

Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Sebalang Di Kabupaten Lampung Selatan Dengan Pendekatan *Travel Cost Method*

Nurike Fransiska¹, Toto Gunarto², Arivina Ratih^{3*}, Zulfa Emalia⁴, I Wayan Suparta⁵

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

Email: nurikefransiska23@gmail.com

Abstrak–Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis : (1) pengaruh biaya perjalanan, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap permintaan objek wisata Pantai Sebalang. (2) mengestimasi nilai ekonomi objek wisata Pantai Sebalang menggunakan metode biaya perjalanan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden dari pengunjung Pantai Sebalang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan *Ordinary Least Square* (OLS) dengan jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang sebagai variabel terikat, dan terdapat lima variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang, biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua variabel berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang adapun variabel tersebut yaitu variabel umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Nilai ekonomi objek wisata Pantai Sebalang adalah sebesar Rp. 85. 274. 919.670.

Kata Kunci: Metode Biaya Perjalanan Individual, Permintaan Pariwisata Pantai Sebalang, Nilai Ekonomi.

Abstract– The purpose of this study was to analyze: (1) the effect of travel costs, travel costs to other attractions (Pasir Putih Beach), income, age, and previous visiting experience on the demand for Sebalang Beach attractions. (2) estimate the economic value of Sebalang Beach attractions using the travel cost method. The sampling method in this study used purposive sampling with a sample size of 100 respondents from Sebalang Beach visitors. The analytical tool used in this research is multiple linear regression using Ordinary Least Square (OLS) with the number of requests to Sebalang Beach attractions as the dependent variable, and there are five independent variables, namely the cost of travel to Sebalang Beach attractions, travel costs to other attractions, income, age, and previous visiting experience. The results showed that two variables had a significant effect on the number of requests for Sebalang Beach attractions, while the variables were age and previous visiting experience. The economic value of the Sebalang Beach tourist attraction is Rp. 85. 274. 919.670.

Keywords: Individual Travel Cost Method, Sebalang Beach Tourism Demand, Economic Value.

1. PENDAHULUAN

Lampung sebagai salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki potensi alam yang sangat menjanjikan. Provinsi ini terletak di ujung Pulau Sumatera bagian Selatan dan terdiri dari wilayah pesisir dan 70 pulau dengan garis pantai sepanjang 1.105 kilometer dan wilayah pegunungan di sebelah barat yang merupakan deretan perbukitan. Situasi ini dapat menjadi peluang bagi Provinsi Lampung untuk menggenjot sektor pariwisatanya. Manfaat pariwisata di Provinsi Lampung dapat membantu sektor tersebut untuk berkontribusi dalam menyumbang pendapatan daerah atau provinsi dalam sektor jasa dan lainnya. Jenis wisata yang banyak terdapat di provinsi lampung sangat beraneka ragam, prospektif, dan dapat diandalkan mulai dari pertanian, pertambangan, peternakan, perkebunan, perikanan, pariwisata, sampai kehutanan (Tazkia, 2012)

Provinsi Lampung memiliki luas wilayah mencapai 35.376,50 km² dan memiliki banyak tempat wisata yang tidak kalah indahnya dengan daerah lain di Indonesia. Salah satu dari 15 kabupaten/kota yang memiliki potensi wisata bahari di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Lampung Selatan. Ibu kota kabupaten ini terletak di Kecamatan Kalianda. Kabupaten Lampung Selatan memiliki luas wilayah 2.007,01 km² dan penduduk sebanyak 1.057.664 jiwa, dengan kepadatan 527 jiwa/km². Daerah yang terletak paling ujung bagian selatan pulau sematera ini terdiri dari 17 kecamatan dengan 256 desa dan 4 kelurahan. Kabupaten ini juga memiliki 42 pulau besar

maupun kecil. Berikut 17 kecamatan yang ada di kabupaten Lampung Selatan yaitu Kecamatan Bakauheni, Candipuro, Jati Agung, Kalianda, Katibung, Ketapang, Merbau Mataram, Natar, Palas, Panengahan, Rajabasa, Sidomulyo, Sragi, Tanjung Bintang. Tanjung Sari, Way Panji, dan Way Sulan.

Pantai Sebalang terletak di Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan. Lokasi menuju Pantai ini sangatlah mudah untuk di akses, perjalanan dapat di tempuh sekitar 30 km atau 50 menit dari Kota Bandar Lampung. Untuk mencapai pantai ini bisa menggunakan mobil dan juga kendaraan sepeda motor dengan akses jalan yang sudah cukup baik. Daya tarik dari Pantai Sebalang yaitu pantai ini menyuguhkan panorama alam yang sangat indah, dilengkapi dengan deretan cafe yang mempunyai ciri khas seperti Pantai di Bali. Dimana pengunjung dapat bersantai sambil menyaksikan pemandangan sunset yang sangat indah dan mempesona dengan lampu warna-warni dan payung-payung kecil di pinggir Pantai. Obyek pohon di tengah laut juga sangat menarik dan menambah estetika Pantai Sebalang. Kemudian Pantai ini juga adalah tempat yang sangat menarik digunakan untuk menyalurkan hobi memancing, pengunjung dapat menyewa perahu untuk berkeliling menuju pulau di sekitarnya dan pergi ke tengah laut (Oktavia, 2021).

