

ANALISIS DAMPAK FREKUENSI KUNJUNGAN WISATAWAN LAWANG SEWU TERHADAP *TOTAL ECONOMIC VALUE*

Nurhadi Bashit¹, Sawitri Suhianto¹, Bandi Sasmito¹, Selli Angelita BR Sitepu¹

¹Departemen Teknik Geodesi-Fakultas Teknik Universitas Diponegoro
 Jl. Prof Soedarto, SH, Tembalang, Semarang-75123 Telp./Faks: (024) 736834
 e-mail: nurhadibashit@live.undip.ac.id

(Diterima 10 Mei 2020, Disetujui 13 Juli 2020)

ABSTRAK

Kota Semarang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Tengah memiliki banyak bangunan bersejarah peninggalan jaman Belanda. Lawang Sewu merupakan bangunan bersejarah yang menjadi destinasi wisata dengan daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Keberadaan Lawang Sewu memberikan peluang masyarakat sekitar dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi, sosial dan budaya. Lawang Sewu memiliki peluang untuk berkembang dengan meningkatnya frekuensi kunjungan wisatawan. Frekuensi kunjungan wisatawan Lawang Sewu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan kajian untuk melihat peningkatan frekuensi kunjungan terhadap *Total Economic Value* (TEV). Pengembangan pariwisata dapat dilihat dengan menggunakan Metode Biaya Perjalanan (TCM) dan Metode Penilaian Kontinjensi (CVM) untuk menentukan nilai WTP (Kesediaan Membayar). Metode pengambilan sampel (responden) adalah nonprobability sampling dengan teknik insidental sampling, yaitu untuk responden yang kebetulan ditemukan di lokasi wawancara. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan ke Lawang Sewu adalah total biaya, usia, lama kunjungan dan lokasi alternatif. Pengolahan data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk menentukan nilai penggunaan langsung (DUV) dan untuk menentukan nilai keberadaan (EV). Perhitungan TEV menggunakan *software* Maple 17. Kunjungan wisatawan Lawang Sewu mengalami peningkatan dari tahun 2015 ke 2016 sebesar 25% dan tahun 2016 ke 2017 sebesar 12%. Hasil penelitian memperoleh nilai *Consumer Surplus* sebesar Rp. 35.169.196,-. Berdasarkan proses perhitungan dan penilaian diperoleh *Total Economic Value* (TEV) Lawang Sewu mengalami peningkatan 25% dari tahun 2015 ke 2016 dan meningkat 12% dari tahun 2016 ke 2017. Peningkatan frekuensi kunjungan ke Lawang Sewu menjadikan *Total Economic Value* meningkat.

Kata kunci : *Frekuensi Kunjungan, Lawang Sewu, Total Economic Value*

ABSTRACT

Semarang City is the Capital of Central Java Province which has many historical buildings from the Dutch era. Lawang Sewu is a historic building that is a tourist destination with its attraction for visitors. The existence of Lawang Sewu provides opportunities for the general public to improve economic, social, and cultural welfare. Lawang Sewu has the opportunity to develop with the increasing frequency of tourist visits. Lawang Sewu tourist numbers have increased every year. Therefore, researchers conducted a study on increasing the frequency of visits to Total Economic Value (TEV). Tourism development can be looked at based on the Travel Cost Method (TCM) and Contingency Assessment Method (CVM) to determine the value of Willingness to Pay. Sampling (respondent) uses a nonprobability sampling method with incidental sampling technique, the acquisition of samples based on respondents who happened to be found at the interview location. The frequency of Lawang Sewu tourism visits is influenced by several factors including the total cost, age, length of visit, and alternative locations. Data processing uses multiple linear regression analysis to determine the value of direct use (DUV) and to determine the value of existence (EV). TEV is processed by Maple 17 software. The frequency of Lawang Sewu tourists has increased from 2015 to 2016 by 25% and from 2016 to 2017 by 12%. The results of the study obtained a Consumer Surplus value of Rp. 35,169,196. Based on the calculation and assessment process, Total Economic Value (TEV) of Lawang Sewu increased by 25% from 2015 to 2016 and increased by 12% from 2016 to 2017. The frequency of Lawang Sewu visits can cause the value of the Total Economic Value to increase.

