

p-ISSN No. 2337-7070

e-ISSN No. 2620-4177

JURNAL
ILMU ILMU AGRIBISNIS:
JOURNAL OF AGRIBUSINESS SCIENCE

VOLUME 12 NOMOR 1, FEBRUARI 2024

Alamat : Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No.1 Bandar Lampung 35145
Telp./Fax. (0721) 781821, e-mail : editor.jiia@fp.unila.ac.id

ISSN 2337-7070



e-ISSN 2620-4177



Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: *Journal of Agribusiness Science*

<i>Editor in Chief</i>	:	Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.
<i>Associate Editor</i>	:	Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.
<i>Editorial Boards</i>	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P. 2. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si. 3. Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si. 4. Ir. Indah Nurmayasari, M.Sc.
<i>Managing Editors</i>	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lina Marlina, S.P., M.Si. 2. Yuliana Saleh, S.P., M.Si. 3. Dewi Mulia Sari, S.P., M.Si. 4. Amanda Putra Seta, S.P., M.P.
<i>Reviewers</i>	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prof. Dr. Ir. Dwi Putra Darmawan, M.P. (Universitas Udayana) 2. Prof. Dr. Ir. Yonariza, M.Sc. (Universitas Andalas) 3. Prof. Dr. Ir. Bustanul Arifin, M.Sc. (Universitas Lampung) 4. Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S. (Universitas Lampung) 5. Prof. Dr. Fitriani, S.P., M.E.P. (Politeknik Negeri Lampung) 6. Dr. Ir. Nurbani Kalsum, M.Si. (Politeknik Negeri Lampung) 7. Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M.Ec. (Universitas Gadjah Mada) 8. Dr. Ir. Arya Hadi Dharmawan, MSc.Agr. (IPB University) 9. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S. (Universitas Lampung) 10. Dr. Ir. M. Irfan Affandi, M.Si. (Universitas Lampung) 11. Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S. (Universitas Lampung) (Universitas Lampung) 12. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si. (Universitas Lampung) 13. Dr. Abdul Mutolib, S.P. (Universitas Lampung) 14. Dr. Ir. Lies Sulistyowati, M.S. (Universitas Padjajaran) 15. Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S. (Universitas Lampung) 16. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P. (Universitas Lampung)

Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: *Journal of Agribusiness Science* merupakan forum publikasi untuk hasil-hasil penelitian dalam bidang agribisnis, ekonomi pertanian, pembangunan pertanian, sosiologi pedesaan, penyuluhan pertanian, ketahanan pangan dan gizi, serta bidang keilmuan lain yang terkait. Jurnal ini terbit empat kali setiap tahunnya yaitu pada Bulan Februari, Mei, Agustus, dan November.

DAFTAR ISI

	Halaman
1. VALUASI EKONOMI DAN DAMPAK WISATA PANTAI TANJUNG PASIR TERHADAP SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR DI KABUPATEN TANGERANG (Siti Futakhah, Fembriarti Erry Prasmatiwi, Lina Marlina).....	1-8
2. ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI, PENDAPATAN DAN BAURAN PEMASARAN AGROINDUSTRI TEMPE DI KELURAHAN YOSODADI, KECAMATAN METRO TIMUR, KOTA METRO (Gita Dhika Citra Putri Andini, Wuryaningsih Dwi Sayekti, Suriaty Situmorang).....	9-15
3. ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL DAN DAYA TERIMA INOVASI PRODUK MOCHI NANAS (MONAS) (Laras Sirly Safitri, Nurul Mukminah, Wiwik Endah Rahayu).....	16-22
4. ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DIEVHA CAFE DI KECAMATAN SUMBER JAYA KABUPATEN LAMPUNG BARAT (Putri Ayu Muslimah, Yaktiwo Indriani, Rabiatul Adawiyah).....	23-30
5. SKENARIO PENINGKATAN PENDAPATAN DALAM USAHATANI JAGUNG MELALUI ADOPSI TEKNOLOGI DI DESA TULABOLO BARAT, PROVINSI GORONTALO (Nur Safitri Tahir, Mahludin Baruwadi, Zulham Sirajuddin).....	31-40
6. SIKAP, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN SUSU SEGAR YU-ONE MILK DI KOTA BANDAR LAMPUNG (Ayu Aulia Fitri, Yaktiwo Indriani, Erlina Rufaidah).....	41-48
7. KINERJA SISTEM AGRIBISNIS USAHA PENGGEMUKAN SAPI DI DESA ADIREJO KECAMATAN TERBANGGI BESAR KABUPATEN LAMPUNG TENGAH (STUDI KASUS DI PT INDO PRIMA BEEF) (Iva Mutiara Indah, Dyah Aring Hepiana Lestari, Wuryaningsih Dwi Sayekti).....	49-57
8. PERBEDAAN PENILAIAN PEMBELI MAKAN SIANG DAN MALAM TERHADAP ATRIBUT RUMAH MAKAN PADANG X, BANDAR LAMPUNG (Rafika Dila Putri, Agus Hudoyo, Maya Riantini).....	58-65
9. BAURAN PEMASARAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN SUSU KAMBING (STUDI KASUS PADA KARYA ETAWA FARM BANYUWANGI) (Sefri Ton, Ninik Sri Rahayu, Risky Slamet).....	66-72
10. NILAI EKONOMI DESTINASI WISATA MINAT KHUSUS KEE PULAU MASAKAMBING BERBASIS CONTINGENT VALUATION METHOD (Musyafak Musyafak, Ihsannudin Ihsannudin).....	73-82
11. PENGARUH SUBSTITUSI TEPUNG SORGUM PUTIH DALAM PEMBUATAN VANILLA CUPCAKE TERHADAP KUALITAS FISIK DAN DAYA TERIMA KONSUMEN (Nadhira Alya Fairuz, I Gusti Ayu Ngurah S, Mutiara Dahlia).....	83-89
12. VALUASI EKONOMI DENGAN METODE TRAVEL COST DAN KEPUASAN PENGUNJUNG OBYEK WISATA GRAND ELTY KALIANDA RESORT KABUPATEN LAMPUNG SELATAN (Wahyu Gusri Reynaldo, Ktut Murniati, Firdasari Firdasari)	90-99

