

Analisis *Willingness To Pay* (WTP) Pengunjung Terhadap Upaya Menjaga Kelestarian Lingkungan Objek Wisata Pantai Kurenai

Anggriyani Hippy¹, Daud Yusuf², Nurdin Mohamad,³

^{1,2,3} Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam,
Universitas Negeri Gorontalo
*e-mail: daud@ung.ac.id

Abstract

This research aims to find out how much value Willingness To Pay has on environmental sustainability and what factors influence willingness to pay at the Kurenai Beach tourist attraction using a research method, namely a qualitative descriptive method. Data collection in this research used observation, interviews and literature study methods. The population used in this research was tourist visitors and Kurenai beach managers, with a sample size of 50 respondents. The reason the researcher took research on the Willingness To Pay (WTP) analysis of visitors regarding efforts to preserve the Kurenai Beach tourist attraction, is because the sustainability of the tourist attraction is still not good, therefore the researcher took this research on WTP to find out how many visitors or tourists who are willing to pay for the preservation of the Kurenai beach tourist attraction. The results of this research show: (1) research based on the characteristics of respondents, where more respondents were female with an average age of 21-22 years with a type of work, namely as a student and an income of IDR 100,000 - IDR 500,000. (2) the perception of Kurenai beach visitors based on cognitive, affective and conative aspects can be concluded as falling into the agree category and each has an average of 2.29 and 3.37. (3) The average maximum WTP for visitors is IDR 7,500, this is an increase of IDR 2,500 from the initial entrance ticket of IDR 5,000. (4) Factors that significantly influence willingness to pay are gender, age, occupation and income.

Keywords: Tourist Attractions; Willingness To Pay; Influencing Factors

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar nilai Willingness To Pay terhadap kelestarian lingkungan dan faktor apa saja yang mempengaruhi kesediaan membayar di objek wisata pantai kurenai dengan menggunakan metode penelitian yaitu metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan studi literatur. Adapun populasi yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu pengunjung wisatawan dan pengelola pantai kurenai, dengan jumlah sampel yang di gunakan yaitu 50 orang responden. Alasan peneliti mengambil penelitian tentang Analisis Willingness To Pay (WTP) pengunjung terhadap upaya menjaga kelestarian objek wisata pantai kurenai, karena kelestarian yang ada di objek wisata tersebut masih kurang baik, maka dari itu peneliti mengambil penelitian tentang WTP ini untuk mengetahui seberapa besar pengunjung atau wisatawan yang bersedia membayar untuk kelestarian objek wisata pantai kurenai. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) penelitian berdasarkan karakteristik responden, dimana lebih banyak responden yang berjenis kelamin perempuan dengan rata-rata usia 21-22 tahun dengan jenis pekerjaannya yaitu sebagai pelajar/mahasiswa dan berpendapatan sebesar Rp 100.000 – Rp 500.000. (2) persepsi pengunjung pantai kurenai berdasarkan aspek kognitif, afektif dan konatif dapat disimpulkan termasuk kedalam kategori setujudan masing- masing memiliki rata-rata sebesar 2,29 dan 3.37. (3) Nilai rata-rata maksimum WTP pengunjung sebesar Rp 7.500 hal tersebut bertambah sebesar Rp 2.500 dari tiket masuk awal yang sebesar Rp 5.000. (4) faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar secara signifikan adalah jenis kelamin,usia, pekerjaan dan pendapatan.

Kata kunci: Objek Wisata; Kesediaan Membayar; Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang kaya akan keindahan budaya dan alamnya yang membentang, Indonesia menjadi tujuan wisata baik lokal maupun internasional(Wijaya, 2019). Setiap daerah di Indonesia memiliki keunikan baik dari segi keindahan alam maupun adat istiadat yang ada di daerah tersebut sehingga menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya(Hailuddin et al., 2022). Sektor

pariwisata sebagai kegiatan untuk mendorong perekonomian telah menjadi andalan dan prioritas pengembangan bagi sejumlah terlebih bagi negara berkembang seperti wilayah yang luas dengan adanya daya tarik wisata cukup besar (Jenkins, 2015), banyak keindahan alam, aneka sejarah budaya, dan kehidupan masyarakat. Menurut (Kay Smith & Diekmann, 2017) parawisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Parawisata di Indonesia sangat mengalami dan memasuki era baru dan berskala global dan memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian Indonesia (Priatmoko et al., 2021). *Willingness To Pay* (WTP) merupakan salah satu metode yang bertujuan menentukan jika seseorang ingin sepenuhnya melindungi lingkungan, pada tingkat berapa para wisatawan dapat membayar biaya kelestarian lingkungan (Verbič & Slabe-Erker, 2009).

Objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata, objek wisata sangat erat hubungannya dengan daya tarik wisata (Cetin & Bilgihan, 2016). Daerah yang merupakan objek wisata harus memiliki keunikan yang menjadi sasaran utama apabila berkunjung ke daerah wisata tersebut (Guo et al., 2024). Keunikan suatu daerah wisata dapat dilihat dari budaya setempat, alam dan flora fauna, kemajuan teknologi dan unsur spiritual (Gordon, 2018). Kualitas objek wisata tidak hanya dapat dilihat dari kondisi objek wisata itu sendiri, namun di lihat juga dari fasilitas, pelayanan, jasa, pemasaran, dan aksesibilitas yang mendukung objek wisata tersebut (McKercher & Ho, 2006). Penilaian pengunjung terhadap objek wisata yang ada dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan objek wisata dimasa yang akan datang (Navarro-Ruiz & McKercher, 2020).

Objek wisata pantai Kurenai merupakan salah satu pantai yang lokasinya berada tidak terlalu jauh dari pusat kota Gorontalo. Pantai Kurenai juga merupakan salah satu wisata air paling menakutkan di Gorontalo, pantai ini memiliki keunikan dan ciri khasnya sendiri yang membuat orang banyak mengunjungi pantai ini. Pantai ini menarik perhatian pengunjung dengan pasir yang begitu lembut dan pemandangan pantainya sangat biru, bahkan ada beberapa pepohonan yang tumbuh secara berderet di sekitaran pantai. Partisipasi masyarakat dalam pelestarian lingkungan di kawasan pantai Kurenai masih sangat kurang. Selain itu, sarana dan prasarana di pantai Kurenai ini juga masih sangat kurang dilihat dari tempat parkir yang tidak tertata rapi pengunjung yang hanya seandainya memarkirkan kendaraannya, tempat sampah di sana juga masih sangat kurang di buktikan dengan masih banyaknya sampah yang berserakan di sekitar pantai yang mengakibatkan lingkungan pantai menjadi kotor.

Kegiatan wisata bahari dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar destinasi wisata (Prabhakaran et al., 2016). Aktivitas pengunjung di tempat wisata seringkali menimbulkan dampak lingkungan yang negatif, seperti yang terjadi di Pantai Kurenai yaitu rusaknya ekosistem terumbu karang yang diakibatkan oleh aktivitas snorkeling wisatawan. Hal ini dikarenakan wisatawan yang datang merupakan wisatawan awam (pemula) yang belum menyadari pentingnya ekosistem karang dan semakin maraknya kerusakan lingkungan yang terjadi di wilayah operasional zona pemanfaatan wisata akibat seringnya kerusakan ekosistem. . kegiatan wisata. Contoh lainnya adalah pengelolaan sampah di kawasan tersebut tidak dilakukan secara maksimal.

Konsep penilaian ekonomi memungkinkan pengambilan keputusan untuk mengelola dan menggunakan berbagai sumber daya alam dan lingkungan secara efektif dan efisien, dengan tetap mempertimbangkan manfaat dan biaya konservasi secara dail dan rasional karena valuasi ekonomi yang di gunakan untuk menunjukkan keseimbangan antara konservasi dan pembangunan ekonomi (Tinch et al., 2019). Menurut (Halkos & Matsiori, 2014), kesediaan untuk membayar mengacu pada kesediaan seseorang untuk membayar keadaan lingkungan atau untuk evaluasi sumber daya alam dan jasa alam untuk meningkatkan kualitas lingkungan.