Keywords : *Frequency of Visits, Lawang Sewu, Total Economic Value*

1. PENDAHULUAN

Kota Semarang memiliki banyak bangunan bersejarah seperti Lawang Sewu. Wisata Lawang Sewu merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Lawang Sewu merupakan cagar budaya berdasarkan SK Walikota Semarang Nomor 646/50/1992 tentang Konservasi Bangunan-bangunan Kuno/Bersejarah di Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang. Oleh karena itu, Lawang Sewu masih tetap di jaga bentuk seperti dahulu kala agar masyarakat dapat melihat kemegahan bangunan tersebut. Lawang Sewu termasuk bangunan yang indah dan megah dengan arsitektur Belanda. Lawang Sewu memiliki dua menara kubah yang menjulang pada bangunannya. Lawang Sewu memiliki keunikan pada bangunannya dengan adanya ruang bawah tanahnya yang membuat bangunan tersebut terasa dingin. Ruang bawah tanah tersebut merupakan bekas ruang pembantaian masyarakat pribumi kala penjajahan Belanda. Sejarah mengerikan tersebut memberikan nilai tambah serta daya tarik pengunjung Lawang Sewu karena pengunjung yang datang tidak hanya melihat keindahan bangunan tetapi menguji nyalinya.

Keberadaan Lawang Sewu memberikan peluang masyarakat sekitar dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi, sosial dan budaya dalam bidang pariwisata. Salah satu sektor untuk memperoleh devisa selain dari hasil non-migas yaitu bidang pariwisata. Oleh karena itu, peranan pariwisata berpengaruh dalam pembangunan nasional karena sumber perolehan devisa dan memberikan sumbangan terhadap bidang-bidang lainnya (Setiawan dan Suryasih, 2016). Keberadaan Lawang Sewu memberikan dampak positif bagi berbagai pihak seperti pemerintah, masyarakat, wisatawan sehingga Lawang Sewu memiliki nilai potensi wisata yang dapat menunjang pengembangan Kota Semarang. Lawang Sewu memiliki peluang untuk berkembang dengan meningkatnya frekuensi kunjungan dari wisatawan sehingga peran wisatawan sangatlah penting dalam perkembangan pariwisata Lawang Sewu. Daya tarik objek wisata memberikan peningkatan frekuensi kunjungan dari tahun ke tahun.

Frekuensi kunjungan wisata Lawang Sewu pada tahun 2015 sebanyak 688.995 pengunjung, tahun 2016 sebanyak 861.918 pengunjung dan tahun 2017 sebanyak 973.413 pengunjung berdasarkan data dari PT. Kereta Api Indonesia. Peningkatan frekuensi kunjungan objek wisata memberikan dampak yang signifikan bagi pengembangan objek wisata serta Kota Semarang seperti membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi, sosial dan budaya, mendatangkan devisa yang cukup besar bagi daerah (PAD) maupun negara. Kunjungan wisatawan memiliki frekuensi yang berbeda setiap tahunnya. Berdasarkan hal tersebut diperlukannya analisis

dengan menggunakan pendekatan metode *Travel Cost Method* (TCM) dan *Contingent Valuation Method* (CVM) untuk mengetahui nilai WTP (*Willingness to Pay*) yang diberikan demi pengembangan wisata dan *Total Economic Value* (TEV) dari kawasan wisata Lawang Sewu. Pengaruh daya tarik objek wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan sehingga perlu dilakukan peningkatan fasilitas objek wisata (Wiratini, 2018). Hasil nilai ekonomi kawasan Lawang Sewu dapat divisualisasikan menjadi Zona Nilai Ekonomi Kawasan. Hasil dapat dijadikan sebagai sumber informasi potensi nilai ekonomi kawasan dan kondisi fisik dari kawasan Lawang Sewu sehingga keberadaan dan pengembangan objek wisata ini berpotensi positif manfaatnya terhadap berbagai pihak, pemerintah, masyarakat dan wisatawan atau pengunjung.

2. DATA DAN METODE PENELITIAN

2.1 Data Penelitian

Data citra pada penelitian ini menggunakan, citra resolusi tinggi Kota Semarang Tahun 2015, 2016, dan 2017 yang diperoleh dari Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kota Semarang, serta data jumlah pengunjung wisata Lawang Sewu Tahun 2015-2017 dan data kuisisioner pengunjung wisata Lawang Sewu.