VALUASI EKONOMI DENGAN METODE TRAVEL COST DAN KEPUASAN PENGUNJUNG OBYEK WISATA GRAND ELTY KALIANDA RESORT KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

*(Economic Valuation Using the Travel Cost Method and Visitor Satisfaction of Grand Elty
Kalianda Resort Tourism Lampung Selatan District)*

Wahyu Gusri Rheynaldo, Ktut Murniati*, Firdasari

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

*e-mail: ktutmurniati@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence the frequency of tourists visit to Grand Elty Kalianda Resort, the economic value of Grand Elty Kalianda Resort, and visitors' satisfaction related to the 4A attributes of attractions, activities, accessibility, and amenities. The research location was chosen purposively with the consideration that Grand Elty Kalianda Resort is one of the best tourist attractions in South Lampung Regency. The method used in this research was a survey involving 76 respondents. Data collection was conducted by direct interview from November 2022 to December 2022. The data analysis methods used were multiple linfear regression analysis, travel cost methods (TCM), Customer Satisfaction Index (CSI) analysis, and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that various factors that influence the number of visits to Grand Elty Kalianda Resort are income, travel costs, length of travel, facilities and infrastructure, and visitor satisfaction. The economic value of the Grand Elty Kalianda Resort tourist attraction is IDR 12,501,262.00 per year. While the level of visitor satisfaction related to the 4A attribute is 91.60%, indicating that visitors are very satisfied. Measurement of visitor satisfaction using the IPA method obtained satisfaction results on the beach, recreation, and photography attributes.

Keywords: economic valuation, travel cost method, visitor satisfaction

Received: 10 December 2023

Revise: 11 January 2024

Accepted: 21 February 2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v12i1.8311>

PENDAHULUAN

Negara Indonesia memiliki garis pantai yang membentang sejauh 95.181 km yang tersebar pada 17.508 pulau besar maupun pulau kecil (UU No.6 tahun 1996). Potensi alam berupa potensi bahari dapat dimanfaatkan secara langsung terutama untuk sektor pariwisata di Indonesia. Pariwisata di Indonesia terus berkembang setiap tahunnya diiringi dengan perkembangan perekonomian dunia. Hal tersebut didukung dengan meningkatnya minat dan kebutuhan manusia pada kebutuhan tersier yaitu berwisata.

Berdasarkan data BPS (2021), jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia pada tahun 2021 adalah 524.571.392 kunjungan. Jumlah kunjungan tersebut berasal dari berbagai jenis pariwisata yang menjadi program unggulan pengembangan pariwisata di Indonesia. Daerah Provinsi Lampung memiliki potensi pembangunan pariwisata pantai yang amat baik untuk dikembangkan. Hal ini disebabkan

Provinsi Lampung mempunyai garis pantai yang panjang yaitu 1.105 km yang meliputi kawasan pesisir (Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Lampung, 2022). Pertumbuhan sektor pariwisata, secara tidak langsung dapat mempengaruhi tumbuh kembang sektor lainnya. Makin tinggi permintaan terhadap sektor pariwisata, memberi kesempatan untuk pertumbuhan sektor lain (Purwanto, 2013). Hal tersebut mengindikasikan bahwa sektor pariwisata memiliki pontensi yang sangat besar dalam mendorong pertumbuhan sektor-sektor lainnya yang dapat mempengaruhi laju perkembangan ekonomi di Indonesia.

Kabupaten Lampung Selatan merupakan salah satu dari banyak daerah di Provinsi Lampung dimana paling besar potensinya untuk mengembangkan suatu wisata. Terdapat beberapa obyek wisata yang terletak di Kabupaten Lampung Selatan, namun salah satu obyek wisata favorit pengunjung adalah obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Obyek wisata ini dapat ditempuh dengan jarak 8 km dari

Kota Kalianda dan memiliki jarak 54 km bila ditempuh dari Kota Bandar Lampung. Jumlah pengunjung wisata Grand Elty Kalianda Resort pada tahun 2022 mencapai 19.706 orang.

Sarana dan prasarana penunjang menjadi pertimbangan terhadap banyaknya pengunjung yang datang di obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Penyediaan sarana dan prasarana yang baik akan memberikan kepuasan terhadap pengunjung yang secara tidak langsung akan membentuk sikap loyalitas terhadap obyek wisata tersebut. Kepuasan pengunjung tentang 4A (Aktraksi, aminitas, aksesibilitas, dan aktivitas) obyek wisata dapat menjadi acuan pengelola untuk dapat lebih meningkatkan kualitas obyek wisata. Pengelola dapat menggali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengunjung untuk berwisata dari atribut 4A, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke obyek wisata.

