



Menaksir Nilai Ekonomi Objek Wisata Taman Manneken Manokwari : Aplikasi *Individual Travel Cost Method*

Dedy Riantoro¹,

¹Dosen Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Papua

Permalink/DOI: <https://doi.org/10.36883/jfres.v4i2.64>

Received: September 2021; Accepted: September 2021; Published: September 2021

Abstrak

Penilaian ekonomi suatu obyek wisata, baik yang alami maupun buatan, sangat penting dilakukan untuk perencanaan pengelolaan lingkungan berkelanjutan. Perencanaan tersebut bertujuan tetap terjaganya modal pembangunan tersebut sehingga dapat tetap dikelola menjadi sumber penghasilan daerah dan juga untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Disisi lain pengelolaan obyek wisata dapat digunakan untuk meningkatkan perekonomian daerah tanpa perlu mengeksploitasi sumberdaya alamnya. Penelitian ini dilakukan pada Taman Manneken, suatu obyek wisata buatan yang berlokasi di Distrik Prafi Kabupaten Manokwari. Metode penelitian deskriptif dengan teknik survey mempergunakan 100 responden sebagai nara sumber. Penelitian difokuskan pada besarnya biaya perjalanan individu serta nilai ekonomi dari obyek wisata tersebut. Dengan mempergunakan *Individual Travel Cost Method* (ITCM) diperoleh hasil bahwa rata-rata biaya perjalanan sebesar Rp.692.120,- dan nilai ekonomi obyek wisata sebesar Rp. 6.925.795.703,-. Hal ini mengindikasikan bahwa manfaat ekonomis yang diterima wisatawan untuk berwisata ke objek wisata Taman Manneken lebih besar dari pada biaya yang dikeluarkan. Manfaat ekonomis yang dimaksud berupa manfaat dalam bentuk kenyamanan seperti mendapatkan ketenangan, keindahan, dan kepuasan.

Kata kunci: pariwisata, *individual travel cost method*, surplus konsumen

Abstract

Economic assessment of a tourist attraction, both natural and artificial, is very important for planning sustainable environmental management. The plan aims to maintain the development capital so that it can be managed as a source of regional income and also to improve the welfare of the community. On the other hand, the management of tourism objects can be used to improve the regional economy without the need to exploit its natural resources. This research was conducted at Manneken Park, an artificial tourism object located in Prafi District, Manokwari Regency. The study focused on the number of individual travel costs and the economic value of the tourism object using descriptive research methods with survey techniques involving 100 respondents as resource persons. By using the Individual Travel Cost Method (ITCM), the results show that the average travel cost is Rp. 692,120, - and the economic value of tourism objects is Rp. 6,925,795.703,-. This indicates that the economic benefits received by tourists to travel to the Manneken Park attraction are greater than the

costs incurred. The intended economic benefits are in the form of benefits in the form of comforts such as getting peace, beauty, and satisfaction.

Keywords: tourism, individual travel cost method, consumer surplus

How to Cite: Riantoro, D. (2021). Menaksir Nilai Ekonomi Objek Wisata Taman Manneken Manokwari : Aplikasi *Individual Travel Cost Method*. *JFRES: Journal of Fiscal and Regional Economy Studies*, 4(2), 53– 60, doi: <https://doi.org/10.36883/jfres.v4i2.64>.

✉ Corresponding author :
E-mail: omded69@gmail.com

PENDAHULUAN

Sejak diberlakukan UU Otonomi Daerah, sektor pariwisata seakan mendapat angin segar dan menjadi leading sector di beberapa daerah yang dituntut untuk memacu peningkatan pendapatan asli masyarakat melalui optimalisasi segala potensi sumberdaya manusia dan alam yang dimiliki masing-masing daerah otonom. Indonesia adalah negara yang memiliki sumberdaya alam yang relatif banyak, sudah seharusnya dapat mempergunakan itu sebagai modal pembangunan. Pembangunan nasional dapat dimulai dengan pembangunan di daerah, dimana tiap-tiap daerah memiliki ciri sumberdaya alam yang berbeda-beda. Pada era otonomi daerah ini pemerintah pusat memberi peluang kepada tiap-tiap daerah untuk memanfaatkan dan mengelola sumberdaya alam yang ada di daerahnya. Hal ini seharusnya dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di daerah, yang diharapkan mendukung pembangunan nasional.

