

ANALISIS WILLINGNESS TO PAY PENGUNJUNG DAN PENINGKATAN SARANA PRASARANA OBJEK WISATA GRAND MAEROKOCO DI KOTA SEMARANG

Aiman Qowi¹, Fitrié Arianti²

Departemen IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
aimsclassic@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to look at the socio - economic characteristics of Grand Maerokoco visitors, see tourist perceptions of Grand Maerokoco Tourism Objects, measure willingness to pay of tourists, and identify strategies for development Grand Maerokoco Attractions in Semarang City. This study used Mix Methods Method, a combination of quantitative and qualitative approaches applied to analyze data. Descriptive statistics are used to analyze numerical data of socio - economic characteristics, tourist perceptions, and also the offer value of the average willingness to pay tourists.

The results of this study indicate that the condition of the grand Maerokoco Tourism Object through the interview there are enough facilities but still need a lot of improvement according to the visitors interviewed. The Contingent Valuation Methods results found 93% of the total respondents who were willing to pay the Willingness to Pay offer value, so that the average WTP value of Rp 14.000 was obtained with a total WTP value of Rp 589.610.000.

Keywords: *Contingent Valuation Method, Willingness to Pay, Development Strategy, Grand Maerokoco.*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan secara global Indonesia termasuk dalam 3 (tiga) besar negara yang tergolong *megadiversity countries* dalam hal kekayaan alam dan budaya yang dimiliki seperti, Negara Brazil dan Negara Zaire (Kementrian Lingkungan Hidup, 2014). Menurut Mathieson & Wall (dalam Pitana & Giyatri, 2005) bahwa pariwisata merupakan kegiatan perpindahan orang dalam sementara waktu ke destinasi di luar tempat tinggal dan tempat bekerjanya untuk melakukan kegiatan selama ditujuan dan juga persiapan - persiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Pengembangan pariwisata lebih tepat jika dilakukan di daerah, sebab daerah mempunyai kewenangan yang luas, nyata secara proporsional untuk berkembang, seperti yang tercantum diundang - undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah. Pada Undang-undang No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang sehingga daerah berwenang dan memiliki kewenangan mengatur untuk pengelolaan tata ruang. Optimalisasi potensi daerah, sektor kepariwisataan perlu mendapatkan penanganan yang cukup serius, karena berperan sebagai penghasil devisa serta memperkenalkan budaya bangsa dan tanah air (Spillane, 1987).

Salah satu objek wisata yang ada di Kota Semarang yaitu Objek Wisata Grand Maerokoco. Jumlah pengunjung Grand Maerokoco pada tahun 2014 sebanyak 3.857 orang, tahun 2015 sebanyak 13.112 orang, tahun 2016 sebanyak sebanyak

7.359 orang, tahun 2017 sebanyak 44.441 orang, tahun 2018 sebanyak 42.115 orang. Grand Maerokoco mengalami tingkat jumlah pengunjung yang fluktuatif disebabkan dari beberapa faktor, seperti kurang adanya perawatan yang baik di Grand Maerokoco, pengembangan yang ada di Grand Maerokoco kurang maksimal, masalah pengelolaan di Grand Maerokoco terkendala akibat kurangnya anggaran pengembangan menyebabkan wisata Grand Maerokoco tidak maksimal dalam melakukan pengembangan untuk jangka panjang atau berkala.

Keterlibatan wisatawan dalam pengembangan pembangunan fasilitas Grand Maerokoco berupa nilai kesediaan membayar wisatawan. Nilai kesediaan membayar wisatawan tersebut dapat diukur melalui valuasi ekonomi dengan metode Contingent Valuation Method (CVM). Metode ini digunakan untuk menentukan tingkat kesediaan dari wisatawan atau uang yang bersedia dibayarkan untuk mendapatkan kepuasan terhadap objek wisata Grand Maerokoco. Konsep ini juga biasa disebut Willingness to Pay (WTP).

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan sementara seseorang ke tempat lain dari tempat tinggal dan tempat kerjanya serta melakukan berbagai kegiatan selama berada ditempat tujuan dan memperoleh kemudahan dalam penyediaan berbagai kebutuhan yang diperlukan (Mathieson dan Wall, 1992).

