

**ANALISIS ZONA NILAI EKONOMI KAWASAN HUTAN
WISATA TINJOMOYO BERDASARKAN NILAI TOTAL
EKONOMI DENGAN PENDEKATAN *TRAVEL COST METHOD*
DAN *CONTINGENT VALUATION METHOD***

Ahmad Bassam^{*)}, Hana Sugiastu Firdaus, Muhammad Adnan Yusuf

Departemen Teknik Geodesi Fakultas Teknik Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Sudarto, SH, Tembalang, Semarang Telp.(024)76480785, 76480788
Email : bassama372@gmail.com

ABSTRAK

Kota Semarang merupakan kota di Jawa Tengah yang memiliki banyak potensi dan daya tarik wisata yang bisa lebih dikembangkan. Kota Semarang memiliki beragam destinasi wisata dengan berbagai daya tarik, seperti Hutan Wisata Tinjomoyo. Hutan Wisata Tinjomoyo merupakan salah satu kawasan wisata di Kota Semarang yang memiliki daya tarik wisata alam. Kawasan Hutan Wisata Tinjomoyo memberikan pengaruh terhadap ekonomi disekitarnya karena terdapat masyarakat yang mengambil manfaat dari adanya kawasan wisata tersebut. Berdasarkan hal tersebut untuk mengetahui perkembangan yang terjadi pada kawasan wisata setelah di re-lokasi diperlukan analisis zona nilai ekonomi kawasan dengan menggunakan metode *Travel Cost Method (TCM)* dan *Contingent Valuation Method (CVM)* untuk mengetahui nilai total ekonomi kawasan wisata. Selain itu, untuk mengetahui potensi wisata dilihat dari nilai kesukaan pengunjung di kawasan tersebut digunakan *Hedonic Pricing Method (HPM)*. *Gravity Model* juga digunakan untuk mengetahui daya tarik dari kawasan wisata. Sampel yang digunakan pada Hutan Wisata Tinjomoyo, digunakan sampel sebanyak 112 untuk TCM, 109 untuk CVM, serta 112 untuk HPM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki nilai total ekonomi Rp 115.208.813.523 dan nilai hedonik tertinggi 3,024. Berdasarkan pehitungan nilai hedonik yang diperoleh potensi dari Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki nilai kesukaan 3 (normal). Berdasarkan perhitungan interaksi spasial, menunjukkan bahwa daya tarik terbesar terhadap Hutan Wisata Tinjomoyo adalah Kota Semarang dan Kabupaten Semarang.

Kata Kunci : Nilai Total Ekonomi, *Gravity Model*, Nilai Hedonik, Hutan Wisata Tinjomoyo, Nilai Ekonomi Kawasan

ABSTRACT

Semarang City is a city in Central Java which has a lot of potential and tourist attractions that can be further developed. The city of Semarang has a variety of tourist destinations with various attractions, such as the Tinjomoyo Tourism Forest. Tinjomoyo Tourism Forest is one of the tourist areas in the city of Semarang which has a natural tourist attraction. The Tinjomoyo Tourism Forest Area has an influence on the surrounding economy because there are people who benefit from the existence of the tourist area. Based on this, to find out developments that have occurred in tourist areas after being re-located, it is necessary to analyze the area's economic value zones using the Travel Cost Method (TCM) and Contingent Valuation Method (CVM) to determine the total economic value of tourist areas. In addition, to find out the tourism potential seen from the value of visitors' preferences in the area, the Hedonic Pricing Method (HPM) is used. The Gravity Model is also used to determine the attractiveness of tourist areas. The samples used in the Tinjomoyo Tourism Forest were 112 samples for TCM, 109 for CVM, and 112 for HPM. The results of this study indicate that the Tinjomoyo Tourism Forest has a total economic value of IDR 115,208,813,523 and the highest hedonic value is 3.024. Based on the calculation of the hedonic value obtained by the potential of the Tinjomoyo Tourism Forest, it has a preference value of 3 (normal). Based on spatial interaction calculations, it shows that the biggest attraction to the Tinjomoyo Tourism Forest is Semarang City and Semarang Regency.

Keyword: Total Economic Value, Gravity Model, Hedonic Value, Tinjomoyo Tourism Forest, Regional Economic Value

^{*)}Penulis Utama, Penanggung Jawab

I. Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Berdasarkan UU Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, kepariwisataan berfungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual semua wisatawan melalui rekreasi dan perjalanan, serta untuk meningkatkan pendapatan negara dalam rangka mencapai kesejahteraan rakyat. Kota Semarang memiliki beragam destinasi wisata, seperti Hutan Wisata Tijomoyo yang memiliki daya tarik alam (Rhayendra, 2018). Menurut Situmorang & Suryawan (2018), sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan. Hutan Wisata Tinjomoyo merupakan wisata yang memiliki keberagaman sub-wisata, pengunjung dari berbagai daerah, dan daya tarik wisata alam, Hutan Wisata Tinjomoyo memberikan efek ekonomi bagi masyarakat di sekitarnya dengan banyaknya pedagang di area sekitar Hutan Wisata Tinjomoyo maka terbuka kesempatan bagi warga lokal untuk melakukan kegiatan ekonomi di kawasan wisata, khususnya sebagai pedagang (Hamaz, 2018).

Menurut Yuniartini (2016), dalam hal pendekatan yang biasanya dilakukan dalam penilaian kawasan adalah menggunakan pendekatan TCM yang dihitung berdasarkan besarnya biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk berkunjung ke kawasan wisata. Whitehead dalam Gatot (2019) menyatakan bahwa CVM merupakan satu-satunya metode yang dapat digunakan untuk mengukur nilai ekonomi bagi orang yang tidak mengalami secara langsung atas perubahan suatu kebijakan. Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan Livia (2020), terdapat perhitungan nilai hedonik menggunakan metode HPM agar mengetahui secara detail potensi dari kedua kawasan wisata dari tingkat kesukaan pengunjung pada kawasan wisata. Tujuan lain penelitian ini adalah mengetahui daya tarik dari kawasan wisata dengan menggunakan nilai interaksi spasial wilayah terdekat dengan kawasan wisata menggunakan model gravitasi untuk menilai tingkat interaksi spasial antara dua atau lebih wilayah atau yang biasa disebut *Gravity Model* (Irsyad, 2018).

