

Analisis Nilai Ekonomi dan Frekuensi Kunjungan Wisatawan pada Wisata Lembah Harau Sebelum dan Setelah Pandemi Covid-19

Derizal

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Correspondence: derizal@iainbukittinggi.ac.id

Abstrak. Lembah Harau sebagai salah satu objek wisata yang terdapat di Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat tidak bisa dipungkiri lagi keindahannya. Pada tahun 2016-2020 objek wisata Lembah Harau di antara objek wisat lain di Kabupaten Lima Puluh Kota meraih jumlah kunjungan yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, namun adanya fenomena saat COVID-19 terjadi (Periode Januari 2019-Desember 2020). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis frekuensi kunjungan dan nilai ekonomi Wisatawan pada wisata Lembah Harau sebelum dan setelah Pandemi COVID-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis berganda untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan dan biaya perjalanan Wisata untuk mengidentifikasi nilai ekonomi. Hasil menunjukkan bahwa total biaya berpengaruh signifikan negatif terhadap frekuensi kunjungan di lembah Harau, sedangkan jarak, fasilitas sarana ibadah dan keindahan signifikan positif mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan lembah Harau sebelum pandemi COVID-19, serta variabel lain tidak signifikan. Kepuasan layanan ng memengaruhi positif terhadap frekuensi kunjungan di Lembah Harau, sedangkan variabel lain tidak signifikan mempengaruhi frekuensi COVID- 19. Nilai ekonomi objek wisata lembah harau sebelum COVID-19 lebih besar dari pada sesudah pandemi COVID-19. Dimana terjadi penurunan sebesar Rp 5.509.000.000,/tahun.

Kata kunci : Frekuensi kunjungan; nilai ekonomi; travel cost method

Abstract. *The Harau Valley as one of the tourist attractions in the Lima Puluh Kota Regency, West Sumatra that cannot be denied its beauty. In 2016-2020 the Harau Valley tourist attraction among other tourist objects in the Lima Puluh Kota Regency achieved the number of visits that were most visited by tourists, but there was a phenomenon when COVID-19 occurred (January 2019-December 2020 Period). This study aims to analyze the frequency of visits and the economic value of tourists on Harau Valley tourism before and after the COVID-19 pandemic. The method used in this study is multiple analysis regression to identify factors that influence the frequency of visits and travel costs to identify economic value. The results show that the total cost has a significant negative effect on the frequency of visits in the Harau valley, while distance, worship facilities and beauty significantly positively affect the frequency of visits by tourists to the Harau valley before the COVID-19 pandemic, and other variables are not significant. Service satisfaction has a positive influence on the frequency of visits in the Harau Valley, while other variables that do not significantly affect the frequency of COVID-19. Valuation economic befor COVID -19 are greater than after the COVID-19 pandemic. Where there is a decrease of Rp. 5,509,000,000, /year.*

Keywords : *frequency number of visit; valuation economic; travel cost mehod*

PENDAHULUAN

Sektor industri pariwisata diperkirakan menjadi penggerak utama perekonomian abad 21 bersama dengan industri teknologi dan informasi dikarenakan sektor pariwisata menjadi salah satu industri terbesar dalam sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia (Effendi, Bakri, & Rusita, 2015). Kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia sejalan dengan peranan sektor pariwisata nasional (Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI, 2019).

Data Kementerian Pariwisata 2018 menunjukkan bahwa sejak 2013 sektor pariwisata Indonesia menempati posisi keempat setelah minyak dan gas bumi, batubara, serta kelapa sawit sebagai penghasil devisa negara. Melalui multiplier effect mekanisme tarikan dan dorongan sektor lain yang terkait dengan sektor pariwisata, seperti hotel dan restoran, angkutan, industri kerajinan dan

lain-lain, sektor pariwisata dapat dan mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Sehingga mempromosikan pengembangan pariwisata adalah salah satu upaya percepatan pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja yang lebih luas. Hal ini didukung oleh Nawa Cita Presiden Joko Widodo yang mengungkapkan bahwa sektor pariwisata ditetapkan menjadi salah satu sektor prioritas pembangunan nasional yang diharapkan bisa menjadi leading sector sekaligus mampu menggerakkan sektor industri lainnya.

Salah satu jenis wisata yang paling digemari adalah wisata alam (Kuswanti, 2017). Kawasan alam yang dilindungi memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat seperti adanya penyediaan pariwisata dan peluang rekreasi serta yang terkait dengan penyediaan jasa ekosistem (Fleming & Cook, 2008). Aktivitas perekonomian yang bercorak industri wisata ini memiliki nilai ekonomi dengan rente ekonomi yang relatif tinggi, dibanding dengan ekstraksi sumber daya alam lain seperti logging atau penebangan kayu, maupun penambangan gas bumi, batu bara, dan energi hasil lainnya. Nilai hasil hutan kayu diperkirakan hanya sekitar lima persen dari nilai total hutan, sisanya adalah hasil hutan non kayu dan jasa lingkungan seperti wisata (Mawardi & Sudaryono dalam Putri & Juwana, 2019). Namun, Fleming & Cook (2008) mengungkapkan dalam memaksimalkan manfaat wisata dan jasa ekosistem ini bisa sulit ketika jumlah pengunjung terus meningkat, meskipun konsekuensi dari dampak pengunjung mungkin tidak separah dampak sebelumnya aktivitas manusia di beberapa kawasan alam yang dilindungi (misalnya, peternakan penggembalaan, kehutanan, dan pertambangan).