Menurut Spillane (2001) menyatakan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, dilakukan secara perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sehingga pariwisata merupakan serangkaian kegiatan yang tidak hanya dilakukan untuk melakukan perjalanan semata namun banyak unsur-unsur lain didalamnya tergantung preferensi wisatawan.

Menurut Goeldner dan Ritchie (2012) Setiap upaya untuk mendefinisikan pariwisata dan untuk menggambarkan ruang lingkupnya sepenuhnya harus mempertimbangkan berbagai kelompok yang berpartisipasi dan terpengaruh oleh industri pariwisata. Perspektif mereka sangat penting bagi pengembangan definisi yang komprehensif. Empat perspektif pariwisata yang berbeda dapat diidentifikasi:

1. Wisatawan

Wisatawan mencari berbagai pengalaman psikis dan fisik serta kepuasan. Sifat ini akan sangat menentukan tujuan yang dipilih dan kegiatan dinikmati.

2. Bisnis yang menyediakan barang dan jasa wisata

Orang bisnis melihat pariwisata sebagai peluang untuk menghasilkan keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang diminati oleh pasar wisata.

3. Pemerintah dari komunitas tempat wisata atau daerah

Politisi memandang pariwisata sebagai faktor kekayaan dalam ekonomi yuridiksi mereka. Perspektif mereka terkait dengan pendapatan yang dapat diperoleh warga negaranya dari bisnis ini.

4. Komunitas tempat wisata

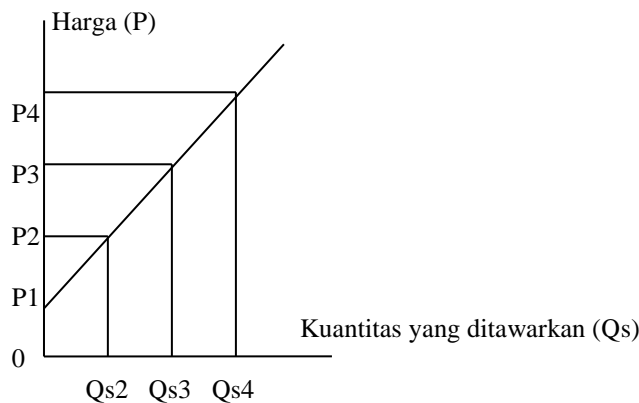
Penduduk lokal biasanya melihat pariwisata sebagai faktor budaya dan ketenagakerjaan.

Teori Penawaran

Dalam ilmu ekonomi menurut Hanafie (2010), istilah penawaran (supply) mempunyai arti jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga, dalam jangka waktu tertentu, ceteris paribus. Penawaran menunjukkan jumlah (maksimum) yang mau dijual pada berbagai tingkat harga atau berapa harga (minimum) yang masih mendorong penjual untuk menawarkan berbagai jumlah dari suatu barang. Hubungan antara harga per satuan dan jumlah yang mau dijual dirumuskan dalam hukum penawaran : ceteris paribus, produsen atau penjual cenderung menghasilkan dan menawarkan lebih banyak pada harga yang tinggi daripada harga yang rendah.

Menurut Mankiw (2015) teori penawaran merupakan hubungan antara harga dengan kuantitas yang disediakan. Jumlah penawaran (*quantity supplied*) dari barang dan jasa adalah banyaknya barang atau jasa yang bersedia dijual oleh penjual. Jumlah penawaran naik ketika harga tinggi dan turun ketika harga rendah. Jumlah penawaran berhubungan positif dengan harga barang. Hubungan antara harga dan jumlah penawaran disebut dengan hukum penawaran.

Gambar 1
Kurva Penawaran



Sumber : Mankiw (2015)

Penawaran Pariwisata

Menurut Yoeti (2008) bahwa pengertian penawaran dalam pariwisata meliputi semua macam produk dan pelayanan / jasa yang dihasilkan oleh kelompok perusahaan industri pariwisata sebagai pemasok, yang ditawarkan baik kepada wisatawan yang datang secara langsung atau membeli melalui agen perjalanan atau biro perjalanan wisata secara perantara termasuk dalam pengertian penawaran itu adalah semua bentuk daya tarik wisata (*tourist attractions*), semua bentuk kemudahan untuk memperlancar perjalanan (*accessibilities*), dan semua bentuk fasilitas dan pelayanan (*facilities and services*) yang tersedia pada wisatawan selama mereka berkunjung di daerah tempat wisata yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan selama mereka berkunjung di daerah tempat wisata tersebut.