2.2 Sampling

Penelitian ini memanfaatkan responden berupa jumlah pengunjung kawasan objek wisata untuk pengolahan metode *Travel Cost Method*. *Contingent Valuation Method* memanfaatkan populasi atau responden berupa orang yang memanfaatkan langsung adanya keberadaan objek wisata. Responden *Travel Cost Method* adalah pengunjung yang datang pada saat pengambilan data, sedangkan untuk responden yang dijadikan sampel *Contingent Valuation Method* adalah orang-orang yang secara langsung memanfaatkan keberadaan kawasan tersebut. Penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan 150 sampel untuk metode *Travel Cost Method* pada kawasan wisata Lawang Sewu. Sampel untuk kawasan wisata Lawang Sewu dengan metode *Contingent Valuation Method* menggunakan 86 sampel. Menurut Roscoe dalam Sugiono (2012) jumlah sampel yang layak digunakan adalah 30 dan maksimal sampel yang digunakan adalah 500 sampel. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *Non-Probability-Sampling* dimana responden yang terpilih adalah tidak sama, serta teknik sampel menggunakan *sampling insidental* berdasarkan kebetulan responden ditemui dilokasi dan dipandang layak sebagai sumber data.

2.3 Willingness To Pay (WTP)

Kesediaan setiap individu untuk membayar atau mengeluarkan uang dalam rangka memperbaiki kondisi lingkungan sesuai dengan standar yang diinginkan sering disebut *Willingness to Pay*. Berdasarkan hal tersebut, kesediaan membayar atas pertimbangan biaya dan manfaat yang diperoleh konsumen (Pearce dan Moran, 1994). *Willingness to Pay* berlawanan arti dengan *Willingness to Pay* (WTA) atau kesediaan untuk menerima pembayaran, yang merupakan jumlah minimum seorang individu atau perusahaan bersedia untuk menerima menyerahkan barang atau menerima sesuatu yang tidak diinginkan. Sebuah transaksi terjadi ketika kemauan membayar lebih dari harga pasar (Dharmawan, 2016).

2.4 Travel Cost Method (TCM)

Travel Cost Method (TCM) adalah salah satu pendekatan awal yang dipakai para pakar ekonomi lingkungan dalam menaksirkan *demand* atas manfaat lingkungan berdasarkan pada sebuah metode yang menggunakan biaya perjalanan sebagai pengganti harga. Daya tarik wisata menyebabkan pengunjung membayar biaya perjalanan yang sesuai dengan harapan manfaat untuk pengunjung. TCM merupakan paradigma sederhana untuk mengetahui berapa nilai yang bersedia dikeluarkan untuk mencapai kondisi lingkungan tertentu oleh seseorang dengan menanyakan secara langsung. (Pearce dan Moran, 1994). Oleh karena itu, analisa mengenai permintaan terhadap rekreasi pada alam terbuka dapat menggunakan TCM.

Menurut Hotelling (1931), pendekatan TCM berdasarkan kurva permintaan dari kebiasaan yang dapat diamati untuk membuat dan menentukan nilai dari sumberdaya alam dan lingkungan serta untuk menghitung surplus konsumen dari sumberdaya alam dan lingkungan yang tidak mempunyai pasar melalui pertanyaan yang difokuskan pada peningkatan biaya perjalanan sebagai pasar pengganti (Perman dkk., 1996).

Travel Cost Method didasarkan beberapa asumsi menurut Perman (1996), yaitu:

1. Kunjungan wisata alam dipengaruhi oleh biaya perjalanan ke tempat wisata dimana hal tersebut merupakan perjalanan tunggal.
2. Semua individu akan memberikan reaksi yang sama terhadap peningkatan/penurunan biaya perjalanan dan juga terhadap peningkatan/ penurunan tarif masuk untuk mengunjungi suatu tempat rekreasi.

