



LETTER OF ACCEPTANCE

No. INF/I.02/0102/2019

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Qi Mangku Bahjatulloh
Jabatan : Pimpinan Redaksi INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan
No.ISSN : p-ISSN 1978-7332 e-ISSN 2502-1427
Alamat : Jl. Lingkar Salatiga Km. 2 Pulutan, Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah

Dengan ini menyatakan bahwa artikel :

Judul : Nilai Ekonomi Umbul Pengging Sebagai Area Tujuan Wisata
Penulis : Sri Walyoto

Telah diterima untuk dimuat di Jurnal Inferensi Vol 13 No 1 Juni 2019.

Demikian *Letter of Acceptance* ini dibuat dengan sesungguhnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Salatiga, 12 Februari 2019
Pimred

The signature is written in black ink over the logo of the journal. The logo consists of a stylized diamond shape with orange and blue colors, followed by the text 'INFERENS I' in large red letters and 'JURNAL PENELITIAN SOSIAL KEAGAMAAN' in smaller blue letters below it.

Qi Mangku Bahjatulloh

NILAI EKONOMI UMBUL PENGGING SEBAGAI DESTINASI WISATA SYARIAH

Sri Walyoto

Walyoto_colomadu@yahoo.co.id

Abstract

This research was conducted to determine the consumer surplus and total economic value of the Sharia Umbul Pengging tourist destination in Dukuh Village, Banyudono District, Boyolali Regency, Central Java Province, Indonesia. The area is a natural area as a public water source managed by the local government. The main objective of this study was to analyze the demand of Umbul Pengging as a sharia tourist destination.

The Travel Cost Method (TCM) is used to estimate the travel demand offered by Umbul Pengging. The evaluation approach used service preferences expressed from the point of view of the user of the Umbul Pengging dominant function. The collected data produces a tourist request function Umbul Pengging is formulated as a function of travel costs, sacrifice of travel time and income and visitor education.

The results of research on travel costs, income and education of visitors are significant, tourists get benefits (surplus) for their visits. This research provides useful information relating to user characteristics, usage patterns, and alternative destinations for sharia tourism activities. Management of management, policy makers, local governments need to make appropriate management planning in maintaining service quality.

Keywords: ShariaTourism, Umbul Pengging, TCM, Request Function.

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui surplus konsumen serta nilai ekonomi secara total destinasi wisata syariah Umbul Pengging Desa Dukuh Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali Propinsi Jawa Tengah-Indonesia. Area tersebut merupakan daerah alami sebagai sumber air publik yang dikelola pemerintah daerah. Tujuan utama penelitian ini untuk menganalisis permintaan Umbul Pengging sebagai destinasi wisata syariah.

Model biaya perjalanan/Travel Cost Method (TCM) digunakan untuk memperkirakan permintaan wisata yang ditawarkan Umbul Pengging. Pendekatan evaluasi digunakan preferensi layanan yang diungkapkan dari sudut pandang pengguna fungsi dominan Umbul Pengging. Data yang dikumpulkan menghasilkan fungsi permintaan wisata Umbul Pengging dirumuskan sebagai fungsi dari biaya perjalanan, pengorbanan waktu perjalanan dan pendapatan serta pendidikan pengunjung.

Hasil penelitian biaya perjalanan, pendapatan dan pendidikan pengunjung signifikan, wisatawan memperoleh manfaat (surplus) atas kunjungannya. Penelitian ini memberikan informasi yang berguna berkaitan dengan karakteristik pengguna, pola penggunaan, dan destinasi alternatif untuk kegiatan wisata syariah. Manajemen pengelola, pembuat kebijakan, pemerintah daerah perlu membuat perencanaan manajemen yang sesuai dalam menjaga kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Wisata Syariah Umbul Pengging, TCM, Fungsi Permintaan.

PENDAHULUAN

Daerah pariwisata merujuk tempat-tempat lingkungan dengan, layanan dan fasilitas yang memungkinkan orang untuk melakukan kegiatan berwisata yang memberikan kenikmatan. Tempat wisata yang biasanya terdiri dari berbagai lanskap, fauna dan flora yang sesuai untuk kegiatan wisata. Saat ini, di Indonesia telah banyak dibangun area-area untuk tujuan wisatawan seperti Umbul Pengging. Dengan fasilitas yang tersedia, umbul ini menawarkan berbagai kegiatan wisata seperti berenang, olah raga, kuliner, memancing menikmati udara segar. Wisata syariah perlu mendapat perhatian dan perlu dikembangkan di daerah-daerah tujuan wisata.

