

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Sumber Daya Alam

Fungsi atau peranan lingkungan yang utama adalah sebagai sumber bahan mentah untuk diolah menjadi barang jadi atau untuk langsung dikonsumsi (Suparmoko,2014). Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1990 Tentang Konverensi Sumber Daya Alam Hayati Dan Ekosistemnya, SDA sebagai unsur-unsur Hayati (tumbuhan dan hewan) yang hidup dan tumbuh bersama unsur non-hayati secara keseluruhan membentuk ekosistem. Dalam UUD Negara Republik Indonesia 1945, yang menyatakan bahwa bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Indonesia sebagai negara yang dinobatkan sebagai negara *megabiodiversity* yang menempati urutan kedua dari 17 negara dikenal akan keanekaragaman hayati dan potensi yang dimiliki. Kekayaan alam yang melimpah membuat perlu adanya pengelolaan yang baik pula demi tercapai tujuan digunakannya SDA untuk kemakmuran rakyat. Sumber daya alam di Indonesia berupa hutan, pegunungan,

laut, udara, air, tanah merupakan hal dasar yang dibutuhkan oleh kebutuhan hidup manusia, hilangnya salah satu sumber daya tersebut akan sangat mempengaruhi kelangsungan hidup manusia. Menurut Fauzi (2014), ada 2 kelompok sumber daya alam yaitu persediaan (*stock*) dan aliran (*flow*). Kelompok persediaan merupakan kelompok sumber daya alam yang terbatas dan tidak bisa diperbarui, eksploitasi pada sumber daya ini akan mengakibatkan SDA ini habis di masa depan. Pada kelompok sumber daya persediaan.

Hutan merupakan salah satu sumber daya alam yang memiliki manfaat luar biasa bagi kehidupan manusia, sudah sedari dulu manusia menggantungkan hidupnya pada hutan mulai dari berburu sampai berkebun. Pada masa kini hutan tidak hanya dijadikan sumber daya yang di eksploitasi dengan cara mengambil langsung kekayaan hayati dan non hayati, melainkan dengan menjadikannya objek wisata. Dengan dijadikannya objek wisata masyarakat tidak hanya mengambil keuntungan semata, tapi juga ikut menjaganya karena dengan menjaga keasrian hutan keuntungan dari pengunjung akan bertambah.

2.3 Penilaian Sumber Daya Alam

Sumber daya alam memiliki manfaat yang dapat dinilai serta digolongkan menjadi nilai guna (*Use Value*) dan Nilai non guna (*Non- use value*), yang selanjutnya digolongkan lebih detail menjadi *Actual use*, *option value*, *altruism*, *bequest value*, dan *existence value*. Nilai yang diberikan oleh alam dapat berupa barang, jasa, keindahan, fungsi ekologi, dan lainnya. Nilai tersebut bisa didapatkan

melalui data pasar (*market value*), namun terdapat juga manfaat yang tidak terdapat nilai pasar (*non-market value*).

Teknik penilaian untuk sumber daya alam yang tidak memiliki nilai pasar dikategorikan menjadi teknik tidak langsung (*indirect method*) dan teknik langsung (*direct method*). Teknik langsung didapat dari menanyakan langsung kepada konsumen apa yang menjadi keinginan dalam mengeluarkan biaya (*expressed willingness to pay*), sedangkan Teknik tidak langsung mencari nilai dengan pertanyaan secara implisit dari keinginan mengeluarkan biaya (*revealed willingness to pay*). Salah satu Teknik tidak langsung adalah teknik biaya perjalanan (*travel cost method*), teknik yang biasa digunakan untuk mencari nilai manfaat wisata dan *hedonic pricing* yang sering digunakan untuk mengukur properti yang dipengaruhi lingkungan sekitarnya. Untuk teknik langsung terdapat metode valuasi kontinjen (*contingent valuation method*) dan metode pilihan kontinjen (*contingent choice*).