Valuasi Ekonomi

Valuasi ekonomi adalah nilai ekonomi yang terkandung dalam suatu sumberdaya alam, baik nilai guna maupun nilai fungsional yang harus

diperhitungkan dalam menyusun kebijakan pengelolaannya. Sehingga alokasi dan alternatif penggunaannya dapat ditentukan secara benar dan mengenai sasaran. Valuasi ekonomi dilakukan karena sumberdaya alam bersifat *public good*, terbuka dan tidak mengikuti hukum kepemilikan dan tidak ada mekanisme pasar dimana harga dapat berperan sebagai instrumen penyeimbang antara permintaan dan penawaran. Selain itu, manusia dipandang sebagai *homoeconomicus* yang cenderung memaksimalkan manfaat total (Kusumastanto 2000).

Contingent Valuation Method

Contingent Valuation Method (CVM) adalah metode teknik survey untuk menanyakan kepada penduduk tentang nilai atau harga yang mereka berikan terhadap komoditi yang tidak memiliki pasar seperti barang lingkungan (Yakin, 1997). CVM menggunakan pendekatan secara langsung yang pada dasarnya menanyakan kepada masyarakat berapa besarnya maksimum *Willingness to Accept* (WTA) sebagai kompensasi dari kerusakan barang lingkungan. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan WTP.

Tujuan dari CVM adalah untuk menghitung nilai atau penawaran yang mendekati dari barang-barang lingkungan jika pasar dari barang-barang tersebut benar-benar ada. Oleh karena itu, pasar hipotetik (kuisisioner dan responden) harus sebisa mungkin mendekati kondisi pasar yang sebenarnya (Subagiana, 2017). Responden harus mengenal dengan baik barang yang ditanyakan dalam kuisisioner. Responden juga harus mengenal alat hipotetik yang digunakan untuk pembayaran, seperti pajak dan biaya masuk secara langsung, yang juga dikenal sebagai alat pembayaran. Terdapat beberapa tahapan dalam penerapan analisis CVM (Hanley dan Spash, 1993), yaitu :

1. Membuat Pasar Hipotetik

Tahap awal dalam menjalankan CVM adalah membuat pasar hipotetik dan pertanyaan mengenai nilai barang/jasa lingkungan. Pasar hipoetetik tersebut membangun suatu alasan mengapa masyarakat seharusnya membayar terhadap suatu barang/jasa lingkungan dimana tidak terdapat nilai dalam mata uang berapa harga barang/jasa lingkungan dimana tidak terdapat nilai dalam mata uang berapa harga barang/jasa lingkungan tersebut. Dalam pasar hipotetik harus menggambarkan bagaimana mekanisme pembayaran yang dilakukan. Skenario kegiatan harus diuraikan secara jelas dalam kuisisioner sehingga responden dapat memahami barang lingkungan yang dipertanyakan serta keterlibatan masyarakat dalam rencana kegiatan. Selain itu didalam kuisisioner juga perlu dijelaskan perubahan yang akan terjadi jika terdapat keinginan masyarakat untuk membayar.

2. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Setelah kuisisioner selesai dibuat, maka dilakukan kegiatan pengambilan sampel. Hal ini dapat dilakukan melalui wawancara dengan tatap muka, dengan perantara telepon, atau surat. Wawancara dengan telepon telah menjadi pilihan terakhir mengingat pengumpulan informasi mengenai suatu barang lewat telepon tergolong cukup sulit, terkait dengan keterbatasan waktu. Wawancara dengan surat cukup sering dilakukan, tetapi sering mengalami bias dalam bentuk tidak mendapatkan tanggapan (*non-response*) atau tingkat tanggapan yang rendah (*low-response rates*).

Wawancara menggunakan petugas yang terlatih memungkinkan cakupan untuk pertanyaan dari jawaban secara lebih rinci, tetapi tidak menutup kemungkinan bias yang dilakukan oleh petugas tersebut.