Selanjutnya fasilitas di Pantai Sebalang sudah cukup memadai. Di area dekat Pantai Sebalang terdapat penginapan untuk pengunjung yang berasal dari luar kota atau luar daerah Lampung, deretan cafe dan warung kecil, kemudian mushola untuk pengunjung yang ingin beribadah, kamar bilas atau toilet, saung atau gazebo, dan penjual souvenir. Adapun fasilitas berlibur yang ditawarkan cukup lengkap, seperti penyewaan tenda dome, penyewaan bean bag, spot foto, live music, serta berkemah.

Tempat rekreasi tidak memiliki nilai pasar yang pasti, maka penilaian tempat rekreasi dilakukan dengan *Travel Cost Method* atau metode biaya perjalanan. Konsep teori pendekatan Biaya Perjalanan ini menilai manfaat yang diperoleh konsumen dalam memanfaatkan barang lingkungan walaupun tempat rekreasi tidak memungut bayaran masuk atau tarif pemanfaatan. Konsumen yang datang dari berbagai daerah untuk menghabiskan waktu di tempat rekreasi tentu akan mengeluarkan biaya perjalanan ke tempat rekreasi tersebut. Disini pendekatan Biaya Perjalanan mulai berfungsi, karena semakin jauh tempat tinggal seseorang yang datang untuk memanfaatkan fasilitas tempat rekreasi maka semakin kurang harapan pemanfaatan atau permintaan tempat rekreasi tersebut.

Permintaan wisata pada wisatawan yang berkunjung dan nilai ekonomi pada tempat wisata dengan menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) akan didapatkan surplus konsumen pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang dari fungsi permintaan dan kurva permintaan yang terbentuk. Surplus konsumen mengindikasikan bahwa sebenarnya pengunjung masih menerima surplus (kelebihan) manfaat dari tingkat harga tiket wisata yang ditetapkan, sehingga sebenarnya harga tiket wisata masih dapat ditingkatkan untuk pemeliharaan dan pengembangan lebih lanjut objek wisata tersebut.

Maka dari itu manfaat yang diperoleh penting untuk mengestimasi manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan. Nilai manfaat tersebut meliputi surplus konsumen yang berguna untuk pengambilan keputusan dan bahan pertimbangan pengembangan tempat wisata sehingga pengelolaan yang dilakukan mendukung tercapainya alokasi sumber daya optimum (oktavia, 2016)

2. METODE

2.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wisata Pantai Sebalang, wisata yang terletak di Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan. Pengambilan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa lokasi ini cukup banyak dikunjungi oleh wisatawan dan menjadi salah satu objek wisata yang memiliki potensi ekonomi di Kabupaten Lampung Selatan.

2.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, data yang dikumpulkan terdiri dari dua macam yaitu : a). Data Primer, adalah data yang diperoleh dari sumbernya langsung.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yaitu melalui wawancara, observasi, dan membagikan kuisisioner kepada pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang. b). Data Sekunder, adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, internet, serta beberapa literatur (buku dan jurnal) yang mendukung penelitian ini.

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah adalah pengunjung objek wisata Pantai Sebalang yang sedang melakukan kunjungan wisata. sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan bentuk *purposive sampling* yaitu metode penarikan sampel probabilitas yang dilakukan dengan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini besarnya sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 orang pengunjung objek wisata Pantai Sebalang.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada prinsipnya berfungsi untuk mengungkapkan variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah : a). Dokumentasi. b). Wawancara, c). Kuesioner, dan d). Studi Pustaka.

2.5 Spesifikasi Model

Dalam penelitian ini spesifikasi model yang digunakan adalah sebagai berikut: Dalam bentuk umum yaitu : $Y = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$.

Dalam penelitian ini terdiri dari 5 variabel X, maka secara sfesifik dapat ditulis dalam bentuk : $Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$, maka jika dimasukkan ke dalam persamaan yaitu :

$$QD = \beta_0 + \beta_1 TC + \beta_2 TCT + \beta_3 INC + \beta_4 AGE + \beta_5 DVIS + e_i$$

Keterangan :

QD	= Jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (Kali)
TC	= Biaya perjalanan objek wisata Pantai Sebalang (Rupiah)
TCT	= Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih) (Rupiah)
INC	= Pendapatan (Rupiah)
AGE	= Umur (Tahun)
DVIS	= <i>Dummy</i> Pengalaman Berkunjung Sebelumnya (1= jika pernah berkunjung sebelumnya, 0 = jika tidak pernah berkunjung sebelumnya)
B_0	= Konstanta
$\beta_{1,2,3,4,5}$	= Koefisien regresi
e_i	= Residual (<i>error term</i>)

2.6 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel terikat (*dependent variabel*) Jumlah Permintaan Pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang, sedangkan variabel bebasnya (*independent variabel*) yaitu beberapa variabel yang dianggap akan berpengaruh terhadap Jumlah Permintaan ke Objek Wisata Pantai Sebalang, variabel tersebut yaitu : Biaya Perjalanan (TC), Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Lain (Pantai Pasir Putih) (TCT), Pendapatan (INC), Umur (AGE), Pengalaman Berkunjung Sebelumnya (DVIS). Dalam penelitian ini lima variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD)

Jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang di proksi dengan banyaknya jumlah kunjungan yang dilakukan oleh individu atau setiap orang dalam satu tahun terakhir ke objek wisata Pantai Sebalang. Variabel ini diukur secara kontinyu dalam satuan (kali).

