernih.

Fasilitas Umum (D₂)

Variabel dummy fasilitas umum bertanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 persen. Makin baik keadaan fasilitas umum yang tersedia di Pantai M Beach, maka akan semakin banyak wisatawan yang akan berkunjung. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan Huda *et al.* (2022). Bahwa kualitas fasilitas umum memengaruhi peningkatan jumlah wisatawan. Perihal ini dapat dibuktikan dari jumlah pengunjung Pantai M Beach yang mengalami kenaikan pada hampir setiap tahunnya.

Nilai Ekonomi Wisata Pantai M Beach

Nilai ekonomi wisata Pantai M Beach merupakan besarnya nilai yang didapat wisatawan terhadap manfaat tidak langsung dari tempat wisata Pantai M Beach. Nilai ekonomi dari suatu tempat wisata

Tabel 5. Perhitungan nilai ekonomi wisata Pantai M Beach.

Keterangan	Nilai
Jumlah kunjungan per tahun (org)	25.419
Koefisien biaya perjalanan	5.44E-06
Surplus konsumen/individu/ tahun (Rp)	956.585,72
Surplus konsumen /individu/kunjungan (Rp)	412.067,69
Pembayaran terhadap Sumber daya (Rp)	889.665.000
Nilai ekonomi total per tahun (Rp)	10.474.348.78
EV= SK'x TP	6

memiliki hubungan yang searah dengan surplus konsumen dari wisatawan. Berdasar surplus konsumen yang diperoleh oleh wisatawan, maka estimasi nilai ekonomi dari Pantai M Beach tersaji pada Tabel 5.

Nilai surplus konsumen wisatawan per orang per kunjungan ke Pantai M Beach sejumlah Rp412.067,69. Jumlah kunjungan terakhir pada tahun 2022 mencapai 25.419 orang wisatawan, sehingga dapat dihitung nilai ekonomi totalnya sebesar Rp10.474.348.786 per tahun. Nilai tersebut membuktikan bahwa keindahan alam wisata Pantai M Beach memiliki nilai ekonomi lebih tinggi dibanding nilai pembayaran wisatawan atas sumber daya alam wisata Pantai M Beach sejumlah Rp889.665.000 per tahun, maka tempat wisata ini mampu bermanfaat sebagai penghasil jasa wisata yang perlu dipertahankan

Tabel 6. Persepsi wisatawan Pantai M Beach

Komponen	Indikator	Persepsi Wisatawan					Jumlah	Rerata
		1	2	3	4	5		
<i>Attraction</i>	1. Keindahan Pantai	0	0	14	27	9	195	3,90
	2. Spot foto unik	0	0	22	21	7	185	3,70
	3. <i>Glamping</i>	0	0	2	26	22	220	4,40
	4. Perahu wisata	0	0	14	21	15	201	4,02
<i>Amenity</i>	1. Gazebo	0	0	6	28	16	201	4,20
	2. <i>Playground</i>	0	0	9	34	7	198	3,96
	3. <i>Food Court</i>	0	0	15	29	6	191	3,82
	4. Toilet	0	0	24	26	0	176	3,52
	5. Mushola	0	1	24	24	1	175	3,50
	6. Lahan Parkir	0	0	12	36	2	190	3,80
<i>Accessibility</i>	1. Kondisi jalan	0	4	15	23	8	185	3,70
	2. Rambu-rambu petunjuk arah	0	0	6	22	22	216	4,32
	3. Jarak tempat wisata	0	10	25	13	2	157	3,14
<i>Ancillary</i>	1. Pos keamanan	0	0	10	28	12	202	4,04
	2. Pusat informasi wisata	0	2	23	22	3	176	3,52
Total rata-rata								57,54

keberadaannya dan dikelola dengan lebih baik lagi oleh PT KLTD.

Persepsi Wisatawan Pantai M Beach

Persepsi wisatawan terhadap Pantai M Beach dilakukan untuk mengetahui pendapat atau tanggapan langsung wisatawan terhadap wisata Pantai M Beach. Variabel yang dianalisis pada penelitian ini meliputi komponen 4 A yang terdiri dari *attraction*, *amenity*, *accessibility*, dan *ancillary*. Hasil perhitungan dari keempat komponen persepsi disajikan pada Tabel 6.

Hasil total rata-rata dari persepsi wisatawan Pantai M Beach yang ditinjau dari empat komponen (*attraction*, *amenity*, *accessibility*, dan *ancillary*) yaitu sebesar 57,54 dan berdasarkan perhitungan interval kelas tergolong pada kriteria baik, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi wisatawan terhadap wisata pantai M Beach yaitu positif dengan kriteria baik.