Willingness to pay (WTP) merupakan perhitungan seberapa banyak individu bersedia membayar sehubungan dengan perubahan kualitas lingkungan yang diinginkan (Del Saz-Salazar et al., 2009). Tujuan dari analisis WTP adalah untuk mengetahui kesediaan membayar dari masing-masing responden. Pembatalan pembalasan kemudian digunakan untuk upaya konservasi (Kim & Kim, 2020). Jenis valuasi keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *contingents valuation method* (CVM). CVM adalah cara membuat perhitungan dengan langsung menanyakan kesediaan membayar (WTP) publik untuk valuasi barang publik (Shono et al., 2014), yang disorot dalam standar nilai uang. *Willingness to Pay* (WTP) adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui apakah seseorang ingin sepenuhnya melindungi lingkungan dan berapa banyak wisatawan dapat membayar untuk

kelestarian lingkungan (Shao et al., 2018). Kemauan untuk membayar juga dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan. WTP didefinisikan sebagai jumlah seseorang atau sekelompok orang yang bersedia membayar untuk suatu produk atau jasa tertentu (Breidert et al., 2006). Nilai WTP yang dihasilkan dapat digunakan untuk menentukan nilai ekonomi dari manfaat suatu wisata yang berdampak positif bagi kelestarian lingkungan dan masyarakat. Hasil yang diperoleh selanjutnya juga dapat dijadikan sebagai bahan refleksi pembangunan dan sebagai gambaran tindakan yang diperlukan oleh pemerintah, khususnya terkait dengan optimalisasi, revitalisasi, dan peningkatan sarana dan prasarana destinasi wisata.

2. METODE

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini lebih bersifat deskriptif kualitatif dimana data yang disajikan lebih banyak berupa uraian tentang kelestarian objek wisata yang diperoleh melalui observasi (pengamatan), wawancara (interview), dan studi literatur. Pada saat observasi juga dilakukan wawancara dengan apa yang telah dilihat dan didengar yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam. Wawancara mendalam digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait dengan willingness to pay pengunjung terhadap kelestarian pengunjung objek wisata pantai kurenai. Pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden melalui kuesioner. Jumlah responden pada penelitian ini sebesar 50 responden yang terdiri dari wisatawan yang berkunjung dan pengelola yang mengelolah objek wisata pantai kurenai.

Analisis dan pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan adanya karakteristik pengunjung objek wisata seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan wisatawan yang berkunjung.

Perhitungan Nilai Kesiediaan Membayar (WTP)

a. Estimasi Rata-Rata WTP

Rata-rata WTP dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$EWTP = \sum_{i=0}^n W_i / n$$

Dimana:

EWTP = Nilai WTP rata-rata

W_i = WTP yang bersedia dibayarkan

i = responden yang bersedia membayar

n = Jumlah responden

b. Penjumlahan Data Nilai Total WTP

Nilai total WTP dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TWTP = \sum_{i=0}^N WTP_i (n_i / N) \cdot P$$

dimana:

TWTP = Total WTP

WTP_i = WTP individu sampel ke i

n_i = Jumlah sampel ke- i yang bersedia membayar WTP

N = Jumlah sampel

P = Jumlah populasi

i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Willingness To Pay (WTP)

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai WTP dapat ditentukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis mengidentifikasi tujuh variabel independen yang diharapkan mempengaruhi variabel dependen (Nilai WTP): jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 \text{Gender} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{Job} + \beta_4 \text{Income} + e$$

dimana :

WTP = Nilai WTP (Rp)

β_0 = Intersep

β_1, \dots, β_7 = Koefisien regresi

Gender = Jenis Kelamin

<i>Age</i>	= Usia
<i>Job</i>	= Pekerjaan
<i>Income</i>	= Pendapatan
ε	= error

Analisis Kesiediaan Membayar WTP dalam Upaya Menjaga Kualitas Lingkungan Obyek Wisata Pantai Kurenai.

Analisis kesiediaan membayar dalam upaya pelestarian lingkungan obyek wisata Pantai Kurenai dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik. Menurut Pujianti (2008), regresi logistik terdiri dari regresi logistik biner dan logistik multinomial. Regresi logistik biner digunakan saat variabel terikat merupakan variabel dikotomis (kategorik dengan 2 macam kategori), sedangkan regresi logistik multinomial digunakan saat variabel terikat adalah variabel kategorik dengan lebih dari 2 kategori. Regresi logistik tidak memodelkan secara langsung variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X), melainkan melalui transformasi variabel dependen ke variabel logit yang merupakan natural log dari odds ratio.