2. Biaya Perjalanan (TC)

Total biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata. biaya perjalanan ini meliputi : biaya transportasi pulang dan pergi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lainnya. Variabel ini diukur dalam satuan (Rp).

3. Biaya Perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih) (TCT)

Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh para pengunjung menuju objek wisata lain dalam hal ini diwakili oleh Pantai Pasir Putih merupakan objek wisata yang bergerak di bidang bahari, sama dengan Pantai Sebalang. Biaya perjalanan ini yaitu biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang dan pergi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, dan biaya-biaya lain yang relevan dan berkaitan dengan rekreasi untuk satu hari kunjungan ke objek wisata Pantai Pasir Putih. Variabel ini diukur dengan menggunakan data kontinyu dengan satuan rupiah (Rp).

4. Pendapatan (INC)

Pendapatan yang dimaksud adalah penghasilann rata-rata per bulan setiap pengunjung objek wisata Pantai Sebalang. Penghasilan tersebut tidak hanya bersumber dari pekerjaan utama, tetapi dari total penghasilan keseluruhan yang diterima pengunjung. Sedangkan bagi pengunjung yang belum bekerja penghasilan merupakan uang saku yang diperoleh tiap bulannya. Variabel ini diukur dengan menggunakan data kontinyu dengan satuan rupiah (Rp).

5. Umur (AGE)

Umur yang dimaksud yaitu umur pengunjung objek wisata Pantai Sebalang. Variabel ini diukur menggunakan data kontinyu dengan satuan tahun (Th).

6. *Dummy* Pengalaman Berkunjung Sebelumnya (DVIS)

Pengalaman berkunjung yang dimaksud yaitu pengalaman kunjungan pengunjung objek wisata Pantai Sebalang apakah sebelumnya pernah atau belum berkunjung ke Pantai Sebalang. Variabel ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy* (1= jika pernah berkunjung sebelumnya, 0 = jika tidak pernah berkunjung sebelumnya).

2.7 Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*) yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Software yang digunakan dalam menganalisis data yaitu Microsoft Excel 2010 dan kemudian diolah menggunakan E-Views 8, Untuk menganalisis Permintaan Objek Wisata Pantai Sebalang yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan, pendapatan, umur, kelompok dan pengalaman berkunjung sebelumnya sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Model Fungsi } Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$$

Maka model untuk analisis regresi dengan menggunakan pendekatan OLS adalah sebagai berikut :

$$QD = \beta_0 + \beta_1 TC + \beta_2 TCT + \beta_3 INC + \beta_4 AGE + \beta_5 DVIS + \varepsilon_i$$

Keterangan :

QD	= jumlah kunjungan objek wisata Pantai Sebalang
β_0	= Konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5$	= Koefisien Regresi
TC	= Biaya Perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang
TCT	= Biaya Perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih)
INC	= Pendapatan
AGE	= Umur
DVIS	= <i>Dummy</i> Pengalaman Berkunjung Sebelumnya
ε_i	= Standar Error

Untuk mengestimasi nilai ekonomi lingkungan objek wisata Pantai Sebalang dengan metode biaya perjalanan digunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu

dengan menghitung nilai surplus konsumen tiap individu pertahun. Untuk menghitung nilai surplus konsumen menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Dx = Qx = a - bP$$

Dalam persamaan di atas diturunkan dalam bentuk persamaan intergral terbatas, dengan batas bawah yaitu biaya terendah yang dibayarkan pengunjung dan batas teratas yaitu biaya tertinggi yang dikeluarkan pengunjung untuk berwisata ke Pantai Sebalang, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$SK = \int_{p_0}^{p_1} f(Px)dP$$

Keterangan :

SK = Surplus Konsumen

P₀ = Harga terendah

P₁ = Harga teratas

(Zulpikar et al., 2017)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Pantai Sebalang (-5,29°17,2"LS,-105 22'44,6"BT) merupakan sebuah kawasan wisata yang terletak di Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan. Pesisir Pantai Sebalang ini memiliki panjang 2,78 Km, tetapi untuk area yang dikhususkan untuk tempat wisata hanya sepanjang 1,32 Km. Pantai Sebalang berjarak 25,06 km dari Kota Bandar Lamung dan berjarak 41,08 km dari Kalianda (Ibukota Kabupaten Lampung Selatan).

Konon aktivitas penduduk di Pantai Sebalang sudah ada sejak era 1990-an. Awalnya, pulau ini sering digunakan sebagai tempat memancing serta mencari ikan warga sekitar. Tak hanya itu oleh para penggiat photography Pantai Sebalang juga kerap dijadikan salah satu tempat untuk berburu landscape panorama alam yang kerap di abadikan oleh para fotografer karena keindahan matahari terbenam dan pohon bakau yang berada di sekitar pantai yang menjadikan Pantai Sebalang memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri.

Melihat semakin meningkatnya jumlah pengunjung yang berwisata ke tempat ini, pada tahun 2018 Pantai Sebalang resmi dibuka sebagai kawasan wisata. Progres pembangunan sejumlah fasilitas wisata di Pantai Sebalang berkembang sangat pesat. Berbagai inovasi dilakukan untuk memastikan pengunjung dapat memperoleh kenyamanan dan kepuasan, panorama matahari tenggelam yang dapat menghipnotis mata, serta keberadaan cafe yang memiliki konsep ala Bali, didukung oleh kemudahan akses menuju lokasi yang sangat dekat dengan jalan lintas Sumatera, menjadi alasan para pengunjung lebih memilih Pantai Sebalang sebagai destinasi wisata.