Oleh sebab itu, dilakukan penilaian zona nilai ekonomi kawasan adalah untuk mengetahui nilai total ekonomi dan perkembangan yang terjadi pada kawasan wisata setelah di re-lokasi dan keadaan saat ini dan juga dapat digunakan sebagai rujukan dan dasar pertimbangan alokasi dana untuk mengembangkan kawasan wisata. Analisis mengenai nilai hedonik juga dilakukan untuk mengetahui potensi wisata dilihat dari nilai kesukaan pengunjung di kawasan wisata sebagai analisis tambahan nilai total ekonomi. Analisis interaksi spasial menggunakan *gravity model* juga dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui daya tarik dari kawasan wisata.

I.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana total nilai ekonomi Hutan Wisata Tinjomoyo?
2. Bagaimana potensi Hutan Wisata Tinjomoyo?
3. Bagaimana daya tarik kawasan Hutan Wisata Tinjomoyo menggunakan *Gravity Model*?

I.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui nilai total ekonomi Hutan Wisata Tinjomoyo Semarang.
2. Mengetahui potensi Hutan Wisata Tinjomoyo.
3. Mengetahui daya tarik kawasan wisata Hutan Wisata Tinjomoyo menggunakan *Gravity Model*.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian berada di kawasan Hutan Wisata Tinjomoyo.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah TCM (*Travel Cost Method*) dan CVM (*Contingent Valuation Method*).
3. Nilai *total economic value* (TEV) didapatkan dari penjumlahan nilai *Direct Use Value* (DUV) dan nilai *Existence Value* (EV).
4. Perhitungan dalam penelitian ini didasarkan pada buku panduan latihan hitung penilaian kawasan, Direktorat SPT, BPN 2012.
5. Pembuatan peta Zona Nila Ekonomi Kawasan dibuat berdasarkan nilai TEV.
6. Pengambilan sampel responden untuk metode TCM (*Travel Cost Method*) dan CVM (*Contingent Valuation Method*) menggunakan *non-probability sampling*. Jumlah sampel responden penelitian yang digunakan berdasarkan Teori Roscoe yang menyatakan jumlah sampel yang diambil antara 30 sampai 500 sampel.
7. Data penelitian yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan berupa kuisisioner, sedangkan data sekunder yang digunakan diperoleh dari instansi terkait.

II. Tinjauan Pustaka

II.1 Daya Tarik Wisata

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025, kategori daya tarik wisata terbagi menjadi tiga, yaitu daya tarik wisata alam, budaya, dan hasil buatan manusia.

Daya tarik wisata alam merupakan potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan. Daya tarik wisata alam dapat dikategorikan menjadi dua kategori yaitu daya tarik wisata alam di wilayah perairan laut dan daratan. Daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang berupa hasil olah cipta, rasa, dan karsa manusia sebagai makhluk budaya dikenal sebagai daya tarik wisata budaya. Daya tarik ini terbagi menjadi dua, yaitu berwujud dan tidak berwujud. Daya tarik wisata hasil buatan manusia adalah daya tarik hasil buatan manusia yang meliputi kreativitas dan kegiatan manusia lainnya di luar wisata alam dan budaya, dikategorikan

sebagai daya tarik wisata khusus. Sarana rekreasi dan hiburan, yang sering disebut taman hiburan, tempat istirahat terpadu, dan sarana rekreasi dan olahraga, merupakan contoh daya tarik wisata buatan manusia.

II.2 Zona Nilai Ekonomi Kawasan

II.2.1 Nilai Ekonomi Kawasan

Nilai ekonomi kawasan adalah seluruh nilai-nilai ekonomi seperti nilai guna langsung maupun tidak langsung, serta nilai pilihan atau optional, nilai keberadaan dan nilai warisan dalam suatu kawasan yang tidak termasuk nilai tanah dan nilai properti di wilayah yang dinilai tersebut (Ismawati, 2019). TEV dari kawasan itu sendiri, dinilai berdasarkan faktor non pasar seperti pemanfaatan langsung (*use value*) dan pemanfaatan tidak langsung (*non use value*). Rumus (1) dan (2) dapat digunakan untuk menghitung TEV sebagai berikut.

$$TEV = UV + NUV \dots\dots\dots(1)$$

$$TEV = (DUV + IUV + OV) + (BV + EV) \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

- TEV = nilai total ekonomi
- UV = nilai guna
- NUV = nilai non guna
- DUV = nilai guna langsung
- IUV = nilai guna tidak langsung
- OV = nilai opsi
- BV = nilai warisan
- EV = nilai keberadaan

II.2.2 Teori Permintaan

Menurut Nursida (2014), berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan. Permintaan adalah kebutuhan masyarakat/individu terhadap suatu jenis barang tergantung beberapa faktor, yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapat konsumen, selera, jumlah penduduk, musim, dan prediksi masa yang akan datang.

II.2.3 Teori Penawaran

(Dieterici, 2018), dalam ilmu ekonomi, penawaran mengacu pada jumlah barang, produk, atau komoditas yang tersedia di pasar dan siap dijual kepada pelanggan yang membutuhkannya. Penawaran juga dapat merujuk pada jumlah barang (*goods*), jasa (*service*), atau komoditas yang tersedia di pasar pada harga dan waktu tertentu.

II.2.4 Surplus

Kusumawardani (2012), menyatakan bahwa surplus dibagi menjadi dua, yaitu surplus konsumen dan surplus produsen. Surplus konsumen adalah kelebihan atau perbedaan antara kebahagiaan konsumen secara keseluruhan dari mengonsumsi sejumlah barang tertentu dan seluruh pengorbanan mereka untuk mendapatkan atau mengonsumsi sejumlah barang tersebut. Selisih antara harga yang dibayarkan oleh penjual untuk suatu barang dan biaya produksi barang tersebut dikenal sebagai *surplus* produsen.