Oleh karena itu, Putri & Juwana (2019) mengungkapkan diperlukan kajian khusus untuk pengembangan yang efisien dan tepat sasaran dalam pengembangan objek wisata agar tidak terjadi kerugian. Salah satunya adalah memperkirakan nilai ekonomi total dengan metode valuasi ekonomi. Tujuan valuasi ekonomi pada dasarnya adalah membantu pengambil keputusan untuk menduga efisiensi ekonomi (economic efficiency) dari berbagai pemanfaatan yang mungkin dilakukan (Soemarno, 2010). Barang publik yang tidak dapat dihitung secara kuantitatif menjadikan metode Valuasi ekonomi sebagai alternatif untuk menerjemahkan barang publik dengan cara menggunakan kesediaan pengunjung membayar sebagai penilaian ekonomi (Pearce, Atkinson, & Mourato, 2006).

Metode biaya perjalanan (travel cost method) dan kesediaan untuk membayar (willingness to pay) adalah salah satu cara menentukan nilai ekonomi suatu daerah obyek wisata. Metode biaya perjalanan ini digunakan untuk menduga nilai ekonomi kawasan wisata berdasarkan penilaian yang diberikan masing-masing individu atau masyarakat dari biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke sebuah obyek wisata (Menendez-Carbo, Ruano, & Zambrano-Monserrate, 2020). Dengan demikian, kesediaan membayar orang-orang untuk mengunjungi lokasi ini dapat diduga berdasarkan beragam biaya perjalanan (Tambunan, Latifah, & Patana, 2012). Tingginya biaya perjalanan akan berpengaruh kepada permintaan wisata (kunjungan wisata) yang akan berpengaruh pada nilai ekonomi atau surplus ekonomi wilayah tersebut (He & Poe, 2021).

Menurut Badar (2013) Biaya perjalanan negatif signifikan mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata, sedangkan penghasilan, jarak, waktu kerja, umur, pengalaman berpengaruh signifikan positif terhadap frekuensi kunjungan wisata. Hasil penelitian dimana Jarak, Pendapatan, umur, pendidikan, jenis kelamin, sarana positif signifikan mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata ditunjukkan juga oleh Wanti, Syaikat, & Juanda (2014) namun variabel Travel cost negatif tidak signifikan pada penelitiannya. Berbeda dengan itu, Al-Khoiriah, Prasmatiwi, & Affandi (2017) menemukan bahwa jarak, pendapatan, umur, pendidikan, jenis kelamin, sarana positif tidak signifikan mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata.

Akhir tahun 2019 virus baru bernama COVID-19 menjadi penyakit yang sangat mengancam di sektor kesehatan dan sektor lainnya, sehingga menjadikan virus ini dengan status pandemi. Pandemi COVID-19 mengancam nyawa di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Menurut Stefan Gössling, peneliti dari Western Norway Research Institute sekaligus profesor pariwisata berkelanjutan dari Department of Service Management and Service Studies di Lund University (Priyambodo, 2021), kondisi pandemi COVID-19 ini mungkin akan berlangsung sementara, tetapi kondisi gangguan yang lain, yakni krisis iklim, bisa berlangsung selamanya dan ini akan menjadi ancaman serius bagi sektor pariwisata. Dampak serius dari kondisi pandemi saat ini terhadap sektor pariwisata telah membawa pelajaran dan pesan mendesak bagi para pelaku industri ini untuk segera menerapkan model pariwisata berkelanjutan.

Sehingga selain jarak, pendidikan, usia dan pendapatan mempengaruhi kunjungan wisata, diduga kondisi pandemi COVID-19 mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan. Wabah pandemi menyebabkan pengenalan baru dalam perjalanan, adanya pembatasan: seperti yang pertama kali melanda, banyak negara Asia dan Pasifik juga di antara yang pertama untuk memperkenalkan pembatasan. Pada akhir April 2020, Semua negara di dunia telah memberlakukan beberapa pembatasan perjalanan menurut UNWTO (2020). Banyak atau sebagian besar wisatawan juga takut untuk bepergian sehingga pandemi COVID-19 akan mengurangi jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian deskriptif statistik yang dilakukan oleh Helble dan MatFink (2020), mengungkapkan terjadinya gangguan perjalanan tiba-tiba, dipicu oleh ketakutan infeksi masuknya kedatangan wisatawan dari luar negara. Adanya penurunan kunjungan wisatawan, dimana pertama kali terjadi di Asia Timur, tempat Pandemi berasal dan yang pertama kali memaksakan pembatasan perjalanan. Diikuti oleh Asia Tenggara lalu Asia Selatan dan Pasifik. Walaupun diberlakukan pembatasan perjalanan internasional berkelanjutan di banyak negara, permintaan untuk perjalanan internasional tetap rendah.