3.2. Analisis Regresi

Dalam menentukan fungsi permintaan untuk kunjungan ke Pantai Sebalang menggunakan teknik ekonometrika yaitu regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini sudah bebas dari permasalahan uji asumsi klasik. Hasil estimasi model persamaan fungsi permintaan rekreasi objek wisata Pantai Sebalang dengan menggunakan program eviews yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.579.838	0.332962	4.744.804	0.0000
TC	-5.09E-07	1.63E-06	-0.312198	0.7556

TCT	7.63E-07	1.84E-06	0.415419	0.6788
INC	1.38E-07	7.14E-08	1.929.180	0.0567
AGE	-0.020373	0.009742	-2.091.154	0.0392
DVIS	2.156.239	0.194782	1.106.999	0.0000

R-squared	0.603234	Mean dependent var	2.440.000
Adjusted R-squared	0.582129	S.D. dependent var	1.402.163
S.E. of regression	0.906399	Akaike info criterion	2.699.450
Sum squared resid	7.722.656	Schwarz criterion	2.855.760
Log likelihood	-1.289.725	Hannan-Quinn criter.	2.762.712
F-statistic	2.858.308	Durbin-Watson stat	1.773.929
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data primer, diolah 2022

Dari hasil tersebut, apabila ditulis dalam persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$QD = \beta_0 + \beta_1 TC + \beta_2 TCT + \beta_3 INC + \beta_4 AGE + \beta_5 DVIS + \varepsilon_t$$

$$QD = 1,579838 - 0,000000509TC + 0,000000763TCT + 0,000000138INC - 0.020373AGE + 2.156239D$$

Keterangan :

- QD = jumlah kunjungan objek wisata Pantai Sebalang
- TC = Biaya Perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang
- TCT = Biaya Perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih)
- INC = Pendapatan
- AGE = Umur
- DVIS = *Dummy* Pengalaman Berkunjung Sebelumnya
- B₀ = Konstanta
- B_{1,2,3,4,5} = Koefisien Regresi
- e_t = Residual (*error term*)

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat di interpretasikan nilai koefisien regresi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta β_0 sebesar 1,579838 dapat diartikan bahwa apabila semua variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), pendapatan, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya dianggap sama dengan nol, maka jumlah permintaan bernilai sebesar 1,579838 dalam 1 tahun terakhir.
2. Nilai variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang sebesar -0,000000509 dapat diartikan bahwa apabila biaya perjalanan ke Pantai Sebalang meningkat 10.000 rupiah maka akan mengurangi jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang sebesar 4% begitupun sebaliknya. Dengan asumsi bahwa variabel lain tetap.
3. Nilai variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain sebesar 0,000000763 dapat diartikan bahwa apabila biaya perjalanan ke objek wisata lain meningkat 10.000 rupiah maka akan meningkatkan jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang sebesar 6% begitupun sebaliknya. Dengan asumsi bahwa variabel lain tetap.
4. Nilai variabel pendapatan sebesar 0,000000138 dapat diartikan bahwa apabila pendapatan meningkat 10.000 rupiah maka akan meningkatkan jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang sebesar 11% begitupun sebaliknya. Dengan asumsi bahwa variabel lain tetap.
5. Nilai variabel umur sebesar -0,020373 dapat diartikan bahwa apabila umur meningkat 1 tahun maka akan mengurangi jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang sebesar 23% begitupun sebaliknya. Dengan asumsi bahwa variabel lain tetap.
6. Nilai variabel pengalaman berkunjung sebelumnya sebesar 2,156239 dapat diartikan bahwa jika pengunjung mempunyai pengalaman berkunjung sebelumnya maka akan mengakibatkan

terjadinya peningkatan jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang sebesar 57% dengan asumsi variabel lain tetap.

3.3. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil regresi linear berganda maka akan dilakukan uji signifikansi parameter individual (Uji t) dan uji signifikansi bersama-sama (Uji f) kemudian diperoleh beberapa hasil mengenai pengaruh variabel terikat dan variabel bebasnya.

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menjelaskan varians variabel tak bebas secara individual dalam menjelaskan varians tak bebas. Uji t dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis satu arah, pengujian ini dilakukan pada $df = n - k - 1 = 94$ dan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Jadi hasil yang didapatkan pada ttabel yaitu senilai 1,986 dengan sifat uji dua arah.

Tabel 2.. Hasil uji pasial (uji t)

Variable	t-statistik	Kesimpulan
TC	-0,312	H ₀ diterima
TCT	0,415	H ₀ diterima
INC	1,929	H ₀ diterima
AGE	-2,091	H ₀ ditolak
DVIS	11,069	H ₀ ditolak

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 25 dengan melihat ttabel yaitu senilai 1,986 maka dapat dijelaskan :