Pembangunan pariwisata tidak bisa dipisahkan dengan pembangunan ekonomi. Ekonomi Islam saat ini menjadi bagian penting dari okonomi global sektor pariwisata juga telah diatur batasan-batasannya oleh Islam (Rahmi, 2014). Sektor ekonomi Islam yang sedang berkembang antara lain keuangan Islam, asuransi, kuliner, kosmetik, *fashion*, hiburan, promosi dan pariwisata. Ekonomi Islam selalu mengetengahkan konsep halal hal ini juga perlu menjadi perhatian dalam mewujudkan wisata halal. Ada tiga ukuran wisata halal yaitu, terciptanya destinasi ramah keluarga, tersedianya fasilitas dan layanan di destinasi ramah muslim serta adanya kesadaran halal dalam pemasaran destinasi.

Pariwisata menjadi adalan utama sumber devisa karena Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki beraneka ragam pariwisata (Helln, 2017). Industri pariwisata di Indonesia seperti banyak tetangganya (Malaysia, Thailand dan Singapura) merupakan salah satu subsektor ekonomi terbesar dalam hal pekerjaan, PDB kontribusi dan penerimaan devisa. Pada tahun 2017 indonesia berada pada rangking ketiga sebagai destinasi wisata halal. Berbasis alam dan budaya-warisan pariwisata khususnya telah lama menjadi komponen utama dari industri pariwisata dan perhotelan di dalam negeri. Atraksi seperti tidak diragukan lagi merupakan perwujudan dari sejarah negara yang dinamis serta kaya keanekaragaman alam dan budayanya.

Partisipasi masyarakat di suatu daerah dapat mencerminkan fungsi sosialnya sebagai area wisata syariah. Nilai dari daerah dapat memberikan manfaat wisatawan yang selama ini belum diperhitungkan. Ekonom lingkungan telah mengembangkan klasifikasi nilai yang tersimpan oleh perilaku di mana orang memperoleh manfaat atas penggunaan lingkungan. Manfaat ini diperoleh secara langsung sementara yang lain diperoleh secara tidak langsung (Mc. Nally & Shawahid 2003).

Ada kesepakatan umum bahwa pariwisata dapat memainkan peran kunci dalam melestarikan keanekaragaman alam dan budaya-warisan yang kaya di seluruh dunia melalui promosi pembangunan pariwisata berkelanjutan. Namun, prasyarat penting untuk memastikan seperti pengembangan pariwisata syariah adalah ketersediaan dana yang memadai untuk konservasi dan pemeliharaan. Memang, kurangnya dana telah menjadi karakteristik umum dan pengelolaan kawasan lindung di negara berkembang.

Pemerintah Indonesia telah mengembangkan duadelas destinasi wisata syariah yaitu Lampung, Aceh, Riau, Sumatra Barat, Jawa Barat, Jakarta, Banten, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Nusatenggara Barat dan Jawa Tengah. Pariwisata syariah menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islam. Persepsi yang ada saat ini hanya sebagai wisata ke makam atau masjid. Perlu adanya perluasan persepsi dimana wisata syariah juga berasal dari

alam, budaya maupun buatan yang bernuansa islami dan fasilitas pendukung yang halal beruansa etika syariah. Wisata syariah merupakan suatu tren baru dalam dunia pariwisata saat ini (Ade, 2016).

Pariwisata merupakan salah satu sektor untuk memperoleh pendapatan daerah (Setiawan 2016). Pariwisata serta daerah wisata dianggap sebagai sumber daya yang memiliki nilai. Nilai diperoleh atas penggunaan langsung oleh manusia dari sumber daya tersebut dalam pariwisata. Nilai barang dan jasa non pasar harus diukur dan dinyatakan dalam istilah keuangan. Sehingga dapat ditimbang pada skala yang sama sebagai komponen komersial barang yang diperdagangkan (Eliot, 2001). Pengembangan potensi wisata Syariah di Indonesia dengan memperhatikan aspek wisatawan Timur Tengah sebagai pasar sasaran utama wisatawan manca negara (Kurniawan, 2015).