Valuasi Ekonomi merupakan suatu upaya untuk memberikan nilai secara kuantitatif terhadap sumberdaya alam dan lingkungan, sehingga layak digunakan untuk menilai obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort melalui metode *travel cost*. Menurut Fauzi (2014) *travel cost* adalah metode yang digunakan untuk menilai obyek wisata, dengan prinsip bahwa permintaan konsumen terhadap obyek wisata dapat didekati dari biaya yang dikeluarkan untuk mengunjungi obyek wisata. Oleh karena itu, metode *travel cost* dapat digunakan untuk menilai obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan dari penelitian di obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort diantaranya menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap jumlah kunjungan, nilai ekonomi objek wisata, dan mengkaji kepuasan pengunjung terhadap atribut 4A wisata di obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Pada penelitian ini digunakan metode survey. Lokasi yang digunakan untuk penelitian ditetapkan dengan sengaja atau *purposive* dengan mempertimbangkan bahwa Kabupaten Lampung Selatan, obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort merupakan pilihan obyek wisata terbaik. Pengumpulan data dilaksanakan bulan November-Desember 2022.

Penentuan jumlah sampel pengunjung ditentukan menggunakan metode *slovin* yaitu:

$$n = \frac{Nz^2S^2}{Nd^2 + z^2S^2} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- n = Nilai sampel
- N = Nilai populasi
- S² = Ragam atau variasi sampel (5% = 0,05)
- Z = Tingkat kepercayaan (95% = 1,96)
- d = Derajat penyimpangan (5% = 0,05)

Jumlah kunjungan ke obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort pada tahun 2022 sebesar 19.706 pengunjung, maka berdasarkan rumus Slovin didapatkan sampel pengunjung sebanyak 77 orang pengunjung diambil menggunakan teknik *accidental sampling*. Kriteria pengunjung yang dijadikan responden adalah pengunjung yang tanpa sengaja ditemui atau berada dilokasi saat itu, berkenan untuk dijadikan responden, sudah memiliki pekerjaan, memiliki pendapatan, berumur di atas 17 tahun, hanya mengambil satu dari tiap kelompok pengunjung, dan hanya melakukan perjalanan untuk berwisata di lokasi penelitian. Jenis data yang digunakan pada studi meliputi data primer diperoleh dari wawancara dengan responden secara langsung mempergunakan angket, kemudian data sekunder penelitian yang berasal dari buku, jurnal, lembaga penunjang, serta institusi yang berkaitan.

Untuk menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap jumlah kunjungan yang dilakukan pengunjung obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan persamaan di bawah ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + D_1 + D_2 + D_3 + e \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- Y = Jumlah kunjungan (kali per tahun)
- X1 = Jarak tempat tinggal dengan lokasi wisata (km)
- X2 = Umur (thn)
- X3 = Pendidikan (thn)
- X4 = Pendapatan (Rupiah per bulan)
- X5 = *Travel cost* (biaya perjalanan) (Rupiah per kunjungan)
- X6 = Lama perjalanan (jam)
- D 1 = Sarana
1 : Sarana baik
0 : Sarana kurang baik
- D2 = Prasarana

- 1 : Prasarana baik
- 0 : Prasarana kurang baik
- D3 = Kepuasan pengunjung
 - 1 : Pengunjung puas
 - 0 : Pengunjung kurang puas
- a = Konstanta
- $b_1 \dots b_6$ = Koefisien regresi
- e = Error term

Biaya perjalanan terdiri total seluruh biaya yang yang dikeluarkan pengunjung selama melangsungkan kegiatan berwisata yang dapat dituliskan dengan persamaan:

$$BPT = BT + BK + BTM + BS \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

- BPT = Biaya perjalanan total
- BT = Biaya transportasi
- BK = Biaya konsumsi
- BTM = Biaya tiket masuk
- BSA = Biaya sewa alat

Metode yang digunakan untuk menghitung nilai ekonomi obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort dilakukan dengan analisis biaya perjalanan tiap individu (*Individual Travel Cost Method*) dengan surplus konsumen tiap individu yang perhitungannya memakai rumus yang merujuk pada Fauzi (2014):

$$SK = \frac{v^2}{2 \cdot l} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

- SK = Surplus Konsumen (Rupiah per orang)
- V = Jumlah Keseluruhan Kunjungan Responden (kali per tahun)
- l = Koefisien Biaya Perjalanan (TC)

Koefisien biaya perialanan adalah nilai yang didapatkan dari hasil regresi fungsi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan. Perhitungan nilai ekonomi total menggunakan teori Marsinko *et al* (2002) berikut:

$$EV = SK \times TP \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

- EV = Nilai ekonomi obyek wisata dalam satu tahun (Rupiah per tahun)
- SK = Surplus konsumen pengunjung per individu per kunjungan (Rupiah per orang)
- TP = Total rata-rata kunjungan per tahun (orang)

Kepuasan pengunjung pada atribut 4A di obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort dianalisis menggunakan metode analisis CSI atau *Customer Satisfaction Index*. Selanjutnya menggunakan analisis IPA atau *Importance performance analysis* untuk melihat posisi atribut. Atribut yang digunakan untuk pengukuran kepuasan pengunjung pada obyek wisata Garand Elty Kalianda Resort meliputi:

Atraksi

Atraksi merupakan sesuatu yang bisa disaksikan melalui pertunjukan yang terselenggara untuk para pengunjung (Rossadi dan Widayati, 1998). Atribut pada atribut atraksi adalah pantai, taman, dan spot foto buatan.

Aktivitas

Suatu kegiatan yang ada pada suatu destinasi wisata yang dilangsungkan di dalam maupun di sekitar destinasi wisata (Wahyuni dan Tamami, 2021). Atribut pada atribut aktivitas adalah rekreasi pantai dan fotografi.

Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah suatu hal yang mempermudah pengunjung yang akan menuju lokasi (Rossadi *et al*, 2018). Atribut pada aksesibilitas adalah jalan, dan papan informasi.

Amenitas

Amenitas adalah fasilitas yang ditawarkan oleh pengelola untuk menunjang keinginan pengunjung atau Pengunjung yang berkunjung (Rossadi *et al*, 2018). Atribut pada atribut amenitas adalah parkir, restoran, gazebo, dan toilet.

Metode analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan sebagai indikator kepuasan pengunjung terhadap produk atau jasa, sehingga dapat dijadikan cerminan kesempatan seorang konsumen berganti ke pesaing, bila terjadi perubahan pada barang atau jasa tersebut, baik harga pelayanan ataupun atribut lain yang menyebabkan biaya yang dikeluarkan terhadap produk tersebut menjadi lebih besar (Supranto, 2006). Cara mengetahui tingkat kepuasan konsumen:

- 1) Melakukan perhitungan *weighted score* (WS) = $RSK \times WF \dots \dots \dots (6)$
- 2) Menentukan hitungan *weighted total* (WT) dengan menjumlahkan seluruh *weighted score* (WS) menggunakan seluruh atribut produk.
- 3) Menentukan hitungan indeks kepuasan konsumen, yaitu *weighted total* (WT) yang terhitung atas skala maksimal (*highest*

scale/HS) atau dengan skala likert 5, lalu mengalikannya dengan 100%.

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots(7)$$

Importance performance analysis (IPA) termasuk metode dalam suatu analisis dengan menjabarkan realitas produk, kemudian membandingkannya dengan harapan konsumen terhadap kenyataan yang diperoleh mempergunakan diagram kartesius.

Tahap analisis data mempergunakan *importance performance analysis* (IPA) (Supranto, 2006):

a. Menentukan besar tingkat kesesuaian dengan membandingkan skor harapan dengan kenyataan untuk dapat menentukan besar tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan pada atribut yang diteliti. Secara matematis dirumuskan, yaitu:

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} 100\% \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan:

- TK_i = Tingkat kesesuaian
- X_i = Skor penilaian kenyataan
- Y_i = Skor penilaian harapan

b. Menentukan nilai rata-rata penelitian tiap atribut dengan menggunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots\dots\dots(9)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan:

- N = Jumlah responden
- X_i = Nilai rata-rata kenyataan atribut i
- Y_i = Nilai rata-rata harapan atribut i

c. Mencari batasan yang ada di diagram kartesius menggunakan perhitungan nilai rata-rata semua atribut yang berada di tingkat harapan dan kenyataan mempergunakan rumus berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{k} \dots\dots\dots(11)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{k} \dots\dots\dots(12)$$

Keterangan:

- \bar{X} = Jumlah total rata-rata skor tingkat kenyataan
- \bar{Y} = Jumlah total rata-rata skor tingkat harapan
- K = Jumlah atribut yang diteliti

d. Menginterpretasikan setiap atribut pada kuadran

diagram kartesius.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian, pengunjung obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort mayoritas berumur 31-45 tahun sebanyak 49 persen. Pengunjung didominasi oleh perempuan sebesar 50,65 persen.

Sebanyak 41,58 persen pengunjung pernah berkunjung sebanyak 2 kali dalam setahun ke Grand Elty Kalianda Resort. Tingkat Pendidikan pengunjung terbilang cukup tinggi dengan pendidikan tingkat SMA sebesar 41,58 persen. Sebagian besar pengunjung memiliki pekerjaan utama wiraswasta sebesar 28,57 persen dengan pendapatan mayoritas lebih dari Rp5.000.000,00 sebesar 53 persen. Sumber informasi mayoritas diperoleh melalui keluarga sebesar 32,46 persen. Pemilihan lokasi pengunjung mayoritas didasarkan pada fasilitas yang lengkap sebesar 48,05 persen. Mayoritas pengunjung berasal dari daerah Bandar Lampung sebesar 66,25 persen. Rata-rata lama perjalanan pengunjung menuju obyek wisata pantai Gand Elty adalah 1,43 jam. Pengunjung yang menyatakan sarana di obyek wisata Grand Elty sudah baik sebanyak 53,25 persen. Sebanyak 49,35 persen pengunjung menyatakan prasarana di obyek wisata sudah baik. Sebanyak 59,70 persen pengunjung menyatakan puas berkunjung ke obyek wisata Grand Elty kalianda Resort.

Biaya perjalanan pengunjung Grand Elty Kalianda Resort

Biaya perjalanan merupakan total pengeluaran yang dikeluarkan oleh pengunjung per individu agar dapat mengunjungi suatu lokasi obyek wisata. Biaya perjalanan pengunjung obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort diuraikan pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, biaya perjalanan menuju obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort sebesar Rp240.087,00. Biaya perjalanan terbesar adalah untuk konsumsi. Pengeluaran biaya perjalanan paling kecil ada pada biaya penginapan sebesar 5,01 persen. Kecilnya biaya penginapan dikarenakan biaya yang dibayarkan oleh tiap individu pengunjung berbeda. Hal tersebut dikarenakan tidak semua pengunjung mengeluarkan biaya penginapan.