Berdasarkan hal tersebut, Teknik sederhana untuk menentukan nilai ekonomi berdasarkan

TCM, yaitu pendekatan sederhana melalui zonasi dan pendekatan individual dengan menggunakan data sebagian besar dari survei (Subardin, 2009). TCM berkaitan dengan fungsi permintaan dengan asumsi perilaku konsumen yang berusaha untuk mencapai kepuasan maksimum, dengan jalan melakukan kegiatan mengkonsumsi barang dan jasa yang mampu dibeli dengan kendala pendapatannya terbatas (Ahman, 2009:88, dikutip dalam Febianti Y, 2014).

2.5 Contingent Valuation Method (CVM)

Contingent Valuation Method (CVM) adalah teknik kuesioner berbasis penilaian dimana kemauan membayar/*Willingness to Pay* (WTP) atau kesediaan untuk menghindari/*Willingness to Avoid* (WTA) secara langsung diperoleh dari responden sehubungan dengan barang tertentu. CVM ini terutama digunakan sehubungan dengan barang yang non-market dan khususnya untuk barang-barang lingkungan/sumber daya. Dalam konteks ini, pasar hipotetis untuk barang non-market didefinisikan dan responden diminta untuk menentukan WTP atau WTA (Yakin, 1997). Sedangkan, metode untuk mengukur nilai yang bukan pemanfaatan sumber daya alam dan kawasan adalah nilai keberadaan atau *Existence Value* dengan melakukan wawancara secara langsung terhadap masyarakat yang ada disana tentang nilai atau harga yang mereka berikan terhadap komoditi yang tidak memiliki pasar seperti barang lingkungan.

2.6 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui bahwa data yang ada terdistribusi normal atau tidak. Walaupun normalitas suatu data tidak terlalu penting, tetapi sebaiknya data yang ada berkontribusi normal (Ghozali, 2009). Uji normalitas menjadi penting dikarenakan dengan normalnya suatu data maka data tersebut dapat dianggap dapat mewakili populasi. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik maupun menggunakan uji statistik. Dalam hal ini, melihat data apakah residual menyebar di daerah garis diagonal dan serah dengangaris maka dapat dikatakan terdistribusi normal. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal sehingga memberikan kepastian terhadap data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menjadi penting dikarenakan dengan normalnya suatu data maka data tersebut dapat dianggap dapat mewakili populasi (Priyatno, 2010 dikutip dalam Denziana A. Indrayenti, dan Fatah F, 2014)

2.7 Nilai Ekonomi Kawasan

Nilai Ekonomi Kawasan atau sering disebut *Total Economic Value* (TEV) merupakan agregat dari nilai guna langsung maupun nilai guna tak langsung, maupun nilai pasar yang dapat digunakan untuk mengukur nilai penggunaan (*use value*), atau nilai non pasar yang menghitung nilai yang berbasis bukan pemanfaatan (*Non Use Value*), baik itu nilai keberadaan, nilai pilihan ataupun nilai pewarisan tergantung sumber daya alam/kawasan yang akan dinilai di luar nilai-nilai properti yang ada di dalam kawasan yang dinilai (Pearce dan Moran, 1994). Nilai Ekonomi Kawasan dapat dilihat berdasarkan manfaat keberadaan, manfaat wisata, manfaat pengetahuan, manfaat keindahan. Nilai ekonomi kawasan berdasarkan fungsinya sebagai penyedia wisata. Penilaian ekonomi kawasan bisa dilakukan menggunakan konsep TEV (*Total Economic Value*) dimana nilai TEV didapatkan dari penjumlahan dari nilai ekonomi berbasis pemanfaatan yaitu UV (*Use Value*) dan nilai ekonomi berbasis bukan pemanfaatan yaitu NUV (*Non-Use Value*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Data CVM

Penelitian ini tergantung terhadap responden ditempat wisata Lawang Sewu saat mengisi kuisisioner sehingga dapat memperoleh data CVM. Data CVM pada penelitian ini berasal dari responden yang mendapatkan manfaat dari keberadaan suatu objek wisata (tukang parkir, satpam, pedagang dan lain-lain). Data CVM memiliki karakteristik berdasarkan beberapa variabel. Penelitian ini menggunakan 9 variabel meliputi kontribusi (WTP), keberadaan (X1), umur (X2), pendidikan (X3), jumlah keluarga (X4), pendapatan per tahun (X5), manfaat (X6), kepentingan (X7), konversi (X8) dan partisipasi (X9) yang disurvei secara langsung kepada sasaran responden. Penelitian ini menggunakan 86 responden CVM di wisata Lawang Sewu. Data kuisisioner dirubah dari data tekstual menjadi angka dengan mengacu pada ketentuan skala *likert* interval BPN (BPN, 2012). Data yang semula non-linier ditransformasikan menjadi data linier, kemudian dilakukan analisis statistic dengan regresi linier.