II.3 Konsep Willingness to Pay

II.3.1 Willingness to Pay

Sitepu (2018), menegaskan bahwa *Willingness to Pay* merupakan kesediaan individu atau masyarakat

untuk membayar atau membelanjakan uang untuk memperbaiki kondisi lingkungan sesuai standar yang diinginkan. Persamaan yang dapat dipakai dalam perhitungan dapat dilihat pada persamaan (3) sebagai berikut:

$$WTP = \beta_0 X1^{\beta_1} X2^{\beta_2} X3^{\beta_3} X4^{\beta_4} X5^{\beta_5} X6^{\beta_6} X7^{\beta_7} X8^{\beta_8} X9^{\beta_9} X10^{\beta_{10}} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

- X1 = keberadaan rata-rata
- X2 = umur rata-rata
- X3 = pendidikan rata-rata
- X4 = jumlah keluarga rata-rata
- X5 = pendapatan rata-rata
- X6 = manfaat rata-rata
- X7 = kepentingan rata-rata
- X8 = konversi rata-rata
- X9 = partisipasi rata-rata
- X10 = kepuasan rata-rata
- WTP = *willingness to Pay*
- $\beta_0 - \beta_9$ = Koefisien

II.3.2 Contingent Valuation Method (CVM)

Menurut Dharmawan (2016), *Contingent Valuation Method* (CVM) adalah pendekatan kuesioner berbasis penilaian dimana kemauan membayar/responden dalam hal komoditas tertentu diperoleh secara langsung. Persamaan yang digunakan dalam pendekatan CVM ditunjukkan pada persamaan (4) hingga (6) berdasarkan Panduan Latihan Hitung Pengolahan Data Tekstual Penilaian ZNEK dengan Pendekatan CVM oleh Badan Pertanahan Nasional.

$$WTP_{hitung} = \exp(\beta_0) X1^{\beta_1} X2^{\beta_2} X3^{\beta_3} X4^{\beta_4} X5^{\beta_5} X6^{\beta_6} X7^{\beta_7} X8^{\beta_8} X9^{\beta_9} X10^{\beta_{10}} \dots\dots\dots(4)$$

$$WTP_{riil} = WTP_{min} + (\text{nilai desimal WTP hitung} \times \text{range terpilih}) \dots\dots\dots(5)$$

$$WTP = \text{total benefit} = WTP_{riil} \times N \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

- X1 = keberadaan
- X2 = umur
- X3 = pendidikan
- X4 = jumlah keluarga
- X5 = pendapatan
- X6 = manfaat
- X7 = kepentingan
- X8 = konversi
- X9 = partisipasi
- X10 = kepuasan
- N = populasi

II.4 Travel Cost Method (TCM)

Travel Cost Method (TCM) adalah metode yang menggunakan biaya perjalanan sebagai pengganti penetapan harga dan merupakan salah satu metodologi pertama yang digunakan oleh ekonom lingkungan untuk mengevaluasi permintaan atas manfaat lingkungan (Dharmawan, 2016). Berdasarkan Panduan Latihan Hitung Pengolahan Data Tekstual dengan Pendekatan TCM Badan Pertanahan Nasional pada tahun 2012, perhitungan TCM dirumuskan seperti persamaan (7).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + \beta_4 X4 + \beta_5 X5 + \beta_6 X6 + \beta_7 X7 \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan:

- Y = frekuensi kunjungan
- X1 = total cost
- X2 = umur
- X3 = pendidikan
- X4 = pendapatan
- X5 = lama kunjungan
- X6 = alternatif lokasi
- X7 = jumlah rombongan

II.5 Hedonic Pricing Method (HPM)

Menurut Livia (2020), Teknik hedonik adalah metode yang digunakan untuk mengukur seberapa besar suatu produk yang diinginkan. Skala untuk kategori yang digunakan beragam bergantung pada rentangan mutu yang ditentukan sehingga jumlah tingkat kesukaan bisa bervariasi. Tes yang paling banyak digunakan untuk mengukur tingkat kesukaan terhadap produksi adalah tes hedonik. Nilai kualitas atau mutu dihitung dengan menggunakan data hedonik yang berasal dari tanggapan terhadap kuesioner yang diberikan. Interval nilai kualitas rata-rata setiap responden ditentukan dengan menggunakan rumus (8) berdasarkan (SNI nomor 01-2346-2006):

$$P\left(x - \left(1,96 \cdot \frac{s}{\sqrt{n}}\right)\right) \leq \mu \leq \left(x + \left(1,06 \cdot \frac{s}{\sqrt{n}}\right)\right) \cong 95\% \dots (8)$$

Keterangan :

- n = jumlah banyaknya responden
- μ = interval nilai hedonik
- \bar{x} = nilai mutu rata-rata
- s = simpangan baku nilai mutu

II.6 Uji Asumsi Klasik

II.6.1 Uji Normalitas

Djami (2010) menyatakan bahwa tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah sebaran dalam suatu kumpulan data atau variabel berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan metode grafik atau metode skewness dan kurtosis.

II.6.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Mardiatmoko (2020), multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana variabel-variabel independen dalam suatu model regresi mempunyai hubungan linier yang sempurna atau mendekati. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien determinasi simultan dengan nilai koefisien determinasi individual, atau mungkin berfokus pada nilai VIF atau *Variance inflation factor* dalam model regresi.

II.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan dalam model regresi (Mardiatmoko, 2020). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode uji glesjer, rank spearman, dan pengujian koefisien korelasi.

II.7 Uji Statistik

II.7.1 Uji Validitas

Yusup (2018) mengatakan bahwa keakuratan atau ketepatan suatu instrument pengukuran disebut sebagai validitas. Untuk menguji validitas dapat digunakan persamaan 9.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots \dots \dots (9)$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- N = jumlah responden
- $\sum X$ = jumlah skor butir soal
- $\sum Y$ = jumlah skor total soal

II.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Yusup (2018), konsistensi alat ukur ditentukan dengan uji reliabilitas, yang menentukan apakah alat pengukur tersebut reliabel dan konsisten bila diulang. Sebuah data dikatakan reliabel jika hasil pengukurannya konsisten dan memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Alpa Cronbach* seperti pada persamaan (10).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\sum \delta_t^2}\right) \dots \dots \dots (10)$$

Keterangan:

- K = jumlah item
- $\sum \delta_b^2$ = jumlah varian butir
- $\sum \delta_t^2$ = varian skor total

II.8 Interaksi Spasial dengan Gravity Model

Pergerakan atau komunikasi antara wilayah yang berbeda disebut sebagai interaksi spasial. Arus ekonomi (komoditas atau perdagangan antar wilayah), arus informasi, dan arus mobilitas penduduk (migrasi) semuanya dapat digunakan untuk memperkirakan pergerakan atau komunikasi antar berbagai wilayah (Brocker dalam Irsyad, 2018). Dimana untuk mengukur kekuatan interaksi antar wilayah dapat digunakan persamaan (11) sebagai berikut:

$$T_{ij} = k \frac{m_i^\alpha m_j^\beta}{r^{c_{ij}}} \dots \dots \dots (11)$$

Keterangan:

- T_{ij} = interaksi wilayah i dan j
- m_i = *push factor*, berupa massa domain asal i
- m_j = *pull factor*, berupa massa domain tujuan j
- r_{ij} = jarak antarwilayah i dan j
- α, β, c = koefisien massa wilayah asal i, massa wilayah tujuan j dan jarak r
- k = konstanta

III. Metodologi Penelitian

III.1 Alat dan Data Penelitian

III.1.1 Alat Penelitian

Alat-alat yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah :

1. Perangkat Keras
 - Laptop Asus Tuf Gaming FX504GE 64-bit Intel Core i7 8 GB dan Handphone
2. Perangkat Lunak
 - a. Ms. Office Word dan Excel
 - b. Mobile Topographer
 - c. *Software* SPPS 24 dan Maple 17
 - d. *Software* ArcGIS 10.7.1

III.1.2 Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data spasial dan data non-spasial. Rincian data yang dibutuhkan sebagai berikut.

