

## **KAJIAN DAYA TARIK LOKASI WISATA BERDASARKAN NILAI EKONOMI KAWASAN DI KOTA SEMARANG**

**Fauzi Janu Amarrohman<sup>1</sup>, Moehammad Awalludin<sup>1</sup>, Sawitri Subiyanto<sup>1</sup>**  
<sup>1</sup>Departemen Teknik Geodesi-Fakultas Teknik Universitas Diponegoro  
Jl. Prof Soedarto, SH, Tembalang, Semarang-75123 Telp./Faks: (024) 736834  
e-mail: fauzi.janu@gmail.com

(Diterima 18 Oktober 2018, Disetujui 21 November 2018)

### **ABSTRAK**

Pariwisata merupakan kegiatan wisata ke tempat objek yang dijadikan tujuan untuk melakukan rekreasi. Objek wisata haruslah memiliki daya tarik tersendiri yang memikat wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Daya tarik objek wisata sangatlah berpengaruh terhadap jumlah wisatawan dan juga berpengaruh terhadap ketersediaan masyarakat sekitar objek lokasi untuk mempertahankan objek wisata tersebut. Penilaian terhadap kawasan dapat dilakukan dengan melakukan penilaian nilai ekonomi kawasan dengan metode *travel cost methode* dan *contingen valuation methode*. Berdasarkan penilaian tersebut akan diperoleh nilai ekonomi kawasan berdasarkan penilaian pengunjung terhadap objek wisata yang dikunjungi serta penilaian masyarakat sekitar yang memanfaatkan objek wisata tersebut mengenai ketersediaan untuk mempertahankan objek wisata. Objek wisata yang dijadikan lokasi penelitian ini adalah Kawasan Kota Lama Semarang dan Goa Kreo Semarang yang letaknya berbeda. Karakteristik wisatawan yang berkunjung di Kota Lama adalah variabel pendidikan, pendapatan, dan frekuensi kunjungan paling mempengaruhi fungsi kawasan sebagai penyedia jasa. Sedangkan karakteristik wisatawan Goa Kreo menunjukkan parameter umur, tingkat pendidikan, pendapatan per tahun, lama kunjungan, dan alternatif lokasi yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke objek wisata ini. Selain itu daya tarik wisatawan juga memperhatikan parameter lain yaitu akses lokasi menuju tempat objek wisata. Kemudahan aksesibilitas dan fasilitas umum yang memadai menjadi daya tarik wisatawan mengunjungi objek wisata.

**Kata kunci :** *Daya Tarik Wisata, Nilai Ekonomi Kawasan, Kota Lama, Goa Kreo.*

### **ABSTRACT**

*Tourism is a tourist activity to the destination that is created for recreation. Attractions must have its own attraction that lures tourists to these attractions. The number of attractions in question is compared to the number of tourists and the amount offered to the number of people who meet the amount of money offered. The method of judging the area can be done by the economic value method with the travel cost method and contingent valuation method. Based on the assessment, the economic value of the area will be obtained based on the visitors of the attractions visited and the people who use these attractions regarding the willingness to maintain the attractions. The tourism object used as the location of this study is the Kawasan Kota Lama Semarang and Goa Kreo Semarang which are different location in Semarang City. The characteristics of tourists visiting the Kota Lama are the highest education, income and number of visits provided by service providers. While the characteristics of Goa Kreo tourists show the parameters of age, level of education, income per year, length of visit, and alternative locations that increase tourist visits to this attraction. In addition, the attractiveness of tourists also pay attention to other parameters, namely access to tourist attractions. Ease of accessibility and adequate public facilities become a tourist attraction recommended tourist attraction.*

**Keywords :** *Travel Attractions, Regional Economic Values, Kota Lama, Goa Kreo.*

### **1. PENDAHULUAN**

Daya tarik wisata dalam Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan. Kunjungan wisatawan akan memilih lokasi wisata yang menarik dan tentu saja mudah dicapai transportasinya. Sehingga

lokasi tempat wisata menjadi faktor penting penentu tempat wisata tersebut akan banyak dikunjungi wisatawan atau tidak. Jumlah kunjungan wisatawan di Kota Semarang mengalami peningkatan sebesar 16 %, dimana pada Tahun 2013 mencapai 3.157.658 wisatawan dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisata tahun 2012 sebanyak 2.712.442 wisatawan (Patiro, 2013 dalam Cininta, 2016).