Perhitungan kerelaan masyarakat untuk membayar (*Willingness To Pay*) tiap tahun menggunakan rumus, (Dixon, 2016) :

$$TWTP = \sum_{i=1}^n AWTP_i \left(\frac{n_i}{N} \right) M$$

Di mana :

TWTP = total kesiediaan membayar

$AWTP_i$ = kesiediaan membayar rata-rata

n_i = banyaknya responden yang bersedia membayar AWP_i

N = banyaknya responden yang diwawancarai

M = jumlah penduduk wilayah penelitian

Analisis Nilai WTP (*Willingness To Pay*) dalam Upaya Menjaga Kelestarian Lingkungan Obyek Wisata Pantai Kurenai

Analisis faktor nilai WTP yang berpengaruh terhadap nilai sosial ekonomi masyarakat digunakan analisis regresi berganda.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Di mana :

Y = Tingkat WTP masyarakat dalam pelestarian lingkungan obyek wisata

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi

e = Kesalahan prediksi

X_1 = Pendapatan

X_2 = Usia

Menurut Hanley dan Spash (1993), tahapan dalam penerapan analisis CVM dalam menentukan nilai kesiediaan membayar, antara lain :

1. Membuat Pasar Hipotetik

Pasar hipotetik merupakan gambaran mengenai lingkungan sekitar yang memiliki permasalahan dan diberikan penjelasan kepada pengunjung mengenai perbaikan lingkungan kepada pengunjung. Alat survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang memberikan deskripsi mengapa seluruh responden seharusnya membayar dan bagaimana mekanisme pembayaran tersebut dilakukan. Informasi yang diberikan kepada responden meliputi keseluruhan aspek dari pasar hipotetik.

2. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Penawaran besarnya nilai WTP dilakukan melalui wawancara dengan responden dengan bantuan kuesioner. Nilai WTP ditentukan melalui metode bidding game, yaitu metode tawar-menawar di mana responden ditawarkan sebuah nilai tawaran dimulai dari nilai terkecil hingga nilai terbesar hingga mencapai nilai WTP maksimum yang sanggup dibayarkan oleh responden.

3. Memperkirakan Nilai Rata-rata WTP

WTP dapat diduga dengan menggunakan nilai rata-rata dari penjumlahan keseluruhan nilai WTP dibagi dengan jumlah responden. Dugaan rata-rata WTP dihitung dengan rumus Fauzi (2010) :

$$EWTP = \frac{\sum w_i}{n}$$

Keterangan :

EWTP = Dugaan rata-rata WTP

Wi = Nilai WTP ke-i

n = Jumlah responden

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

4. Menduga Kurva WTP Kurva

WTP responden dibentuk menggunakan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang bersedia memilih suatu nilai WTP tertentu. Asumsinya adalah individu yang bersedia membayar suatu nilai WTP tertentu jumlahnya akan semakin sedikit sejajar dengan peningkatan nilai WTP.

5. Menjumlahkan Data Setelah menduga nilai tengah WTP maka selanjutnya diduga nilai total WTP dari responden dengan menggunakan rumus:

$$TWTP = WTP \left(\frac{\sum ni}{N} \right) \cdot P$$

Keterangan :

TWTP = Total WTP

WTPi = WTP individu sampel ke-i

ni = Jumlah sampel ke-i yang bersedia membayar sebesar WTP

N = Jumlah sampel

P = Jumlah populasi

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

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden penelitian adalah pengunjung yang ada di Wisata Pantai Kurenai, Desa Botubarani, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan per bulan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 35%. Tingkat usia keseluruhan berada pada usia 21-22 tahun dengan persentase 23%. Pekerjaan sebagian besar responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dengan persentase 34%. Rata-rata pendapatan perbulan responden berpenghasilan antara Rp 100.000 – Rp 500.000 yaitu sebesar 25%.

Persepsi Pengunjung Objek Wisata Pantai Kurenai

Persepsi merupakan bagaimana individu mengerti dan menilai lingkungan sekitarnya (Sarwono, 1992). Persepsi pengunjung dibutuhkan agar pengelola dapat mengetahui penilaian yang diberikan pengunjung terhadap objek wisata pantai kurenai dan dapat menjadi bahan evaluasi. Penilaian dibagi menjadi tiga aspek yaitu aspek konatif, aspek afektif, dan aspek kognitif.