1. Data Spasial
 - a. Citra SPOT-7 Tahun 2021 Kota Semarang dari BRIN.
 - b. Peta Administrasi Kota Semarang dari Badan Informasi Geospasial.
2. Data Non-Spasial
 - a. Data kuesioner TCM dan CVM.
 - b. Data jumlah penduduk tahun 2021 disesuaikan dengan data domisili responden yang memanfaatkan objek wisata penelitian diperoleh dari Badan Pusat Statistik.
 - c. Data jumlah pengunjung tahun 2021 Hutan Wisata Tinjomoyo yang diperoleh dari DISBUDPAR Kota Semarang.
 - d. Survei toponimi untuk peta utilitas dalam radius ± 2 km dari objek wisata Hutan Wisata Tinjomoyo.

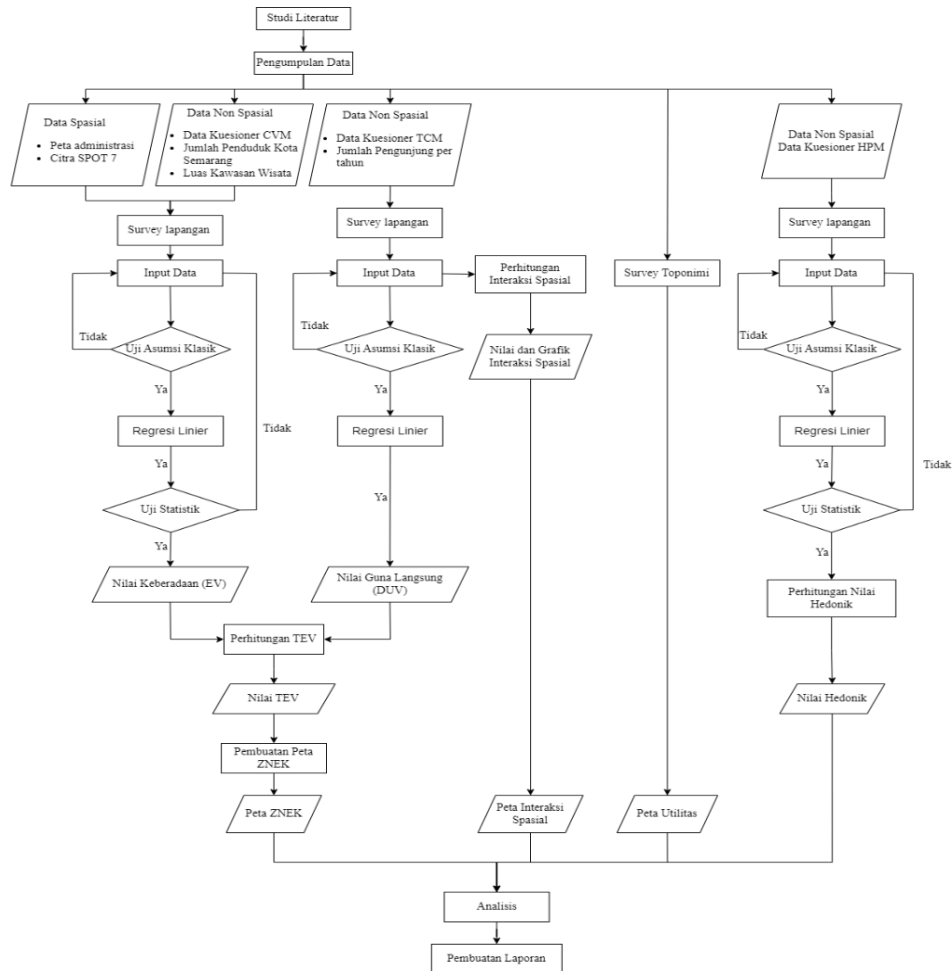
III.2 Diagram Alir Penelitian

III.2.1 Tahapan Penelitian

Secara umum, tahapan penelitian ini adalah studi literatur, pengumpulan data, pengolahan data, analisis hasil dan pembuatan laporan. Diagram Alir secara umum dalam penelitian Tugas Akhir ini dapat dilihat pada **gambar 1**

III.2.2 Tahapan Pengolahan

Hasil akhir dari penelitian ini adalah peta ZNEK (Zona Nilai Ekonomi Kawasan), dengan tahap pertama adalah pengumpulan semua kuesioner yang telah diisi dan mengkonversi dari data tekstual menjadi data numerik. Setelah itu, menggunakan proses uji asumsi klasik untuk mengetahui kondisi data yang sudah dikumpulkan. Nilai koefisien kemudian dihitung dengan menggunakan regresi linier, dan digunakan Maple 17 untuk mengolahnya. Langkah selanjutnya adalah menghitung nilai total ekonomi sehingga peta ZNEK dan peta utilitas dapat dibuat.



Gambar 1 Diagram Alir Penelitian

IV. Hasil dan Pembahasan

IV.1 Hasil Regresi Linier

Pada regresi linear untuk data TCM Hutan Wisata Tinjomoyo didapatkan nilai lnTC untuk Hutan Wisata Tinjomoyo sebesar -0,293751498.

Berdasarkan Panduan Latihan Hitung Pengolahan Data Tekstual ZNEK dengan pendekatan *Travel Cost Method* yang dikeluarkan oleh Direktorat Survei

Potensi Tanah BPN pada tahun 2012, nilai lnTC Hutan Wisata Tinjomoyo menunjukkan bahwa fungsi yang didapatkan adalah fungsi permintaan TCM Linear.

Pada data TCM, sampel akhir yang digunakan pada Hutan Wisata Tinjomoyo sebanyak 68 sampel dari 112 sampel awal. Untuk data CVM, sampel akhir yang digunakan setelah lolos uji yang dilakukan adalah 75 dari 109 sampel awal untuk Hutan Wisata Tinjomoyo.

Untuk data HPM, sampel akhir yang digunakan setelah lolos uji adalah 75 dari 109 sampel awal untuk Hutan Wisata Tinjomoyo.