Konsep pendekatan account regional bisa diterapkan untuk pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya alam di daerah. Pendekatan tersebut direfleksikan menjadi neraca sumber daya alam yang dapat menilai potensi sumberdaya alam dan sekaligus biaya yang dikeluarkan untuk pemanfaatannya. Penerapan neraca sumberdaya alam akan mempermudah daerah dalam penyusunan peraturan daerah (perda), sehingga pengelolaan sumberdaya alam untuk pembangunan di daerah menjadi efektif dan efisien. Salah satu langkah mula dalam menerapkan neraca sumberdaya alam adalah menilai potensi sumberdaya tersebut baik yang

terukur maupun belum terukur sesuai dengan ciri khasnya masing-masing. Untuk melakukan penilaian terhadap potensi sumberdaya alam, perlu dilakukan valuasi ekonomi dari sumberdaya alam yang ada di daerah. Penilaian ekonomi dilakukan untuk menilai dari proses pemanfaatannya, meliputi nilai potensi dan biaya sosial ekonomi.

Perencanaan pembangunan di daerah harus melibatkan masyarakat sebagai stake holder. Hal ini penting dilakukan karena masyarakat merupakan komponen utama penggerak pembangunan. Agar dapat berperan sebagai bagian dari penggerak pembangunan, masyarakat membutuhkan sarana.. Sarana yang diperlukan oleh masyarakat untuk menggerakkan pembangunan antara lain ketersediaan sumberdaya alam dan jasa lingkungan.

Pemanfaatan sumberdaya alam guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas harus tetap dalam koridor pembangunan berwawasan lingkungan sehingga sumber daya tersebut tetap terjaga ketersediaannya secara berkelanjutan yang nantinya dapat juga dimanfaatkan untuk peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, dibutuhkan sumbang saran dalam pengambilan keputusan, baik menggunakan pendekatan ekonomi maupun lingkungan. Menurut Sherman dan Dixon (1991) salah satu alat penting yang diperlukan dalam mengarahkan perencanaan pengelolaan lingkungan berkelanjutan adalah dengan menghitung nilai ekonomi. Nilai ekonomi sebagai nilai manfaat ekonomi sumberdaya alam dan lingkungan merupakan harga yang diberikan seseorang terhadap manfaat sumberdaya alam hayati dan lingkungan (Widada, 2008).

Pembuatan penilaian ekonomi sumberdaya alam dan lingkungan menjadi sangat penting manakala pemangku kebijakan diharuskan mempertimbangkan nilai benefit dan cost dari public good lingkungan, seperti hutan, keindahan

alam, udara segar, taman wisata dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Walsh (1986) dimana bagi pengambil keputusan akan lebih mudah apabila benefits dan cost akibat penggunaan barang publik diubah dalam bentuk nilai kuantitatif (numeric) dan mempergunakan nilai moneter. Dalam katannya dengan mengubah nilai ekonomi sumberdaya alam dan lingkungan menjadi bentuk nilai rupiah, saat ini sudah dikembangkan bidang ilmu Ekonomi Lingkungan yang mencoba mengubah nilai sumber daya alam dan lingkungan kedalam nilai rupiah yaitu Economic Valuation Methods of non-marketed goods.

Kepariwisataan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan Pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. 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.

Travel Cost Method

Menurut Ward et.al (2000) Metode valuasi nilai lingkungan khususnya untuk mengukur nilai ekonomi kawasan obyek wisata baik wisata alam maupun taman wisata yang paling banyak dipakai adalah travel cost method (TCM), Travel Cost Method adalah salah satu dari beberapa metode revealed preference untuk non-use value, yang dilandaskan pada perilaku pengunjung (wisatawan) yang diobservasi, yakni pengeluaran perorangan pada waktu melakukan perjalanan ke tempat wisata. Cara ini biasanya digunakan untuk menilai unsur-unsur non-use value dari tempat rekreasi. Hal-hal yang diamati adalah pengeluaran seseorang pada waktu melakukan perjalanan ke tempat wisata. Pengembangan metode ini dikembangkan pertama kali oleh Wood and Trice pada tahun

1958 dan kemudia dilakukn kembali oleh Clawson and Knetsch di tahun 1966.

Metode ini menaksir nilai ekonomi suatu tempat wisata berdasarkan penilaian yang diberikan oleh masyarakat ataupun individu-individu terhadap kenikmatan yang tidak ternilai yang dihasilkan pengeluaran biaya untuk melakukan kunjungan ke sebuah obyek wisata, baik itu Opportunity cost maupun biaya langsung yang dikeluarkan seperti biaya untuk konsumsi (makanan minuman), transportasi, akomodasi hotel, dan lain-lain. Metode penilain ini memerlukan data biaya transportasi ke obyek wisata, jumlah kunjungan selama kurun waktu tertentu (setahun terakhir) dari individu yang memiliki kesamaan dalam preference. pendapatan dan lokasi domisili. Selanjutnya, dari data tersebut digunakan untuk menyusun kurva permintaan (demand curve) dari masing-masing individu maupun secara agregat. Area dibawah kurva permintaan tersebut menyatakan estimasi benefit atau estimasi nilai ekonomi kawasan wisata tersebut.

