

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Sumber Daya Alam

Sumber daya alam adalah segala sumber daya hayati dan non hayati yang dapat dimanfaatkan oleh manusia sebagai sumber pangan, bahan baku dan energi (Fauzi, 2004). Sumber daya alam memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Manusia menggunakan sumber daya alam untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan melaksanakan kegiatan produksi atau suatu barang dan jasa. Menurut Abdul (2015, dikutip dari Suryanegara, 1977), sumber daya alam merupakan unsur-unsur lingkungan alam (fisik dan/ atau hayati) yang diperlukan manusia untuk memenuhi kebutuhan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan hidup.

Sumber daya alam secara umum terbagi menjadi dua kelompok yaitu sumber daya alam yang dapat diperbarui dan tidak dapat diperbarui. Sumber daya alam yang dapat diperbarui atau *renewable resource* adalah sumber daya alam yang memiliki jangka waktu yang relatif pendek dalam proses pemulihannya sehingga sumber daya alam ini tidak cepat habis atau bahkan tidak dapat habis. Dalam

sumber daya alam yang dapat diperbarui terbagi menjadi dua kelompok berdasarkan klasifikasi cepat lambatnya regenerasi. Klasifikasi yang pertama adalah berdasarkan ketergantungan pada proses reproduksi biologisnya seperti hewan dan tumbuhan. Sementara klasifikasi yang kedua yaitu tidak terikat pada proses reproduksi biologisnya seperti energi matahari, udara, dan angin.

Sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui atau *nonrenewable resource* adalah sumber daya alam yang memiliki jangka waktu sangat lama yang mencapai ribuan atau jutaan tahun untuk dapat melakukan pemulihan, atau bahkan tidak dapat dipulihkan jika sumber daya alam tersebut sudah habis. Contoh sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui adalah barang-barang tambang seperti minyak bumi, gas alam dan batu bara. Sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui memiliki cadangan yang tidak melimpah sehingga apabila terjadi eksploitasi besar-besaran tanpa adanya manajemen kontrol maka sumber daya alam akan habis dan tidak menyisakan untuk masa yang akan datang (Fauzi, 2004).

2.2 Jasa Lingkungan

Jasa lingkungan merupakan jasa yang diberikan oleh fungsi ekosistem alami atau buatan oleh para *stakeholder* dalam rangka membantu memelihara dan meningkatkan kualitas lingkungan untuk proses pengelolaan ekosistem secara berkelanjutan. Jasa lingkungan berarti memanfaatkan potensi lingkungan tanpa harus merusak lingkungan sendiri dan tidak mengurangi fungsi utamanya. Menurut Sri Murni Soenarno (2014), jasa lingkungan adalah produk sumber daya alam hayati dan ekosistemnya memiliki manfaat langsung (*tangible*) dan/ atau manfaat tidak langsung (*intangible*).

Millenium Ecosystem Assesment (2005) mendefinisikan jasa lingkungan adalah keuntungan yang diperoleh manusia dari keberadaan suatu ekosistem berupa keuntungan yang dapat dihitung maupun tidak. Jasa lingkungan akan memberikan manfaat dalam bentuk *amenity* seperti keindahan, ketenangan dan sebagainya yang sering lebih terasa dalam jangka panjang. Contoh jasa lingkungan adalah sarana rekreasi (pariwisata) wisata alam.

Menurut Wunder (2005, dikutip dalam Samsul, 2019) membagi produk jasa lingkungan hutan dalam empat kategori, yaitu:

- a. Penyerap dan penyimpanan karbon (*carbon sequestration and storage*)
- b. Perlindungan keanekaragaman hayati (*biodiversity protection*)
- c. Perlindungan daerah aliran sungai (*watershed protection*)
- d. Keindahan bentang alam (*landscape beauty*)

Manfaat jasa lingkungan yang sangat besar menjadikan jasa lingkungan biasanya tidak dapat tergantikan atau dapat tergantikan namun dengan biaya yang besar.

2.3 Pariwisata

Pariwisata adalah salah satu kegiatan masyarakat dengan memanfaatkan waktu luang untuk digunakan sebagai proses penyegaran diri. Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menyebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan suatu aktivitas melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mencari kepuasan, mencari sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati

olahraga atau istirahat, melaksanakan tugas, menunaikan ziarah, dan lain-lain (James, 1989 dikutip dalam Salma dan Susilowati, 2004).