IV.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

IV.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran data variabel berdistribusi normal atau tidak (Djami, 2010). Ghozali (2011) menegaskan bahwa suatu residual data dapat dinyatakan terdistribusi normal jika nilai Zskewness dan Zkurtosis tidak lebih dari 1,96. Nilai Zskewness dan Zkurtosis pada masing-masing metode ditunjukkan oleh **tabel 1**.

Tabel 1 Nilai Zskewness dan Zkurtosis

Metode	Zskewness	Zkurtosis
TCM Hutan Wisata	-0,225	0,811
CVM Hutan Wisata	0,587	-1,091
HPM Hutan Wisata	1,277	0,884

Berdasarkan **tabel 1**, diketahui bahwa nilai Zskewness dan Zkurtosis pada data TCM, CVM dan HPM kurang dari 1,96 sehingga dapat dinyatakan data terdistribusi normal.

IV.2.2 Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dikatakan tidak ada gejala multikolinearitas jika nilai *Variance Inflation Factor* atau VIF kurang dari 10. Nilai VIF pada masing-masing metode ditunjukkan oleh **tabel 2** hingga **tabel 4**.

Tabel 2 Nilai VIF TCM

Variabel	Keterangan	Hutan Wisata Tinjomoyo
X1	Total cost	2,311
X2	Umur	1,784
X3	Pendidikan	1,602
X4	Pendapatan	1,271
X5	Lama kunjungan	1,834
X6	Alternatif kunjungan	1,039
X7	Jumlah rombongan	1,626

Pada **tabel 2**, diketahui bahwa nilai VIF TCM Hutan Wisata Tinjomoyo kurang dari 10 sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinearitas. Nilai VIF tertinggi pada TCM Hutan Wisata Tinjomoyo adalah variabel *total cost*.

Tabel 3 Nilai VIF CVM

Variabel	Keterangan	Hutan Wisata Tinjomoyo
X1	Keberadaan	3,873
X2	Umur	1,784
X3	Pendidikan	2,122
X4	Jumlah keluarga	1,268
X5	Pendapatan	1,343
X6	Manfaat	5,245
X7	Kepentingan	4,103
X8	Konversi	1,89
X9	Partisipasi	2,536
X10	Kepuasan	3,723

Berdasarkan **tabel 3**, diketahui bahwa nilai VIF CVM Hutan Wisata Tinjomoyo kurang dari 10 sehingga data CVM pada lokasi tersebut dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Nilai VIF tertinggi pada CVM Hutan Wisata Tinjomoyo adalah pada variabel manfaat.

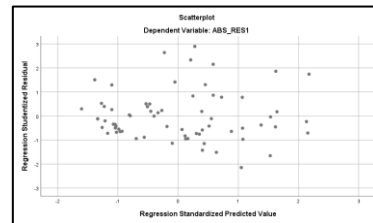
Tabel 4 Nilai VIF HPM

Variabel	Keterangan	Hutan Wisata Tinjomoyo
X1	Fasilitas	1,544
X2	Akses Transportasi	1,158
X3	Penginapan	1,213
X4	Pusat Oleh-oleh	1,569
X5	Biaya tiket	1,388

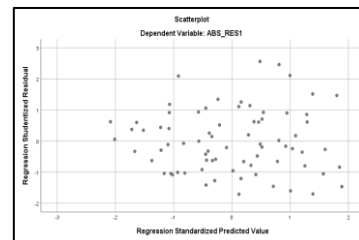
Pada **tabel 4**, diketahui bahwa nilai VIF pada data HPM Hutan Wisata Tinjomoyo kurang dari 10 sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinearitas. Nilai VIF tertinggi pada HPM Hutan Wisata Tinjomoyo adalah variabel pusat oleh-oleh.

IV.2.3 Uji Heteroskedastisitas

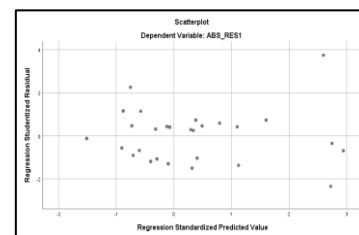
Suatu model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas jika nilai signifikansi pada variabel independen lebih dari 0,05 dan tidak membentuk pola tertentu. Tampilan plot hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser pada TCM, CVM dan HPM Hutan Wisata Tinjomoyo ditunjukkan oleh **gambar 2** sampai **gambar 4**.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas TCM Hutan Wisata Tinjomoyo



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas CVM Hutan Wisata Tinjomoyo



Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas HPM Hutan Wisata Tinjomoyo

IV.3 Uji Statistik

IV.3.1 Uji Reliabilitas

Suatu model regresi dinyatakan reliabel jika nilai alpha Cronbach > 0,70. Hasil uji validitas CVM ditunjukkan pada **tabel 5**. Berdasarkan **tabel 5**, diketahui bahwa nilai *alpha Cronbach* pada CVM dan HPM telah melebihi 0,70 sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 5 Nilai Alpha Cronbach

Metode	Nilai Alpha Cronbach	Jumlah item
CVM Hutan Wisata	0,862	8
HPM Hutan Wisata	0,725	6

IV.3.2 Uji Validitas

Jika suatu variabel memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari R tabel, maka dinyatakan valid. Pada **tabel 6** menampilkan hasil uji validitas yang dilakukan pada CVM Hutan Wisata Tinjomoyo, sedangkan pada **tabel 7** menampilkan hasil uji validitas yang dilakukan pada data HPM Hutan Wisata Tinjomoyo.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas CVM Hutan Wisata Tinjomoyo

Keterangan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
<i>Willingness to Pay</i>	0,373	0,2272	Valid
Keberadaan	0,810	0,2272	Valid
Keluarga	0,051	0,2272	Tidak Valid
Manfaat	0,863	0,2272	Valid
Kepentingan	0,845	0,2272	Valid
Konversi	0,633	0,2272	Valid
Partisipasi	0,721	0,2272	Valid
Kepuasan	0,762	0,2272	Valid

Pada **tabel 6**, dapat dilihat bahwa variabel yang tidak lolos adalah X4 yaitu jumlah keluarga karena memiliki nilai R hitung yang lebih rendah daripada R tabel, yang disebabkan oleh pola data yang tidak beraturan pada data per responden.

Tabel 7 Hasil Uji Validitas HPM Hutan Wisata Tinjomoyo

Keterangan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Frekuensi Kunjungan	0,918	0,2500	Valid
Fasilitas	0,565	0,2500	Valid
Transportasi	0,371	0,2500	Valid
Penginapan	0,358	0,2500	Valid
Pusat Oleh-oleh	0,494	0,2500	Valid
Harga Tiket Masuk	0,449	0,2500	Valid

Berdasarkan **tabel 7**, diketahui bahwa semua variabel yang telah lolos uji reliabilitas dianggap valid semuanya.