3. Memperkirakan Rata – Rata Nilai WTP

Setelah data mengenai nilai WTP terkumpul, tahap selanjutnya adalah penghitungan nilai tengah (median) dan nilai rata-rata (mean) dari WTP tersebut. Nilai tengah digunakan apabila terjadi rentang nilai penawaran yang terlalu jauh, misalnya dari 25 responden, 24 responden memiliki nilai penawaran sebesar Rp 10.000 tetapi ada satu responden yang memiliki nilai penawaran sebesar Rp 1.000.000. Jika Penghitungan nilai penawaran menggunakan rata-rata, maka akan diperoleh nilai yang lebih tinggi dari sebenarnya, oleh karena itu digunakan nilai tengah karena nilai tengah tidak dipengaruhi oleh rentang penawaran yang cukup besar. Nilai tengah penawaran selalu lebih kecil daripada nilai rata-rata penawaran.

4. Memperkirakan Kurva WTP

Sebuah kurva WTP dapat diperkirakan dengan menggunakan nilai WTP sebagai variable dependen dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tersebut sebagai variabel independen. Sebelum mendapatkan nilai WTP dilakukan penawaran skenario terhadap wisatawan untuk menentukan kesediaan membayar dengan rumus:

$$\text{Harga dasar} + \text{Nilai tawaran} \dots \dots \dots (1)$$

Kurva WTP ini dapat digunakan untuk memperkirakan perubahan nilai WTP karena perubahan sejumlah variable independen yang berhubungan dengan mutu lingkungan. Selain itu, kurva WTP dapat juga berguna untuk menguji sensitivitas jumlah WTP terhadap variasi perubahan mutu lingkungan. Variabel bebas yang mempengaruhi nilai WTP contohnya antara lain tingkat pendapatan (Y), tingkat pendidikan (E), tingkat pengetahuan (K), tingkat umur (A), dan beberapa variable yang mengukur kualitas lingkungan (Q). Hubungan antara variable bebas dan variable terikat dapat berkorelasi linear dengan bentuk persamaan umum sebagai berikut :

$$\text{WTP}_i = f(Y_i, E_i, K_i, A_i, Q_i) \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

i = responden ke – i

5. Menjumlahkan Data

Penjumlahan data merupakan proses dimana rata-rata penawaran dikonversikan terhadap total populasi yang dimaksud. Bentuk ini sebaiknya termasuk seluruh komponen dari nilai relevan yang ditemukan seperti nilai keberadaan dan nilai penggunaan.

6. Mengevaluasi Penggunaan CVM

Tahap ini menilai sejauh mana penerapan CVM telah berhasil dilakukan. Penilaian tersebut dilakukan dengan memberikan pernyataan – pernyataan seperti apakah responden benar – benar mengerti mengenai pasar hipotetik, berapa banyak kepemilikan responden terhadap barang / jasa

lingkungan yang terdapat dalam pasar hipotetik yang dibuat dapat mencakup semua aspek barang/jasa lingkungan, dan lain – lain pertanyaan sejenis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Objek Wisata Grand Merokoco, Jalan Puri Anjasmoro, Kelurahan Tawang Sari, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Menurut Sugiyono (2012) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Grand Maerokoco. (populasi jumlah pengunjung Objek Wisata Grand Maerokoco tahun 2018 dengan jumlah 42.115 pengunjung). Sampel pada penelitian ini adalah wisatawan, dan *key person*. Teknik Pengambilan Sampel pada penelitian ini menggunakan Accidental Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak yang bisa ditemui di Objek Wisata Grand Maerokoco. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin untuk menghitung sampel dari jumlah objek, sebagai berikut :

$$n = N (1+Ne^2).....(3)$$

Keterangan :

- n = Jumlah Sampel
- N = Jumlah Populasi
- e = Teloransi Error (10%)

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer ini didapat dari sumber survei terhadap responden melalui pengisian kuesioner dan wawancara/*indepth interview*. Data sekunder diperoleh dari membaca literatur terhadap bahan-bahan pustaka dan data yang bersumber dari buku, artikel, jurnal, atau internet serta data sekunder dapat diperoleh dari dokumen-dokumen yang berasal dari dinas, instansi atau lembaga yang terkait, yaitu data yang berasal dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga, Koordinator Pengelola Objek Wisata Grand Maerokoco dan Badan Pusat Statistik.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif digunakan untuk mengkaji sistem Pengelolaan Wisata Grand Maerokoco. Jawaban kuesioner yang diberikan kepada *key person* tentang sistem pengelolaan Objek Wisata Grand Maerokoco sebagai gambaran mengenai kondisi serta pengelolaan Objek Wisata Grand Maerokoco dan juga arah pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco dalam jangka pendek maupun jangka panjang ke depan. *Indept interview* merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas terhadap topik penelitian, yaitu valuasi ekonomi Objek Wisata Grand Maerokoco, dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka dengan responden. *Indepth interview* dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan para ahli dari beberapa instansi terkait. *Contingent valuation method* Secara umum pengukuran valuasi ekonomi bertujuan memberikan nilai ekonomi pada sumber daya yang digunakan sesuai dengan nilai riil dan sudut pandang masyarakat (Savira,2015). Metode analisis valuasi ekonomi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Contingent Valuation*