Pemerintah telah menetapkan Sumatera Barat sebagai salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) Indonesia yang kaya akan keindahan alam. Keanekaragaman daya tarik wisata yang cukup tinggi berupa daya tarik wisata alam, wisata sejarah dan budaya, wisata kuliner, serta wisata buatan. Sehingga, Sumatera Barat menjadi target wisatawan baik wisata domestik maupun wisata mancanegara untuk berkunjung di daerah tersebut. Keindahan Alam Sumatera Barat menjadi salah satu destinasi wisata halal yang patut dikunjungi. Hal ini terbukti dari mendapatkan penghargaan dalam ajang World Halal Tourism Award 2016 dengan kategori World's Best Halal Culinary Destination, World's Best Halal Destination, dan World's Best Halal Tour Operator (Kurnia, 2017).

Keindahan alam Kabupaten Lima Puluh Kota sebagai salah satu kabupaten yang terdapat di Sumatera Barat tidak bisa dipungkiri lagi. Lembah, tebing, sungai, air terjun, ngarai, hutan dengan berbagai jenis flora dan fauna menjadi potensi alam daerah ini. Terlihat dari selalu meningkatnya kunjungan wisata pada daerah ini dari tahun ke tahun (BPS, 2020). Tabel 1 memperlihatkan perkembangan jumlah kunjungan wisata ke Objek wisata alam andalan Kabupaten Lima Puluh Kota dari tahun 2016 sampai 2020.

Pada tabel di atas terlihat bahwa dari tahun 2016-2020 objek wisata lembah Harau meraih jumlah kunjungan yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan.. Sehingga menjadikan bukti bahwa lembah Harau menjadi wisata alam unggulan yang pertama di Kabupaten Lima puluh Kota, lalu diikuti oleh wisata alam pemandian batang tabik dan kapalo banda. Walaupun menjadi pengunjung terbanyak, perkembangan kunjungan wisatawan mengalami penurunan drastis tahun 2019 yaitu dari 36,86% menjadi 7,03 %, berbeda dengan dua lokasi lainnya yang mengalami peningkatan pertumbuhan kunjungan wisatawan. Menurunnya pertumbuhan kunjungan wisata alam Lembah Harau menjadi hal menarik yang mesti diperhatikan. Apalagi tahun 2020 mengalami penurunan jumlah Kunjungan.

Keindahan alam Kabupaten Lima Puluh Kota sebagai salah satu kabupaten yang terdapat di Sumatera Barat tidak bisa dipungkiri lagi. Lembah, tebing, sungai, air terjun, ngarai, hutan dengan berbagai jenis flora dan fauna menjadi potensi alam daerah ini. Terlihat dari selalu meningkatnya kunjungan wisata pada daerah ini dari tahun ke tahun (BPS, 2020). Tabel 1 memperlihatkan perkembangan jumlah kunjungan wisata ke Objek wisata alam andalan Kabupaten Lima Puluh Kota dari tahun 2016 sampai 2020. Pada tabel di atas terlihat bahwa dari tahun 2016-2020 objek wisata lembah Harau meraih jumlah kunjungan yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan.. Sehingga menjadikan bukti bahwa lembah Harau menjadi wisata alam unggulan yang pertama di Kabupaten Lima puluh Kota, lalu diikuti oleh wisata alam pemandian batang tabik dan kapalo banda. Walaupun menjadi pengunjung terbanyak, perkembangan kunjungan wisatawan mengalami penurunan drastis tahun 2019 yaitu dari 36,86% menjadi 7,03 %, berbeda dengan dua lokasi lainnya yang mengalami peningkatan pertumbuhan kunjungan wisatawan. Menurunnya pertumbuhan kunjungan wisata alam Lembah Harau menjadi hal menarik yang mesti diperhatikan. Apalagi tahun 2020 mengalami penurunan jumlah Kunjungan.

Gambar 1 memperlihatkan pergerakan yang fluktuatif dalam kunjungan wisata lembah Harau dari Januari 2019- Desember 2020. Adanya penurunan dari periode Januari 2019-Maret 2019, kemudian terjadi lonjakan pada Bulan Juli 2019 karena libur panjang dan lebaran Idul Fitri. Akan tetapi setelah periode tersebut, kunjungan wisatawan mengalami penurunan drastis hingga akhir tahun

2019. Penurunan drastis terjadi pada Februari 2020 saat kasus pandemik COVID-19 diumumkan oleh pemerintah Indonesia dan menyentuh 0 kunjungan pada April dan Mei 2020. Walaupun pada Tahun mengalami penurunan kunjungan sebesar 1,07%, hal menarik diperhatikan adalah saat kondisi Indonesia masih Pandemi COVID-19, kunjungan wisatawan ke Lembah Harau semenjak Juni – Desember 2020 lebih besar dari pada Agustus-Desember 2019.