Kota Semarang yang merupakan ibu kota provinsi Jawa Tengah memiliki banyak tempat wisata yang

menarik dan berada tersebar di beberapa lokasi berbeda. Berdasarkan lokasinya, tempat wisata di Kota Semarang terletak di pusat kota dan pinggiran kota. Tempat wisata Kota Semarang yang terletak di pusat kota salah satunya adalah wisata Kota Lama, sedangkan salah satu tempat wisata di Kota Semarang yang berlokasi di pinggiran adalah Wisata Goa Kreo.

Perbedaan lokasi tersebut tentunya akan mempengaruhi nilai ekonomi kawasan yang ada. Dari penilaian nilai ekonomi kawasan ini maka akan diketahui apakah pemanfaatan suatu kawasan sebagai tempat wisata tersebut layak dikembangkan agar semakin banyak wisatawan datang sehingga akan sangat bermanfaat bagi pemerintah dan masyarakat sekitar. Manfaat bagi pemerintah adalah sebagai bahan pertimbangan dalam pengalih-gunaan atau pengalih-fungsian kawasan sesuai dengan rencana tata ruang wilayah dan potensi kawasan yang dimiliki (Laily, 2016). Sedangkan manfaat bagi masyarakat salah satunya dalam memanfaatkan tempat wisata sebagai lokasi berlibur ataupun sebagai mata pencaharian yang berimplikasi pada kesejahteraan masyarakat sekitar lokasi tempat wisata.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pariwisata

Pariwisata menurut Undang Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pengertian pariwisata tersebut meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, sebelum dan selama dalam perjalanan dan perjalanan kembali ke tempat asal, pengusahaan daya tarik atau atraksi wisata (pemandangan alam, taman rekreasi, peninggalan sejarah, pagelaran seni budaya). Usaha dan sarana wisata yang dimaksud bisa berupa usaha jasa, biro perjalanan, pramu wisata, usaha sarana, akomodasi dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan pariwisata. Pengertian lain tentang pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya (Wahab, 1975 dalam Cininta, 2016).

Sektor-sektor pariwisata haruslah ada upaya dalam mengembangkan industri ini. Upaya pengembangan industri pariwisata akan sangat berbeda pada penerapan di berbagai daerah. Hal tersebut disesuaikan dengan potensi masing-masing daerah. Adapun faktor-faktor yang berperan dalam pengembangan industri di sektor pariwisata

diantaraya kualitas sumber daya manusia yang profesional, promosi pariwisata dengan menyediakan informasi yang lengkap, penyediaan sarana dan prasarana kepariwisataan yang memadai. Dengan diperhatikannya faktor-faktor tersebut maka akan tercapai dampak positif industri pariwisata dalam peningkatan pendapatan asli daerah, penciptaan lapangan kerja dan sebagai pendorong pembangunan daerah.

### 2.2. Nilai Ekonomi Kawasan

Nilai Ekonomi Kawasan adalah adalah seluruh agregat nilai-nilai ekonomi (baik nilai langsung maupun nilai tidak langsung, serta nilai market dan nilai non-market) pada kawasan dimaksud, di luar nilai-nilai properti yang ada di dalam kawasan yang dinilai (Cininta, 2016). Nilai Ekonomi Kawasan tersebut terdiri dari nilai ekonomi berbasis penggunaan/pemanfaatan yang disebut nilai guna dan nilai ekonomi berbasis bukan penggunaan/pemanfaatan yang disebut bukan nilai guna.