1. Berdasarkan tabel 25 di atas, hasil uji parsial variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang (TC) diperoleh nilai t-statistik $0,312 < t\text{-tabel } 1,986$, sehingga H₀ diterima. Dengan demikian secara statistik biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).
2. Berdasarkan tabel 25 di atas, hasil uji parsial variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih) (TCT) diperoleh nilai t-statistik $0,415 < t\text{-tabel } 1,986$, sehingga H₀ diterima. Dengan demikian secara statistik biaya perjalanan ke objek wisata lain tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).
3. Berdasarkan tabel 25 di atas, hasil uji parsial variabel pendapatan (INC) diperoleh nilai t-statistik $1,929 < t\text{-tabel } 1,986$, sehingga H₀ diterima. Dengan demikian secara statistik pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).
4. Berdasarkan tabel 25 di atas, hasil uji parsial variabel umur (AGE) diperoleh nilai t-statistik $2,091 > t\text{-tabel } 1,986$, sehingga H₀ ditolak. Dengan demikian secara statistik umur memiliki pengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).
5. Berdasarkan tabel 25 di atas, hasil uji parsial variabel *Dummy* pengalaman berkunjung sebelumnya (DVIS) diperoleh nilai t-statistik $11,069 > t\text{-tabel } 1,986$, sehingga H₀ ditolak. Dengan demikian secara statistik pengalaman berkunjung sebelumnya memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).

b. Uji Signifikansi Bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) dengan *numerator degree of freedom* (v_1) = $k - 1 = 5 - 1 = 4$ dan *denominator degree of freedom* (v_2) = $n - k - 1 = 100 - 5 - 1 = 94$. Jadi hasil yang didapatkan pada F_{tabel} yaitu senilai 2,469.

Tabel 3. Hasil Uji Bersama-sama (Uji F)

F-statistik	F tabel	Kesimpulan
28,58308	2,469	Berpengaruh signifikan

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 26, diperoleh nilai F-hitung $28,58308 > F\text{-tabel } 2,469$, sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian, secara bersama-sama variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih), pendapatan, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya memiliki pengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang.

3.4. Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi (R²)

R-squared	0,6032
Adjusted R-squared	0,5821

Sumber : Data primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 27 maka dapat dilihat bahwa nilai output koefisien determinasi R-squared dan Adjusted R-squared. Dengan nilai R-squared sebesar 0,6032 dengan demikian hal ini dapat disimpulkan bahwa besar presentase variasi jumlah permintaan yang bisa dijelaskan oleh variasi lima variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang, biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, umur, dan pengalaman berkunjung sebelumnya sebesar 60,32%.

3.5. Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Sebalang

Dalam penelitian ini untuk menghitung valuasi ekonomi digunakan metode biaya perjalanan (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung surplus konsumen tiap individu pertahun. Hasil regresi antara jumlah permintaan wisatawan (QD) dengan variabel bebas menghasilkan model permintaan seperti terlihat pada persamaan berikut ini :

$$D_x = Q_x = 2,622 - 0,000000972 P$$

Selanjutnya persamaan diatas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghasilkan surplus konsumen perindividu pertahun digunakan perhitungan integral terbatas dengan batas atas dan batas bawah. Batas atas dan batas bawah didapatkan dari biaya perjalanan terbesar dan biaya perjalanan terkecil pengunjung. Batas atas dalam penelitian ini yaitu sebesar Rp. 450.000 (P¹) dan batas bawah sebesar Rp. 60.000 (P⁰). Untuk menghitung surplus konsumen digunakan persamaan :

$$SK = \int_{60.000}^{450.000} 2,622 - 0,000000972 p \, dp$$

Dari hasil perhitungan diperoleh surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp. 925.915 dimana pengunjung yang datang ke objek wisata Pantai Sebalang rata-rata 2 kali ke tempat tersebut. Sehingga diketahui kelebihan (surplus) yang dinikmati konsumen karena kemampuannya untuk membayar melebihi permintaan aktualnya dimana nilai aktual tersebut untuk individu sebesar Rp. 187.300 dan surplus konsumen setahun yang didapat sebesar Rp. 925.915 per individu per tahun atau Rp. 462.958 per individu per tahun

Surplus konsumen sebesar Rp. 925.915 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh konsumen pengunjung objek wisata Pantai Sebalang masih jauh di atas harga pengeluaran rata-rata objek wisata Pantai Sebalang sebesar Rp. 187.000 per satu kali kunjungan. Hal ini berarti objek wisata Pantai Sebalang memberikan manfaat yang lebih besar dari apa yang ditawarkan terhadap para pengunjung dan juga dari biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Pantai Sebalang.

Untuk memperoleh nilai total ekonomi, maka nilai surplus konsumen per individu per tahun sebesar Rp. 925.915 dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2021 yaitu sebesar 92.098 pengunjung, sehingga diperoleh nilai total ekonomi objek wisata Pantai Sebalang sebesar Rp. 85.274.919.670 per tahun. Artinya jika objek wisata Pantai Sebalang mengalami kerusakan maka itu akan setara dengan nilai rupiah sebesar Rp. 85.274.919.670.

3.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial berdasarkan hasil estimasi secara statistik dapat diketahui bahwa, ada beberapa variabel bebas dalam penelitian yang tidak signifikan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang, biaya perjalanan ke objek wisata pantai lain (Pantai Pasir Putih), dan pendapatan. Variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang adalah variabel umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya.

a. Pengaruh Biaya Perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang (TC) Terhadap Jumlah Permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD)

Variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,000000509 dan hasil uji t menunjukkan t-hitung sebesar 0,312 < t-tabel sebesar 1,986. Maka dapat dikatakan bahwa hasil uji parsial variabel biaya perjalanan ke objek wisata pantai Sebalang (TC) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).