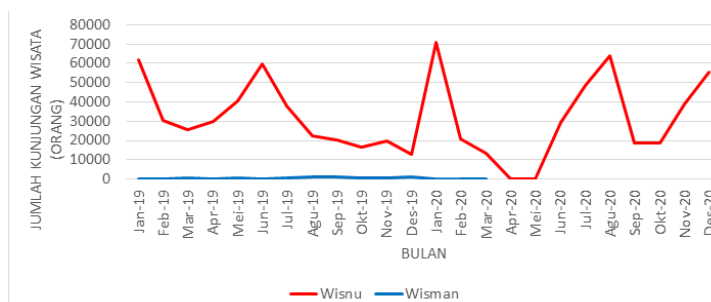
Objek Wisata Lembah Harau memiliki potensi yang tinggi, tetapi lingkungan ini tidak mempunyai harga pasar. Oleh karena itu perlu adanya valuasi nilai ekonomi untuk mengatasi tidak adanya nilai pasar. Nilai ini akan menghitung terlebih dahulu sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung (yang dikenal dengan metode biaya perjalanan) mulai dari tempat tinggal, selama perjalanan di daerah objek wisata itu, hingga kembali ke tempat tinggal. Metode ini akan menghasilkan nilai ekonomi sehingga akan memiliki dasar dalam pengembangan dan pengelolaan yang berkelanjutan (Lestari, Syapsan, & Aulia, 2017). Penelitian ini mengkaji analisis evaluasi nilai ekonomi pengunjung lembah Harau sebelum dan sesudah terjadinya pandemik COVID-19 dengan menggunakan Analisis Metode Biaya Perjalanan atau Travel Cost Method. Metode biaya perjalanan ini digunakan untuk menduga nilai ekonomi kawasan wisata berdasarkan penilaian yang diberikan masing-masing individu atau masyarakat dari biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata. Frekuensi kunjungan akan mampu menganalisis nilai ekonomi lembah Harau.

Adanya hal menarik dalam kunjungan wisatawan periode Januari 2019-Desember 2020 membuat peneliti ingin menganalisis apakah terdapat perbedaan biaya perjalanan yang akan berdampak pada nilai ekonomi Lembah Harau. Biaya karena adanya pandemi COVID-19 diduga naik, disebabkan karena adanya aturan protokol kesehatan yang harus ditaati masyarakat ketika keluar rumah. Biaya tambahan yang diduga mempengaruhi nilai ekonomi wisata lembah Harau diantaranya biaya hand sanitizer, biaya masker, adanya biaya rapid test. Selain itu, penulis juga akan menganalisis bagaimana dampak jarak, tingkat pendidikan, umur, pendapatan dan aturan kesehatan (social distancing) dalam jumlah kunjungan wisata di Objek Wisata Lembah Harau sebelum dan sesudah Pandemi COVID-19.

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisata pada ke Objek wisata alam andalan Kabupaten Lima Puluh Kota dari tahun 2016 sampai 2020

Tahun	Kapalo Banda		Lembah Harau		Batang Tabik	
	jumlah kunjungan (orang)	Pertumbuhan jumlah kunjungan (%)	jumlah kunjungan (orang)	pertumbuhan jumlah kunjungan (%)	jumlah kunjungan (orang)	pertumbuhan jumlah kunjungan (%)
2016	44936		204639		90640	
2017	80000	78.03	262191	28.12	94853	4.65
2018	97577	21.97	358827	36.86	104501	10.17
2019	121582	24.60	384037	7.03	127048	21.58
2020	130904	7.67	379927	-1.07	135659	6.78

Sumber: Kabupaten Lima Puluh Kota dalam Angka 2017-2020, BPS



Sumber: data olahan

Gambar 1
Jumlah Kunjungan Wisata Alam Lembah Harau dari Januari 2019- Desember 2020

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan statistika, yaitu dengan melakukan proses pengumpulan data, mengelompokan atau klasifikasikan, pengolahan data dan menginterpretasikan data. Tipe penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif aplikatif yang berupa

penerapan teori atau metode dalam dunia riil yang dalam hal ini adalah Valuasi Ekonomi Objek Wisata di Kabupaten Lima Puluh Kota dengan Metode Travel Cost. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni-November 2021 (Pra-penelitian/prapelaksanaan-Pelaksanaan). Penelitian dilaksanakan kepada responden yang sudah berkunjung pada daerah Objek Wisata Alam lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat. Metode pengambilan sampel dari pengunjung dilakukan dengan pendekatan non- probability sampling melalui metode Quota Sampel. Jumlah populasi yang diambil dalam menentukan jumlah responden yang akan diwawancarain adalah berdasarkan data kunjungan di Obyek wisata Alam Lembah Harau Lima Puluh Kotaselama tahun 2019 (sebelum adanya COVID-19) dan 2020 (adanya COVID-19). Ukuran sampel yang akan diambil, mengacu kepada pendapat Slovin (Umar, 2005) dan yang diperkenankan 0,1 (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000). Jumlah populasi yang diambil dalam menentukan responden yang akan diwawancari adalah berdasarkan data jumlah kunjungan di Obyek Wisata Alam lembah Harau adalah 384.037 pada tahun 2019 dan 379.927 orang pada 2020 (berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, 2020). Oleh karena itu, dalam dua tahun ini akan diperoleh rata- rata jumlah pengunjung yang datang adalah 381.982 orang dan bila dimasukkan ke dalam rumus Slovin tersebut akan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini melalui teknik observasi dan wawancara berupa kuisoioner secara langsung terhadap responden di lapangan. Data primer yang diambil meliputi :