Tabel 1. Sebaran pengeluaran pengunjung obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort

Klasifikasi	Maksimal	Minimal	Rata-Rata	Persentase
	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(%)
Biaya Tiket masuk	65.000	60.000	64.000	27,02
Biaya Sewa Fasilitas	85.000	0	18.681	7,78
Biaya Transportasi	250.000	15.000	58.868	24,52
Biaya Konsumsi	250.000	30.000	85.649	35,67
Biaya Penginapan	295.000	0	12.018	5,01
Total Biaya	945.000	105.000	240.087	100

Faktor- faktor yang berpengaruh terhadap jumlah kunjungan

Agar dapat melihat apakah faktor-faktor berpengaruh kepada jumlah kunjungan oleh pengunjung obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort dengan analisis regresi linear berganda. Model yang digunakan tidak boleh menyimpang dari uji asumsi klasik yang terdiri atas uji multikolinearitas kemudian uji heteroskedastisitas. Hasil dari kedua uji tersebut termuat dalam Tabel 2 dan Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 2, tidak terdapat masalah multikolinearitas karena keseluruhan variabel memiliki nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai *Variance inflation factor* (VIF) < 10. Tabel 3 memperlihatkan hasil pengujian terhadap heteroskedastisitas menggunakan uji *white* dengan nilai *obs*R-squared* yaitu sebesar 8,190855 dengan *Prob. Chi-Square* memiliki nilai sebesar 0.5150. Sehingga model ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 2. Hasil uji multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Jarak	0,104	9.637
Umur	0,745	1.342
Pendidikan	0,809	1.237
Pendapatan	0,698	1.433
Biaya Perjalanan	0,876	1.141
Lama Perjalanan	0,106	9.401
Sarana	0,422	2.368
Prasarana	0,451	2.218
Kepuasan pengunjung	0,793	1.260

Tabel 3. Hasil uji *White* (heteroskedastisitas)

F-statistic	0,886167	Prob. F(7,69)	0,5422
Obs*R-squared	8,190855	Prob. Chi-Square(7)	0,5150
Scaled explained SS	4,172769	Prob. Chi-Square(7)	0,8997

Berdasarkan Tabel 2, tidak terdapat masalah multikolinearitas karena keseluruhan variabel memiliki nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai *Variance inflation factor* (VIF) < 10. Tabel 3 memperlihatkan hasil pengujian terhadap heteroskedastisitas menggunakan uji *white* dengan nilai *obs*R-squared* yaitu sebesar 8,190855 dengan *Prob. Chi-Square* memiliki nilai sebesar 05150. Sehingga model ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Dilihat dari Tabel 4 diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sejumlah 0,616128 artinya bahwa 61,61 persen variasi jumlah kunjungan bisa diperjelas variabel bebas dalam model regresi. Sebesar 38,39 persen yang merupakan sisanya diperjelas variabel lain yang terdapat di dalam model regresi. Nilai dari F-statistik sebesar 11,94859 dengan tingkat signifikansi 0,000000 di bawah 0,05. Hal tersebut berarti, secara bersama sama variabel bebas yang masuk dalam model regresi mempengaruhi variabel terikat dengan derajat kepercayaan sebesar 99 persen. Uji t memperlihatkan sembilan variabel terdiri atas variabel pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, sarana, prasarana, dan kepuasan pengunjung mempengaruhi jumlah kunjungan pengunjung ke obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort, sedangkan variabel jarak, umur, pendidikan tidak mempengaruhi jumlah kunjungan pengunjung.

Jarak (X1)

Koefisien jarak memiliki tanda positif serta tidak memiliki pengaruh signifikan pada jumlah kunjungan pengunjung dimana taraf kepercayaan berada di bawah 90 persen. Ini terjadi karena jauhnya jarak tidak menurunkan niat pengunjung ketika ingin mengunjungi suatu obyek wisata yang dia harapkan atau ingin kunjungi. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian dari Novita *et al* (2022), dimana variabel jarak tidak signifikan pengaruhnya terhadap jumlah kunjungan dengan kepercayaan sebesar 90 persen.

Tabel 4. Hasil estimasi beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan

Variabel	Koefisien	Sig
(Costanta)	-1,325428	0,0292
Jarak (X1)	0,003629	0,1872
Umur (X2)	-0,005727	0,4895
Pendidikan (X3)	0,067881	0,1048
Pendapatan (X4)	1,10E-07*	0,0801
Biaya perjalanan (X5)	-2,17E-06**	0,0435
Lama perjalanan (X6)	-0,379634*	0,0877
Sarana (D1)	0,664314***	0,0077
Prasarana (D2)	0,612288***	0,0085
Kepuasan pengunjung (D3)	0,285941*	0,0977
R-Squared	0,616128	
F-Statistik	11,94.859	
Prob (F-Statistik)	0.000000	

*** Taraf nyata dengan kepercayaan 99%

**Taraf nyata dengan kepercayaan 95%

*Taraf nyata dengan kepercayaan 90%

Umur (X2)

Koefisien umur memiliki tanda negatif dan tidak memiliki pengaruh signifikan pada jumlah kunjungan pengunjung dimana taraf kepercayaan di bawah 90 persen. Hal tersebut terjadi dikarenakan berwisata merupakan sebuah kebutuhan tersier yang dibutuhkan oleh kebanyakan masyarakat terutama masyarakat perkotaan saat ini. Oleh karena itu, berwisata tidak terpengaruh oleh batasan umur pengunjung. Penelitian ini sejalan dengan Al-Khoiriah *et al* (2017) terkait pengunjung wisata Pulau Pahawang. Tujuan wisata ialah untuk rekreasi atau berkumpul dengan keluarga, maka umur bukan menjadi hal yang berpengaruh kunjungan ke tempat wisata.