Prinsip dasar metode ini bersumber dari teori permintaan konsumen, dimana nilai lingkungan (merupakan hal yang tidak dipasarkan) yang diberikan seseorang merupakan biaya yang dikeluarkan orang tersebut untuk mengunjungi obyek yang menyediakan jasa lingkungan tersebut. Biaya mengonsumsi layanan jasa lingkungan ini bisa berupa biaya korbanan waktu yang dikeluarkan seseorang, pengeluaran di tempat rekreasi, biaya masuk, dan biaya transportasi. Asumsi yang mendasari model TCM adalah bahwa perjalanan dan tempat rekreasi bersifat komplementari lemah (Weak Complementary), sehingga nilai tempat rekreasi dapat diukur dari biaya perjalanan.

Menurut Turner et.al (1994) terdapat beberapa pendekatan TCM yaitu:

1. *Individual Travel Cost Method (ITCM)*. Metode ITCM didasarkan pada survei pada pengunjung tempat wisata.
2. *Zone Travel Cost Method (ZTCM)*; Pendekatan ini didasarkan pada data sekunder, dimana jumlah kunjungan yang diestimasi merupakan fungsi dari biaya perjalanan yang didasarkan pada zona wilayah relatif terhadap tempat wisata.
3. *Random Utility Model (RUM)*; Metode RUM lebih kompleks dan memerlukan pendekatan ekonometrik yang rumit.

Metode *Individual Travel Cost Method* ini selanjutnya diterapkan untuk mengestimasi nilai ekonomi kawasan taman wisata Manneken yang berlokasi di SP4 Prafi Kabupaten Manokwari.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pencatatan manual yang dilakukan oleh karyawan yang dipercayakan sebagai pengelola Taman, sehingga data ini tidak dapat ditemukan dalam BPS, jumlah pengunjung yang tercatat pada tahun 2017-2019 sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Wisata Taman Manneken Kabupaten Manokwari

No	Pengunjung Taman Manneken	
	Tahun	Jumlah (orang)
1.	2017	12.600
2.	2018	16.239
3.	2019	20.135

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Manneken mengalami peningkatan mulai dari tahun 2017 sebesar 12.600, 2018 sebesar 16.239 dan 2019 sebesar 20.135. Jumlah pengunjung baik lokal maupun dari wilayah lain sering tidak menentu, seperti pada hari-hari biasa (senin-jumat) jumlah pengunjung yang datang ke tempat ini sekitar 30-50 orang per hari dan pada hari libur (sabtu-minggu) berjumlah sekitar 100-200 orang bahkan bisa lebih. Selain itu juga taman ini memiliki kekurangan yaitu jika musim hujan taman ini sepi pengunjung dikarenakan objek wisata ini menyediakan tempat yang terbuka dan menyatu dengan alam walaupun ada fasilitas-fasilitas lainnya yang mendukung, tetapi tetap saja masyarakat lebih banyak berkunjung pada saat cuaca cerah, sehingga menjadikan taman sebagai objek utamanya.

Selain dari jumlah pengunjung, dapat dilihat juga dari sisi pendapatannya, taman ini mendapatkan keuntungan di tahun 2017 untuk hari biasa (Senin-Jumat) sebesar Rp.

2.000.000-2.500.000, untuk hari libur (Sabtu-Minggu) Rp. 4.000.000-4.500.000, untuk tahun 2018 hari biasa (Senin-Jumat) sebesar Rp. 2.500.000-3.000.000, untuk hari libur (Sabtu-Minggu) sebesar Rp. 5.000.000-5.500.000 dan untuk tahun 2019 hari biasa (Senin-Jumat) sebesar Rp. 3.000.000-3.500.000 untuk hari libur (Sabtu-Minggu) sebesar Rp. 7.000.000-8.000.000 bahkan bisa lebih dikarenakan penghasilan dari penginapan dan kolam renang.

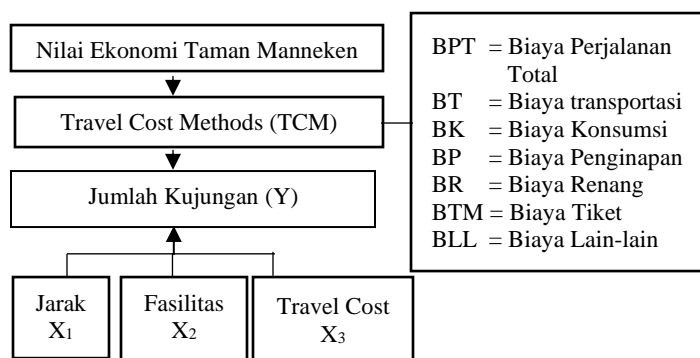
Dengan mengetahui jumlah pengeluaran dari pengunjung (wisatawan) akan dapat diketahui besaran nilai yang diberikan wisatawan terhadap objek wisata yang dikunjunginya. Selain sebagai alat untuk mengukur nilai ekonomi, biaya perjalanan juga dapat mempengaruhi jumlah wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Taman Manneken.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan tahun 2020 berlokasi di Taman Wisata Manneken Prafi Kabupaten Manokwari. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dimana menurut Fraenkel dan Wallen (1993:92) jumlah sample pada jenis penelitian yang adalah 100 orang.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Agar dapat mengetahui alur pikir penulisan ini, dan untuk memudahkan menganalisisnya, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran menunjukkan bahwa untuk mengetahui nilai ekonomi dari Taman Manneken

digunakan metode *individual travel cost* (biaya perjalanan individu)