IV.4 Analisis Uji Variabel Berpengaruh

Analisis variabel berpengaruh dilakukan dengan menggunakan uji T pada data TCM, CVM, dan HPM Hutan Wisata Tinjomoyo. Dapat dilihat pada **tabel 8 sampai 10** menampilkan hasil uji T untuk setiap metode di kawasan wisata.

Tabel 8 Uji t TCM Hutan Wisata Tinjomoyo

Variabel	<i>t stat</i> Hutan Wisata	t tabel	Keterangan
X1	-2,381	2,00030	Berpengaruh
X2	3,985	2,00030	Berpengaruh
X3	1,540	2,00030	Tidak Berpengaruh
X4	5,247	2,00030	Berpengaruh
X5	1,700	2,00030	Tidak Berpengaruh
X6	-1,548	2,00030	Tidak Berpengaruh
X7	-1,789	2,00030	Tidak Berpengaruh

Tabel 9 Hasil Uji t CVM Hutan Wisata Tinjomoyo

Variabel	<i>t stat</i> Hutan Wisata	t tabel	Keterangan
X1	4,375	1,99773	Berpengaruh
X2	-4,309	1,99773	Berpengaruh
X3	0,899	1,99773	Tidak Berpengaruh
X4	2,015	1,99773	Berpengaruh
X5	-1,621	1,99773	Tidak Berpengaruh
X6	2,038	1,99773	Berpengaruh
X7	-2,361	1,99773	Berpengaruh
X8	-3,956	1,99773	Berpengaruh
X9	-3,010	1,99773	Berpengaruh
X10	4,070	1,99773	Berpengaruh

Tabel 10 Hasil Uji t HPM Hutan Wisata Tinjomoyo

Variabel	<i>t stat</i> Hutan Wisata	t tabel	Keterangan
X1	4,768	2,00324	Berpengaruh
X2	4,946	2,00324	Berpengaruh
X3	5,309	2,00324	Berpengaruh
X4	5,331	2,00324	Berpengaruh
X5	4,377	2,00324	Berpengaruh

Berdasarkan **tabel 8**, diketahui bahwa variabel yang berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan pada metode TCM Hutan Wisata Tinjomoyo adalah variabel umur dan pendapatan per tahun, sedangkan variabel yang berpengaruh negatif terhadap frekuensi kunjungan Hutan Wisata Tinjomoyo adalah total biaya. Pengaruh yang tidak menguntungkan ini menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan menurun seiring dengan tingginya nilai biaya perjalanan. Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan frekuensi kunjungan adalah dengan menambahkan dan memperbaiki fasilitas-fasilitas wisata yang dapat menunjang para

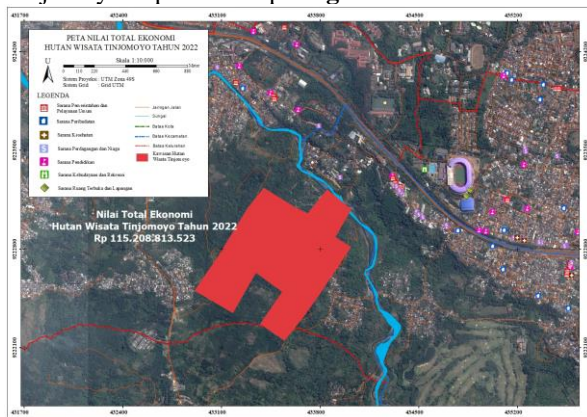
pengunjung, serta meningkatkan kebersihan dan perawatan pada sub-wisata yang ada di kawasan wisata.

Berdasarkan **tabel 9**, variabel yang berpengaruh positif terhadap WTP Hutan Wisata Tinjomoyo adalah nilai keberadaan, pendapatan per tahun, nilai manfaat, dan nilai kepuasan, sedangkan variabel yang berpengaruh negatif terhadap WTP Hutan Wisata Tinjomoyo adalah umur, nilai kepentingan, nilai konversi, dan nilai partisipasi. Variabel yang memiliki hubungan positif menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel tersebut, kesediaan untuk membayar agar kawasan Hutan Wisata Tinjomoyo tetap terjaga semakin tinggi, sebaliknya jika variabel berpengaruh negatif.

Berdasarkan **tabel 10**, diketahui bahwa variabel pada HPM Hutan Wisata Tinjomoyo semua variabel yang digunakan dikatakan berpengaruh. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kesukaan terhadap fasilitas wisata, transportasi, penginapan, pusat oleh-oleh, dan tiket masuk, semakin tinggi frekuensi kunjungan pada Hutan Wisata Tinjomoyo.

IV.5 Nilai Total Ekonomi

Peta total nilai ekonomi kawasan Hutan Wisata Tinjomoyo dapat dilihat pada **gambar 5**.



Gambar 5 Peta Nilai Total Ekonomi

Total nilai ekonomi kawasan wisata didapatkan dengan menjumlahkan nilai guna langsung dan nilai keberadaan. Hasil total nilai ekonomi kawasan Hutan Wisata Tinjomoyo dapat dilihat pada **tabel 11**.

Tabel 11 Nilai Total Ekonomi

Kawasan	Hutan Wisata Tinjomoyo
Nilai guna langsung (Rp)	8.660.833.523
Nilai keberadaan (Rp)	106.547.980.000
Nilai Total Ekonomi (Rp)	115.208.813.523

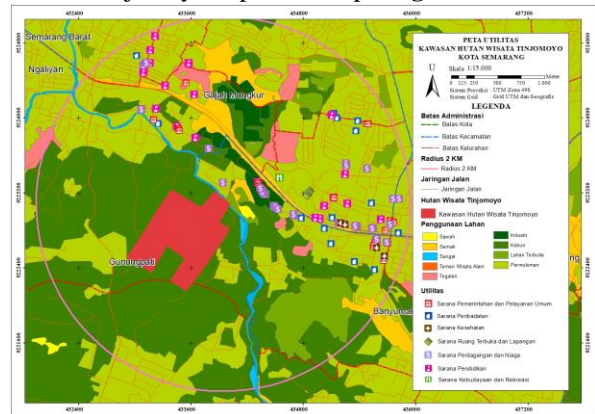
Berdasarkan **tabel 11**, dapat di lihat bahwa nilai total ekonomi Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki nilai guna langsung yg masih rendah. Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki nilai guna langsung yang relative rendah karena Hutan Wisata Tinjomoyo yang terletak di Kecamatan Gunung Pati dan hanya memiliki BRT untuk akses angkutan umum yang dapat mendukung objek wisata sehingga sedikit mempersulit orang untuk datang. Wahana yang tersedia memang dikhususkan untuk kalangan remaja, namun daya tarik yang

diberikan yaitu bertema alam membuat wisatawan tetap bersemangat untuk datang dan mengunjungi wisata tersebut.. Dari segi nilai keberadaan, sebaran responden pada Hutan Wisata Tinjomoyo tidak hanya diambil di sekitar area kawasan wisata karena sedikitnya responden di area wisata.