Semua metode memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing. Metode biaya perjalanan memiliki kekuatan karena menilai berdasarkan perilaku pengunjung yang dapat diobservasi, dan dapat lebih menentukan nilai objek yang memiliki pengunjung. Namun, metode ini juga memiliki kelemahan, karena hasil estimasi sangat dipengaruhi oleh spesifikasi dan estimasi model.

2.4 Pariwisata

Pariwisata adalah kesatuan antara karakteristik wisatawan, motivasi berwisata, tempat wisata, fasilitas yang ditawarkan, pemasaran pariwisata, ketersediaan akses menuju tempat wisata, dan kebutuhan berwisata. (Fanita, 2012, dikutip dalam

Mareta Aulya 2018). Menurut UU No.10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata (Pasal 1 ayat 3) disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan fasilitas dan layanan yang disediakan pemerintah daerah, masyarakat, dan pengusaha.

Menurut Dr. James J Spillane (1987), jenis pariwisata meliputi:

A. *Pleasure Tourism*

Pariwisata jenis ini dilakukan oleh orang yang pergi dari tempat tinggalnya untuk berlibur, menikmati suasana, mencari pandangan baru, merasakan keindahan alam, dan mencari ketenangan di dalamnya.

B. *Recreation Tourism*

Pariwisata jenis ini dilakukan dengan beristirahat memulihkan tenaga yang hilang, memulihkan tubuh dari letih dan lelah, dan menjaga kesehatan rohani.

C. *Cultural Tourism*

Pariwisata jenis ini dibangun dengan rangkaian motivasi keinginan untuk mencari ilmu dengan cara pergi ke pusat-pusat ilmu dan riset, mempelajari adat-istiadat, kelembagaan, dan ilmu lainnya di negara lain.

D. *Sport Tourism*

Seperti namanya pariwisata jenis ini dibangun dengan motivasi olah raga, jenis ini dibagi menjadi 2 kategori yaitu:

a. **Big Sport Event**

Merupakan pariwisata dengan mengunjungi event olahraga besar seperti olimpiade olah raga, pertandingan tinju, perlombaan olahraga tingkat nasional, dan lain sebagainya.

b. *Sporting Tourism of the Practitioners*

Merupakan pariwisata dengan terjun langsung dalam melakukan olahraga seperti mendaki gunung, berburu, memancing, menjelajahi lembah, dan lain sebagainya.

E. *Business Tourism*

Pariwisata jenis ini berkaitan dengan dunia profesional, atau kegiatan yang dilakukan karena ada kaitannya dengan pekerjaan yang tidak memberikan pilihan tujuan pada pelaku pariwisata.

F. *Convention Tourism*

Pariwisata jenis ini terjadi karena ada konvensi atau konferensi tingkat tinggi yang akan mendatangkan tamu dengan jumlah banyak dari berbagai daerah atau negara. Pariwisata jenis ini akan dihadiri oleh ratusan bahkan ribuan peserta dari berbagai daerah dan menginap selama beberapa hari di tempat atau negara penyelenggara. Pariwisata jenis ini hanya dilakukan di beberapa kota atau negara tertentu, bahkan beberapa negara menawarkan diri sebagai penyelenggara tempat konferensi.

Berdasarkan jenis-jenis pariwisata menurut Dr. James J. Spillane di atas, maka Wisata Alam Situ Gunung dapat dikategorikan dalam *Pleasure Tourism*

karena mayoritas pengunjung yang datang meninggalkan rumah mereka untuk berlibur dengan cara menikmati keindahan alam, memulihkan kondisi fisik dan batinnya, dan mencari udara segar.