Tabel 1. Rata-Rata Variabel Lawang Sewu

Variabel	Rata-Rata Nilai Variabel Lawang Sewu
WTP	1,6279
X1	4,5348
X2	39,011

Variabel	Rata-Rata Nilai Variabel Lawang Sewu
X3	11,197
X4	4,0930
X5	27.809.302
X6	4,6162
X7	4,5116
X8	4,4883
X9	4,5697

Hasil dari pengolahan data ini diperoleh responden dengan rata-rata berusia 39 tahun dengan tingkat pendidikan tamat SMP, dengan jumlah rata-rata anggota keluarga 4. Pendapatan rata-rata sebesar Rp. 27.814.285,71,- per tahunnya.

3.2 Uji Normalitas

Data perlu dilakukan uji normalitas agar dapat melihat data terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menjelaskan bawah residuals harus terdistribusi normal, dimana apabila residual menyebar di daerah garis diagonal dan searah dengan garis diagonal dinyatakan berdistribusi normal, namun jika residual menyebar menjauhi garis diagonal dan tidak searah dengan garis diagonal dinyatakan tidak berdistribusi normal. Uji yang digunakan juga dapat menggunakan dengan analisis grafik histogram dan grafik normal *probability plot* dan uji statistik dengan Kolmogorov Smirnov (1-sample K-S).

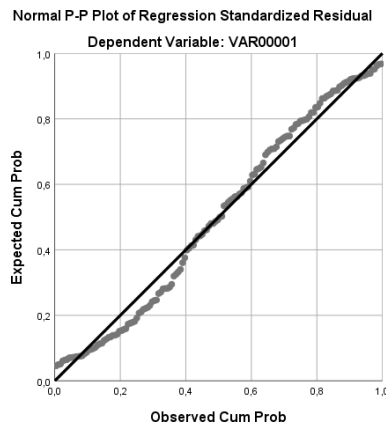
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,39605186
Most Extreme Differences	Absolute	0,071
	Positive	0,071
	Negative	-0,056
Test Statistic		0,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,059 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas TCM Lawang Sewu

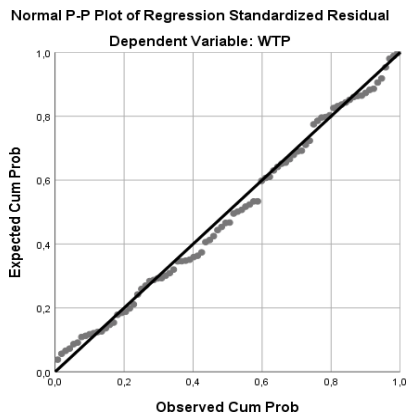
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,43770081
Most Extreme Differences	Absolute	0,063
	Positive	0,063
	Negative	-0,043
Test Statistic		0,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Gambar 2 Hasil Uji Normalitas CVM Lawang Sewu

Berdasarkan *output* pada Gambar 1 sampai Gambar 2 didapatkan hasil uji normalitas yang menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig.(2- tailed) > 0,05 yaitu sebesar 0,059 untuk TCM Lawang Sewu dan 0,200 untuk CVM Lawang Sewu maka H0 dapat diterima bahwa data residual terdistribusi normal.



Gambar 3 Grafik Uji Normalitas TCM Lawang Sewu



Gambar 4 Grafik Uji Normalitas CVM Lawang Sewu

3.3 Nilai Kegunaan Langsung (*Direct Use Value*)

Nilai kegunaan langsung berasal dari kawasan objek wisata Lawang Sewu yang telah dihitung sebagai penyedia objek kawasan wisata berdasarkan penilaian masyarakat terhadap biaya perjalanan yang telah dikeluarkan untuk mengunjungi kawasan objek wisata Lawang Sewu. Metode penilaian keberadaan kawasan ini dilakukan dengan menggunakan teknik TCM (*Travel Cost Methode*).