Tabel 1. Data Persepsi dan Penilaian

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Rata-Rata	Ket
		1	2	3	4		
1	Kemudahan mencapai lokasi	1	7	3 3	7	2,8	Baik
2	Penyediaan fasilitas umum (WC umum, musholla)	1	1 1	3 0	7	2,8	Baik
3	Keadaan objek wisata	1	0	3 2	1 5	3,1	Baik
4	Keramahan petugas	0	1	4 4	3	2,9	Baik

5	Penyediaan parkir	0	7	3 2	1 0	3,0	Baik
6	Kebersihan lingkungan di area pantai kurenai	0	6	3 3	9	2,9	Baik
7	Kenyamanan saat berada di pantai kurenai	0	9	3 4	5	2,8	Baik
Rata-rata skor variabel Persepsi dan Penilaian						2,9	Baik

Berdasarkan Tabel 1, rata-rata skor variabel persepsi dan penilai, menggunakan 2 aspek yaitu aspek afektif dan aspek konatif. Menurut Walgito (2003) aspek afektif dengan komponen yang berhubungan rasa senang dan rasa tidak senang, sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimiliki berkaitan dengan perasaan bersifat emosional. Aspek afektif wujudnya bisa berupa perasaan senang, sedih, ceria, dan gembira. Menurut walgito (2003) aspek konatif merupakan kesiapan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubungan dengan obyek sikapnya dan berkaitan dengan tindakan. Wujudnya adalah tindakan seseorang terhadap obyeknya. Rata-rata skor variabel persepsi dan penilaian sebesar 2,9 yang berarti pengunjung merespon baik atas pertanyaan yang di berikan. Hal tersebut dikarenakan pihak pengelola sudah mengelola dengan baik objek wisata tersebut.

Tabel 2. Data Pengetahuan dan Pengalaman

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Rata-Rata	Ket
		1	2	3	4		
1	Pantai kurenai adalah objek wisata yang menjadi terkenal di desa Boti Barani, kabupaten Bone Bolango	0	0	21	29	3,58	Sangat Setuju
2	Adanya objek wisata Pantai kurenai menjadikan identitas desa Botu Barani semakin terkenal	0	0	30	20	3,40	Sangat Setuju
3	Pantai kurenai merupakan objek wisata yang menarik wisatawan untuk berkunjung	0	1	15	34	3,66	Sangat Setuju
4	Pantai kurenai merupakan objek wisata yang banyak pengunjungnya	0	1	22	27	3,52	Sangat Setuju
5	Upaya melindungi, mengembangkan dan memanfaatkan pantai kurenai merupakan bentuk upaya pelestarian objek wisata	1	0	19	29	3,48	Sangat Setuju
6	Kawasan objek wisata Pantai kurenai sangat perlu untuk di lestarika, sehingga generasi yang akan datang dapat menikmati semua potensi yang ada di dalamnya. Bagaimana pendapat anda terhadap hal tersebut	1	0	26	23	3,42	Sangat Setuju
7	Menurut bapak/ibu saudara/i bagaimana sarana dan prasarana yang ada di wisata ini	1	11	29	9	2,92	Setuju
8	Menurut bapak/ibu saudara/i bagaimanakah perkembangan	0	12	29	9	2,94	Setuju

pengolahan objek wisata ini							
Rata-rata Skor Pengetahuan dan Pengalaman						3,37	Sangat Setuju

Berdasarkan Tabel 2, rata-rata skor pengetahuan dan pengalaman, yaitu aspek kognitif pengunjung terhadap objek wisata pantai kurenai adalah dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Menurut Walgito (2003), aspek kognitif tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pikiran seseorang apa yang ada dalam pikiran konsumen. Kognitif bersifat rasional, masuk akal. Rata-rata skor pengetahuan dan pengalaman sebesar 3,37 yang berarti pengunjung sangat setuju dengan pertanyaan yang diajukan. Hal tersebut dikarenakan pantai kurenai merupakan salah satu wisata yang cukup terkenal keindahannya.

Analisis Nilai WTP (*Willingness To Pay*) dalam Upaya Menjaga Kelestarian Lingkungan Obyek Wisata Pantai Kurenai

Tabel 3. Data Kesiediaan Membayar Pengunjung

Nilai WTP (Rp)	Jumlah Responden (orang)
5.000	27
10.000	21
15.000	2
Total	50

Tabel 3. Menunjukkan bahwa kesiediaan membayar pengunjung paling banyak ada pada harga Rp5.000. Kesiediaan membayar (*Willingness To Pay*) pengunjung pantai kurenai dianalisis menggunakan *Contingent Valuation Method* atau yang disingkat menjadi *CVM*. Analisis yang digunakan untuk memperkirakan nilai rata-rata *Willingness to Pay* (*EWTP*) dan besarnya nilai total *Willingness to Pay* (*TWTP*). Analisis *CVM* terdiri dari empat langkah yaitu :