Lokasi Penelitian

Taman Wisata Manneken merupakan satu dari beberapa obyek wisata di Kabupaten Manokwari, yang secara aksesibilitas relatif

mudah dijangkau, lokasinya yang dekat dengan perkampungan, fasilitas akomodasi yang tersedia lengkap, dan secara biofisik memiliki potensi wisata alam yang sangat indah seperti pemandangan alamnya yang sejuk, dan sebagainya. Berikut adalah beberapa gambar yang menunjukkan fasilitas akomodasi dan rekreasi yang tersedia di taman wisata tersebut.



Gambar 1. Fasilitas yang Tersedia di Taman Manneken Manokwari

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesa yang telah ditetapkan.

Metode Analisis

Estimasi Biaya Perjalanan

Becker *et al.* (2005) menyatakan bahwa biaya yang dikeluarkan individu dalam mengunjungi suatu lokasi wisata mencerminkan batas bawah kesediaan

seseorang untuk datang ke suatu lokasi wisata. Terkait dengan pendapat tersebut maka rata-rata total biaya perjalanan dari daerah asal tertentu, dihitung dengan menggunakan persamaan:

$$B_{pi} = \sum_{i=1}^6 b_{ij}$$

Keterangan

B_{pi}= Rata-rata biaya perjalanan dari setiap daerah asal i

b₁ = Harga karcis

b₂ = Rata-rata biaya transportasi pengunjung

b₃ = Rata-rata biaya konsumsi pengunjung selama berekreasi

b₄ = Rata-rata biaya akomodasi pengunjung selama berekreasi

b_5 = Rata-rata biaya dokumentasi pengunjung selama berekreasi
 b_6 = Rata-rata biaya lain-lain selama berekreasi

Individual Travel Cost Method (ITCM)

Metode ini berdasarkan data primer yang diperoleh melalui survei dan teknik statistika. Metode ITCM memiliki kelebihan yaitu hasil yang relatif lebih akurat daripada metoda zonasi. Hipotesis yang dibuat berupa kunjungan ke tempat wisata akan sangat dipengaruhi oleh biaya perjalanan yang diasumsikan berkorelasi negatif, sehingga diperoleh kurva permintaan yang memiliki *slope* negatif. Secara sederhana fungsi permintaannya dapat ditulis sebagai

$$V_{ij} = f(c_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, M_i)$$

Dimana :

V_{ij} : jumlah kunjungan oleh individu i ke objek wisata j ,

c_{ij} : biaya perjalanan dari individu i untuk mengunjungi objek wisata j ,

T_{ij} : biaya waktu dari tiap-tiap individu i untuk mengunjungi objek wisata j ,

Q_{ij} : persepsi responden terhadap kualitas lingkungan obyek wisata yang dikunjungi,

S_{ij} : karakteristik objek wisata substitusi yang mungkin ada di tempat lain,

M_i : pendapatan dari individu i .

Tahapan Pelaksanaan ITCM:

1. Mengidentifikasi lokasi (wisata) survey kuisisioner untuk mengumpulkan data pengunjung yang berhubungan dengan biaya perjalanan mereka ke lokasi, jumlah kunjungan, pilihan-pilihan rekreasi, karakteristik sosial ekonomi, dll.
2. Menetapkan fungsi (persamaan) perjalanan dan mengestimasi model travel cost (regresi hubungan jumlah kunjungan

dengan biaya perjalanan dan variabel lainnya).

3. Menggambar kurva permintaan (*demand curve*) dan menentukan surplus konsumen berdasarkan kurva tersebut.
4. Menghitung total surplus konsumen untuk lokasi wisata.

Menurut Fauzi (2006:207) ada beberapa cara pengukuran barang dan jasa yang diperdagangkan yaitu sebagai berikut:

1. Surplus Konsumen adalah pengukuran kesejahteraan ditingkat konsumen yang diukur berdasarkan selisih keinginan membayar dari seseorang dengan apa yang sebenarnya dia bayar. Di dalam valuasi ekonomi sumberdaya, surplus konsumen ini dapat digunakan untuk mengukur besarnya kehilangan akibat kerusakan ekosistem dengan mengukur perubahan surplus konsumen.
2. Surplus Produsen diukur dari visi manfaat dan kehilangan dari nilai produsen atau pelaku ekonomi. Dalam bentuk yang sederhana, nilai ini dapat diukur tanpa harus mengetahui kurva penawaran dari barang yang diperdagangkan.