Dalam rangka mengevaluasi peran pariwisata syariah sebagai penggunaan lahan dan perkiraan kuantitatif harus diterapkan dalam pariwisata. Perkiraan kuantitatif permintaan pariwisata akan membantu dalam mengalokasikan sumber daya lebih efisien, dalam menentukan nilai relatif dari sumber daya yang digunakan untuk tujuan tersebut. Dalam membuat penilaian dampak ekonomi, membangun skema harga, pengambilan keputusan manajemen, dan dalam menentukan waktu akuisisinya (Ahmad 1994).

Umbul Pengging adalah salah satu tempat pariwisata di Desa Dukuh Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali Propinsi Jawa Tengah. Umbul terserbut di bawah pengelolaan Dinas Pariwisata Kabupaten Bolayali. Umbul Pengging ini persinya terletak di Dusun Dukuh. Umbul pengging menawarkan berbagai kegiatan pariwisata di luar ruangan seperti memancing, berkemah, berenang, olah raga tenes, kuliner, menikmati udara segar, dengan dukungan layanan dan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah daerah dan perbaikan-perbaikan yang syariah.

Kegiatan wisata di luar ruangan di Umbul Pengging sudah berlangsung sejak keraton Mataram Islam Surakarta Hadiningrat berkuasa. Maka umbul Penggging juga dapat masuk dalam benda cagar budaya. Hampir semua pengunjung yang datang di Umbul pengging sedang mencari keuntungan pribadi dan kepuasan dari kegiatan yang mereka lakukan. Selama ini tidak ada penelitian untuk mengukur kepuasan atau manfaat bagi pengunjung tersebut. Penelitian ini diperlukan karena akan membantu lembaga manajemen untuk memahami manfaat yang diperoleh pengunjung dari keberadaan umbul tersebut. Dengan demikian, studi ini dilakukan untuk menilai permintaan Umbul Pengging sebagai area pariwisata dan untuk memperkirakan nilai ekonominya.

Wisata syariah menjadi segmen baru yang sedang berkembang di dunia. Wisata islami dan motivasi rohani telah menyebar luas dan menjadi populer dalam beberapa dekade terakhir (Aan, 2017). Pariwisata merupakan sektor industri yang berkembang pesat di dunia. Word Tourism Barometer menunjukkan peningkatan pariwisata internasional. Pertumbuhan wisatawan terjadi di kawasan Asia, Pasifik, Afrika, Amerika Tengah, Asia Utara - Timur, dan Amerika Selatan. Industri Pariwisata memberikan sumbangan yang signifikan kepada pertumbuhan ekonomi melalui bidang-bidang usaha didalamnya seperti angkutan udara, hotel, makanan, agen perjalanan. Pariwisata merupakan sektor unggulan yang diharapkan mampu menggerakkan roda perekonomian (Maulana, 2016).

Dalam industri pariwisata terdapat berbagai daya tarik atau atraksi pariwisata yang menjadi daya tarik orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Dalam beberapa literature

produk atau daya tarik alam, budaya dan minat khas (Musaneff, 1995). Soekadijo (1996) mengelompokkan kedalam modal dan potensi alam, kebudayaan dan manusia. Alam disini dimaksudkan adalah alam fisik, hewan dan tumbuhan. Minat wisatawan untuk wisata eko disebabkan oleh aktivitas yang dapat dilakukan di alam terbuka. Harapan yang ingin dicapai wisata syariah dapat memenuhi keinginan dan kesenangan serta mendorong kesadaran beragama.

Yoeti (1996) membedakan menjadi produk alam, produk ciptaan manusia dan tata cara hidup masyarakat. Di Indonesia terdapat banyak tempat-tempat wisata eko yang dikembangkan berdasarkan lima prinsip utama, yaitu keislaman, konservasi, pendidikan, ekonomi, keterlibatan masyarakat setempat dan pariwisata (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata 2005). Pengembangan pariwisata menurut Alisjahbana (2000) pertama perlu adanya multisektoral (seperti perhubungan, perhotelan, agen travel) kedua perlu memperhitungkan kesepakatan budaya dan alam sekitar. Ketiga juga diperlukan adanya potensi masyarakat setempat.