1) Membuat pasar hipotesis

Responden diberikan informasi mengenai kekurangan dan kelebihan dari obek wisata pantai kurenai serta rencana pengelola pantai kurenai untuk mengembangkan sarana dan prasarana. Responden dapat menentukan sejumlah uang yang bersedia dibayarkan dari gambaran pasar hipotesis yang dibangun. Pasar hipotesis yang dibuat untuk responden membuat responden mencermati masalah dengan baik sehingga dapat memberikan nilai maksimum yang sedia untuk dibayarkan untuk pengembangan objek wisata pantai kurenai.

2) Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Besarnya nilai WTP konsumen diperoleh menggunakan metode *Open-ended Question* (pertanyaan terbuka), dimana pada metode ini responden diberi pertanyaan mengenai *Willingness To Pay* maksimum yang bersedia dibayarkan, dengan catatan tidak adanya nilai tawaran lain yang diberikan. Sehingga responden diberi kebebasan untuk menyatakan nilai yang ingin dibayarkan.

3) Menghitung Ekspetasi WTP

Ekspetasi WTP atau *The Expected Willingness To Pay* yang dilambangkan dengan *EWTP* adalah rata-rata uang yang dikeluarkan oleh responden, diperoleh berdasarkan distribusi WTP dengan menggunakan perkalian antara nilai WTP dengan frekuensi relatif konsumen. Nilai WTP yang digunakan adalah nilai tengah atau median. Kemudian nilai tersebut dijadikan sebagai nilai WTP (harga awal produk).

4) Mengestimasi Data

Menghitung nilai total WTP dari responden dengan mengkalikan rata-rata antara nilai rata-rata WTP dengan populasi responden pada nilai WTP tersebut. Nilai total WTP penting untuk diketahui agar pengelola mendapatkan informasi mengenai nilai penjualan dengan harga maksimal yang

bersedia dibayarkan pengunjung, yang dapat dihasilkan. Hasil perhitungan agregasi WTP dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.Total WTP

Nilai WTP (WTP)	Jumlah Responden (Xi)	Presentase (%)	EWTP= (WTP x Xi)/N
5.000	27	0,54	2.700
10.000	21	0,42	4.200
15.000	2	0,04	600
Total	50	100%	7500

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh hasil mengenai nilai EWTP untuk objek wisata tersebut. Hasil perhitungan bahwa nilai EWTP untuk objek wisata tersebut sebesar Rp 7.500. Nilai WTP pengunjung terhadap objek wisata masih tergolong kecil, hal ini dikarenakan objek wisata pantai kurenai masih banyak memiliki kekurangan fasilitas sehingga banyak pengunjung yang masih belum memahami nilai WTP dan belum bisa melakukan penilaian dengan baik terhadap objek wisata. Menurut Hasiani (2016), menyatakan bahwa tingkat pemahaman seseorang tentang objek wisata berpengaruh terhadap penentuan jumlah nilai WTP, apabila pengunjung dapat melakukan penilaian dengan baik terhadap objek wisata maka jumlah nilai WTP cenderung lebih besar, begitu juga sebaliknya. Nilai WTP yang tergolong kecil mengharuskan pihak pengelola objek wisata segera melakukan pengembangan objek wisata berupaberupa fasilitas wahana air agar pengunjung bersedia membayar lebih tinggi karena sesuai dengan keinginan pengunjung sehingga akan meningkatkan jasa lingkungan yang dihasilkan oleh objek wisata.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar

1. Uji Kelayakan Model Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis atau linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktoranya. Pada uji ini variabel independen yang digunakan adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan per bulan.

a) Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien Determinasi atau Uji R^2 merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas dan sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2012).

Tabel 5. Koefisien determinasi (Uji R^2)

R-squared
0,0501

R^2 menunjukkan angka sebesar 0,0501. Angka tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel jenis kelamin, tingkat usia, pekerjaan, dan pendapatan per bulan sebesar 0,501 persen. Menurut Ghozali (2012) nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel Willingness To Pay.

b) Uji secara Simultan (Uji-F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Ghozali, 2012).