IV.6 Analisis Potensi Wisata

IV.6.1 Hasil Perhitungan Nilai Hedonik

Hasil penghitungan nilai hedonik menggunakan uji skoring dengan tingkat kepercayaan 95% dari hasil rata-rata setiap responden. Tujuan dari masalah ini adalah untuk menghitung interval rata-rata nilai mutu dari setiap responden. Pada Hutan Wisata Tinjomoyo dapat diketahui nilai interval hedonik setiap variabel adalah (2,821, 3,024). Dapat disimpulkan tingkat kesukaan atau nilai hedonik Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki nilai hedonik 3,0 dan dapat dikatakan normal. Nilai interval hedonik pada kawasan wisata didukung dengan persebaran utilitas yang beragam dan banyak jumlahnya di sekitar Hutan Wisata Tinjomoyo dengan radius ± 2 km. Tampilan persebaran utilitas Hutan Wisata Tinjomoyo dapat dilihat pada **gambar 6**



Gambar 6 Peta Persebaran Utilitas

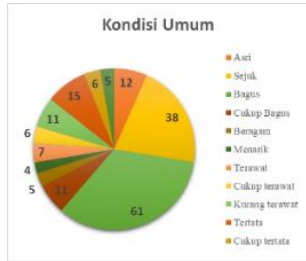
Dari hasil survei toponimi di area Hutan Wisata Tinjomoyo, diambil titik sebanyak 98 titik dengan detail yaitu 15 titik peribadatan, 5 titik kesehatan, 31 titik perdagangan dan niaga, 2 titik ruang terbuka dan lapangan, 2 titik kebudayaan dan rekreasi, 23 titik pendidikan, 20 titik pemerintahan dan pelayanan umum.

IV.6.2 Pelayanan dan Sub-Wisata

Tampilan hasil rekapitulasi pendapat responden mengenai sub-wisata, pelayanan, dan sub-wisata favorit dapat dilihat pada **gambar 7** sampai **gambar 10**. Pada sub-wisata, responden dikelompokkan menjadi dua sudut pandang, yaitu kebersihan dan kondisi umum.



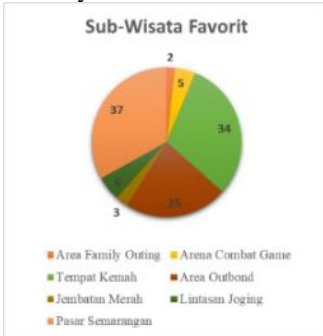
Gambar 7 Kebersihan Hutan Wisata Tinjomoyo



Gambar 8 Kondisi Umum Hutan Wisata Tinjomoyo



Gambar 9 Pelayanan Hutan Wisata Tinjomoyo



Gambar 10 Sub-Wisata Hutan Wisata Tinjomoyo

Potensi kawasan wisata berdasarkan kebersihan dan kondisi umum yang ditunjukkan oleh gambar 9 sampai 12, menunjukkan bahwa potensi Hutan Wisata Tinjomoyo pada aspek pelayanan, Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki penilaian terhadap kebersihan yang masih dinilai kurang oleh para responden yang di wawancarai, sedangkan pada aspek pelayanan Hutan Wisata Tinjomoyo dapat dikatakan sudah memiliki pelayanan yang bagus. Pada sub-wisata favorit banyak yang menyukai wahana area berkemah dan pasar semarang yang digunakan untuk area lomba, wahana yang tersedia di Hutan Wisata Tinjomoyo memang dikhususkan dan lebih cocok untuk kalangan remaja. Tiga aspek tersebut jika kedepannya ditingkatkan kembali dapat mendukung nilai total ekonomi dan potensi dari Hutan Wisata Tinjomoyo.

IV.7 Daya Tarik Wisata dengan Gravity Model

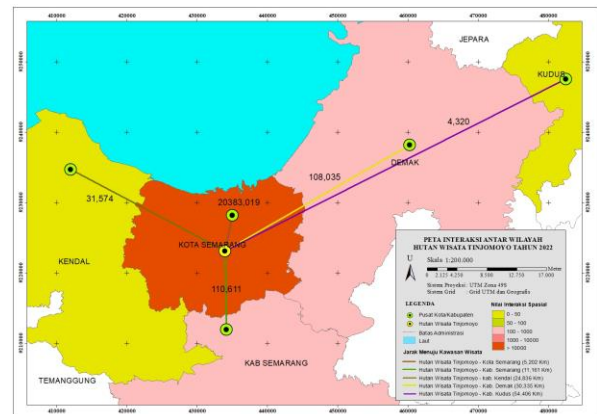
Interaksi Kawasan Hutan Wisata Tinjomoyo terhadap pusat kabupaten/kota mempunyai keberagaman dan unggul di wilayah tertentu pada kawasan wisata, hal ini karena dipengaruhi oleh jarak ke tempat wisata dan jumlah penduduk setiap kabupaten/kota. Keseluruhan nilai interaksi spasial Hutan Wisata Tinjomoyo berbanding lurus dengan nilai total ekonomi yaitu semakin besar interaksi spasial maka total nilai ekonomi semakin besar, hal ini dapat dilihat dari nilai total ekonomi Hutan Wisata Tinjomoyo. Tabel 12 merupakan besar interaksi spasial terhadap Hutan Wisata Tinjomoyo.

Tabel 12 Interaksi Spasial Kawasan Wisata

Kabupaten/Kota	Interaksi Spasial Hutan Wisata Tinjomoyo
Demak	108,035
Kudus	4,320
Semarang	20383,019
Kendal	31,574
Kabupaten semarang	110,611

Berdasarkan tabel 12, interaksi terbesar berdasarkan jumlah penduduk perkabupaten/kota adalah Kota Semarang di Hutan Wisata Tinjomoyo karena kawasan wisata terdapat di Kota Semarang dan jumlah penduduk yang lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah kota/kabupaten lain, dan juga memiliki jarak tempuh yang bisa dikatakan terdekat. Peta interaksi spasial dapat dilihat pada gambar 11.