Pariwisata sebagai aktivitas manusia, merupakan pergerakan manusia, barang, dan jasa yang sangat kompleks. Dapat mengenal ciptaan Nya serta kebudayaan yang beraneka. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-'Ankabut 19-20, dimana manusia perlu mengadakan perjalanan sgingga Pariwista berhubungan dengan organisasi, kelembagaan dan individu, pelayanan dan sebagainya. Ia memerlukan layanan penginapan semua ini merupakan rangkaian elemen yang saling mempengaruhi sehingga pariwisata dapat berjalan dengan baik. Kaitan antar elemen secara kuat yang kemudian menjadi suatu sistem yang disebut dengan sistem pariwisata.

Sistem pariwisata menurut Cooper et al (1996) memiliki tiga elemen penting yaitu wisatawan, geografi dan industri pariwisata. Geografi dapat dikelompokkan dalam tiga bagian yang diciptakan wisatawan atau pengembara (*traveller-generating region*), bagian tempat tujuan wisatawan (*tourist destination region*) dan bagian perpindahan (*transit route region*). Dalam pengembangan pariwisata syariah komponen penting *attraction, amenities serta akses* oleh Herwawan Kertajaya dikenal dengan 3A perlu menjadi perhatian agar target tercapai.

Pariwisata syariah dari segi ekonomi dapat dilihat dalam empat unsur yaitu: permintaan, penawaran, pasar dan kelembagaan, serta pelaku yang menggerakkannya. Menurut Damik dan Weber (2006) faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata adalah ketersediaan sumber waktu dan sumber kemampuan untuk mengakses pariwisata, pendapatan, dan distribusi pendapatan masyarakat, pendidikan masyarakat. Semakin tinggi Pendidikan wawasannya semakin luas keinginan untuk mempelajari sesuatu juga meningkat. Selain itu penghargaan terhadap tempat dan budaya yang berbeda juga semakin tinggi. Hal tersebut membuatnya semakin kuat untuk berwisata.

Penawaran pariwisata syariah adalah berupa produk dan jasa yang dapat digunakan dan memberikan kepuasan spiritual pada wisatawan. Menurut Damanik dan Weber (2006) beliu memandang elemen penawaran pariwisata terdiri dari atraksi, aksesibilitas (ke sampaian) dan amenitas (kemudahan). Atraksi adalah seluruh potensi pariwisata yang dapat memberikan kenikmatan wisatawan. Aksesibilitas meliputi keseluruhan infrastruktur yang menghubungkan wisatawan pergi balik dari tempat asal wisatawan. Amenitas adalah infrastruktur tidak langsung yang dipelukan oleh wisatawan.

Menurut Santosa (2002) perkembangan pariwisata Indonesia selain meningkatkan dan memberi sumbangan yang signifikan pada perekonomian, juga tertarik pada budaya, sejarah serta eko wisata. Perubahan keinginan wisatawan itu perlu diikuti berbagai strategi

pengembangan pariwisata syariah baik pemerintah maupun pelaku agen-agen wisata agar industri pariwisata syariah dapat berkembang. Seperti diadakannya Deklarasi Bali 14 Juli 2000 bahwa budaya dan warisan adalah bagian dalam pariwisata yang perlu dilestarikan untuk pencapaian tujuan pembangunan pariwisata, ekonomi dan sosial yang berkelanjutan.

Kesadaran masyarakat dunia tentang pembangunan berkelanjutan dimulai tahun 1992 sejak diadakan Konferensi bumi di Rio de Janeiro Brazil, pembangunan berkelanjutan diterima sebagai agenda politik pembangunan di dunia. Agenda utama pembangunan berkelanjutan adalah selarasnya ekonomi, sosial budaya dan lingkungan. Pemikiran ini merubah cara berpikir pembangunan yang hanya tersentral bidang ekonomi, menjadi pembangunan yang berorientasi ekonomi sosial budaya keagamaan dan lingkungan.