Tabel 6. Uji secara Simultan (Uji-F)

F-statistic
0,6691

Berdasarkan Tabel 6, bahwa nilai F hitung sebesar 0,669. F tabel sebesar 2,81. f_{hitung} sebesar 0,669 lebih kecil dari f_{tabel} yaitu 2,81 maka dapat dikatakan bahwa variabel jenis kelamin, tingkat usia, pekerjaan dan pendapatan per bulan secara simultan tidak memiliki pengaruh secara nyata terhadap variabel Willingness To Pay, yang artinya perbedaan jenis kelamin, tingkat usia, pekerjaan dan pendapatan per bulan secara bersama-sama tidak mempengaruhi besarnya nilai *Willingness To Pay* yang diberikan oleh responden.

c) Uji secara Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2012), uji-t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian secara individual dalam menerapkan variabel dependen.

Tabel 7. Uji secara Parsial (Uji-t)

Variable	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value
Intercept	5995,653153	2637,867115	2,272	0,027
Usia (<i>Age</i>)	4,130340851	61,30869929	0,067	0,946
Jenis Kelamin (<i>Gender</i>)	535,8539627	1090,63907	0,491	0,625
Jenis Pekerjaan (<i>Job</i>)	393,7582542	467,7898357	0,841	0,404
Pendapatan (<i>Income</i>)	-0,000110571	0,000541053	-0,204	0,838

Berdasarkan hasil *output* pada Tabel 7, variabel independen yang memiliki pengaruh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , maka H_0 diterima atau H_a ditolak, yang berarti variabel bebas secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Willingness To Pay. Diketahui variabel Usia (U), jenis kelamin (JK), Jenis Pekerjaan (JP), pendapatan (PD) memiliki hubungan dan pengaruh nyata terhadap variabel dependen WTP.

Nilai t_{hitung} Usia (U) sebesar 0,067 lebih kecil dari pada t_{tabel} sebesar 2,012 maka H_0 diterima atau H_a ditolak, yang berarti variabel Usia secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Willingness To Pay. Tingkat usai secara positif dan signifikan tidak mempengaruhi pengunjung untuk bersedia membayar tiket masuk, nilai koefisien adalah 4,130.

Nilai t_{hitung} jenis kelamin (JT) sebesar 0,491 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2,012 maka H_0 diterima atau H_a ditolak, yang berarti variabel jenis kelamin secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Willingness To Pay. Jenis kelamin secara positif dan signifikan tidak mempengaruhi pengunjung untuk bersedia membayar tiket masuk, nilai koefisien 535,853.

Nilai t_{hitung} jenis pekerjaan (JP) sebesar 0,841 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2,012 maka H_0 diterima atau H_a ditolak, yang berarti variabel jenis pekerjaan secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Willingness To Pay. Jenis pekerjaan secara positif dan signifikan tidak mempengaruhi pengunjung untuk bersedia membayar tiket masuk, nilai koefisien 393,758.

Nilai t_{hitung} pendapatan (PD) sebesar -0,204 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2,012 maka H_0 diterima atau H_a ditolak, yang berarti variabel pendapatan secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Willingness To Pay. Tingkat pendapatan

secara positif dan signifikan tidak mempengaruhi pengunjung untuk bersedia membayar tiket masuk, nilai koefisien 0,000110571.