2.5 Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian

Menurut Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, M.A (2017) Pembangunan pariwisata bukan pastinya memberikan dampak yang besar terhadap sekitarnya, mulai dari adanya pembangunan, pergerakan ekonomi, sampai menurut I Gusti Bagus Rai Utama terdapat setidaknya 5 manfaat pariwisata terhadap perekonomian, yaitu:

1. Pertukaran valuta asing

Pembangunan pada sektor pariwisata menyebabkan perekonomian bergerak dan berubah menjadi stimulus berinvestasi, dengan adanya investasi akan ada pertumbuhan pada sektor ekonomi lainnya selain pariwisata.

2. Pendapatan pemerintah

Pariwisata memiliki kontribusi yang tidak sedikit terhadap pendapatan pemerintah, kontribusi ini dapat dikategorikan menjadi langsung dan tidak langsung. Kontribusi kepada pemerintah bisa berupa PNBPN yang masuk ke kantong kas negara.

3. Penyerapan tenaga kerja

Setelah objek pariwisata dibangun, perlu adanya tenaga SDM yang mengatur supaya dapat beroperasi dengan baik. Kebutuhan yang sangat besar membuat lapangan kerja baru yang mayoritas akan diisi oleh masyarakat sekitar.

4. Pembangunan infrastruktur

Perkembangan pariwisata di suatu daerah mendorong pemerintah lokal untuk menunjang kenyamanan pengunjung dalam selama berwisata, salah satu kenyamanan yang bisa ditawarkan adalah mudahnya akses ke lokasi, mudahnya akses telekomunikasi, dibangunnya fasilitas yang mendukung, dan penyediaan air bersih. Dengan adanya pembangunan tidak hanya menguntungkan pengunjung tapi juga warga sekitar.

5. Peningkatan perekonomian masyarakat

Pembangunan objek pariwisata membentuk pola perekonomian baru di sekitar objek, dengan adanya pembangunan pariwisata masyarakat sekitar melihat adanya peluang baru dalam mendapat keuntungan.

Di samping pengaruh positif yang dihasilkan dengan pembangunan pariwisata, ada pula pengaruh negatif yang dihasilkan, diantaranya:

1. Biaya infrastruktur

Dengan adanya pembangunan pariwisata, tanpa disadari pemerintah daerah perlu melakukan pembangunan supaya dapat menunjang sektor pariwisata. Salah satu cara pemerintah membantu sektor pariwisata dengan membangun sarana dan prasarana seperti jalan raya, jalan tol, *rest area*, dan infrastruktur pendukungnya.

2. Inflasi

Peningkatan harga secara beruntun bisa disebabkan oleh meningkatnya permintaan terhadap barang dan jasa oleh para wisatawan, hal ini pasti akan berdampak negatif bagi para masyarakat lokal yang terjadi peningkatan pendapatan yang tidak seimbang dengan peningkatan harga. Peningkatan harga seharusnya hanya ditujukan kepada pengunjung pariwisata, namun bukan hal yang mustahil bila kebutuhan warga sekitar ikut naik harganya.

3. Ketergantungan ekonomi

Pariwisata bukanlah pilihan yang baik apabila suatu negara atau daerah menggantungkan perekonomiannya, karena pariwisata merupakan pilihan yang beresiko karena ketidakpastian keuntungan yang didapat.