Untuk menghasilkan surplus konsumen perindividu pertahun digunakan perhitungan integral terbatas, dengan batas bawah yaitu harga terendah dan batas teratas yaitu harga tertinggi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} f(P_x) dP$$

Keterangan :

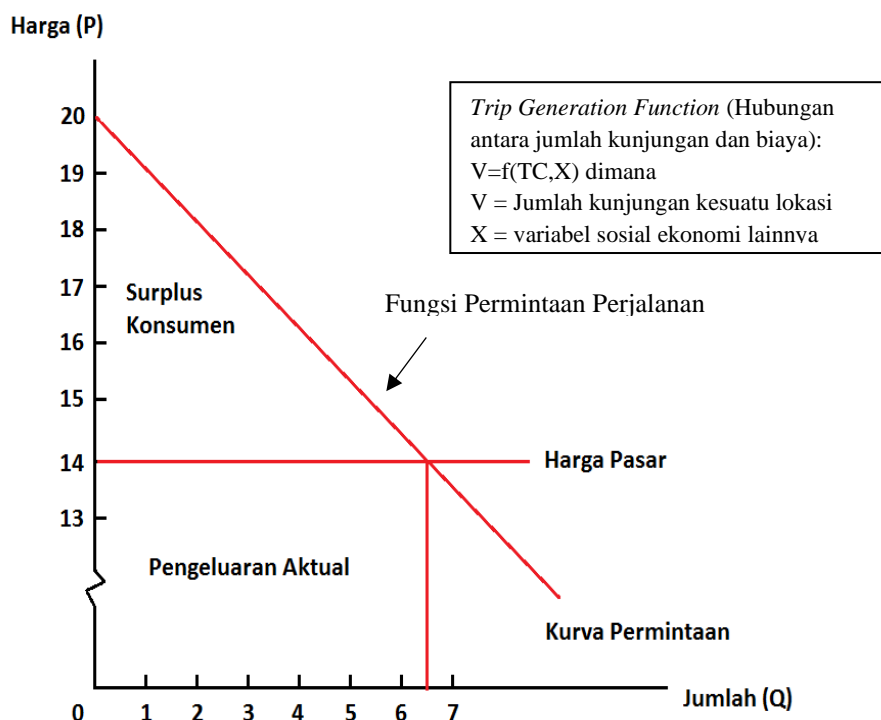
SK = Surplus konsumen

P_1 = Harga teratas atau biaya perjalanan maksimum

P_0 = Harga terendah atau biaya perjalanan minimum

Untuk menghitung nilai total ekonomi wisata Taman Manekken menggunakan rumus sebagai berikut: (Tazkia dan Hayati, 2012)

Nilai Total Ekonomi = Surplus konsumen x Jumlah kunjungan
--



Gambar 2. TCM dan Surplus Konsumen

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Dari Tabel 2 dapat dilihat berdasarkan lama menetap diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penduduk yang telah menetap lama di Manokwari yaitu berkisar antara 6 hingga 15 tahun (66 %). Sedangkan responden yang paling sedikit dengan masih tinggal 16-20 tahun dengan proporsi 9%.

Sesuai dengan hukum permintaan, semakin tinggi pendapatan seseorang maka keinginan untuk berwisata ke suatu tempat wisata akan semakin tinggi. Hal ini dibuktikan dengan berlibur ke satu tempat wisata tidak lepas dari biaya wisata yang selalu tinggi. Dari Tabel 2 di atas pendapatan responden didominasi antara Rp. 2.000.000 – Rp.3.000.000,- dengan proporsi 42%. Sedangkan yang paling sedikit adalah

responden dengan pendapatan lebih besar dari Rp. 4.000.000,- dengan proporsi 5%. Dari tabel tersebut juga dapat dijelaskan bahwa dengan penghasilan yang tidak terlalu besar pun, seseorang dapat berwisata ke taman wisata tersebut.

Maksud dan tujuan seseorang melakukan perjalanan wisata atau mengunjungi suatu tempat wisata tentu berbeda-beda. Dari tabel di atas diketahui bahwa tujuan kunjungan responden ke Taman Manneken didominasi untuk menikmati pemandangan alamnya dengan proporsi 36%. Alasan lainnya yang cukup banyak (31%) dengan tujuan untuk mengingap. Rutinitas pekerjaan di kota membuat banyak responden membutuhkan suasana baru dengan pemandangan yang berbeda dari apa yang sehari-hari mereka saksikan.