Pendit (1994) menyebutkan bahwa ciri-ciri pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain
- b. Perjalanan tersebut dilakukan untuk sementara
- c. Perjalanan tersebut berkaitan dengan rekreasi
- d. Orang-orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah ditempat yang dikunjunginya, tetapi hanya sebagai konsumen

Dengan demikian maka pariwisata dapat dikatakan sebagai perjalanan yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan dalam rangka memenuhi hasrat yang didukung dengan fasilitas yang tersedia.

Spillane (1989, dalam Salma dan Susilowati, 2004) menyebutkan bahwa pariwisata dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. *Culture Tourism*

Culture Tourism atau pariwisata untuk kebudayaan adalah perjalanan wisata yang didasarkan pada keinginan untuk mempelajari hal baru dengan mengunjungi tempat kebudayaan seperti adat istiadat, cara hidup rakyat daerah lain, pusat pengajaran dan sebagainya.

- b. *Recreation Tourism*

Recreation Tourism atau pariwisata untuk rekreasi adalah pariwisata untuk orang-orang yang memanfaatkan hari libur atau waktu luang untuk istirahat, menyegarkan diri, dan mengembalikan kesehatan jasmani dan rohani.

c. *Pleasure Tourism*

Pleasure Tourism atau pariwisata untuk menikmati perjalanan dilakukan dengan meninggalkan tempat tinggal untuk melakukan liburan dengan mencari udara segar dengan keindahan alam atau menikmati hikayat rakyat suatu daerah dan menikmati hiburan.

d. *Sport Tourism*

Sport Tourism atau pariwisata untuk olahraga adalah pariwisata dengan tujuan berolahraga baik menonton atau melakukannya sendiri.

e. *Business Tourism*

Business Tourism atau pariwisata untuk urusan daga besar yaitu mencari kesempatan yang dilakukan pelaku karena berkaitan dengan tanggung jawab pekerjaan sebagai bentuk *profesional travel*.

f. *Convention Tourism*

Covention Tourism atau pariwisata untuk konvensi adalah bentuk pariwisata karena adanya konferensi atau pertemuan yang dihadiri oleh peserta yang biasa tinggal sementara waktu di daerah dimana pertemuan tersebut dilaksanakan.

Berdasarkan definisi kategori pariwisata, maka objek wisata alam Nampan Sukomakmur merupakan jenis pariwisata *Pleasure Tourism* atau pariwisata untuk menikmati perjalanan. Hal ini dikarenakan wisata alam Nampan Sukomakmur banyak dikunjungi oleh masyarakat yang melakukan kegiatan wisata dengan tujuan berlibur, menikmati udara, melihat pemandangan, dan merasakan suasana tenang dan alami.

2.4 Wisata Alam

Wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi dan berdaya tarik bagi wisatawan serta yang ditujukan untuk pembinaan cinta alam dalam kegiatan alam atau pembudidayaan (Soewantoro, 1997). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam, wisata alam adalah kegiatan perjalanan yang bersifat sementara untuk menikmati keunikan dan keindahan alam. Keunikan alam bisa berupa kawah, sumber air panas, air terjun dan danau. Sedangkan keindahan alam dapat berupa panorama dari sebuah ekosistem yang terdapat di dalamnya. Sebuah sumber daya alam yang memiliki keindahan panorama alam dan keunikan lanskap maka dapat mendukung untuk dijadikan suatu wisata alam.

Menurut Sumardjan (1988, dikutip dalam Suwena & Widyatmaja, 2017), objek wisata alam merupakan alam dan ekosistemnya, baik asli atau telah bergabung dengan perpaduan daya cipta manusia yang memiliki daya tarik dikunjungi wisatawan. Secara garis besar berarti wisata alam adalah sumber daya alam yang memiliki potensi dan berdaya tarik bagi wisatawan yang sedang melakukan perjalanan untuk menikmati berbagai gejala alam.

Menurut Pasal 1 ayat 5 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Edward Inskeep (1991) mengategorikan daya tarik dan kegiatan wisata sebagai berikut:

- a. Daya tarik alam, tercermin dari iklim, keindahan alam, dan karakter khas lingkungan.
- b. Daya tarik budaya, tercermin dari tapak arkeologis, kesejahteraan dan kebudayaan, kesenian dan kerajinan.
- c. Daya tarik khusus, tercermin dari wisata belanja, sirkus, *theme park*, dan hiburan.