Nilai ekonomi dalam terminologi *Total Economic Value* (TEV) adalah penjumlahan dari nilai ekonomi berbasis pemanfaatan yaitu *Use Value* (UV) dan nilai ekonomi berbasis bukan pemanfaatan yaitu *Non Use Value* (NUV). *Use Value* adalah penjumlahan dari *Direct Use Value* (DUV), *Indirect Use Value* (IUV) dan *Option Value* (OV). Nilai ekonomi berbasis bukan pemanfaatan, *Non-Use value* (NUV) merupakan penjumlahan dari *Existence Value* (EV), *Cultural Heritage* atau *Bequest Value* (BV) (Fahrudin, 2008).

### II.3 Willingness to Pay

Menurut Pearce, et al (1994), *Willingness to pay* (WTP) atau kesediaan untuk membayar merupakan kesediaan individu untuk membayar suatu kondisi lingkungan (penilaian terhadap sumberdaya alam dan jasa alami) dalam rangka memperbaiki kualitas lingkungan. Dalam WTP dihitung seberapa jauh kemampuan setiap individu atau masyarakat untuk membayar atau mengeluarkan uang dalam rangka memperbaiki kondisi lingkungan sesuai dengan standar yang diinginkannya.

Kesediaan membayar ini didasarkan atas pertimbangan biaya dan manfaat yang akan diperoleh konsumen tersebut. Dalam hal ini WTP merupakan nilai kegunaan potensial dari sumberdaya alam dan jasa lingkungan. Penghitungan WTP dapat dilakukan secara langsung (*direct method*) dengan melakukan survei, dan secara tidak langsung (*indirect method*), yaitu penghitungan terhadap nilai dari penurunan kualitas lingkungan yang telah terjadi.

## II.4 Metode Penilaian Ekonomi Kawasan

Terdapat dua pendekatan dalam membuat penilaian ekonomi kawasan, yaitu;

1. Pendekatan Nilai Pasar (*Market Based*) / Pendekatan Produktivitas

Pendekatan ini dapat mengukur nilai berbasis penggunaan (*Use Value*) yang berhubungan dengan produksi/konsumsi. Salah satu tekniknya Surplus Produsen yaitu teknik penilaian tanah dengan menghitung manfaat bersih kegiatan pemanfaatan langsung pada kawasan dengan mengurangi nilai produktivitas kawasan dengan seluruh biaya produksi.

2. Pendekatan Nilai Non Pasar (*Non Market Based*)

Pendekatan ini dapat digunakan untuk menghitung nilai berbasis bukan pemanfaatan (*Non Use Value*) baik nilai keberadaan, pilihan atau pewarisan tegantung kawasan yang dinilai. Pendekatan nilai non pasar ini memiliki dua metode, diantaranya;

- a. *Contingent Valuation Method* (CVM)

*Contingent Valuation Method* merupakan pendekatan atas dasar survei. Berdasarkan metode ini, dapat mengetahui preferensi konsumen serta dapat menentukan nilai barang dan jasa sumber daya alam dan lingkungan. Selanjutnya juga dapat diketahui kesediaan orang untuk membayar (*Willingness to Pay*) kerusakan atau pemeliharaan sumber daya alam dan lingkungan atau dapat mengetahui kesediaan orang untuk menerima kompensasi (*Willingness to Accept*) atas perubahan sumber daya alam dan lingkungan (Suparmoko, 1997).

- b. *Travel Cost Method* (TCM)

*Travel Cost Method* atau Metode Biaya Perjalanan digunakan untuk mengestimasi nilai yang berhubungan dengan ekosistem seperti sumber daya (wana wisata), taman umum, danau dan pantai yang digunakan sebagai tempat rekreasi. Asumsi yang mendasari metode biaya perjalanan adalah adanya pengeluaran biaya atas waktu dan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh seseorang untuk mengunjungi lokasi wisata. Jadi kemauan untuk membayar (*willingness to pay*) seseorang untuk mengunjungi tempat wisata dapat diestimasi berdasarkan jumlah kunjungan dengan biaya perjalanan yang berbeda.