Berdasarkan Tabel 11, Uji secara Parsial (Uji-t) variabel tingkat usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan pendapatan memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} yang menunjukkan H_0 diterima atau H_a ditolak, sehingga variabel tersebut tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Willingness To Pay. Artinya bahwa variabel tersebut secara individual tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar (Willingness To Pay).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kesediaan membayar pengunjung paling banyak ada pada harga Rp. 5.000, di mana kesediaan membayar (Willingness To Pay) pengunjung pantai kurenai di analisis menggunakan Contingent Valuation Method (CVM). Nilai WTP pengunjung terhadap objek wisata masih tergolong kecil, hal ini dikarenakan objek wisata pantai kurenai masih banyak memiliki kekurangan fasilitas sehingga banyak pengunjung yang masih belum memahami nilai WTP dan belum bisa melakukan penilaian dengan baik terhadap objek wisata. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar diperoleh dari uji kelayakan analisis linier berganda. Dimana, analisis tersebut digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Adapun variabel independen yang digunakan adalah jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, dan pendapatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing Bapak Daud Yusuf, S.Kom, M.Si dan Bapak Nurdin Mohamad, S.Pd, M.Si yang telah memberikan arahan, dukungan dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Breidert, C., Hahsler, M., & Reutterer, T. (2006). A review of methods for measuring willingness-to-pay. In *Innovative Marketing* (Vol. 2, Issue 4).
- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2). <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Del Saz-Salazar, S., Hernández-Sancho, F., & Sala-Garrido, R. (2009). The social benefits of restoring water quality in the context of the Water Framework Directive: A comparison of willingness to pay and willingness to accept. *Science of the Total Environment*, 407(16). <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2009.05.010>
- Gordon, J. E. (2018). Geoheritage, geotourism and the cultural landscape: Enhancing the visitor experience and promoting geoconservation. In *Geosciences (Switzerland)* (Vol. 8, Issue 4). <https://doi.org/10.3390/geosciences8040136>
- Guo, X., Wang, Y., Tao, J., & Guan, H. (2024). Identifying unique attributes of tourist attractions: an analysis of online reviews. *Current Issues in Tourism*, 27(3). <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2165904>
- Hailuddin, H., Suryatni, M., Yuliadi, I., Canon, S., Syaparuddin, S., & Endri, E. (2022). Beach Area Development Strategy as the Prime Tourism Area in Indonesia. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(2). [https://doi.org/10.14505/jemt.13.2\(58\).11](https://doi.org/10.14505/jemt.13.2(58).11)
- Halkos, G., & Matsiori, S. (2014). Exploring social attitude and willingness to pay for water resources conservation. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 49. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2014.02.006>
- Jenkins, C. L. (2015). Tourism policy and planning for developing countries: Some critical issues. *Tourism Recreation Research*, 40(2). <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1045363>
- Kay Smith, M., & Diekmann, A. (2017). Tourism and wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 66. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.006>
- Kim, S., & Kim, N. (2020). A social cost-benefit analysis of the vehicle restriction policy for reducing overtourism in Udo, Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 12(2). <https://doi.org/10.3390/su12020612>
- McKercher, B., & Ho, P. S. Y. (2006). Assessing the Tourism Potential of Smaller Cultural and Heritage Attractions.

- Journal of Sustainable Tourism*, 14(5). <https://doi.org/10.2167/jost620.0>
- Navarro-Ruiz, S., & McKercher, B. (2020). The usability of visitor attractions: state-of-the-art. In *Tourism Review* (Vol. 75, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-0057>
- Prabhakaran, S., Nair, V., & Ramachandran, S. (2016). Community participation in mitigating marine waste to reduce climatic change in tourism destinations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 8(5). <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2016-0035>
- Priatmoko, S., Kabil, M., Magda, R., Pallas, E., & David, L. D. (2021). Bali and the next proposed tourism development model in Indonesia. In *Regional Science Inquiry* (Vol. 13, Issue 2).
- Shao, S., Tian, Z., & Fan, M. (2018). Do the rich have stronger willingness to pay for environmental protection? New evidence from a survey in China. *World Development*, 105. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.12.033>
- Shono, A., Kondo, M., Ohmae, H., & Okubo, I. (2014). Willingness to pay for public health services in rural Central Java, Indonesia: Methodological considerations when using the contingent valuation method. *Social Science and Medicine*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2014.03.025>
- Tinch, R., Beaumont, N., Sunderland, T., Ozdemiroglu, E., Barton, D., Bowe, C., Börger, T., Burgess, P., Cooper, C. N., Faccioli, M., Failler, P., Gkolemi, I., Kumar, R., Longo, A., McVittie, A., Morris, J., Park, J., Ravenscroft, N., Schaafsma, M., ... Ziv, G. (2019). Economic valuation of ecosystem goods and services: a review for decision makers. *Journal of Environmental Economics and Policy*, 8(4). <https://doi.org/10.1080/21606544.2019.1623083>
- Verbič, M., & Slabe-Erker, R. (2009). An econometric analysis of willingness-to-pay for sustainable development: A case study of the Volčji Potok landscape area. *Ecological Economics*, 68(5). <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2008.09.002>
- Wijaya, S. (2019). Indonesian food culture mapping: A starter contribution to promote Indonesian culinary tourism. In *Journal of Ethnic Foods* (Vol. 6, Issue 1). <https://doi.org/10.1186/s42779-019-0009-3>