Pendidikan (X3)

Koefisien pendidikan memiliki tanda positif dan tidak memiliki pengaruh signifikan pada jumlah kunjungan pengunjung dimana taraf kepercayaan dibawah 90 persen. Hal tersebut terjadi dikarenakan jumlah kunjungan tidak dipengaruhi oleh tingginya pendidikan yang ditempuh, namun karena berwisata merupakan sebuah kebutuhan tersier setiap orang. Penelitian ini sejalan dengan Arifa, Abidin, dan Marlina (2019), variabel pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan. Hal ini berarti minat seseorang untuk berkunjung ke tempat wisata tidak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan.

Pendapatan (X4)

Koefisien pendapatan bertanda positif dan berpengaruh signifikan pada jumlah kunjungan pengunjung dimana taraf kepercayaan 90 persen. Apabila tingkat pendapatan semakin besar yang terjadi yaitu rata-rata jumlah kunjungan pengunjung untuk berwisata akan meningkat. Hal ini karena pendapatan berpengaruh kepada kemampuan dan daya beli pengunjung ketika ingin berwisata. Hasil penelitian ini sejalan dengan Mahardika, Arifin, dan Nugraha (2019), yaitu variabel pendapatan positif, yang berarti kenaikan pendapatan pengunjung juga akan berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan. Akan tetapi hasil penelitian ini, tidak sejalan dengan penelitian dari Maulana, Arifin, dan Abidin (2021), semakin besar pendapatan pengunjung, akan membuat jumlah kunjungan yang akan dilangsungkan juga akan semakin sedikit pula.

Biaya perjalanan (X5)

Koefisien biaya perjalanan bertanda negatif serta signifikan pada jumlah kunjungan dari pengunjung dengan tingkat kepercayaan 95 persen. Hal tersebut karena variabel biaya perjalanan berkaitan dengan jumlah kunjungan seseorang. Semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung maka akan semakin mengurangi minat pengunjung untuk kembali mengunjungi obyek wisata tersebut. Penelitian ini sejalan dengan Maulana *et al* (2021), dimana biaya untuk perjalanan obyek wisata semakin besar dapat menyebabkan jumlah kunjungan menjadi semakin kecil.

Lama perjalanan (X6)

Koefisien lama perjalanan bertanda negatif dan memiliki pengaruh signifikan pada jumlah kunjungan dengan tingkat kepercayaan sebesar 90 persen. Hal tersebut dikarenakan lamanya waktu perjalanan yang ditempuh oleh pengunjung mempengaruhi pengunjung ketika ingin mengunjungi obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Hasil penelitian bertolak belakang dengan penelitian Arifa *et al* (2019) dimana penelitian tersebut memberikan hasil bahwa lama perjalanan seseorang ditujukan untuk bisa merasakan alam yang indah serta tidak memiliki kaitan dengan jumlah kunjungan pengunjung pada suatu tempat wisata.

Tabel 5. Hasil perhitungan nilai ekonomi obyek wisata Grand Elty kalianda Resort

Keterangan	Perhitungan	Nilai
Jumlah responden (orang)	n	77
Jumlah kunjungan tahun 2021(orang)	TP	19706
Koefisien biaya perjalanan	β	0,00000217
Surplus konsumen/individu/tahun (Rp)	SK	Rp144.930.876
Surplus konsumen/individu/kunjungan (Rp)	SK'	Rp634.389
Harga tiket maksimal (Rp)	P	Rp65.000
Kemampuan membayar (Rp)	SK' + P	Rp699.389
Pembayaran terhadap sumberdaya (Rp)	TP x P	Rp1.280.890.000
Nilai ekonomi total per tahun (Rp)	EV = SK' x TP	Rp12.501.262.793

Sarana (D1)

Koefisien sarana bertanda positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan pengunjung dengan tingkat kepercayaan 99 persen. Hal tersebut dikarenakan sarana obyek wisata merupakan pendukung agar pengunjung mau berkunjung ke obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Sarana yang baik akan dapat menjadi bahan pertimbangan yaitu pengunjung untuk dapat berkunjung kembali.

Prasarana (D2)

Koefisien prasarana bertanda positif dan signifikan yaitu jumlah kunjungan pengunjung dengan tingkat kepercayaan 99 persen. Hal tersebut dikarenakan prasarana obyek wisata menjadi infrastruktur dasar dan sebagai magnet yaitu pengelola untuk menarik pengunjung. Prasarana yang baik juga dapat menjadi pertimbangan pengunjung untuk dapat berkunjung dan mengunjungi kembali obyek wisata yang dianggapnya memiliki prasarana yang baik.

Kepuasan pengunjung (D3)

Koefisien kepuasan pengunjung bertanda positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan pengunjung dengan taraf kepercayaan 90 persen. Hal tersebut dikarenakan kepuasan pengunjung obyek wisata menjadi faktor utama pengunjung untuk dapat berkunjung kembali. Semakin puas pengunjung terhadap suatu obyek suatu wisata hendak menjadikan bertambah banyak juga pada jumlah kunjungan yang dilakukan pengunjung ke obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort.

Nilai Ekonomi Obyek Wisata Grand Elty kalianda Resort

Nilai ekonomi dari obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort merupakan besaran nilai yang dirasakan terhadap manfaat tidak langsung dari obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort. Nilai

tersebut merupakan gambaran yang tidak terlihat langsung namun berdampak besar yaitu pengunjung. Nilai tersebut juga menggambarkan seberapa jauh pihak obyek wisata dapat mengurus sumber daya yang ada menjadi sebuah lokasi wisata. Nilai ekonomi disajikan pada Tabel 5. dimana surplus konsumen tiap individu pada setiap kunjungan memiliki nilai yang berjumlah Rp634.389,00 kesanggupan membayar pengunjung per individu berjumlah Rp699.389,00. Nilai ekonomi obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort dengan menggunakan metode travel cost sebesar Rp12.501.262.793,00 dalam setahun.