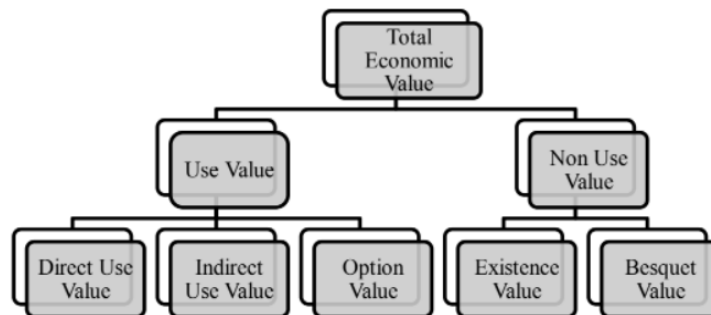
Menurut Ceballos Lascurain (1991, dalam Demartoto, 2009) wisata alam dapat memberi dorongan untuk melakukan aksi-aksi positif dengan menunjukkan besarnya manfaat lingkungan untuk menghasilkan sebuah pemasukan, sumber pencaharian serta fungsi insentif yang digunakan untuk mencegah segala macam hal-hal yang bisa merusak lingkungan alami tersebut. Oleh sebab itu, daya tarik wisata dan manfaat wisata alam berkaitan erat dengan kondisi geografis dimana lokasi wisata tersebut berada sehingga hendaknya wajib dijaga keberlangsungan lingkungannya.

2.5 Nilai Ekonomi

Nilai ekonomi adalah nilai-nilai yang terkandung di dalam sumber daya alam yang merupakan penjumlahan dari seluruh nilai guna langsung, nilai guna tak langsung, nilai pilihan dan nilai keberadaan (Ariftia, Qurniati, & Herwanti, 2014). Hal ini berarti nilai ekonomi merupakan nilai yang ditempatkan oleh seseorang pada suatu barang ekonomi berdasarkan manfaat yang diperoleh dari barang tersebut. Menurut Armadinata dan Pharmawati (2019), nilai ekonomi yaitu nilai yang didapatkan dari suatu barang yang dapat dinominalkan dalam satuan rupiah.

Nilai ekonomi sumber daya alam dapat diukur berdasarkan konsep willingness to pay (WTP) dan willingness to accept (WTA). Pearce (1992, dalam Munansinghe, 1993) mengklasifikasi nilai ekonomi berdasarkan proses dalam memperoleh manfaat mengenai Nilai Ekonomi Total (*Total Economic Value*) sebagai berikut:

Gambar II. 1 Klasifikasi Nilai Ekonomi



Sumber: Diolah kembali dari Pearce dan Turner (1990) dalam Wicaksono (2020)

Berdasarkan klasifikasi diatas maka nilai ekonomi total atau *Total Economic Value* (TEV) merupakan kerangka kerja yang mencakup semua yang digunakan oleh ekonom untuk mengidentifikasi dan mengategorikan manfaat lingkungan. Oleh karena itu, nilai ekonomi total dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TEV = UV + NUV$$

$$TEV = (DUV + IUV + OV) + (XV + BV)$$

Nilai ekonomi total dibagi menjadi dua, yaitu nilai guna dan nilai non guna.

a. Nilai Guna (*Direct Use Value*)

Nilai guna adalah nilai yang diperoleh oleh seseorang dari proses pemanfaatan sumber daya alam. Nilai guna dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Nilai Guna Langsung (*Direct Use Value*)

Nilai guna langsung adalah nilai manfaat yang dapat langsung digunakan dan dirasakan dari alam.

2) Nilai Guna Tidak Langsung (*Indirect Use Value*)

Nilai guna tidak langsung adalah nilai manfaat yang tidak dapat secara langsung dirasakan. Suatu sumber daya alam dapat dimanfaatkan secara tidak langsung berupa suatu hal mendukung nilai guna langsung dan sifatnya non-ekstraktif. Contoh nilai guna tidak langsung adalah manfaat ekosistem terumbu karang sebagai daerah pemijahan bagi organisme air seperti ikan, karang dan hewan laut lainnya.