1. Data karakteristik pengunjung meliputi: nama, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, tempat tinggal, pendapatan, lama perjalanan, banyaknya kunjungan, kendaraan yang digunakan, tujuan utama kunjungan, sumber informasi dan pendapat tentang Obyek Wisata Alam Lembah Harau.
2. Data menentukan nilai ekonomi dengan metode biaya perjalanan meliputi: Biaya transportasi ,Biaya konsumsi, Biaya penginapan, Biaya lain-lain (Biaya kebersihan + biaya dokumentasi + biaya parkir + biaya kamar mandi, biaya kesehatan+biaya swab/rapid+biaya hansanitizer+biaya masker) yang telah dikeluarkan pengunjung selama melakukan kegiatan wisata sebelum dan sesudah pandemi COVID-19.

Data sekunder yang diperlukan untuk karateristik obyekwisata alam ini meliputi : letak geografis dan batas wilayah daerah, iklim (suhu, musim, angin dan curah hujan), aksesibilitas ke lokasi wisata, fasilitas dan potensi wisata, data kependudukan dan sosial ekonomi masyarakat serta jumlah pengunjung per tahun (lima tahun terakhir). Pengumpulan data sekunder ini dilakukan melalui studi pustaka dari berbagai sumber referensi serta melakukan observasi kepada pengelola obyek wisata alam tersebut dan Pemerintah dari Dinas Pariwisata, Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota.

Teknik Analisis Data

Analisis Biaya Perjalanan

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode biaya perjalanan. Penghitungan biaya perjalanan mengacu pada penelitian (Al-Khoiriah et al., 2017). Secara keseluruhan biaya perjalanan dihitung dengan rumus:

$$BPT = BTr + BTK + BK + BS + BPe + BLI$$

$$BPTc = BTrc + BKc + BSc + BPec + BLIc$$

Keterangan: BPT = Biaya perjalanan total (rupiah); BTr = Biaya transportasi (rupiah); BTK=Biaya Tiket (rupiah); BK = Biaya konsumsi (rupiah); BS = Biaya souvenir (rupiah); BPe = Biaya penginapan (rupiah); BLI = Biaya lain-lain (Biaya parkir + biaya kamar mandi +biaya kesehatan) (rupiah); Persamaan 2: c*setelah adanya pandemi COVID-19; BL = Biaya lain-lain (biaya parkir + biaya kamar mandi +biaya kesehatan+biaya swab/rapid+biaya hansanitizer+biaya masker) (rupiah)

Analisis Regresi Linear berganda

Menurut Sugiyono (2013), menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. . Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan ke Lembah Harau. Frekuensi kunjungan merupakan jumlah kunjungan pengunjung yang diukur dengan satuan kali kunjungan.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + d1D1 + d2D2 + d3D3 + d4D4 + e_i$$

$$Y_c = \beta_0 + \beta_1 X_{1c} + \beta_2 X_{2c} + \beta_3 X_{3c} + \beta_4 X_{4c} + \beta_5 X_{5c} + d_1 D_{1c} + d_2 D_{2c} + d_3 D_{3c} + d_4 D_{4c} + e_i$$

Keterangan: Y = Frekuensi kunjungan (kali); X1= Travel cost (biaya perjalanan) (rupiah); X2 = Jarak tempat tinggal dengan lokasi wisata (km); X3 = Pendidikan (tahun); X4 = Usia (tahun); X5 = Pendapatan (rupiah); D1 = kepuasan pelayanan sebelum COVID 1 : Puas 0 : Tidak puas; D2= fasilitas jalan 1: baik 0: tidak; D3= fasilitas sarana ibadah 1: baik 0: tidak; D4= keindahan 1: indah 0: tidak; Persamaan 4: c*setelah adanya pandemi COVID-19.

Perhitungan Nilai Ekonomi

Untuk mengetahui nilai ekonomi lingkungan objek wisata Lembah Harau dengan metode biaya perjalanan digunakan langkah langkah sebagai berikut (Sahlan, 2008):

1. Menentukan biaya perjalanan rata-rata responden/kunjungan

Biaya rata-rata responden/kunjungan

$$X_1 = \frac{\sum BPT}{n}$$

Biaya rata-rata responden/kunjungan

$$X_{1c} = \frac{\sum BPT_c}{n}$$

Keterangan : X1:Biaya perjalanan rata-rata responden /kunjungan sebelum COVID-19; $\sum BPT$: Jumlah biaya perjalanan total responden sebelum COVID-19; X1c:Biaya perjalanan rata-rata responden /kunjungan setelah COVID-19; $\sum BPT_c$: Jumlah biaya perjalanan total responden setelah pandemi COVID-19; n : Jumlah responden

2. Menentukan nilai ekonomi Lembah Harau

Nilai ekonomi lingkungan sebelum pandemi COVID-19 = X1 x Jumlah pengunjung rata-rata/tahun.