## 3. PELAKSANAAN PENELITIAN

### 3.1. Deskripsi Wilayah Penelitian

Kota Semarang terletak antara garis 6°50' - 7°10' Lintang Selatan dan garis 109°35' - 110°50' Bujur Timur. Secara administratif, Kota Semarang terbagi atas 16 wilayah Kecamatan dan 177 Kelurahan. Batas administratif Kota Semarang berbatasan dengan Kabupaten Kendal, Kabupaten Demak, Kabupaten Semarang dan Laut Jawa (Bappeda Kota Semarang, 2014). Kota Semarang memiliki beberapa tempat wisata yang sangat menarik, salah satunya adalah Kawasan Kota Lama yang terletak di pusat Kota dan Goa Kreo yang terletak di pinggiran Kota Semarang.

Kota Lama Semarang terletak di Kelurahan Bandarharjo, Kecamatan Semarang Utara. Batas Kota Lama Semarang adalah sebelah Utara Jalan Merak dengan stasiun Tawang-nya, sebelah Timur berupa Jalan Cendrawasih, sebelah Selatan adalah Jalan Sendowo, sebelah Barat Jalan Mpu Tantular dan sepanjang sungai Semarang. Luas Kota Lama Semarang sekitar 31 Ha. Kawasan Kota Lama memiliki tempat-tempat bersejarah seperti bangunan bersejarah, Gereja Blenduk, polder, stasiun tawang, dan lainnya.

Kawasan Wisata Goa Kreo merupakan areal hutan seluas 5,6 hektar yang terletak di daerah perbukitan (Gunung Krincing) dan lembah Sungai Kreo, tepatnya di Dukuh Talun Kacang, Kelurahan Kandri, Kecamatan Gunungpati (Disparbud Kota Semarang, 2016). Di objek wisata Goa Kreo ini banyak terdapat kera – kera yang sengaja dibiarkan berkeliaran bebas yang jumlahnya sekitar 400 ekor lebih dan sudah jinak dikarenakan sudah terbiasa berinteraksi dengan manusia (Laily, 2016). Keindahan Goa Kreo yang semakin mempesona dengan difungsikan lahan dibagian bawah sebagai waduk. Waduk yang diberi nama Waduk Jatibarang tersebut mulai tahap pengerjaan sejak Oktober 2009 dengan sumber dana dari Japan International Corporation Agency (JICAIP-534). Dengan adanya waduk ini maka objek wisata Goa Kreo mempunyai peluang untuk terus dikembangkan sehingga dapat menjadi salah satu daerah tujuan wisata andalan di Kota Semarang.

### 3.2. Bahan Penelitian

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Citra Quickbird Kota Semarang Tahun 2011 yang diperoleh dari Kantor Bappeda Kota Semarang, Peta Administrasi Kota Semarang diperoleh dari Kantor Bappeda Kota Semarang, Zona Nilai Ekonomi Kawasan di Kawasan Kota Lama yang diperoleh dari penelitian Istighfary Abirama Cininta tahun 2016, dan Zona Nilai Ekonomi Kawasan di Obyek Wisata Goa Kreo dari penelitian Nurhandini Maghda Laily tahun 2016.

Zona nilai ekonomi kawasan tersebut diperoleh dengan metode TCM dan CVM yang dilakukan dengan pengumpulan data survey langsung.