Persepsi positif sangat penting dalam industri pariwisata. Persepsi positif dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan. wisatawan yang memiliki persepsi positif ke suatu tempat wisata akan cenderung memberikan pandangan positif dan memungkinkan untuk datang kembali serta merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, jika wisatawan memiliki persepsi negatif maka hal tersebut dapat merusak citra tempat wisata sehingga menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari pemaparan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa biaya perjalanan wisatawan ke Pantai M Beach rata-rata sebesar Rp146.265,24 per orang per kunjungan. Biaya konsumsi sebagai alokasi biaya perjalanan paling tinggi yaitu sebesar 38,43 persen dari seluruh biaya perjalanan. Faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke Pantai M Beach, yaitu biaya perjalanan, jarak, pendapatan, umur, kondisi pantai, dan fasilitas umum. Nilai ekonomi wisata Pantai M Beach dengan menggunakan metode biaya perjalanan sejumlah Rp10.474.348.786,00 per tahun. Persepsi wisatawan terhadap wisata Pantai M beach ditinjau dari komponen 4 A (*attraction, amenity, accessibility, dan ancillary*) termasuk dalam persepsi positif dengan kriteria baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajoi, E., Parinusa, S., & Bauw, S. A. (2022). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pulau Mansinam Kabupaten Manokwari dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost Method). *Lensa Ekonomi*, 15(02), 216–231. <https://doi.org/10.30862/lensa.v15i02.194>
- Amrina, D. H., Melinia, M., Septiana, R., Alawiyah, T., & Zainal, R. (2020). Implikasi Pariwisata Pantai Syariah Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Kelestarian Lingkungan. *Salam (Islamic Economics Journal)*, 1(2), 1(2): 9-27. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/salam/article/view/8493>.
- Aqualdo, N., & Ekwarso, H. (2010). Nilai Ekonomi Lingkungan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Objek Wisata Air Panas Pawan di Kabupaten Rokan Hulu (Pendekatan Biaya Perjalanan). *Jurnal Ekonomi Universitas Riau*, 18(03), 8804. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3874>.
- Arifa, E., Abidin, Z., & Marlina, L. (2019). Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(4), 568–574. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3874>.
- BPS [Badan Pusat Statistik]. (2023). *Jumlah Devisa Sektor Pariwisata 2022 Miliar USD*. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1160/1/jumlah-devisa-sektor-pariwisata.html>
- Dinas Pariwisata Lampung Selatan. (2023). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Lampung Selatan Tahun 2022*.
- Fauzi, A. (2010). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hardiyanti, N., & Subari, S. (2020). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. *AGRISCIENCE*, 1(1), 124–137. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience/article/view/7902>
- Huda, A., Abidin, Z., & Rosanti, N. (2022). Valuasi Ekonomi pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan Dengan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9(3), 1259–1272. http://repository.lppm.unila.ac.id/45913/1/jurnal_agriinfo_galuh_vol_9_no_3_september_2022.pdf
- Ihsannudin, I., Zuhriyah, A., & Al Masih, A. S. (2022). Valuasi Ekonomi Ekowisata Kawasan Ekosistem Esensial (KEE) Pantai Taman Kili-Kili Kabupaten Trenggalek. *Sigmagri*, 2(01), 12–26. <http://ojs.unwaha.ac.id/index.php/sigmagri/article/view/669>
- Indriastuti, M., Prasmatiwi, F. E., & Endaryanto, T. (2022). Valuasi Ekonomi dan dampak Wisata Alam Bukit Sakura Terhadap Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), 53–60. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5668>.
- Irianto, A. (2007). *Statistik: Konsep dasar dan aplikasinya*. Kencana. Jakarta
- Khoirudin R, dan Khasanah U. 2018. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis , Bantul Yogyakarta Economic. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 18(2), 152–166. <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1266&context=jepi>. [25 februari 2022].
- Mahardika, D. A., Arifin, B., & Nugraha, A. (2020). Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(4), 474–482. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3862>
- Marsinko, A., Zawacki, W. T., & Bowker, J. M. (2001). Use of travel cost models in planning: a case study. *Tourism Analysis*, 6(3–4), 203–

211.

https://www.researchgate.net/publication/233675295_Use_of_Travel_Cost_Models_in_Planning_A_Case_Study

Novita, S., Abidin, Z., & Kasymir, E. (2022).

Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(2), 217–224.

<http://repository.lppm.unila.ac.id/47408/1/Dokumen%20JIA%20Vol%2010%20No%202%202022%20susan%20dkk.pdf>.

Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Alfabeta* (Vol. 28). Alfabeta. Bandung.

UNWTO. (2023). *Tourism On Track For Full Recovery As New Data Shows Strong Start To 2023*. Barometer.

<https://www.unwto.org/news/tourism-on-track-for-full-recovery-as-new-data-shows-strong-start-to-2023>