Method. Pendekatan CVM sering digunakan untuk mengukur nilai pasif (nilai non-pemanfaatan) sumber daya alam atau sering juga dikenal dengan nilai keberadaan. CVM dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Kesiediaan membayar (*Willingness to Pay* atau WTP) pengunjung Objek Wisata Grand Maerokoco.
2. Mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar (*Willingness to Pay* atau WTP) pengunjung Objek Wisata Grand Maerokoco.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Cooper dkk (1995) terdapat 4 komponen yang harus dimiliki oleh pariwisata yang biasa disebut Konsep 4A Pariwisata yaitu Atraksi, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Pelayanan Tambahan. Namun beberapa fasilitas di Objek Wisata Grand Maerokoco masih kurang dirawat dan perlu adanya pengembangan untuk lebih menarik wisatawan yang ingin berkunjung ke Grand Maerokoco. Oleh karena itu, dibuatlah konsep pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco sebagai berikut :

1. Pembangunan Loket Tiket Kereta Wisata
Pengadaan pembangunan loket tiket kereta wisata di Grand Maerokoco sebagai bentuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada wisatawan Grand Maerokoco untuk menikmati fasilitas wahana yang telah tersedia di Grand Maerokoco.
2. Pembangunan Loket Tiket Penyewaan Sepeda
Pengadaan pembangunan loket tiket penyewaan sepeda di Grand Maerokoco sebagai bentuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada wisatawan Grand Maerokoco untuk menikmati fasilitas wahana yang telah tersedia di Grand Maerokoco.
3. Pembenahan Dermaga Wahana Air
Pembenahan dermaga wahana air bertujuan supaya pengunjung Grand Maerokoco lebih menikmati sarana dan prasarana yang telah disediakan oleh pihak pengelola Objek Wisata Grand Maerokoco.
4. Pembangunan Pagar Pembatas *Track* Mangrove
Pengadaan pembangunan pagar pembatas track mangrove bertujuan untuk menunjang keamanan pengunjung Grand Maerokoco saat berada di kawasan hutan mangrove.
5. Pembenahan Anjungan Wisata Rumah Adat Daerah
Pengadaan pembenahan anjungan wisata rumah adat daerah karena, anjungan wisata rumah adat daerah merupakan fasilitas utama yang disediakan Objek Wisata Grand Maerokoco untuk memperkenalkan budaya dari masing – masing daerah yang ada di Jawa Tengah.

Karakteristik Sosio Ekonomi Wisatawan Grand Maerokoco

Pada penelitian ini responden yang digunakan adalah wisatawan Grand Maerokoco. Karakteristik responden akan disajikan menurut sosio - ekonomi, diantaranya adalah jenis kelamin, usia, status perkawinan, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Berikut tentang karakteristik sosio-ekonomi responden pada Tabel 1.

Tabel 1
Karakteristik Sosio Ekonomi Wisatawan Grand Maerokoco

Karakteristik Sosio - Ekonomi	Frekuensi	Presentase (%)	Keterangan
Jenis Kelamin			
Laki - laki	66	66	
Perempuan	34	34	
Usia			
<20 tahun	17	17	Mean = 25,2
20-30 tahun	73	73	Min = 17
>30 tahun	10	10	Max = 60
Status Pernikahan			
Belum Menikah	74	74	
Sudah Menikah	26	26	
Tingkat Pendidikan			
SMP	1	1	Mean = 14,6
SMA	30	30	Min = 9
D3 – S1	67	67	Max = 18
S2	2	2	
Pendapatan			
<1.000.000	12	12	Mean = 4.860.500
1.000.000 – 2.999.000	17	17	Min = 500.000
3.000.000 – 4.999.000	15	15	Max = 15.000.000
>5.000.000	56	56	

Sumber : Data Primer, diolah Desember 2019

Tabel 1 menunjukkan sebaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Dari total 100 responden yang diambil, sebesar 66% dari total responden atau sebesar 66 orang adalah berjenis kelamin laki – laki, lalu sebesar 34% atau sebesar 34 orang adalah responden berjenis kelamin perempuan.