Kepuasan Pengunjung Obyek wisata Grand Elty

Untuk mengetahui tingkat kenyataan dan harapan pengunjung di obyek wisata digunakan metode Costumer Satisfaction Index (CSI). Pada metode ini, skala likert dijadikan alat ukur untuk melihat tingkat kenyataan serta harapan yang ada dengan penerapan komponen penilaian 4A (atraksi, aktivitas, aksesibilitas, dan amenitas).

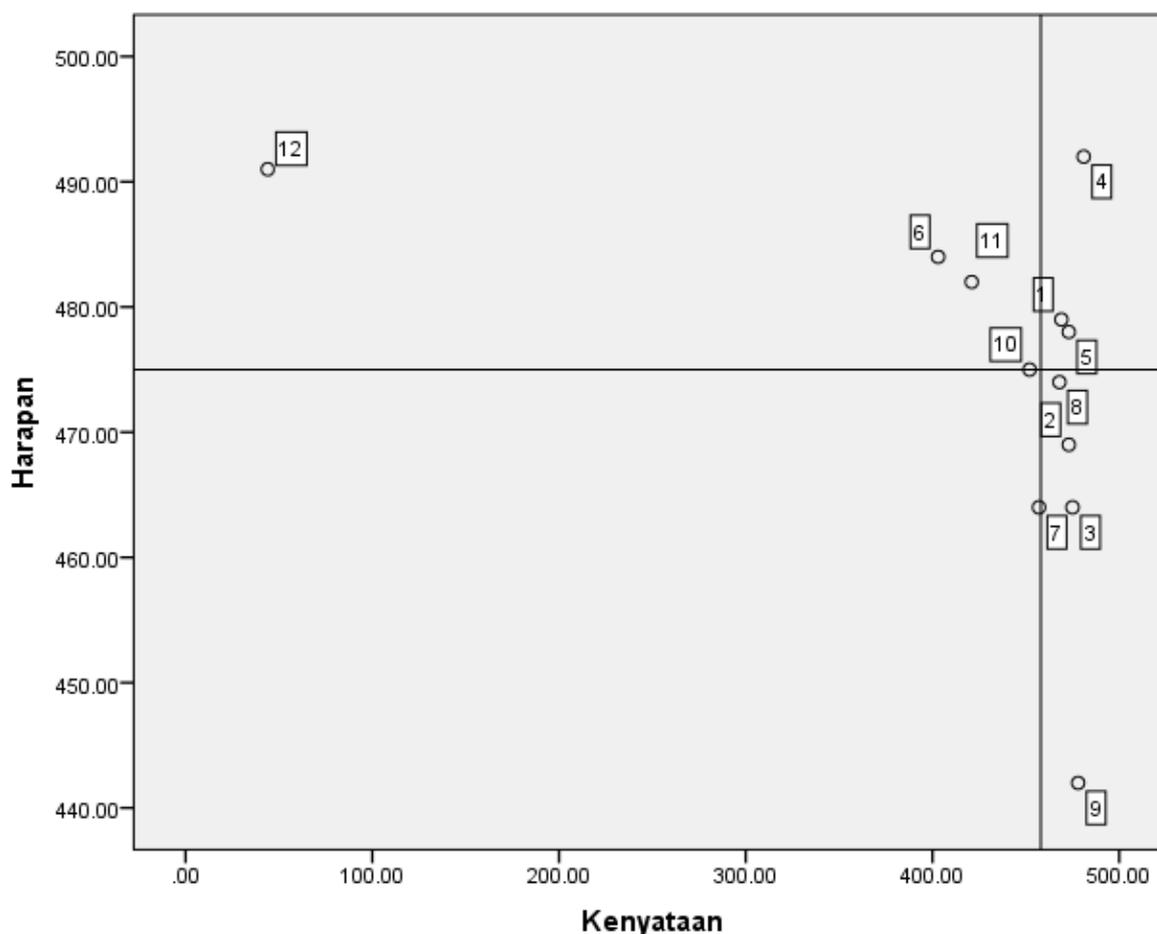
Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 6 didapatkan hasil *Customer Satisfication Index* dari onyek wisata Grand Elty Kalianda Resort yaitu sebesar 91,60 persen atau 0,9160. *Nilai Customer Satisfication Index* menggambarkan tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut 4A (aktaksi, amenitas, aksesibilitas, dan amenitas) berkategori sangat puas.

Importance and performace analysis atau IPA dipakai dalam penggambaran harapan dan kenyataan terhadap sebuah produk barang ataupun jasa dengan memakai diagram kartesius. Kombinasi dari sumbu X (kenyataan) dengan sumbu Y (harapan) hendak memberikan hasil posisi dari tiap

atribut.