#### 4. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dimulai dari studi literatur dan pengumpulan data. Data yang digunakan untuk pengolahan meliputi Citra Quickbird Kota Semarang Tahun 2011 terkoreksi dan peta administrasi Kota Semarang. Data tersebut digunakan untuk mengetahui batas wilayah penelitian dan mengetahui luas wilayah penelitian serta mengetahui sebaran lokasi objek penelitian. Setelah mengetahui luas dan sebaran objek penelitian maka dilanjutkan dengan mengidentifikasi nilai ekonomi kawasan dari kedua objek penelitian dari zona nilai ekonomi kawasan yang telah ada di tahun 2016. Nilai yang diperoleh diklasifikasikan parameternya sesuai dengan metode yang berdasarkan TCM dan CVM. Dimana data nilai ekonomi kawasan sudah melalui pengujian secara statistik yang menunjukkan bahwa data yang dihasilkan sudah sesuai dengan ketentuan dalam menghasilkan data nilai ekonomi kawasan. Setelah diketahui nilai yang ada maka selanjutnya dapat diketahui bagaimana daya tarik kedua objek penelitian tersebut.

#### 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 5.1 Nilai Ekonomi Kawasan Objek Wisata Kota Lama Semarang

Tipologi nilai ekonomi kawasan objek wisata Kota Lama Semarang berjenis wisata situs sejarah. Manfaat dari keberadaan kawasan Kota Lama ini diantaranya manfaat nilai keberadaan untuk masyarakat dan lingkungan sekitarnya, manfaat wisata yang memungkinkan untuk dikembangkan, manfaat pengetahuan mengenai situs sejarah di kawasan ini, dan manfaat keindahan yang menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Kota Lama.

Melalui proses perhitungan dan penilaian diperoleh nilai total ekonomi (TEV) Kawasan Kota Lama sebesar Rp 1,262,505,888,690,-. Nilai tersebut didapatkan dari hasil penjumlahan nilai keberadaan (EV) dan nilai guna langsung (DUV). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan variabel keberadaan pada hitungan CVM paling mempengaruhi fungsi kawasan demi mempertahankan keberadaan kawasan tersebut. Sedangkan hasil hitungan TCM variabel pendidikan, pendapatan, dan frekuensi kunjungan paling mempengaruhi fungsi kawasan sebagai

penyedia jasa. Gambar 1 menunjukkan peta zona nilai ekonomi kawasan tempat wisata Kota Lama.



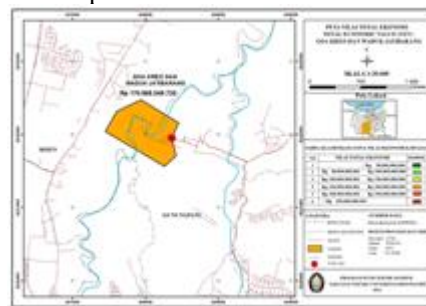
Gambar 1. Peta zona nilai ekonomi kawasan tempat wisata Kota Lama

Kemudahan aksesibilitas dan fasilitas umum yang memadai menjadi sebab wisatawan mengunjungi objek wisata sejarah tersebut sehingga mengakibatkan Kawasan Kota Lama mengalami peningkatan frekuensi kunjungan yang signifikan dari tahun ke tahun.

##### 5.2 Nilai Ekonomi Kawasan Objek Wisata Goa Kreo

Berdasarkan survei lapangan klasifikasi kawasan objek wisata Goa Kreo adalah jenis kawasan rekreasi. Dimana manfaat yang diperoleh adalah manfaat wisata untuk masyarakat, manfaat keindahan yang memungkinkan untuk dikembangkan, manfaat pengetahuan akan sejarah Goa Kreo, dan manfaat keberadaan yang dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai ekonomi kawasan Goa Kreo dan Waduk Jatibarang dengan pendekatan TCM dan CVM, diperoleh hasil nilai total ekonomi kawasan yaitu sebesar Rp 170.968.049.720,-. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap *Willingness To Pay* (keinginan untuk membayar) atas nilai ekonomi suatu kawasan baik nilai manfaat wisata (DUV) maupun nilai manfaat keberadaan (EV). Gambar 2 menunjukkan peta zona nilai ekonomi kawasan tempat wisata Goa Kreo.



Gambar 1. Peta zona nilai ekonomi kawasan tempat wisata Goa Kreo

Karakteristik responden menunjukkan parameter umur (*age*), tingkat pendidikan

(*education*), pendapatan per tahun (*income*), lama kunjungan (*duration*), dan alternatif lokasi (*option*) yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke objek wisata ini.