2. Usia

Tingkat usia yang mendominasi pengunjung Objek Wisata Grand Maerokoco adalah tingkat usia antara 20 – 30 tahun, yaitu sebesar 73% atau sebesar 73 orang, lalu sebesar 17% atau sebesar 17 orang merupakan usia <20 tahun dan usia >30 tahun sebesar 10 % atau sebesar 10 orang.

3. Status Pernikahan

Mayoritas dari total responden adalah wisatawan yang belum menikah, yaitu sebesar 74% atau sebesar 74 orang, sedangkan responden yang telah menikah sebesar 26 % atau sebesar 26 orang.

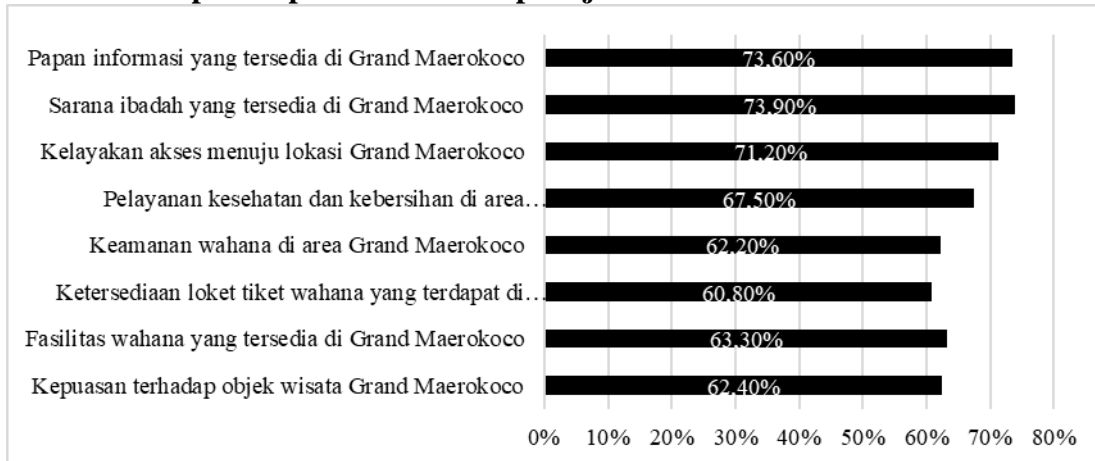
4. Tingkat Pendidikan

Dari total responden yang ada didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan D3-S1 yaitu sebesar 67% atau sebesar 67 orang, lalu pada tingkat pendidikan SMA sebesar 30% atau sebesar 30 orang, selanjutnya pada tingkat pendidikan S2 sebesar 2% atau sebesar 2 orang, dan yang paling sedikit ada pada tingkat pendidikan SMP yaitu sebesar 1% atau sebesar 1 orang.

5. Pendapatan

Mayoritas dari total responden yang ada memiliki pendapatan >5.000.000 yaitu sebesar 56% atau sebesar 56 orang, lalu pada tingkat pendapatan rentang 3.000.000 – 4.999.000 sebesar 15% atau 15 orang, selanjutnya pada tingkat pendapatan rentang 1.000.000 – 2.999.000 sebesar 17% atau 17 orang dan paling sedikit pada tingkat pendapatan <1.000.000 yaitu sebesar 12% atau 12 orang.

Gambar 2
Persepsi Responden Terhadap Objek Wisata Grand Maerokoco



Sumber : Data Primer, diolah Desember 2019

Gambar 2 menjelaskan penilaian responden terhadap Objek Wisata Grand Maerokoco terhadap semua fasilitas dan sarana prasarana yang ada mempunyai rata – rata sebesar 66,86% pada seluruh kriteria.