Tabel 6. Perhitungan tingkat kepuasan berdasarkan analisis CSI

No	Komponen	Atribut	MIS	WF	MSS	WS
1	Atraksi	Pantai	4,79	0,08	4,69	0,39
		Taman	4,69	0,08	4,73	0,39
		Spot foto buatan	4,64	0,08	4,75	0,39
2	Aktivitas	Rekreasi	4,92	0,09	4,81	0,42
		Fotografi	4,78	0,08	4,73	0,40
3	Aksesibilitas	Jalan	4,84	0,09	4,03	0,34
		Papan informasi	4,64	0,08	4,57	0,37
4	Amenitas	Parkir	4,74	0,08	4,68	0,39
		Restoran	4,42	0,08	4,78	0,37
		Gazebo	4,75	0,08	4,52	0,38
		Toilet	4,82	0,08	4,21	0,36
		Mushola	4,91	0,09	4,4	0,38
Total Skor			56,94	1	54,9	4,57
WT			4,57			
CSI $\{(4,57:5) \times 100\%$			91,60			
Jumlah			56,94		54,90	
Rata-rata			4,75		4,58	



Gambar 1. Diagram kartesius IPA pada kepuasan pengunjung

Keterangan:

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1. Pantai | 7. Papan informasi |
| 2. Taman | 8. Parkir |
| 3. Spot foto buatan | 9. Restoran |
| 4. Rekreasi | 10. Gazebo |
| 5. Fotografi | 11. Toilet |
| 6. Jalan | 12. Mushola |

Data nilai rata-rata suatu tingkat harapan dan kenyataan atribut kepuasan dari pengunjung bisa dilihat di dalam Tabel 6. Pada perhitungan tingkat harapan dan kenyataan atribut kepuasan pengunjung menunjukkan nilai rata-rata tingkat harapan yaitu sebesar 4,75 serta nilai rata-rata suatu tingkat kenyataan yaitu sebesar 4,58. Nilai dari keduanya menjadi garis batas pada diagram kartesius IPA yang terlampir pada Gambar 1.

Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran I dapat dilihat harapan suatu atribut yang dirasa harus tersedia oleh pengunjung, akan tetapi atribut tersebut masih belum memuaskan ketika dirasakan oleh pengunjung. Atribut yang termasuk kedalam prioritas utama yaitu jalan, toilet, dan mushola.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada daerah ini menggambarkan nilai atribut yang dirasa pengunjung penting dan telah diterapkan dengan baik serta sesuai dengan keinginan pengunjung, sehingga perlu untuk dipertahankan. Atribut yang termasuk kedalam pertahankan prestasi yaitu pantai, rekreasi, fotografi.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada daerah ini menggambarkan atribut yang masih dianggap rendah oleh pengunjung selain itu tingkat kenyataan yang diberikan juga masih rendah. Atribut yang termasuk dalam prioritas rendah yaitu papan informasi dan gazebo.

Kuadran IV (Berlebihan)

Daerah tersebut menggambarkan suatu atribut dengan nilai kurang diharapkan pengunjung, tetapi pada penerapannya telah dilaksanakan sangat baik oleh obyek wisata hingga terkesan berlebihan. Atribut yang tergolong dalam berlebihan yaitu taman, spot foto buatan, parkir, restoran.

KESIMPULAN

Beberapa faktor yang berpengaruh pada jumlah kunjungan pengunjung obyek wisata Grand Elty

Kalianda Resort adalah pendapatan, biaya perjalanan (*travel cost*), lama perjalanan, sarana, prasarana, serta kepuasan pengunjung. Nilai ekonomi obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort sebesar Rp12.501.262.793,00 per tahun. Tingkat kepuasan pengunjung obyek wisata Grand Elty Kalianda Resort sebesar 91,60 yang termasuk dalam kategori sangat puas. Atribut jalan, toilet, dan mushola merupakan atribut prioritas utama yang perlu untuk ditingkatkan dan atribut pantai, rekreasi, dan fotografi perlu untuk dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khoiriah R, Prasmatiwati FE, dan Affandi MI. 2017. Evaluasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol. 5 (4): 406-413. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/>. [02 Oktober 2022].
- Arifa E, Abidin Z, dan Marlina L. 2019. Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Pulau Pisang Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol. 7 (4): 568-574. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3874/2842> [02 Oktober 2022].
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2021. *Indonesia Dalam Angka 2021*. Jakarta. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1189/1/jumlah-perjalanan-pengunjung-nusantara.html> [05 Oktober 2021].
- Mahardika DA, Arifin B, dan Nugraha A. 2019. Nilai Ekonomi Object Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian Di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, Vol 7, No 4 (2019). <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3862> [02 Oktober 2022].
- Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Lampung. 2022. *Pelatihan Pembuatan Garam*. DKP Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Fauzi, A. 2006. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Marsinko A, Zawacki WT, Bowker JM. 2002. *Use of Travel Cost Models in Planning: A Case Study, Department of Forest Resource*. 6(1):203-211 <https://www.researchgate.net/publication/233675295> [09 oktober 2022].
- Maulana RR, Arifin B, Abidin Z. 2021. Valuasi Ekonomi Youth Camp di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman (Tahura WAR). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 9 (3).

- <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5331> [02 Oktober 2022].
- Novita S, Abidin Z, dan Kasymir. 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/> [02 Oktober 2022].
- Purwanto. 2013. Valuasi Ekonomi Ekowisata Dengan Model Travel Cost dan Dampaknya Terhadap Usaha Kecil Pariwisata. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 15 No (1) Maret 2013 ISSN 1411-1438. Halaman 89 -102. <https://doi.org/10.9744/jmk.15.1.89-102> [08 Oktober 2022].
- Rossadi LN, dan Widayati E. 2018. Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Aktraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Pengunjung Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of tourism and economic*, Vol. 1 No.2. 109-116. Yogyakarta <http://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/JTEC/article/view/27/23> [08 Oktober 2022].
- Supranto J. 2006: *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Memuaskan Pangsa Pasar*. Kineka Cipta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 1996 Tentang Perairan Indonesia
- Wahyuni IK dan Tamami NDB, 2021. Preferensi Wisata terhadap Destinasi Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang. *Jurnal PAMATOR* Vol 14. No. 1. Halaman 51-60. <http://journal.trunojoyo.ac.id/pamator>