Penjelasan Keraf (2006) ada tiga prinsip utama dalam pembangunan berkelanjutan, yaitu demokrasi, keadilan dan berkeadilan. Demokrasi, pembangunan menjamin terlaksananya keinginan rakyat untuk kepentingan bersama. Aspek penting dalam demokrasi pembangunan demi kepentingan rakyat, partisipasi masyarakat dalam menyusun kebijakan pembangunan dan implementasinya. Juga perlu ada informasi yang jujur dan terbuka serta adanya tanggung jawab masyarakat terhadap etika keislaman dalam agenda pembangunan.

Prinsip keadilan dimana bersedia menjamin semua orang mendapat kesempatan yang sama dalam proses dan menikmati hasil pembangunan. Sebagaimana ajaran Islam yang menyatakan kesetaraan umat. Untuk memenuhi prinsip ini perlu ada berbagai tuntutan dan perlakuan peluang yang sama bagi generasi akan datang. Juga adanya pembagian kerugian akibat pembangunan yang seimbang baik negara ataupun kelompok yang menimbulkan kerugian tersebut. Pembangunan berkelanjutan mengharuskan menyusun agenda pembangunan dalam dimensi waktu jangka panjang.

Menurut Safri (2003) pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang dapat memenuhi keperluan sekarang dan waktu akan datang segi fisik sosial ekonomi. Dalam pariwisata syariah yang dimaksud pembangunan berkelanjutan adalah aktivitas pariwisata yang dilaksanakan berdasarkan keseimbangan prinsip Islam, ekologi dan ekonomi. Emil Salim (1992) menjelaskan unsur pembangunan berkelanjutan di Indonesia perlu menumbuhkan sikap kerja saling memerlukan satu dengan yang lain. Kemampuan mensesuaikan keperluan dengan kemampuan sumber alam, mengembangkan sumber manusia dan konsep pembangunan yang mampu menjawab tantangan.

Sumarwoto (1997) menjelaskan bahwa pariwisata eko adalah industri yang kelangsungannya ditentukan oleh lingkungan. Tanpa lingkungan yang baik tidak mungkin pariwisata eko akan berkembang. Karena itu, pengembangan pariwisata eko harus memperhatikan panorama alam. Sebab dalam industri pariwisata eko, panorama alam yang sebenarnya dijual. Sebagaimana pariwisata syariah alam dan budaya produk ciptaan Allah yang dijual. Pariwisata syariah atau wisata halal tidak hanya diperuntukkan umat muslim saja tetapi juga diperuntukkan wisatawan non muslim (Fadil, 2017).

Negara di dunia banyak mempromosikan pariwisata eko khususnya di kawasan dilindungi untuk mencapai dua tujuan yaitu konservasi dan memperoleh pendapatan. Perbedaan pariwisata konvensional dengan pariwisata eko terletak pada keberlanjutan lingkungan. Pariwisata eko sasarannya lebih diarahkan pada usaha terpeliharanya lingkungan sebagai asset sumber alam. Manajemen pemanfaatan diserasikan dengan budaya setempat dan lingkungan. Pariwisata syariah dapat memberikan kesadaran kepada manusia sebagai khalifah agar dapat mengetahui kebenaran dan kebesaranNya.

Pariwisata syariah berkelanjutan muncul dan berkembang dikarenakan pariwisata konvensional cenderung mengancam keberlangsungan lingkungan. Tidak sedikit pariwisata konvensional yang kurang memperhatikan fisik maupun sosial budaya. Perlu disadari dimana permintaan pasar pariwisata telah bergeser pada pariwisata yang lebih menekankan keserasian budaya agama dan lingkungan. Sikap inilah yang perlu diperhatikan dan ditangkal oleh penyelenggara pariwisata.

Indonesia banyak mempunyai tempat-tempat tujuan pariwisata syariah yang menarik. Peraturan perlindungan yang tertuang dalam Kepres 32 tahun 1990 tentang pengelolaan kawasan konservasi, yang tidak diperbolehkan mengubah bentuk alam yang ada maupun bangunan dengan unsur budaya setempat. Peraturan ini menjadi peluang pengembangan pariwisata syariah untuk memperluas sayapnya.