Kuisisioner dibagikan ke 150 responden yaitu pengunjung wisatawan domestik yang berkunjung ke kawasan objek wisata Lawang Sewu. Keseluruhan hasil kuisisioner tidak langsung digunakan melainkan di cek terlebih dahulu. Berdasarkan hasil regresi linear berganda terdapat 41 data yang di *reject*, sehingga data yang digunakan sebanyak 109 data. Data dilakukan *reject* karena harus memenuhi *residual output* menjauhi angka 0 agar syarat regresi layak. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh bahwa responden memiliki umur dengan rata-rata berusia 43 tahun dengan tingkat pendidikan rata-rata tamat D1/Sederajat dengan pendapatan rata-rata responden pertahun sebesar Rp. 58.550.459,-. Wisatawan yang berkunjung ke Lawang Sewu memiliki rata-rata waktu kunjungan selama 2,5 jam dalam satu kali kunjungan dan tidak merencanakan kunjungan ke lokasi wisata alternatif dengan rata-rata 1,504.

Tabel 2. Hasil Uji T hitungan TCM

Variabel	t Stat	Nama Variabel
Intercept	8,66549065	Frekuensi Kunjungan
X1	-0,98422817	Total Cost (Biaya)
X2	-2,54478805	Umur
X3	-5,97412860	Pendidikan
X4	5,466467567	Pendapatan
X5	7,43682860	Lama Kunjungan
X6	-1,38102989	Kunjungan Alternatif Lokasi

Berdasarkan table 2, wisatawan memiliki keinginan untuk membayar demi mempertahankan keberadaan Kawasan Lawang Sewu. Wisata Lawang Sewu dianggap sebagai bangunan bersejarah sehingga perlu dipertahankan bentuk dan keberadaannya. Oleh karena itu, masyarakat dapat memanfaatkan langsung objek kawasan wisata tersebut. Berdasarkan hal tersebut, variabel frekuensi kunjungan, total cost, umur, lama kunjungan dan

alternatif lokasi dapat mempengaruhi fungsi kawasan karena t hitung lebih besar dari t tabel.

3.4. Analisis Fasilitas Umum Lawang Sewu

Menurut Spillane (1987) dalam Khasani (2014), fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Wisatawan selama tinggal di tempat tujuan wisata memerlukan tidur, makan dan minum sehingga wisatawan sangat dibutuhkan fasilitas ketika berwisata. Wisatawan melihat ketersediaan fasilitas yang ada pada obyek wisata yang bersangkutan. Fasilitas objek wisata yang dimaksud adalah fasilitas ibadah, restoran, taman bermain, hiburan, kamar kecil dan fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas merupakan hal yang mendukung dalam industri pariwisata sehingga keberadaannya sangat penting. Objek wisata kurang diminati jika fasilitasnya tidak memadai maka minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut akan berkurang. Keberadaan fasilitas di objek wisata bertujuan menimbulkan rasa betah dan nyaman kepada wisatawan untuk tinggal lebih lama di objek wisata tersebut dan berniat untuk kembali lagi kesana dalam lain kesempatan. Wisata Lawang Sewu memiliki beberapa fasilitas umum untuk pengunjung seperti kantor pengelola, loket tiket, musholla, tempat wudhu, ruang menyusui, *smoking area*, *food court*, tempat oleh-oleh, toilet umum. Fasilitas tersebut memberikan manfaat bagi wisatawan yang berkunjung.

3.5. Analisis Frekuensi Kunjungan Lawang Sewu

Kunjungan wisatawan Lawang Sewu memberikan pengaruh positif bagi perkembangan objek wisata. Wisatawan yang berkunjung ke suatu tempat wisata memiliki frekuensi kunjungan yang berbeda setiap tahunnya. Hal tersebut juga yang terjadi pada frekuensi kunjungan wisatawan pada objek wisata Lawang Sewu. Perubahan jumlah pengunjung atau frekuensi kunjungan terjadi kenaikan pada tahun 2015-2017 yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tahun	Jumlah Pengunjung
2015	688.995
2016	861.918
2017	973.413