3) Nilai Pilihan (*Option Value*)

Nilai pilihan adalah nilai ekonomi yang diperoleh dari potensi pemanfaatan langsung atau tidak langsung dimasa yang akan datang, Contoh nilai pilihan adalah keanekaragaman hayati, munculnya spesies baru dan perlindungan habitat.

b. Nilai NonGuna (*Non-use Value*)

Nilai non guna merupakan nilai yang dikandung dari alam selain nilai guna dan manfaatnya tidak dikonsumsi secara langsung oleh manusia dan besarnya nilai tidak dapat direfleksikan sebagai harga pasar. Nilai non guna terdiri dari:

1) Nilai Keberadaan (*Existence Value*)

Nilai keberadaan adalah nilai kepedulian yang diberikan masyarakat berupa manfaat spiritual, kultural dan estetika.

2) Nilai Warisan (*Bequest Value*)

Nilai warisan adalah nilai ekonomi yang diperoleh dari masyarakat yang hidup saat ini guna kepentingan dimasa mendatang.

2.6 Nilai Wisata Alam

Pearce (1992) menyatakan bahwa wisata alam merupakan salah satu bentuk nilai guna langsung. Nilai wisata alam merupakan opini yang bersifat kuantitatif terhadap sumber daya alam yang dimanfaatkan sebagai tujuan perjalanan sementara yang dilakukan oleh wisatawan. Berdasarkan Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, definisi wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu sebagai tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Penghitungan nilai manfaat wisata alam didasarkan atas permintaan jasa pemanfaatan wisata alam secara langsung atas keindahan yang tersedia dengan besarnya permintaan atas objek wisata sebagai penyedia jasa wisata alam. Besarnya permintaan ini dapat diartikan sebagai total kesediaan membayar atau *willingness to pay* para pengunjung yang datang ke objek wisata alam.

2.7 Konsep *Willingness To Pay* dan Surplus Konsumen

Konsep *Willingness To Pay* atau disingkat WTP sering disebut juga dengan kesediaan membayar individu terhadap perubahan suatu lingkungan dari kondisi awalnya ke perubahan kondisi setelahnya yang lebih baik. *Willingness to pay* mencerminkan harga tertinggi yang rela dibayarkan oleh seorang konsumen untuk

memperoleh keuntungan berupa barang atau jasa dan sebagai ukuran seberapa besar calon konsumen bersedia membayar produk tersebut. Kesiediaan untuk membayar ini akan mencerminkan preferensi pribadi dan hal tersebut merupakan faktor fundamental dalam penilaian ekonomi.

Menurut Pearce dan Moran (1994, dikutip dalam Djijono, 2002), *willingness to pay* dapat dinyatakan dalam fungsi:

$$WTP_i = f(Q1 - Q0, P_{own}, P_{sub}, S_i)$$

Keterangan :

WTP_i = Kesiediaan membayar rumah tangga ke-i

$Q0$ = Kondisi lingkungan awal

$Q1$ = Kondisi lingkungan yang lebih baik

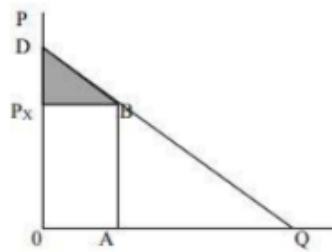
P_{own} = Harga dari pengguna suatu sumber daya lingkungan

P_{sub} = Harga substitusi untuk penggunaan sumber daya lingkungan

S_i = Karakteristik sosial ekonomi rumah tangga i

Kesiediaan membayar seseorang terhadap suatu barang akan mencerminkan manfaat marginal pada suatu tingkat konsumsi yang sering disebut dengan kurva permintaan. Kurva permintaan dari jasa dan sumber daya lingkungan secara tidak langsung menunjukkan keinginan membayar individu pada jasa atau sumber daya alam tersebut

Gambar II. 2 Kurva Permintaan



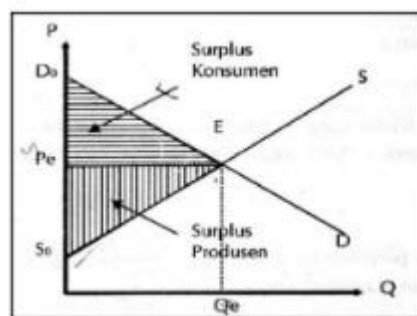
Sumber: Boediono (1996)

Kurva permintaan menggambarkan suatu pasar dimana terdapat konsumen yang akan membeli sejumlah barang selama periode waktu tertentu di berbagai kondisi harga. Kurva ini memiliki kemiringan negatif sehingga mencerminkan hubungan terbalik antara harga dan kuantitas yang diminta. Ketika harga barang atau jasa naik maka permintaan barang atau jasa akan turun. Kurva permintaan dapat mengestimasi kesejahteraan melalui surplus konsumen.