### 5.3 Kajian Daya Tarik Objek Wisata

Berdasarkan hasil penilaian kawasan objek wisata antara Kota Lama dan Goa Kreo dapat diidentifikasi daya tarik wisatawan terhadap tempat wisata ditunjukkan dengan nilai ekonomi kawasan yang ada. Objek kawasan wisata Kota Lama memiliki nilai ekonomi kawasan total lebih tinggi dibandingkan dengan objek wisata Goa Kreo. Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata Kota Lama lebih banyak memiliki daya tarik wisatawan dan banyak dikunjungi wisatawan. Karakteristik wisatawan yang berkunjung di Kota Lama adalah variabel pendidikan, pendapatan, dan frekuensi kunjungan paling mempengaruhi fungsi kawasan sebagai penyedia jasa. Sedangkan karakteristik wisatawan Goa Kreo menunjukkan parameter umur, tingkat pendidikan, pendapatan per tahun, lama kunjungan, dan alternatif lokasi yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke objek wisata ini.

Selain itu daya tarik wisatawan juga memperhatikan parameter lain yaitu akses lokasi menuju tempat objek wisata. Kemudahan aksesibilitas dan fasilitas umum yang memadai menjadi sebab wisatawan mengunjungi objek wisata Kota Lama tersebut sehingga mengakibatkan Kawasan Kota Lama mengalami peningkatan frekuensi kunjungan wisatawan yang signifikan dari tahun ke tahun. Dimana letak objek kawasan Kota Lama berada di pusat Kota Semarang yang memiliki akses yang mudah dan memiliki fasilitas yang lengkap dan dekat dengan segala keperluan.

## 6. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, daya tarik wisatawan dalam mengunjungi tempat wisata dipengaruhi oleh kemudahan akses menuju lokasi tempat wisata yang ada, semakin mudah dijangkau maka akan semakin banyak dikunjungi wisatawan. Selain itu berdasarkan nilai ekonomi kawasan yang diperoleh maka dapat diidentifikasi bahwa semakin murah biaya yang dikeluarkan untuk menjangkau tempat wisata maka akan semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata tersebut. Keinginan masyarakat sekitar objek wisata juga akan berusaha mempertahankan objek wisata dan pemerintah setempat akan senantiasa mengembangkan objek wisata yang ada dengan melihat potensi objek wisata tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pembangunan dan Perencanaan Daerah Kota Semarang. 2011. Grand Design Kawasan Kota Lama 2011. Buku Grand Design Kawasan Kota Lama 2011.
- Cininta, Istighfary Abirama. 2016. Analisis Nilai Ekonomi Kawasan Menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) dan *Contingent Valuation Method* (CVM) Untuk Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan Dengan SIG (Studi kasus : Kawasan Kota Lama Semarang). Jurnal Geodesi Undip, Vol. 5, No. 4. Universitas Diponegoro.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Semarang. 2016. <http://infowisata.semarangkota.go.id/>. Diakses tanggal 15 Oktober 2019.
- Fahrudin, A, 2008. *Teori Penilaian Ekonomi Sumberdaya Kawasan dan Lahan*, Modul Pelatihan Penilaian Sumberdaya Kawasan dan Lahan, Kerjasama PSPKL LPPM IPB dan BPN-RI.
- Laily, Nurhandiny Maghda. 2016. Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan Menggunakan TCM (*Travel Cost Method*) dan CVM (*Contingent Valuation Method*) Menggunakan Sistem Informasi Geografis Kawasan Cagar Alam Goa Kreo Dan Waduk Jatibarang. Jurnal Geodesi Undip, Vol. 5, No. 4. Universitas Diponegoro.
- Pearce, D.W. and Moran, D. 1994. *The Economic Value of Biodiversity*. Earthscan, London.
- Suparmoko. 1997. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Yogyakarta : BPFE.
- Undang Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.