Daya tarik Hutan Wisata Tinjomoyo dapat lebih tinggi jika beberapa aspek lebih ditingkatkan lagi seperti, jarak tempuh serta akses yang dilalui, dimana untuk wilayah Hutan Wisata Tinjomoyo cukup sulit dan hanya memiliki akses transportasi umum yaitu BRT untuk akses angkutan umum yang dapat mendukung untuk menuju objek wisata dan jalan yang dilalui tidak cenderung datar sehingga sedikit mempersulit orang untuk datang.



Gambar 11 Peta Interaksi Spasial Antar Wilayah Terdekat ke Hutan Wisata Tinjomoyo

V. Penutup

V.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dibuat sebagai berikut:

1. Berdasarkan proses penilaian dan perhitungan, didapatkan nilai total ekonomi (TEV) sebesar Rp 115.208.813.523. Nilai tersebut diperoleh dari hasil penjumlahan nilai guna langsung (DUV) dan nilai keberadaan (EV).
2. Potensi dari kawasan wisata dipandang dari dua aspek, aspek pertama yaitu ketertarikan pengunjung mengenai sub-wisata, pelayanan, dan sub-wisata favorit. Dari kawasan wisata Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki penilaian yang diberikan pada aspek sub-wisata yang masih kurang, sedangkan pada sudah bagus dan

memiliki sub-wisata yang beragam. Aspek kedua yaitu ketertarikan pengunjung berdasarkan nilai hedonik. Dari hasil perhitungan nilai hedonik pada Hutan Wisata Tinjomoyo diketahui interval nilai hedonik setiap variabel (2,821, 3,024). Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pengunjung memiliki tingkat kesukaan pada Hutan Wisata Tinjomoyo yaitu normal.

3. Daya tarik Wisata pada Hutan Wisata Tinjomoyo dapat dilihat dari nilai interaksi spasial Daya tarik Hutan Wisata Tinjomoyo dapat lebih tinggi jika beberapa aspek lebih ditingkatkan lagi seperti, fasilitas yang ada, jumlah pengunjung pertahun dan jarak tempuh serta akses yang dilalui.

V.2 Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Untuk memudahkan dalam pengumpulan data dan memastikan keakuratan data, penting untuk mempertimbangkan kesediaan dan keberadaan responden di kawasan wisata saat memilih tempat yang akan dilakukan penelitian.
2. Untuk memudahkan dalam pengumpulan data, sebaiknya terlebih dahulu melakukan konfirmasi dengan pengelola kawasan wisata terlebih dahulu kapan hari yang terdapat banyak pengunjung dalam seminggu untuk kawasan tersebut.
3. Untuk meningkatkan kualitas data yang diperoleh, penelitian selanjutnya perlu menggunakan metode pengumpulan data yang lebih efisien.

Daftar Pustaka

- Badan Pertanahan Nasional. (2012). *Panduan Latihan Hitung Pengolahan Data Teksual Penilaian ZNEK Dengan Pendekatan TCM dan CVM*. Jakarta: Direktorat Survei Potensi Tanah.
- Dharmawan, A., Subiyanto, S., & Nugraha, A. (2016). Analisis Nilai Ekonomi Kawasan Cagar Budaya Keraton Di Kota Cirebon Berdasarkan Wtp (Willingness To Pay) Dengan Pendekatan Tcm (Travel Cost Method) Dan Cvm (Contingent Valuation Method). *Jurnal Geodesi Undip*, 5(2), 25–33.
- Dieterici. (2018). Pengertian Permintaan. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 8–24.
- Donya, M. A. C., Sasmito, B., & Nugraha, A. . (2020). Jurnal Geodesi Undip Oktober 2020. *Jurnal Geodesi Undip*, 9(4), 52–58.
- Dr. Ir. Gatot Yulianto, M. (2019). *Teknik penilaian ekonomi sumberdaya terestrial dan perairan : Pendekatan contingent valuation method (CVM)*. Institut Pertanian Bogor. 14–16.
- Faza, Hamaz. (2018). Analisis Permintaan Objek Wisata Hutan Tinjomoyo Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irsyad, M., & Syahnur, S. (2018). Interaksi Spasial Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(4), 475–483.
- Ismawati, K., Subiyanto, S., & Janu Amarrohman, F. (2019). Analisis Perbandingan Potensi Zona Nilai Ekonomi Kawasan Berdasarkan Total Nilai Ekonomi Dengan Memanfaatkan Nilai Keberadaan Dan Nilai Guna Langsung (Studi Kasus : Pantai Widuri Dan Pantai Blendung Kabupaten Pemalang). In *Jurnal Geodesi Undip Oktober* (Vol. 9, Issue 4).
- Kusumawardani, I, S., Gumila, I., & Rostini, I. (2012). Analisis Surplus Konsumen Dan Surplus Produsen Ikan Segar Di Kota Bandung (Studi Kasus di Pasar Induk Caringin). *Jurnal Perikanan Dan Kelautan Unpad*, 3(4), 141–150.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Nursida. (2014). Skripsi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Depot Sehat Water Bangko Sempurna Kabupaten Rokan Hilir. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 13–44.
- Pemerintah Indonesia. 2009. Peraturan Pemerintah RI Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.
- Rhayendra, K. (2018). *Peningkatan Pemanfaatan Hutan Tinjomoyo Sebagai Hutan Wisata* (Pp. 1–18).
- Rindika, J.L., 2020. Analisis Geospasial Perkembangan Nilai Ekonomi Kawasan Wisata Kota Pagar Alam Menggunakan Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Geodesi Undip Vol.9, Hal.24*.
- Sitepu, S. A. B., Subiyanto, S., & Bashit, N. (2018). Analisis Perkembangan Wisata Di Kota Semarang Berdasarkan Nilai Frekuensi Kunjungan Dari Tahun 2015-2017 Dengan Pendekatan Travel Cost Method Dan Contingent Valuation Method Menggunakan Sig (Studi Kasus : Lawang Sewu Dan Goa Kreo). *Jurnal Geodesi Undip*, 7(4), 223–232.
- Situmorang, M., & Suryawan, I. B. (2018). Tinjauan Potensi Agrowisata Di Kawasan Bedugul. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 160.
- Yuniartini. N. M. D. (2016). *Penerapan Travel Cost Method Dalam Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Budaya Desa Penglipuran Kabupaten Bangli Skripsi*. Sekolah Tinggi Pertanian Nasional Yogyakarta. 1-132.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.