Peraturan ini berhubungan dengan hasil Konferensi Rio untuk lingkungan, dimana pembangunan yang dilakukan sekarang tidak boleh mendatangkan masalah lingkungan bagi generasi mendatang. Aturan ini juga sejalan dengan isu pariwisata internasional dalam dokumen *The World Travel & Tourism Council tahun 2003*. Dimana kegiatan pariwisata perlu sejalan dengan kepentingan ekonomi, masyarakat, sosial budaya agama dan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, menggunakan metode biaya perjalanan/Travel Cost Method (TCM) untuk mengestimasi nilai dari obyek wisata Umbul Pengging. Travel Cost Method (TCM) menggunakan konsep bahwa uang dan waktu yang dihabiskan untuk bepergian ke obyek wisata di luar menunjukkan nilai ekonomi sumber daya pariwisata (Hackett 2000). Travel Cost Method (TCM) perseorangan bersedia membayar biaya perjalanannya ke suatu obyek, dan biaya tersebut berpengaruh terhadap frekuensi kunjungannya.

Model permintaan ini dapat dibangun dengan biaya perjalanan ke obyek wisata dan faktor-faktor sosio-ekonomi sebagai variabel bebas serta frekuensi kunjungan sebagai variabel terikatnya. Surplus konsumen menggambarkan manfaat pengunjung atas wisatanya ke obyek tersebut dan diperkirakan dengan menghitung luas area di bawah kurva permintaan diatas garis harga. Dengan kata lain surplus konsumen (manfaat) penggunaan sumber daya pariwisata dapat didekati dengan mengukur besarnya manfaat yang diterima diatas harga yang dibayar.

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen penelitian dan fungsi permintaanya. Dalam studi ini, empat variabel independen dimasukkan dalam model yaitu; biaya perjalanan, biaya waktu pengorbanan dan pendapatan serta pendidikan wisatawan.

Karena model yang digunakan dengan pendekatan biaya perjalanan, biaya perjalanan merupakan variabel yang dipilih sebagai model dasar. Persepsi terhadap wisata syariah adalah variabel yang mengukur tapgapan responden terhadap wisata syariah. Variabel pendapatan untuk mengamati efek determinan permintaan wisatawan. Pengaruh pendapatan dapat memberikan informasi dalam terjadinya efek *substitusi* yang dapat menggeser kurva permintaan ke lokasi baru (Nicholson 2002). Pendidikan dari wisatawan (Weber 2006) juga diperlukan untuk menilai Umbul Pengging dilihat dari aspek pendidikan. Model yang dirancang dalam penelitian ini seperti berikut:

$$V_{ij} = a - b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \varepsilon$$

Dimana:

V_{ij} = Kunjungan per tahun responden

X_1 = Biaya Perjalanan

X_2 = persepsi wisata syariah

X_3 = Pendapatan

X_4 = Tingkat pendidikan

a,b = parameter

ε = error

Biaya perjalanan dapat dihitung dengan menggunakan jarak dari tempat tinggal ke lokasi penelitian. Jarak dikalikan dengan biaya per km tergantung pada jenis kendaraan. Biaya per km itu didasarkan pada tarif yang ditentukan oleh Dinas Perhubungan. Pengeluaran individu selama masa perjalanan ditambahkan ke dalam biaya perjalanan. Persepsi terhadap wisata syariah bermanfaat untuk mengetahui pendapat responden tentang wisata syariah yang saat ini mulai berkembang. Pendapatan adalah penghasilan bulanan bruto yang sebenarnya, pendidikan adalah tingkat pendidikan dari responden atau ijasah yang dipunyai.

Surplus konsumen (Consumers' surplus) mencerminkan keuntungan atau manfaat yang dinikmati oleh konsumen tertentu atau wisatawan yang diperoleh saat berwisata pada tingkat harga tertentu atau sebesar biaya perjalanan yang ia keluarkan. Kurve dibawah menunjukkan terjadinya surplus konsumen.