Mendapatkan Besaran Nilai *Willingness To Pay* (WTP)

Mendapatkan besaran nilai lelang atau tawaran (*bids*). Teknik yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui nilai WTP adalah pendekatan *Bidding Game* dimana teknik ini diterapkan dengan memberikan nilai tawaran (*bid*) kepada responden dari nilai yang kecil hingga nilai yang besar. Nilai tawaran yang diberikan kepada responden berasal dari biaya pemeliharaan tetap (per tahun), biaya pengembangan jangka pendek dan biaya pengembangan jangka panjang selama 3 tahun.

Tabel 2
Perhitungan Skenario 1

Uraian	Jumlah
Biaya Pemeliharaan Tetap	Rp 295.739.330,00
Biaya Pengembangan Jangka Pendek	Rp 28.500.000,00
Total	Rp 324.239.330,00
Nilai Tawaran (<i>Bid</i>) Skenario I	Total Harga : Jumlah Kunjungan Wisatawan Rp 324.239.000,00 : 93.915 = Rp 2.452,00

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Formulasi harga tiket baru dengan skenario 1
Rp 10.000,00 + Rp 2.452,00 = Rp 12.452,00
= Rp 12.000,00 (dibulatkan)

Tabel 3
Perhitungan Skenario 2

Uraian	Jumlah
Biaya Pemeliharaan Tetap	Rp 295.739.330,00
Biaya Pengembangan Jangka Panjang	Rp 83.625.000,00
Total	Rp 379.364.330,00
Nilai Tawaran (<i>Bid</i>) Skenario 2	Total Harga : Jumlah Kunjungan Wisatawan Rp 379.364.330,00 : 93.915 = Rp 4.039,00

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Formulasi harga tiket baru dengan skenario 2
Rp 10.000,00 + Rp 4.039,00 = Rp14.039,00
= Rp 14.000,00 (dibulatkan)

Menghitung Nilai Rataan WTP

Penelitian ini menghitung rata-rata WTP dihitung melalui hasil wawancara dengan cara menyebarkan kuisioner ke wisatawan yang berkunjung di Objek Wisata Grand Maerokoco. Dari wawancara tersebut responden berhak bersedia atau tidak bersedia dalam membayar biaya tambahan yang telah dicantumkan pada skenario penawaran (*bid*). Hasil dari penghitungan rata-rata WTP berdasarkan total 100 responden diperoleh 7% (7 orang) tidak bersedia membayar terhadap pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco dan sebesar 93% (93 orang) responden bersedia membayar terhadap pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco.

Tabel 4
Distribusi Nilai WTP Responden yang Bersedia Membayar

No	WTP	Responden (orang)	Presentase (%)	WTP x Responden yang Bersedia Membayar
1	Rp 12.000	17	18,28	Rp 204.000
2	Rp 14.000	76	81,72	Rp 1.064.000
Total		93	100	Rp 1.268.000

Sumber : Data primer, diolah Desember 2019

Tabel 4 menunjukkan nilai total willingness to pay berdasarkan responden yang bersedia membayar, sehingga diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut :

$$EWTP = 1.268.000 : 93$$

$$EWTP = 13.634$$

$$EWTP = Rp 14.000,00 \text{ (dibulatkan)}$$

Menghitung Nilai Total WTP

Menentukan nilai total WTP adalah dengan mengkalikan nilai rata-rata WTP dengan jumlah kunjungan wisatawan nilai rata-rata WTP yang diperoleh adalah Rp.

14.000,00 dan jumlah kunjungan wisatawan adalah 42.115 wisatawan dalam setahun terakhir. Hasil penghitungan nilai total WTP, sebagai berikut :

$$\text{TWTP} = \text{Rp } 14.000,00 \times 42.115$$

$$\text{TWTP} = \text{Rp } 589.610.000,00$$

Berdasarkan hasil perhitungan nilai total WTP dari wisatawan untuk pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco adalah Rp 589.610.000,00. Nilai tersebut adalah nilai ekonomi pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco.