Nilai ekonomi lingkungan setelah pandemi COVID-19 = X1c x Jumlah pengunjung rata-rata/tahun

HASIL

Metode Biaya Perjalanan

Terlihat bahwa biaya perjalanan wisata responden sebelum dan sesudah COVID-19 terjadi yang ditandai dari tingginya grafik biaya sesudah COVID dibandingkan sebelum terjadinya COVID-19, walaupun tidak terlihat signifikan tetapi terdapat perubahan, umumnya meningkat di rentang 50.000-150.000,- (terlihat pada gambar 4.18). beberapa responden bahkan peningkatan biaya melebihi 250.000,-, dan hal menarik ada juga yang mengalami penurunan dari sebelum terjadi COVID-19 ke sesudah terjadi COVID-19. 2 Analisis regresi berganda

Analisis Regresi Linier Berganda

Source	SS	df	MS	Number of obs =	76
				F(5, 66)	= 2.80
Model	161.810488	9	17.9789431	Prob > F	= 0.0077
Residual	424.123722	66	6.42611701	R-squared	= 0.2762
				Adj R-squared	= 0.1775
Total	585.934211	75	7.81245614	Root MSE	= 2.535

jumlah_kunjungan_sebe-d	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
TotalBiaya_sebelumcovid	-2.17e-06	1.20e-06	-1.81	0.074	-4.56e-06 2.19e-07
jarak	.6457958	.2146582	3.01	0.004	.2172168 1.074375
pendidikan_terakhir	.0198977	.4627214	0.04	0.966	-.9039554 .9437509
usia	.0126705	.0861896	0.15	0.884	-.1594126 .1847536
lnpendapatan	-.5650023	.4963716	-1.14	0.259	-1.55604 .4260356
kepuasan_sebelumcovid	.1826725	.9213082	0.20	0.843	-1.656779 2.022124
fasilitas_jalan	.6382764	.5205863	1.23	0.225	-.4011076 1.67766
fasilitas_saranaibadah	1.643478	.8996388	1.83	0.072	-.1527091 3.439665
fasilitas_keindahan	-1.495782	.5410368	-2.76	0.007	-2.575997 -.4155676
_cons	10.19661	5.709231	1.79	0.079	-1.202236 21.59546

Sumber: data olahan

Gambar 2

Hasil Regresi Berganda Faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan sebelum terjadinya Pandemi COVID-19

Hasil analisis tersebut konstanta dan regresi yang diperoleh apabila dimasukkan pada persamaan umum regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + d_1D_1 + d_2D_2 + d_3D_3 + d_4D_4 + e_i$$

$$Y_i = 10.19 - 2.17e-06 X_1 + 0.645 X_2 + 0.019 X_3 + 0.012 X_4 - 0.565 X_5 + 0.10D_1 + 0.63D_2 + 1.63D_3 + -1.29D_4 + e_i$$

Frekuensi Kunjungan setelah Pandemi COVID-19

Gambar 3 terdapat 4 variabel yang signifikan mempengaruhi responden dalam berkunjung ke lembah Harau sebelum pandemi COVID-19, yaitu Biaya perjalanan sebelum pandemi COVID-19, jarak, fasilitas sarana ibadah dan keindahan alam lembah Harau. Persamaan regresi variabel biaya perjalanan sebelum COVID-19 (X1) sebesar -2.17e-06 atau -0,000000217, angka tersebut menunjukkan bahwa biaya perjalanan sebelum COVID-19 berpengaruh negatif (-) terhadap Frekuensi Kunjungan wisatawan sebelum pandemi COVID-19. Artinya jika terjadi biaya kunjungan sebesar Rp 1 maka akan menurunkan Frekuensi Kunjungan wisatawan setelah Pandemi COVID-19 sebesar 0,000000217. Hal ini senada dengan penelitian Menurut Badar (2013) dimana Biaya perjalanan negatif signifikan mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata.

Source	SS	df	MS	Number of obs =	76
Model	16.7137725	10	1.67137725	F(10, 65)	= 0.95
Residual	114.286227	65	1.75824965	Prob > F	= 0.4943
Total	131	75	1.74666667	R-squared	= 0.1276
				Adj R-squared	= -0.0066
				Root MSE	= 1.326

	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
TotalBiaya__setelahcovid	6.19e-07	7.17e-07	0.86	0.391	-8.14e-07 2.05e-06
jarak	.0375334	.1066979	0.35	0.726	-.1755569 .2506237
pendidikan_terakhir	.0559632	.243682	0.23	0.819	-.4307033 .5426297
usia	.006021	.0449229	0.13	0.894	-.0836962 .0957382
lnpendapatan	-.2686773	.2658046	-1.01	0.316	-.7995257 .2621711
fasilitas_jalan	-.4178222	.2897137	-1.44	0.154	-.9964205 .1607761
fasilitas_saranaibadah	-.0688804	.4637333	-0.15	0.882	-.9950197 .857259
fasilitas_SDC	-.0607988	.499902	-0.12	0.904	-1.059172 .9375744
kepuasan_setelahcovid	.9352184	.4542565	2.06	0.044	.0280055 1.842431
fasilitas_keindahan	-.130663	.2866488	-0.46	0.650	-.7031402 .4418143
_cons	5.823738	3.057482	1.90	0.061	-.2824754 11.92995