Hal ini dikarenakan berwisata adalah permintaan yang bersifat bathiniah atau kepuasan bathin sehingga disaat orang merasa lelah atas aktivitas dan kesibukannya masing-masing, orang akan butuh pergi liburan atau berwisata. Sehingga, para wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pantai Sebalang tidak terlalu menghitung biaya perjalanan yang dikeluarkan melainkan lebih mementingkan bagaimana memperoleh manfaat dari jasa lingkungan yang ditawarkan oleh objek wisata Pantai Sebalang. Hal tersebut terlihat dari bervariasinya biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan objek wisata Pantai Sebalang, yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Pantai Sebalang

No	Biaya Perjalanan (Rp)	Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	<100.000	18	18
2	100.000 - 200.000	45	45
5	201.000 - 300.000	27	27
7	>300.000	10	10
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer, Diolah 2022

Tabel 28 diatas menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke objek wisata Pantai Sebalang yang menjadi responden berdasarkan Biaya perjalanan yang digunakan yaitu sebesar 45% dari total keseluruhan responden menghabiskan biaya perjalanan sebesar Rp. 100.000 - Rp. 200.000, sebesar 27% dari total keseluruhan responden menghabiskan biaya perjalanan ke objek wisata Pantai

Sebalang sebesar Rp. 201.000 – Rp. 300.000, sebesar 18% dari total keseluruhan responden menghabiskan biaya perjalanan kurang dari Rp. 100.000 dan 10% dari total keseluruhan responden menghabiskan biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang lebih dari Rp. 300.000.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Simanjuntak & Masbar, 2020) yang menunjukkan bahwa biaya perjalanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pemandian Air Panas Ie Seuum Aceh Besar. Hal ini juga sejalan dengan penelitian (Lestari & Dewanti, 2020) yang menunjukkan bahwa biaya perjalanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Alam Kalibiru Kulon Progo, Yogyakarta.

b. Pengaruh Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Pasir Putih) (TCT) Terhadap Jumlah Permintaan ke Pantai Sebalang (QD)

Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,000000763 dan hasil uji t menunjukkan t-hitung sebesar $0,415 < t\text{-tabel}$ yaitu sebesar 1,986. Maka dapat dikatakan bahwa hasil uji secara parsial variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain (TCT) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).

Hal ini dikarenakan ketidak identikan antara kedua objek wisata, yang masing-masing mempunyai ciri dan daya tarik tersendiri. Ini dapat dibuktikan pada lampiran Halaman 110. Hasil penelitian ini sejalan juga dengan penelitian (Mufidah, 2019) yang menyatakan bahwa biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pantai Karapyak) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan objek wisata Pantai Pangandaran, Jawa Barat. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fathurrahmi, 2016) yang menyatakan bahwa biaya perjalanan ke objek wisata lain (Pulau Angso Duo) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan objek wisata Pantai Gondorih, Kota Pariaman. Hal ini disebabkan karena keunikan Pantai Gondorih, dimana variabel biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Gondorih yang negatif dan biaya perjalanan ke objek wisata Pulau Angsa Duo yang positif berarti objek wisata Pantai Gondorih dan Pulau Angso Duo adalah barang substitusi. Jadi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Gondorih belum tentu berkunjung ke Pulau Angsa Duo.

c. Pengaruh Pendapatan (INC) Terhadap Jumlah Permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD)

Variabel pendapatan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,000000138 dan hasil uji t menunjukkan t-hitung sebesar $1,929 < t\text{-tabel}$ yaitu sebesar 1,986. Maka dapat dikatakan bahwa hasil uji secara parsial variabel pendapatan (INC) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD).

Hal ini sesuai dengan kondisi dilapangan dimana pendapatan pengunjung objek wisata Pantai Sebalang yang bervariasi, artinya objek wisata Pantai Seblang ini dapat dijangkau oleh para wisatawan dari berbagai kalangan, baik itu kalangan masyarakat pendapatan menengah ke atas ataupun pendapatan menengah kebawah, yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Pendapatan Pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang

No	Pendapatan (Rp)	Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< Rp. 1.000.000	24	24
2	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000	40	40
3	Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000	21	21
6	> Rp. 3.000.000	15	15
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer, diolah 2022

Tabel 29 diatas menunjukkan bahwa Pengunjung yang datang ke objek wisata Pantai Sebalang yang menjadi responden berdasarkan pendapatan responden mulai dari terendah hingga tertinggi yaitu responden dengan pendapatan perbulan <1.000.000 sebesar 24% dari total keseluruhan responden. Diikuti responden dengan pendapatan per bulan Rp. 1.100.000 sampai Rp. 2.000.000 yaitu sebesar 40% dari total keseluruhan responden. Lalu responden dengan pendapatan Rp. 2.100.000 sampai Rp. 3.000.000 perbulan yaitu sebesar 21% dari total keseluruhan responden dan responden dengan tingkat pendapatan > Rp. 4.000.000 sebesar 15 % dari total keseluruhan responden.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mufidah, 2019) yang menyatakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Bukit Sekunir Dieng, Kabupaten Wonosobo. Hal tersebut dikarenakan objek wisata Bukit Sekunir merupakan wisata yang murah meriah dan Bukit Sekunir menawarkan wisata alam atas keindahannya, sehingga wisatawan yang datang terdiri dari latar dan tingkat pendapatan yang berbeda-beda. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Novitasari, 2017) yang meyakini bahwa objek wisata Goa Kreo merupakan barang normal sehingga semakin tinggi penghasilan pengunjung akan semakin tinggi jumlah permintaan ke objek wisata Goa Kreo. Pada kenyataannya semakin tinggi penghasilan pengunjung maka mereka akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi. Untuk itu diperlukan pengembangan dan penganekaragaman daya tarik wisata, penambahan fasilitas, sehingga dapat menarik pengunjung agar pengunjung yang telah berkunjung bersedia untuk datang kembali ke objek wisata Goa Kreo dan pengunjung yang belum pernah berkunjung tertarik untuk segera mengunjungi dan berwisata di objek wisata Goa Kreo.