Tabel 5
Total WTP terhadap Pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco

Nilai Rataan WTP	Jumlah Kunjungan Wisatawan 2018	Total WTP per Tahun
Rp 14.000,00	42.115	Rp 589.610.000,00

Sumber : Data Primer, diolah Desember 2019

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan atas permasalahan dalam penelitian ini yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan Objek Wisata Grand Maerokoco di Jalan Puri Anjasmoro, Kelurahan Tawangsari, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah yang sebagian besar berjenis kelamin laki - laki, berusia 20 - 30 tahun dan berstatus belum menikah. Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan D3 - S1 dengan tingkat pendapatan rata - rata lebih besar dari Rp 5.000.000.
2. Persepsi wisatawan terhadap fasilitas dan sarana prasarana di Objek Wisata Grand Maerokoco masih tergolong kurang puas, terutama dari sisi fasilitas yang tersedia, keterediaan loket tiket wahana dan juga dari sisi keamanan wahana di Objek Wisata Grand Maerokoco. Sehingga wisatawan berharap dengan adanya kontribusi lebih dari mereka dapat dilakukan pengelolaan dan pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco dengan lebih baik lagi kedepannya.
3. Sebesar 93 orang (93%) dari total 100 responden menjawab bersedia membayar sedangkan sisanya sebesar 7 orang responden (7%) menjawab tidak bersedia membayar nilai tawaran untuk pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco di Jalan Puri Anjasmoro, Kelurahan Tawangsari, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang. Nilai rata - rata *Willingness to Pay* (WTP) pengunjung Objek Wisata Grand Maerokoco adalah sebesar Rp 14.000,00.
4. Nilai total *Willingness to Pay* (WTP) terhadap pengembang an Objek Wisata Grand Maerokoco adalah sebesar Rp 589.610.000,00 per tahun.

DAFTAR PUSTAKA

Anna, Zuzy dan Surya Saputra, Dicky. 2017. "*Economic valuation of whale shark Tourism in Cendrawasih Bay National Park, Papua, Indonesia*". Biodiversitas, Volume 18, Number 3, July 2017. Pages: 1026-103.

- Badan Pusat Statistika Jawa Tengah. 2018. *Jawa Tengah Dalam Angka 2018*. Semarang : Badan Pusat Statistika.
- Dwijayanti, Diaz L. 2017. “Valuasi ekonomi pengembangan daya tarik wisata goa Lawa di kabupaten purbalingga”. Skripsi tidak dipublikasikan, Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Fadhilah, Savira.M. 2015. “Restorasi Ekosistem Mangrove di Kabupaten Kendal”. Skripsi tidak dipublikasikan, Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Hanley, N. dan C. L. Spash. 1993. *Cost-Benefit Analysis and Environmental*. England: Edward Elgar Publishing.
- Kementerian Pariwisata Indonesia, 2018, Permasalahan Pembangunan Kepariwisata Indonesia.
- Khoirudin, R, & U. Khasanah. 2018. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol. 18 (2: 152-166).
- Mankiw, N.Gregory. 2015. *Principles of Microeconomics*, Canada : Cengage Learning.
- Pieter, Jandry., Benu, Fredik., Kaho, Michael R., 2015. “Valuasi Ekonomi Ekowisata Terhadap Pengembangan Objek Wisata Kawasan Pesisir Pantai (Studi kasus Jasa Lingkungan Non-Market Sumberdaya Alam Objek Wisata Pesisir Pantai Lasiana Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang – Provinsi NTT)”, Program Magister Ilmu Lingkungan, Universitas Nusa Cendana, Kupang.
- Pranata, A., H. Sutanto, & M. M. Dakwah. 2017. Willingness to Pay of Ecotourism Visitors. *Jejak*, Vol. 10 (2: 350-360).
- Prasetyo, N. J., & E. Saptutyingsih. 2013. Bagaimana Kesiediaan untuk Membayar Peningkatan Kualitas Lingkungan Desa Wisata. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Vol. 14 (2: 127-136).
- Rencana Kerja Pemerintah Badan Perencanaan Pembangunan Nasional 2017.
- Simanjong, L. P., I. S. Banuwa, R. Safe'i, & A. Setiawan. 2018. Valuasi Ekonomi Air Terjun Sipiso-piso dengan Travel Cost Method dan Willingness to Pay. *Jurnal Silva Tropika*, Vol. 2 (3: 52-58).
- Subagiana, I., S. M. Suryaniadi, & N. L. M Wijayati. 2017. *The Study of Defelopment of Marine Eco-tourism as an Alternative of Livelihood of Comunity of Tulamben and Amed of Karangasem Regency of Bali Province*. *IJCST*, Hal. 147-157.