Sumber : PT. Kereta Api Indonesia

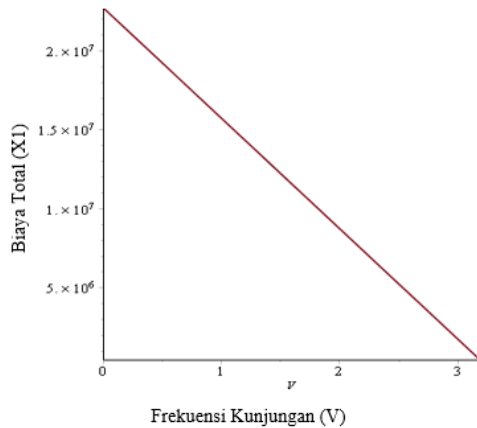
Berdasarkan table 3, jumlah pengunjung Lawang Sewu dapat disimpulkan bahwa terjadi

peningkatan setiap tahunnya. Jumlah pengunjung di objek wisata Lawang Sewu mengalami peningkatan yang berbeda setiap tahunnya. Jumlah pengunjung pada tahun 2015 ke 2016 mengalami peningkatan sebesar 25% dan tahun 2016 ke 2017 mengalami peningkatan sebesar 12%. Lawang sewu meningkatkan fasilitas umum agar menarik pengunjung seperti kantor pengelola, loket tiket, musholla, tempat wudhu, ruang ibu menyusui, *smoking area*, *food court*, tempat jual oleh-oleh, pemeriksaan tiket dan toilet umum.

Berdasarkan frekuensi kunjungan 3 tahun bahwa Lawang Sewu termasuk salah satu objek wisata yang diinginkan wisatawan. Oleh karena itu, Lawang Sewu merupakan salah satu potensi wisata pada wisata Lawang Sewu dapat diasumsikan bahwa sebelum tahun 2015 pengunjung lebih sedikit sedangkan pada tahun-tahun setelahnya mengalami peningkatan. Hal ini membuktikan yang dimiliki Kota Semarang untuk meningkatkan pendapatan Kota Semarang.

3.6. Zona Nilai Ekonomi Kawasan

Total Economic Value (TEV) diperoleh berdasarkan hasil penjumlahan dari nilai guna langsung (DUV) yang diperoleh dari perhitungan TCM dan nilai keberadaan (EV) yang diperoleh dari perhitungan CVM. Hasil t stat hitungan pada *summary output* menunjukkan hasil regresi $> 1,98197$ maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas mempengaruhi keinginan seseorang untuk membayar demi mempertahankan keberadaan Kawasan Lawang Sewu sehingga masyarakat dapat memanfaatkan langsung objek wisata. Hasil analisis t menunjukkan bahwa variabel frekuensi kunjungan dengan nilai t hitung sebesar 8,665490652 mempengaruhi fungsi kawasan, pada variabel umur dengan nilai t hitung sebesar -2,544788056 mempengaruhi fungsi kawasan, pada variabel pendidikan dengan nilai t hitung sebesar -5,974128602 mempengaruhi fungsi kawasan, pada variabel pendapatan dengan nilai t hitung sebesar 5,466467567 mempengaruhi fungsi kawasan serta variabel lama kunjungan dengan nilai t hitung sebesar 7,436828605 yang mempengaruhi fungsi kawasan tersebut. Oleh karena itu, variabel frekuensi kunjungan, umur, pendidikan, pendapatan dan lama kunjungan dapat mempengaruhi fungsi kawasan karena t hitung lebih besar dari t tabel (1,97591).



Gambar 5 Kurva Permintaan Kawasan Lawang Sewu

Berdasarkan kurva permintaan Kawasan Lawang Sewu dapat menunjukkan bahwa semakin besar frekuensi kunjungan maka akan semakin tinggi biaya yang akan dikeluarkan oleh pengunjung. Berdasarkan kurva permintaan diatas diperoleh besaran *Consumer Surplus* sebesar Rp. 35.169.196,-.