d. Pengaruh Umur (AGE) Terhadap Jumlah Permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD)

Variabel umur memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0.020373 dan hasil uji t menunjukkan t-hitung sebesar 2,091 < t-tabel yaitu sebesar 1,986. Maka dapat dikatakan bahwa hasil uji secara parsial variabel umur (AGE) memiliki pengaruh secara signifikan dan bersifat negatif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD). Nilai koefisien variabel umur yang sebesar -0.020373 dapat diartikan bahwa apabila umur meningkat 1 tahun maka akan mengurangi jumlah kunjungan ke objek wisata Pantai Sebalang sebesar 23% begitupun sebaliknya. Dengan asumsi bahwa variabel lain tetap.

Hal ini dikarenakan individu yang semakin dewasa umurnya maka akan lebih cenderung menghabiskan waktunya untuk besantai dirumah bersama keluarganya dibandingkan dengan melakukan kegiatan perjalanan wisata. selain itu juga responden yang semakin dewasa akan lebih cenderung memilih objek wisata yang sesuai dengan umurnya, seperti wisata kesehatan, wisata olahraga, wisata pertanian, wisata buru, dan wisata pilgrim (ziarah). Hal ini sesuai dengan kondisi di lapangan dimana pengunjung objek wisata Pantai Sebalang sebagian besar adalah kaum muda, yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Umur Pengunjung Objek Wisata Pantai Sebalang

No	Kelompok Umur (Tahun)	Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< 20	12	12
2	20-30	61	61
3	31-40	15	15
4	41-50	8	8
5	> 51	4	4
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer, diolah 2022

Tabel 7 diatas menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke objek wisata Pantai Sebalang yang menjadi responden berdasarkan umur responden dikelompokkan menjadi 5 kategori yaitu kategori pertama dengan responden yang memiliki kategori umur kurang dari 20 tahun atau masa remaja sebesar 12% dari total keseluruhan responden. Kategori kedua yaitu berusia 20 sampai 30 tahun atau masa dewasa awal sebesar 61% dari total keseluruhan responden. Kategori ketiga yaitu berusia 31 sampai 40 tahun atau masa dewasa akhir sebesar 15% dari total keseluruhan responden. Kategori keempat yaitu berusia 41 sampai 50 tahun atau masa lansia awal sebesar 8% dari total keseluruhan responden dan kategori terakhir berusia 51 tahun ke atas yaitu sebesar 4% dari total keseluruhan responden.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maharani, 2019) yang menyatakan bahwa umur berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Surya Yudha Park, Kabupaten Banjarnegara. Hasil penelitian ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mufidah, 2019) yang menyatakan bahwa umur berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Bukit Sekunir Dieng, Kabupaten Wonosobo.

e. Pengaruh *Dummy* Pengalaman berkunjung sebelumnya (DVIS) Terhadap Jumlah Permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD)

Variabel *dummy* pengalaman berkunjung sebelumnya yang dimaksud adalah jika responden pernah melakukan kunjungan ke objek wisata Pantai Sebalang dinyatakan dalam *dummy* 1, dan jika responden belum pernah berkunjung ke objek wisata Pantai Sebalang dinyatakan dalam *dummy* 0. Variabel *dummy* pengalaman berkunjung sebelumnya memiliki nilai koefisien regresi sebesar 2,156239, artinya terdapat perbedaan jumlah kunjungan wisatawan yang pernah berkunjung sebelumnya lebih tinggi sebesar 2,156239 dibandingkan wisatawan yang belum pernah berkunjung ke objek wisata Pantai Sebalang.

Kemudian hasil uji t menunjukkan t-hitung sebesar 11,069 < t-tabel yaitu sebesar 1,986. Maka dapat dikatakan bahwa hasil uji secara parsial variabel pengalaman berkunjung sebelumnya (DVIS) memiliki pengaruh secara signifikan dan bersifat positif terhadap variabel jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang (QD). Nilai koefisien variabel pengalaman berkunjung sebelumnya yang sebesar 2,156239 dapat diartikan bahwa jika pengunjung mempunyai pengalaman berkunjung sebelumnya maka akan meningkatkan jumlah kunjungan ke objek wisata Pantai Sebalang sebesar 57% dengan asumsi variabel lain tetap.