Tabel. 2. Karakteristik Sosial Ekonomi Responden

No	Lama Menetap	Jumlah	Persentase
Berdasarkan Lama Tinggal di Manokwari			
1	1 - 5 tahun	15	15%
2	6 - 10 tahun	30	30%
3	11 - 15 tahun	36	36%
4	16 - 20 tahun	9	9%
5	> 20 tahun	10	10%
Jumlah		100	100%
Berdasarkan Penghasilan			
1	< Rp. 1.000.000	16	16%
2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	20	20%
3	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	42	42%
4	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	17	17%
5	> Rp. 4.000.000	5	5%
Jumlah		100	100%
Tujuan Berwisata			
1.	Menikmati Pemandangan	36	36%
2	Menikmati fasilitas yang disediakan	26	26%
3	Menginap	31	31%
4	Pendidikan / penelitian	2	2%
5	Lain-lain	5	5%
Jumlah		100	100%
Berdasarkan Sumber Informasi Tempat Wisata			
1	Media Sosial	45	45%
2	Media Cetak	-	0%
3	Media Elektronik	-	0%
4	Teman/keluarga	55	55%
5	Lain-lain		0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2020

Semakin banyak dan gencar dilakukan promosi wisata, maka semakin banyak kunjungan wisata. Promosi wisata untuk mengenalkan sebuah tujuan destinasi wisata ke khalayak ramai dapat dilakukan dengan berbagai cara. Tabel 2 dapat memberi gambaran bahwa sebagian besar (55%) responden mengetahui keberadaan taman wisata ini berasal dari teman/keluarga, artinya informasi dari mulut ke mulut ternyata efektif dalam penyebarannya. Hal ini dibuktikan bahwa sumber informasi media sosial sekitar hanya menyumbang sekitar 45%, sedangkan sumber informasi dari media cetak, media elektronik dan lain-lain tidak ada.

Dari Tabel 3 diketahui bahwa sebagian besar (46%) responden menggunakan sarana transportasi mobil pribadi. Penggunaan kendaraan bermotor roda dua juga cukup

banyak (36%) dipilih responden untuk berwisata ke taman wisata ini. Selebihnya menggunakan kendaraan sewa.

Tabel 3 juga menggambarkan jarak tempuh yang harus dilalui responden untuk mencapai lokasi tersebut. Mayoritas responden (46%) berasal dari daerah sejauh 39-61 km dari Taman Manneken. Kebanyakan pengunjung Taman Manneken merupakan wisatawan yang berasal dari luar Distrik Prafi atau dengan kata lain berasal dari kota Manokwari (Amban, Sanggeng, Wosi, Jalan Baru, hingga Arfai dan Andai). Sedangkan responden dengan jarak terdekat yaitu kurang dari radius 25 km hanya 25%. Hal ini menjelaskan bahwa jarak yang jauh bukan halangan untuk mengunjungi taman wisata ini. Hal ini diperkuat dengan keberadaan 10% responden dengan jarak tempuh lebih dari 62 km hanya untuk

menikmati segala fasilitas yang tersedia di sini.

Daya tarik tempat wisata Taman Manneken sangat bagus membuat wisatawan ingin mengulang kembali berkunjung ke tempat wisata ini. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3. dimana sebagian besar (46%) responden mengulangi kunjungan wisata ke lokasi ini sebanyak 6-9 kali dalam setahun. Taman wisata Manneken memang memiliki daya tarik tersendiri yang membuat pengunjung ingin kembali berkunjung, hal ini dibuktikan dengan terdapatnya 10% responden yang

pernah mengulangi 10 kali kunjungannya dalam setahun.

Menurut pengamatan kami, berulangnya kunjungan wisata ke Tamana Manneken salah satunya disebabkan oleh alasan biaya perjalanan yang relatif tidak besar. Ternyata sebagian besar responden (40%) hanya menghabiskan biaya perjalanan antara Rp. 500.000 hingga Rp. 1.000.000,-. Hanya 25% dari responden yang menghabiskan dana lebih dari Rp. 1.000.000 untuk sekali berkunjung ke taman wista Manneken, sedangkan sisanya dibawah Rp. 500.000,-

Tabel 3. Faktor Determinan Travel Cost

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
Berdasarkan Penggunaan Moda Transportasi			
1	Mobil pribadi	46	46%
2	Sepeda Motor	36	36%
3	Kendaraan umum (Taxi)	-	0%
4	Kendaraan milik instansi	-	0%
5	Kendaraan sewa	18	18%
Jumlah		100	100%
Berdasarkan Jarak Tempuh ke lokasi Wisata			
1	< 25 km	24	24%
2	26 - 38 km	20	20%
3	39-61 km	46	46%
4	> 62 km	10	10%
Jumlah		100	100%
Berdasarkan Jumlah Kunjungan			
1	1-5 Kali Kunjungan	35	35%
2	6-9 Kali Kunjungan	46	46%
3	>10 Kali Kunjungan	19	19%
Jumlah		100	100%
Berdasarkan Pengelompokan Besaran Biaya Transportasi			
1	< Rp.100.000	10	10%
2	Rp.100.000 - Rp. 500.000	25	25%
3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	40	40%
4	> Rp. 1.000.000	25	25%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2020