Sumber: data olahan

Gambar 3
Hasil Regresi Berganda Faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan setelah terjadinya Pandemi COVID-19

Persamaan regresi variabel jarak (X2) sebesar 0,645, angka tersebut menunjukkan bahwa jarak berpengaruh positif terhadap Frekuensi Kunjungan wisatawan sebelum pandemi COVID-19. Semakin jauh jarak semakin banyak ferkuensi kunjungan wisatawan sebelum terjadinya pandemi. Persamaan regresi variabel fasilitas sarana ibadah (D1) sebesar 1.645 angka tersebut menunjukkan bahwa fasilitas sarana ibadah yang baik berpengaruh positif terhadap Frekuensi Kunjungan wisatawan sebelum pandemi COVID-19. Semakin bagus sarana ibadah maka ferkuensi kunjungan wisatawan sebelum terjadinya pandemi lebih banyak dari pada sarana ibadah yang tidak bagus yaitu sebsar 1.643. Persamaan regresi variabel keindahan (D4) sebesar -1.49 angka tersebut menunjukkan bahwa keindahan yangbaik berpengaruh positif terhadap Frekuensi Kunjungan wisatawan sebelum pandemi COVID-19. Semakin indah ibadah maka ferkuensi kunjungan wisatawan sebelum terjadinya pandemi lebih banyak .

Berdasarkan Gambar 3 hanya variabel kepuasan layanan setelah COVID yang mempengaruhi signifikan responden dalam berkunjung ke lembah Harau setelah pandemi COVID-19, sisanya tidak berpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa biaya perjalanan tidak akan mempengaruhi frekuensi kunjungan, termasuk aturan sosial distancing. Jika pihak guide bisa memberikan peayanan yang bagus maka akan membuat masyarakat tertarik ke Lembah Harau tanpa memperhatikan variabel lainnya. Tetapi jika kita menggaungkan secara bersama-sama variabel bebas, hal ini menunjukkan tidak ada variabel yang mmempengaruhi responden mengunjungi Lembah Harau saat Pandemi COVID-19. Tidak signifikannya variabel pendapatan, pendidikan, usia, dan fasilitas senada dengan penelitian Al-Khoiriah, Prasmatiwi, & Affandi (2017). Dimana penulis menemukan bahwa jarak, pendapatan,

umur, pendidikan, jenis kelamin, sarana positif tidak signifikan mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata.

Analisis Nilai Ekonomi

Untuk mengetahui nilai ekonomi lingkungan objek wisata Lembah Harau dengan metode biaya perjalanan digunakan langkah langkah sebagai berikut (Sahlan, 2008):

1. Menentukan biaya perjalanan rata-rata responden/kunjungan

Hasil menunjukkan bahwa Biaya perjalanan rata-rata responden /kunjungan sebelum COVID-19 adalah sebesar Rp. 210.882,- yang diperoleh dari :

$$\text{Biaya rata-rata responden/kunjungan (X1)} = \frac{16027000}{76} = 210.882$$

Biaya perjalanan rata-rata responden /kunjungan setelah COVID-19 adalah sebesar Rp. 196.329,00 yang diperoleh dari :

$$\text{Biaya rata-rata responden/kunjungan (X1c)} = \frac{14921000}{76} = 196.329$$

2. Menentukan nilai ekonomi Lembah Harau

Jumlah kunjungan di Obyek Wisata Alam lembah Harau adalah 384.037 pada tahun 2019 dan 379.927 orang pada 2020 (berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, 2020). Oleh karena itu, dalam dua tahun ini akan diperoleh rata-rata jumlah pengunjung yang datang adalah 381.982 orang. Sehingga untuk mencari nilai ekonomi adalah sebagai berikut :

Nilai ekonomi lingkungan sebelum pandemi COVID-19 = X1 x Jumlah pengunjung rata-rata/tahun

Berdasarkan perhitungan diperoleh bahwa nilai ekonomi lembah Harau sebelum Pandemi COVID-19 adalah Rp 210.882 x 381.982= Rp 80.500.000.000,-/tahun

Nilai ekonomi lingkungan setelah pandemi COVID-19 = X1c x Jumlah pengunjung rata-rata/tahun

Berdasarkan perhitungan diperoleh bahwa nilai ekonomi lembah Harau sebelum Pandemi COVID-19 adalah Rp 196.329 x 381.982= Rp 74.991.000.000,-/tahun.