Surplus konsumen adalah perbedaan antara kepuasan total atau total utilitas yang dinikmati konsumen dari mengonsumsi sejumlah barang tertentu dengan total pengorbanan (yang dinilai dengan uang) untuk memperoleh atau mengonsumsi jumlah barang tersebut (Samuel dan Nordhaus, 2003, dikutip dalam Kusumawardani *et al.*, 2012). Surplus konsumen dapat diartikan sebagai selisih kesediaan membayar (*willingness to pay*) seseorang untuk memperoleh suatu barang atau jasa dengan jumlah yang sebenarnya dibayarkan. Surplus konsumen tercipta karena konsumen menerima jumlah yang lebih besar dari yang sebenarnya dibayarkan.

Dalam surplus konsumen apabila terjadi kesepakatan mengenai harga dan kuantitas antara penjual dan pembeli, maka keseimbangan akan terjadi. Pada titik keseimbangan maka harga yang digambarkan merupakan harga yang disetujui oleh produsen dan konsumen. Surplus konsumen dapat mengetahui perubahan harga dari suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi yang sebenarnya konsumen masih bisa membayar barang atau jasa tersebut diatas harga. Surplus konsumen berkaitan dengan nilai manfaat dan ekonomi wisata alam sebagai alat untuk memperkirakan estimasi nilai dari suatu objek wisata alam.

Gambar II. 3 Kurva Surplus Konsumen



Sumber: Kusumawardani *et al.* (2012)

2.8 Penilaian Sumber Daya Alam

Penilaian merupakan kegiatan untuk menentukan estimasi nilai atas suatu barang atau jasa. Penilaian merupakan suatu kegiatan membangun konsep dan metodologi dengan tujuan menduga nilai barang dan jasa (Davis dan Johnson, 1987, dikutip dalam Djijono, 2002). Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 66/PMK.06/2016 tentang Penilaian Kekayaan yang Dikuasai Negara Berupa Sumber Daya Alam, penilaian adalah proses kegiatan untuk memberikan suatu

opini nilai atas suatu objek penilaian kekayaan yang dikuasai negara berupa sumber daya alam pada saat tertentu.

Menurut Ulibarri dan Wellman (1997) terdapat dua pendekatan penilaian sumber daya alam yaitu pendekatan pasar dan pendekatan non pasar. Pendekatan pasar adalah pendekatan penilaian yang digunakan untuk menentukan nilai manfaat sumber daya alam yang harga transaksinya tersedia di pasar. Pendekatan non pasar adalah pendekatan penilaian yang digunakan untuk menentukan nilai manfaat sumber daya alam yang harga transaksinya tidak tersedia di pasar sehingga diperlukan analisis perilaku individu untuk mengetahui seberapa berharganya sumber daya alam tersebut.

Menurut Nunes *et al.* (2003, dikutip dalam Adrianto, 2006) proses penilaian terbagi menjadi dua yaitu *revealed preferences methods* dan *stated preferences methods*. Yang termasuk dalam *Revealed preference methods* adalah *Travel Cost*, *Hedonic Price*, *Averting Behavior* dan *Production Function*. Yang termasuk dalam *Stated preferences method* adalah *Contingent Valuation* dan *Choice Experiments*.

2.9 Metode Biaya Perjalanan

Metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan (*travel cost expenses*) yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata (Garrod dan Willis, 1999, dikutip dalam Salma & Susilowati, 2004). Menurut Fauzi (2004), metode biaya perjalanan merupakan metode valuasi sumber daya alam yang berfokus pada perilaku individu dalam

berwisata, khususnya terkait besaran biaya yang dikeluarkan individu dalam kegiatan berpariwisata. Metode biaya perjalanan merupakan metode tidak langsung yang digunakan untuk memperkirakan manfaat pengguna dari kunjungan ke sebuah tempat wisata. Pada intinya maka prinsip dasar dari metode biaya perjalanan adalah teori permintaan konsumen dan biaya perjalanan yang digunakan sebagai *proxy* untuk harga sumber daya alam sebagai penyedia jasa wisata.