4. Kesenjangan musiman

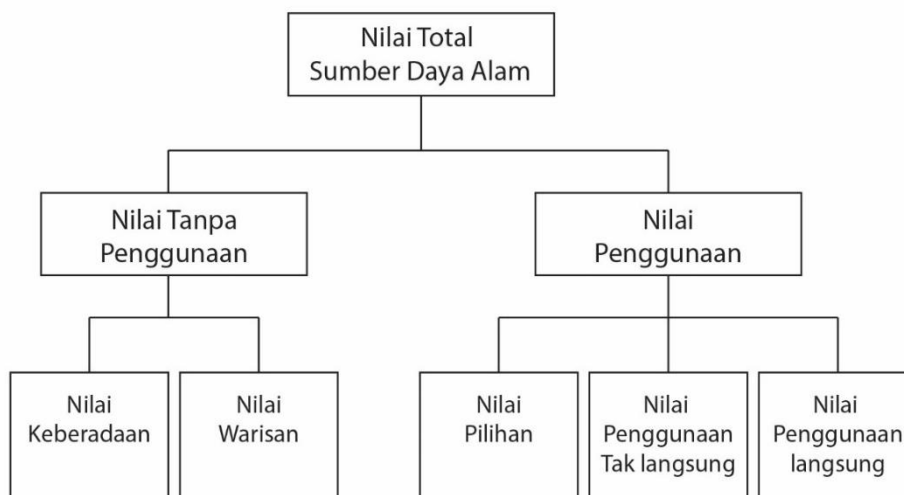
Industri pariwisata mengenal istilah "*Peak Season*" dan "*Low Season*" pada musim tertentu akan ada banyak sekali pengunjung dan pada musim lainnya jumlah pengunjung bisa saja mencapai 0 pengunjung. Dengan begitu akan tercipta perbedaan yang sangat besar terkait pendapatan di 2 musim tersebut. Contohnya ketika hari biasa atau hari libur pengunjung yang datang bisa saja banyak, namun ketika musim sepi pengunjung seperti Bulan Ramadhan akan ada sedikit sekali pengunjung yang datang. Hal tersebut membuat pendapatan masyarakat sekitar yang sudah menggantungkan penghasilannya kepada pariwisata mengalami naik turun yang drastis bila tidak punya sumber penghasilan cadangan.

2.6 Nilai Ekonomi

Penilaian ekonomi lingkungan bertujuan memberi nilai kuantitatif atas barang dan jasa yang dihasilkan melalui sumber daya alam. Terdapat perbedaan pada nilai ekonomi yang dapat dinilai, salah satunya nilai ekonomi yang dapat diestimasi menggunakan nilai pasar (*market value*) dan nilai ekonomi yang tidak memiliki nilai pasar (*non-market value*). Salah satu cara untuk menentukan nilai ekonomi yaitu dengan menghitung *Total Economic Value (TEV)*, ini merupakan nilai secara total yang terdapat pada sumber daya alam baik yang sudah, sedang, atau akan dimanfaatkan oleh masyarakat.

Menentukan nilai ekonomi sumber daya alam, dapat dilakukan menggunakan *willingness to pay (WTP)* serta *willingness to accept (WTA)*. WTP adalah jumlah maksimal yang rela seseorang keluarkan untuk mendapat suatu barang dan jasa. WTA adalah jumlah minimal yang akan orang terima untuk menyerahkan barang atau jasa yang dia miliki.

Gambar 1 Nilai Sumber Daya Alam



Sumber: Suparmoko (2014)

Dari gambar di atas dapat diketahui untuk mencapai nilai total sumber daya alam perlu menjumlahkan nilai tanpa penggunaan dan nilai penggunaan. Kedua nilai ini juga berasal dari beberapa nilai lainnya. Nilai penggunaan dapat dibagi lagi menjadi beberapa klasifikasi. Lebih detailnya *Total Economic Value* dapat dituliskan secara sistematis sebagai berikut:

$$TEV = UV + NUV$$

$$UV = DUV + IUV + OV$$

$$NUV = XV + BV$$

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

Keterangan:

- *TEV* = *Total Economic Value* (Total Nilai Ekonomi)
- *UV* = *Use Value* (Nilai Penggunaan)
- *DUV* = *Direct Use Value* (Nilai Penggunaan tak Langsung)
- *IUV* = *Indirect Use Value* (Nilai Penggunaan Tak Langsung)
- *OV* = *Option Value* (Nilai Pilihan)
- *NUV* = *Non-Use Value* (Nilai Tanpa Penggunaan)
- *XV* = *Existence Value* (Nilai Keberadaan)
- *BV* = *Bequest Value* (Nilai Warisan)