Jadi bisa disimpulkan bahwa nilai ekonomi sebelum adanya pandemi COVID-19 lebih besar dari pada sesudah pandemi COVID-19. Dimana terjadi penurunan sebesar Rp Rp 5.509.000.000,-/tahun. Bisa terlihat bahwa nilai ekonomi untuk lembah Harau juga ber beda dengan penelitian terdahulu yang bisa dilihat pada tabel 3 di bab 2. Disimpulkan bahwa semakin besar nilai ekonomi maka semakin besar surplus konsumen masyarakat, serta bisa dilihat bahwa di suatu wilayah itu berbeda-beda.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa total biaya berpengaruh signifikan negatif terhadap frekuensi kunjungan di lembah Harau, sedangkan jarak, fasilitas sarana ibadah dan keindahan signifikan positif mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan. Sisanya varraibel lain tidak signifikan mempengaruhi frekuensi kunjungan ke lembah Harau sebelum pandemi COVID-19. Secara detail hanya kepuasan layanan yang mempengaruhi positif terhadap frekuensi kunjungan di Lembah Harau, sedangkan variabel lain tidak signifikan mempengaruhi frekuensi kunjungan ke lembah Harau setelah pandemi COVID-19. Sementara nilai ekonomi sebelum adanya pandemi COVID-19 lebih besar dari pada sesudah pandemi COVID-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khoiriah, R., Prasmatiw, F. E., & Affandi, M. I. 2017. Evaluasi ekonomi dengan metode travel cost pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 5(4), 352–359.
- Anandhyta, A. R., & Kinseng, R. A. 2020. Hubungan tingkat partisipasi dengan tingkat kesejahteraan masyarakat dalam pengembangan Wisata Pesisir. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 68. <https://doi.org/10.22146/jnp.60398>
- Badar, H. 2013. Estimasi nilai ekonomi wisata warisan budaya Candi Borobudur, Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan.*, 14(1), 80–89. <https://doi.org/10.18196/jesp.14.1.1253>

- Effendi, A., Bakri, S., & Rusita. 2015. Nilai ekonomi jasa wisata pulau tangkil Provinsi Lampung dengan pendekatan metode biaya perjalanan. *Jurnal Sylva Lestari*, 3(3), 71. <https://doi.org/10.23960/jsl3371-84>
- Fleming, C. M., & Cook, A. 2008. The recreational value of lake mckenzie, fraser island: an application of the travel cost method. *Tourism management*, 29(6), 1197–1205. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.02.022>
- Gopalakrishnan, B., Peters, R., & Vanzetti, D. 2020. Covid-19 and tourism. *Economic consequences*, 1–27.
- He, X., & Poe, G. L. 2021. Exploring the shelf-life of travel cost methods of valuing recreation for benefits transfer. *Resource and Energy Economics*, 63(40), <https://doi.org/10.1016/j.reseneeco.2019.101123>
- Helble, MatFink, A. nna. 2020. Reviving Tourism amid the COVID-19 Pandemic. *ADB Briefs*, 1(150), 1–13.
- Lestari, O., Syapsan, S., & Aulia, A. 2017. Analisis nilai ekonomi objek wisata air terjun Tanjung Belit di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 533–547.
- Matthew, N. K., Shuib, A., Ramachandran, S., & Mohammad-Afandi, S. H. 2019. Economic valuation using travel cost method (TCM) in Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi, Malaysia. *Journal of Tropical Forest Science*, 31(1), 78–89. <https://doi.org/10.26525/jtfs2019.31.1.078089>
- Menendez-Carbo, S., Ruano, M. A., & Zambrano-Monserrate, M. A. 2020. The economic value of Malecón 2000 in Guayaquil, Ecuador: An application of the travel cost method. *Tourism Management Perspectives*, 36(May 2016), 100727. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100727>
- Pearce, D., Atkinson, G., & Mourato, S. 2006. Executive Summary. *Cost-Benefit Analysis and the Environment: Recent Developments*, 15–27.
- Pojani, E. 2020. An economic valuation of tourism in shëngjini beach using the Zonal Travel cost method. social and economic challenges in europe 2016-2020, *13th International Conference of ASECU*.
- Putri, W., & Juwana, I. 2019. Valuasi ekonomi objek Wisata Goa Pindul Kabupaten Gunungkidul Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method. *Jurnal Reka Lingkungan*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.26760/rekalingkungan.v7i1.1-11>
- Qiu, R. T. R., Park, J., Li, S., & Song, H. 2020,. *Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic..*
- Safitri, W. 2017. *Economic Valuation Of Lakey Beach Green Tourism*, Dompu Regency: Travel Cost Method.
- Sunarti, Umar, S., & Alam, A. S. 2018. Nilai Ekonomi Dan Kunjungan Objek Wisata Alam Air Terjun Desa Nupabomba Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala. *Jurnal Warta Rimba*, 6(7), 18–29.
- Tambunan, E., Latifah, S., & Patana, P. 2012. Analisis Nilai Ekonomi Obyek Wisata Alam di Kabupaten Samosir , Provinsi Sumatera Utara (Studi Kasus Pemandian Air Panas di Kelurahan Siogung-ogung, Kecamatan Pangururan) The Analisis of Economic Value of Ecotourism Object in Samosir Regency, *North Su*. 80–84.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama dengan Jakarta Business Research Centre. Jakarta
- Yakin, Addinul. 2007. *Ekonomi Sumber Daya Lingkungan, Teori Bijaksana Pemberdayaan Berkelanjutan*. Akademi Persindo, Jakarta
- Suwena, I., & Widayatmaja, I. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.