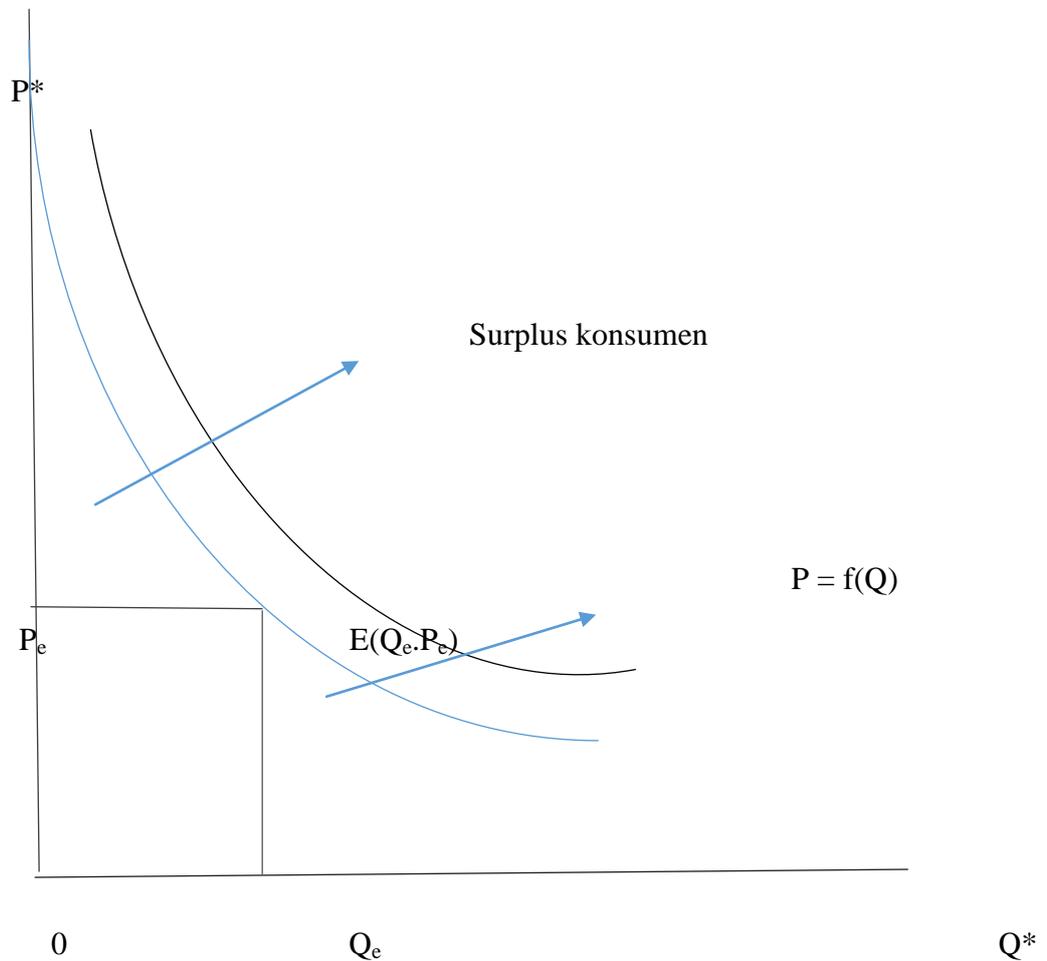
Fungsi permintaan $P = f(Q)$ menunjukkan jumlah sesuatu barang yang akan dibeli oleh konsumen pada tingkat harga tertentu. Jika pada tingkat harga pasar adalah P_e , maka konsumen tertentu yang mampu membayar dengan harga lebih tinggi dari P_e maka kemampuan membayar diatas P_e tersebut merupakan keuntungan (surplus) yang mereka terima. Keuntungan lebih seperti ini oleh *Alfred Marshall* disebut surplus konsumen. Secara teori surplus konsumen (CS) ditunjukkan oleh luas area dibawah kurve permintaan tetapi diatas tingkat harga pasar. Pada kurve dibawah CS adalah segitiga $P_e P^* E$. Rentang wilayah batas bawah $Q = 0$ dan batas atas $Q = Q_e$ besarnya surplus konsumen adalah:

$$CS = \int_0^{Q_e} f(Q)dQ - Q_e P_e$$

Dalam hal fungsi permintaan berbentuk $P = f(Q)$ atau

$$CS = \int_{P_e}^{P^*} f(P)dP$$

Gambar.1.1
Kurve Surplus Konsumen



Dalam penelitian fungsi permintaan daerah wisata umbul Pengging adalah kurve permintaannya dibentuk dari kekerapan wisatawan ke umbul Pengging (V) sebagai variabel terikat (*dependent*) bersedia berwisata/berkunjung ke umbul Pengging dipengaruhi oleh

variabel bebas (*independent*) dalam model ini adalah biaya perjalanan pergi balik dari kediaman responden/wisatawan ke umbul Pengging. Biaya yang diperhitungkan disini hanya menggunakan besarnya biaya bahan bakar yang dikeluarkan, tidak memperhitungkan penyusutan kendaraan, kerusakan kendaraan, asuransi yang dikeluarkan.