2.7 Metode Biaya Perjalanan

Penilaian sumber daya alam menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) memiliki asumsi bahwa nilai didapat dari keinginan pengunjung untuk mengeluarkan biaya (*willingness to pay*) atas perjalanan menuju objek tersebut. Secara umum, model pada metode ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$V = f(C, X)$$

- V = jumlah kunjungan
 C = biaya kunjungan
 X = faktor – factor ekonomis yang berpengaruh

Pada metode biaya perjalanan, bukan hanya biaya yang menjadi pertimbangan. Terdapat variabel – variabel berupa pendapatan, jumlah kunjungan, biaya waktu, dan lain sebagainya. Menurut (Fauzi, 2014) secara matematis dapat digambarkan sebagai berikut :

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_i, S_j, Y_i, Z_i)$$

- V_{ij} = jumlah kunjungan yang dilakukan individu i ke tempat j,
 C_{ij} = biaya perjalanan individu i pada saat mengunjungi objek wisata j,
 T_{ij} = biaya waktu individu i akibat berkunjung ke lokasi j,
 Q_i = kualitas tempat rekreasi i,
 S_j = substitusi dari tempat rekreasi j,
 Y_i = pendapatan individu i,
 Z_i = karakteristik sosio-ekonomi individu i.

Secara grafis, variabel – variabel di atas dapat digunakan untuk mengestimasi kurva permintaan atas Wisata Alam Situ Gunung. Kurva ini akan membentuk surplus konsumen dan biaya perjalanan dengan luas segitiga dan persegi panjang.

C = Biaya perjalanan

V = Jumlah permintaan

V_r = Jumlah pengunjung rata-rata

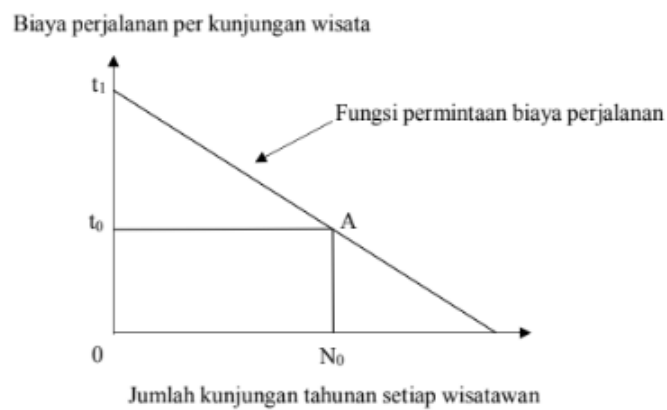
C_r = menunjukkan biaya perjalanan rata – rata

2.8 Surplus Konsumen

Surplus konsumen merupakan jumlah yang bersedia dibayarkan oleh konsumen atas suatu barang dikurangi dengan harga barang yang sebenarnya (Mankiw, 2016). Surplus konsumen mencerminkan *law of diminishing return* dimana konsumen mendapat lebih banyak dari apa yang dia harapkan, konsumen mendapat kepuasan lebih dengan mengorbankan lebih sedikit dari yang dibayarkan. Kelebihan manfaat ini merupakan dampak dari *marginal utility*

Pada metode *Travel Cost Method* konsep surplus konsumen sangat dibutuhkan dan masuk ke dalam perhitungan karena mewakili seberapa besar kesediaan pengunjung dalam mengorbankan uangnya untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Maka dari itu, surplus konsumen dapat mewakili nilai guna dari rekreasi pada suatu objek wisata. Pada *Travel Cost Method* disamakan dengan WTP dari pengunjung. Konsep surplus konsumen dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2 Surplus Konsumen



Sumber: Timah Paul De (2011), Dikutip dari Gitawan (2021)

Surplus konsumen dapat ditunjukkan pada grafik di atas diwakili dengan area $A t_0 t_1$. Area ini bisa dihitung dengan mudah dengan kalkulasi sederhana seperti integral. Jadi untuk mencari nilai dari surplus konsumen dapat dicari menggunakan rumus luas segitiga.