Hal ini dikarenakan ketika pengunjung pernah berkunjung sebelumnya dan merasa puas akan memiliki niat untuk berkunjung kembali, sehingga pengalaman individual yang sudah pernah berkunjung tidak asing dengan objeknya dan kepuasan individu dalam mengunjungi suatu objek wisata akan menjadi faktor yang kuat untuk melakukan kunjungan wisata. Menurut Ismayanti (2020) jika wisatawan merasa puas atas perjalanan wisatanya, kemungkinan besar ia akan kembali ke tempat yang sama mengulangi perjalanan wisatanya, bahkan ia akan merekomendasikan kepada orang lain sehingga secara tidak langsung kepuasan wisatawan akan menaikkan jumlah kunjungan wisata. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 8. Pengalaman Berkunjung Sebelumnya Pengunjung ke Objek Wisata Pantai Sebalang

No	Pengalaman Berkunjung Sebelumnya	Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Pernah	65	65
2	Tidak Pernah	35	35
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer, diolah 2022

Tabel 31 diatas menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke Pantai Sebalang yang menjadi responden berdasarkan pengalaman berkunjung sebelumnya yaitu sebesar 65% dari total

keseluruhan responden pernah berkunjung ke Pantai Sebalang dan 35% responden tidak pernah berkunjung sebelumnya ke Pantai Sebalang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Trismawati, 2018) yang menyatakan bahwa pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap objek wisata Taman Purbakala Batu Pake Gojeng, Kabupaten Sinjai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Novitasari, 2017) yang menyatakan bahwa pengalaman berkunjung sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap objek wisata Goa Kreo Semarang.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan untuk analisis permintaan objek wisata Pantai Sebalang dengan metode travel cost, maka dapat disimpulkan :

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t statistik) menunjukkan bahwa dari ke lima variabel bebas hanya dua yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Pantai Sebalang. Variabel umur memiliki pengaruh positif dan pengalaman berkunjung sebelumnya memiliki pengaruh positif. Sedangkan ketiga variabel lainnya yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Sebalang, biaya perjalanan ke objek wisata lain, dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan.
2. Dari hasil perhitungan maka diperoleh nilai manfaat ekonomi objek wisata Pantai Sebalang berdasarkan metode biaya perjalanan individual yaitu sebesar Rp. 85. 274. 919.670.

4.2 Saran

Dari berbagai kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Memperbaiki akses menuju lokasi wisata untuk menjaga wisatawan agar tetap setia berkunjung ke objek wisata Pantai Sebalang. Akses ini nantinya berupa jalan raya yang beraspal, petunjuk jalan, dan penerangan jalan yang memadai.
2. Penambahan serta perawatan fasilitas umum. Fasilitas umum sangat penting untuk selalu dijaga di lokasi wisata. Setiap pengunjung selalu menggunakan fasilitas umum untuk keperluan masing-masing. Fasilitas umum tersebut seperti mushola, MCK, tempat parkir, tempat untuk bersantai dan lainnya yang sangat penting untuk ada dan dirawat keberadaannya. Pemerintah memiliki peran penting dalam memperhatikan fasilitas-fasilitas ini demi menjaga kenyamanan wisatawan.
3. Dari hasil analisis regresi dengan model regresi linier dapat diberikan saran bahwa jumlah kunjungan objek wisata Pantai Sebalang dipengaruhi oleh dua faktor dari lima faktor yang dianalisis yaitu umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Faktor-faktor yang telah diteliti tersebut dapat dijadikan sebagai referensi bagi pengelola wisata untuk melakukan kebijakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan jumlah permintaan kunjungan wisata Pantai Sebalang. Dikarenakan usia berpengaruh negatif terhadap tinggi rendahnya frekuensi kunjungan ke objek wisata Pantai Sebalang, maka dari itu perlu ada tambahan fasilitas yang dapat digunakan untuk berbagai macam tingkatan usia. Kemudian untuk variabel pengalaman berkunjung sebelumnya yang bertanda positif dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengalaman berkunjung sebelumnya maka akan semakin tinggi jumlah permintaan ke objek wisata Pantai Sebalang, begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, agar jumlah permintaan bertambah maka pengelola dan pemerintah setempat harus membuat para pengunjung merasa puas yaitu dengan cara memberikan fasilitas yang lebih lengkap di objek wisata Pantai Sebalang.

REFERENCES

- Fathurrahmi, F. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Pantai Gandoriah Kota Pariaman. *Skripsi Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan fakultas Ekonomi Universitas Andalas*, 1–87.

- Lestari, R., & Dewanti, D. S. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisata di Objek Wisata. *Journal of Economics Research and Social Sciences, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.18196/jerss.030214>
- Maharani, N. (2019). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Surya Yudha Park Di Kabupaten Banjarnegara : Pendekatan Travel Cost Method. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2(1), 1–19.
- Mufidah, D. (2019). Valuasi Ekonomi Dengan Pendekatan Biaya Perjalanan Individual Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata Di Bukit Sikunir Dieng Kabupaten Wonosobo. *Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.*
- Novitasari, E. (2017). *Analisis Permintaan Objek Wisata Goa Kreo Kota Semarang.* Fakultas Eknomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Oktavia, E. (2021). *Menikmati Panorama Pantai Sebalang Serasa di Bali.* <https://tribunlampungtravel.tribunnews.com/2021/01/15/menikmati-panorama-pantai-sebalang-serasa-di-bali>.
- Simanjuntak, Y. M., & Masbar, R. (2020). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pemandian Air Panas Ie Seuum Aceh Besar Dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM), Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsyiah*, 5(2), 66–73.
- Tazkia, F. O., & Hayati, B. (2012). Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget , Kabupaten Wonosobo Dengan. *Diponegoro Journal of Economics*, 1(1), 1–10. https://www.google.co.id/?gws_rd=cr&ei=pz5IVo7dB8SfugSkglbwCg#%5Cnhttp://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme
- Zulpikar, F., Prasetyo, D., Virgininda, T., Komara, K. K., & Pramudawardhani, M. (2017). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 1(1), 53. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2017.1.1.53-63>