Menurut Garrod dan Willis (1999, dikutip dalam Salma & Susilowati, 2004) terdapat dua jenis pendekatan yang digunakan dalam melakukan penilaian sumber daya alam melalui metode biaya perjalanan, antara lain:

- a. Pendekatan zona biaya perjalanan (*zonal travel cost approach*), merupakan pendekatan yang mengacu pada data sekunder dan pengumpulan data wisatawan yang dilakukan berdasarkan daerah asal masing-masing wisatawan.
- b. Pendekatan biaya perjalanan individu (*individual travel cost approach*), merupakan pendekatan yang mengacu pada survei yang dilakukan terhadap wisatawan secara individual.

Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan pendekatan biaya perjalanan individu untuk melakukan penilaian sumber daya alam pada objek wisata alam Nampan Sukomakmur. Menurut Suparmoko (1997, dikutip dalam Salma dan Susilowati, 2004), pendekatan biaya perjalanan individu dilakukan melalui survei kuesioner pengunjung terhadap seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menuju lokasi wisata dan komponen sosial ekonomi lainnya. Dalam penentuan fungsi permintaan objek wisata dapat digunakan regresi linear dengan hipotesis kunjungan

wisata yang dipengaruhi oleh berbagai biaya serta di asumsikan memiliki korelasi negatif sehingga kurva permintaannya memiliki kemiringan negatif juga. Fungsi permintaan dari suatu wisata alam dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebagai berikut:

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_{ij})$$

V_{ij} = jumlah kunjungan individu dari i ke tempat j

C_{ij} = biaya perjalanan individu dari i ke tempat j

T_{ij} = biaya waktu yang dikeluarkan individu dari i ke tempat j

Q_{ij} = persepsi individu i terhadap kualitas lingkungan di tempat j

S_{ij} = situs alternatif yang menjadi tujuan individu ke tempat j

F_{ij} = faktor fasilitas di daerah j

M_{ij} = pendapatan individu i

2.10 Penelitian Terdahulu

Penyusunan karya tulis ini tidak terlepas dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Untuk referensi yang digunakan memiliki tema penilaian ekonomi wisata dengan menggunakan metode biaya perjalanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2009) pada Tahura Ir. H. Djuanda menggunakan metode *individual travel cost method*. Penelitian ini menggunakan variabel terikat berupa jumlah kunjungan dan variabel bebas seperti biaya perjalanan, pendapatan, umur, jarak menuju lokasi, waktu tempuh, jumlah

tanggungan, jenis kelamin dan waktu yang dihabiskan saat berkunjung. Nilai yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah Rp3.193.579.412,00.

Penelitian yang dilakukan Djijono (2002) pada Taman Wisata Hutan di Wan Abdul Rachman, Provinsi Lampung menggunakan metode *Travel Cost*. Variabel terikat yang digunakan berupa jumlah kunjungan per 1.000 penduduk dengan variabel bebas berupa biaya perjalanan, transportasi, pendapatan, pendidikan, waktu bekerja dan waktu luang. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu surplus konsumen per 1.000 penduduk yaitu sebesar Rp25.320,56.

Penelitian yang dilakukan Rifki (2019) pada wisata Pantai Sawarna menggunakan *individual travel cost method*. Nilai ekonomi yang diperoleh Pantai Sawarna adalah Rp6.772.558.424 / tahun dan nilai surplus konsumen Rp5.164.066.252. Untuk variabel bebas yang digunakan adalah usia, jarak tempuh dan jenis kendaraan.

Penelitian yang dilakukan Akhmad Solikin et. al. (2017) dengan judul estimasi nilai ekonomi sebuah hutan kota di Jakarta studi dengan metode biaya perjalanan. Penelitian ini dilakukan dengan analisis statistik deskriptif, regresi linier biasa, Poisson dan model binomial negatif. Estimasi nilai surplus konsumen per orang per kunjungan adalah Rp75.750 dan nilai manfaat ekonomi total khususnya nilai wisata adalah sebesar Rp1,37 milyar per tahun.