Tabel 4. Total Nilai Ekonomi

Tahun	Total Nilai Ekonomi Kawasan Goa Kreo
2015	Rp.24.298.525.308.440,-
2016	Rp.30.381.191.942.980,-
2017	Rp.34.303.510.184.660,-

Total Economic Value (TEV) Kawasan Lawang Sewu ini didapatkan dari penjumlahan DUV dan EV. TEV kawasan tersebut yang didapatkan nilai sebesar Rp. 24.298.525.308.440,- pada tahun 2015. TEV kawasan tersebut yang didapatkan nilai sebesar Rp.30.381.191.942.980,- pada tahun 2016. TEV kawasan tersebut yang didapatkan nilai sebesar Rp.34.303.510.184.660,- pada tahun 2017.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa *Total Economic Value* (TEV) mengalami peningkatan pada setiap tahunnya dan hal tersebut didukung oleh peningkatan frekuensi kunjungan pada setiap tahunnya. Oleh karena itu, frekuensi kunjungan dapat mempengaruhi *Total Economic Value* yang terdapat pada wisata lawang sewu.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan untuk Lawang Sewu adalah parameter umur dengan nilai thitung -2,544788056, pendidikan dengan nilai thitung -5,974128602, pendapatan dengan nilai thitung 5,466467567, dan lama kunjungan dengan nilai thitung 7,436828605.
2. Berdasarkan jumlah pengunjung pada tahun 2015 sebesar 688.995, 2016 sebesar 861.918, dan 2017 sebesar 973.413 sehingga hasil *Total Economic Value* (TEV) Kawasan Lawang Sewu sebesar Rp. 24.298.525.308.440,- pada tahun 2015, Rp. 30.381.191.942.980,- pada tahun 2016 dan Rp. 34.303.510.184.660,- pada tahun 2017.

4.2. Saran

Hasil pembahasan dan analisis yang telah didapatkan dari penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat digunakan untuk pengembangan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Perhitungan TCM dan CVM harus memilih data responden dengan kesamaan variabel bebasnya yang hampir sama.
2. Pengambilan data primer, khususnya kuesioner TCM hendaknya dilakukan pada hari libur karena pasti banyak pengunjung yang datang. Pengambilan data untuk kuesioner CVM dapat dilakukan pada hari kerja maupun hari libur.

REFERENCES

- BPN (Badan Pertanahan Nasional). 2012. Panduan Latihan Hitung Pengolahan Data Tekstual Penilaian ZNEK dengan Pendekatan CVM (Contingent Valuation Method). Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia Direktorat Survei Potensi Tanah
- Denziana A. Indrayenti, dan Fatah F. 2014. Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol.5. No.2. Hal.17-40
- Dharmawan A. 2016. Analisis Nilai Ekonomi Kawasan Cagar Budaya Keraton Di Kota Cirebon Berdasarkan WTP (Willingness

- To Pay). Jurnal Geodesi Undip. Vol.5. No.2
- Febianti Y. 2014. Permintaan Dalam Ekonomi Mikro. Edunomic Jurnal. Vol.2. No.1
- Ghozali I. 2009. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program SPSS. Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro
- Harold Hotelling. 1931. The Economics of Exhaustible Resources. *Jurnal of Political Economy*. Vol. 39. No.2. pp. 137-175
- Muhammad Subardin. 2009. Valuasi Ekonomi Kawasan Konservasi (Ilustrasi Pendekatan Biaya Perjalanan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 2. No. 2.
- Pearce D. dan Moran D. 1994. The economic value of biodiversity. Earthscan, London, UK.172 pages. ISBN 1-85383-195-6.
- Pemerintah Kota Semarang. 1992. SK Walikota Semarang Nomor 646/50/1992 tentang Konservasi Bangunan-bangunan Kuno/Bersejarah di Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang. Semarang: Pemerintah Kota Semarang
- Roger Perman, Ye Ma, James MCGilvray, dan Michael Common. 1996. *Natural Resource and Environmental Economics*. Longman Group Limited. ISBN 0273655590.
- Setiawan L., dan Suryasih I. A. 2016. Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Pantai Kata Di Kota Pariaman Sumatera Barat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol. 4. No.1.
- Wiratini N. N. A., Setiawina N. D., dan Yuliarmi N. N. 2018. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. ISSN : 2237-3067
- Yakin. 1997. *Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan; Teori dan Kebijakan*. Pembangunan Berkelanjutan. Edisi I. Cetakan I. Penerbit Akademika.