Estimasi dan Sebaran Responden Berdasarkan Besaran Biaya Perjalanan

Jika pendapatan seseorang semakin besar maka permintaan akan wisata juga semakin besar. Permintaan seseorang untuk berwisata dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perjalanan wisata. Adapun

proporsi serta rata-rata besaran biaya perjalanan disajikan pada tabel 4.

Biaya penginapan menjadi biaya terbesar yang dikeluarkan responden pada saat berkunjung dengan rata-rata pengeluaran sebesar Rp. 271.500. Proporsi biaya penginapan sebesar 39% dari total biaya

perjalanan. Biaya untuk konsumsi termasuk biaya yang cukup besar yaitu Rp. 224.670 yang dikeluarkan pengunjung untuk sekali berwisata ke taman wisata ini. Biaya lain-lain tidak terlalu membebani pengunjung, karena hanya merupakan 2% dari total biaya.

Setelah dilakukan perhitungan, diperoleh hasil bahwa rata-rata seorang pengunjung menghabiskan dana sebesar Rp. 692.120,- untuk sekali berkunjung ke taman wisata Manneken.

Tabel 4. Rata-Rata Biaya Perjalanan

No	Jenis Biaya	Rata-Rata	Biaya (%)
1	Transportasi	128.100	19
2	Tiket Masuk/Karcis	22.250	3
3	Konsumsi	224.670	32
4	Penginapan	271.500	39
5	Renang	33.200	5
6	Lain-lain	12.400	2
Rata-rata		692.120	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Biaya penginapan menjadi biaya terbesar yang dikeluarkan responden pada saat berkunjung dengan rata-rata pengeluaran sebesar Rp. 271.500. Proporsi biaya penginapan sebesar 39% dari total biaya perjalanan. Biaya untuk konsumsi termasuk biaya yang cukup besar yaitu Rp. 224.670 yang dikeluarkan pengunjung untuk sekali berwisata ke taman wisata ini. Biaya lain-lain tidak terlalu membebani pengunjung, karena hanya merupakan 2% dari total biaya.

Setelah dilakukan perhitungan, diperoleh hasil bahwa rata-rata seorang pengunjung menghabiskan dana sebesar Rp. 692.120,- untuk sekali berkunjung ke taman wisata Manneken.

Nilai Ekonomi Objek Wisata Taman Manneken

Untuk memperoleh persamaan surplus konsumen terlebih dahulu dilakukan regresi biaya perjalanan, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Regresi Biaya Perjalanan

Model	B	Sig
(Constant)	8.650	0,000
Biaya Perjalanan	-3,421E-06	0,000

Sumber: Data diolah, 2020

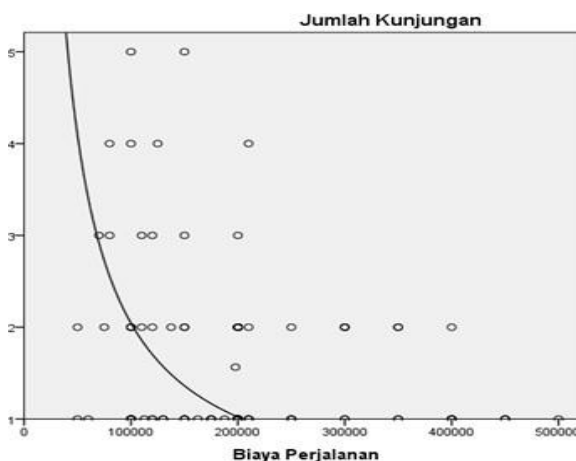
Surplus konsumen dapat diperoleh dengan persamaan berikut:

$$Dx = Qx = 8.650 - 0,000003421P$$

Berdasarkan tabel 5, surplus konsumen didapatkan dengan cara menggunakan integral terbatas dengan batas atas atau biaya tertinggi yang dikeluarkan pengunjung sebesar Rp. 1.590.000 (P₁) dan batas bawah atau biaya terendah yang dikeluarkan pengunjung sebesar Rp. 5.000 (P₀). Surplus konsumen dapat dihitung dengan persamaan berikut:

$$SK = \int_{5.000}^{1.590.000} 8.650 - 0,000003421$$

Kurva permintaan wisata yang diperoleh dari analisis regresi dapat digunakan untuk membuat kurva permintaan pengunjung melalui proses *inversi* dari persamaan tingkat kunjungan terhadap biaya perjalanan yaitu $Dx=8.650 - 0,000003421P$ sehingga diperoleh kurva sebagai berikut:



Gambar 3. Kurva TCM dan Surplus Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh hasil nilai surplus konsumen

sebesar Rp. 56.999.132,92 per individu per tahun. Diketahui rata-rata tingkat kunjungan dalam satu tahun terakhir sebanyak 8,23 kali, dengan demikian nilai surplus konsumen per individu per kunjungan menjadi Rp. 6.925.775.568. Angka ini lebih tinggi dari angka rata-rata biaya yang seharusnya dikeluarkan pengunjung yaitu sebesar Rp.692.120 setiap kunjungan. Jika diperbandingkan antara nilai surplus konsumen dengan rata-rata biaya aktual maka dapat dilihat bahwa jika berwisata ke Taman Manneken maka pengunjung akan memperoleh manfaat jasa lingkungan yang lebih besar dari biaya yang dikeluarkan.

Nilai total ekonomi dari objek wisata Taman Manneken diperoleh menggunakan rumus nilai total ekonomi yaitu dengan mengalikan nilai surplus konsumen dan jumlah pengunjung pada periode tertentu. Kami memilih tahun 2019 yang diketahui jumlah pengunjungnya sebanyak 20.135 orang. Hasil perhitungan diperoleh nilai sebesar Rp. 6.925.795.703 per tahun sebagai Nilai Ekonomi Taman Wisata Manneken.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata rata-rata biaya perjalanan ke taman wisata Mannneken sebesar Rp. 692,120. Perhitungan nilai ekonomi taman wisata ini dengan menggunakan Individual Travel Cost Method dengan jumlah pengunjung tahun 2019 sebesar Rp. 6.925.795.703,- Ada dua hal yang dapat kami simpulkan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Pemandangan alam dan segala fasilitas pada taman wisata Manneken jauh lebih besar nilainya dibandingkan dengan biaya perjalanan yang harus dikeluarkan pengunjung dalam sekali berkunjung. Dengan kata lain manfaat ekonomis yang diterima wisatawan untuk berwisata ke objek wisata Taman Manneken lebih besar dari pada biaya yang dikeluarkan.
2. Manfaat ekonomis yang dimaksud berupa manfaat dalam bentuk *amenity* (kenyamanan)

seperti mendapatkan ketenangan, keindahan, dan kepuasan.

SARAN

1. Pengelola Taman dapat meningkatkan promosi objek wisata Taman Manneken agar dapat menarik minat masyarakat yang tinggal disekitar objek wisata maupun masyarakat luas untuk mengunjungi objek wisata tersebut.
2. Pengelola Taman juga dapat menambahkan fasilitas lain yang lebih menarik agar pengunjung lebih tertarik untuk berwisata ke tempat tersebut, baik wisatawan dari dalam kota maupun dari luar kota.
3. Pengelola Taman juga bisa melakukan hal lain untuk menarik pengunjung seperti mengadakan discount setiap bulan atau pada hari *weekend* untuk penginapan, kolam renang, dan lain sebagainya agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung ke Taman Manneken.

DAFTAR PUSTAKA

- Becker, N., Inbar, M., Bahat, O., Chores, Y., Ben- Noon, G., & Yaffe, O. (2005). Estimating the Economic Value of Viewing Griffon Vultures *Gyps fulvus*: a Travel Cost Model Study at Gamla Nature Reserve, Israel. *Oryx*, 39 (4), 429-434.
- Fauzi, Akhmad P. (2006). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustakan Utama.
- Fraenkel, Jack R. & Wallen, Norman E. (1993). *How to Design and evaluate research in education*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill Inc
- Tazkia, Fanita Osha dan Hayati, Banatul (2012), "Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan Travel Cost", *Diponegoro Journal Of Economics*
- Turner, R.K., Pearce, D., dan Bateman, Ian. 1994. *Environmental Economics: An*

- Elementary Introduction*. London: Harvester Wheatsheaf.
- Sherman, P. And J. Dixon. 1991. *The Economics of Nature Tourism : Determining if it Pays*. In *Nature Tourism : Managing for The Environment*, T. Whelan (ed.), Island Press, Washington, DC.
- Walsh. G.Richard, 1986, *Recreation Economic Decision; Comparing Benefitx and Cost*, Venture Publishing, Inc. State College PA
- Ward, F. A., & Beal, D. (2000). *Valuing Nature With Travel Cost Models*. Edward Elgar Publishing. Retrieved from <http://econpapers.repec.org/ RePEc:elg:eebook:1768>
- Widada. (2004). Nilai manfaat ekonomi dan pemanfaatan taman nasional Gunung Halimun bagi masyarakat. *Disertasi Program Doktor*. Bogor: Institute Pertanian Bogor.