Sehingga estimasi nilai yang dihasilkan hanya nilai minimal. Persepsi responden terhadap wisata syariah yang diukur merupakan tingkatan pendapat mereka terhadap wisata syariah. Pendapatan dalam membentuk fungsi permintaan disini adalah pendapatan yang diterima wisatawan per bulan tanpa memperhitungkan beban-beban yang ditanggung (pendapatan bruto). Pendidikan yang dipergunakan membentuk fungsi permintaan wisatawan yang berwisata ke umbul Pengging adalah tingkat pendidikan setiap pengunjung yang menjadi responden. Pendidikan ini sama dengan ijazah yang dimiliki oleh responden. Harga disini adalah besarnya tiket masuk ke obyek wisata umbul Pengging yang berlaku.

Masalah Dasar Metode Biaya Perjalanan/Travel Cost Method (TCM)

Masalah dasar TCM adalah mendefinisikan dan mengukur nilai aliran pelayanan wisata. Metode biaya perjalanan mengestimasi nilai pelayanan wisata dari tanah umbul dengan menggunakan perilaku wisatawan (konsumen) di pasar yang berkaitan. Kegunaan daerah wisata baik gratis atau dikenakan tiket yang minimum. Tanpa dengan biaya perjalanan pengunjung tidak dapat menikmati kepuasan berwisata. Biaya tersebut meliputi biaya perjalanan bahan bakar kendaraan, makan, penginapan, tol, tiket masuk yang dikenakan, dan pengeluaran-pengeluaran selama berwisata.

Secara implisit model ini tergantung pada biaya perjalanan yang dialami wisatawan yang bervariasi. Variasi dapat berupa penggunaan tempat wisata yang berbeda dari wisatawan satu dengan yang lain. Respon daerah wisata terhadap harga implisit membentuk dasar estimasi nilai untuk setiap daerah wisata dan perubahan kualitas daerah tersebut. Secara teori, pemodelan Travel Cost Method (TCM) tergantung pada dua asumsi yaitu *weak complementary* antara jasa wisata yang dinikmati dengan perbelanjaan waktu menikmatinya, dan asumsi *weak separability* antara kenikmatan dari jasa wisata dengan jasa barang-barang lain.

Weak complementary terjadi jika marginal utilitas atau marginal harga permintaan nol (0), yaitu jika tidak ada permintaan kuantitas barang komplementer pribadi. Berkaitan hal ini nilai suatu barang tergantung pada penggunaan individu di pasar barang pribadi. Dengan menggunakan asumsi *weak complementary* Travel Cost Method (TCM) meletakkan nilai jasa wisata tanah umbul tergantung perilaku penggunaan seseorang di pasar obyek yang bersangkutan. Maka juga tidak ada tambahan kepuasan yang diperoleh dari wisata yang disediakan tanah umbul tersebut.

Jika biaya kunjungan ke suatu daerah/obyek semakin mahal akan berdampak pengunjung berkurang karena kemampuan untuk berkunjung juga turun. Ini juga berdampak manfaat sosial marginalnya tidak ada (nol). Maka Travel Cost Method (TCM) tidak berlaku atau tidak bibenarkan mengestimasi daerah tersebut. Dalam hal yang demikian permintaan jasa wisata bukan hanya pengunjung wisata yang diperhitungkan meski mereka mempunyai niat berkunjung waktu mendatang.

Asumsi dasar kedua berhubungan dengan pemikiran pengunjung yang mempunyai fungsi kepuasan *weakly separable* terhadap jasa wisata. Dengan konsep fungsi kepuasan maksudnya barang apapun termasuk jasa wisata yang membentuk fungsi kepuasan dapat diasingkan dari kelompok yang tidak terkait antara satu dan lainnya. Maka fungsi permintaan

hanya tergantung harga dan bagian belanja dalam kelompok saja. Tugas estimasi elektronik dipermudah untuk memperbolehkan anggaran fungsi permintaan jasa wisata bebas dari permintaan harga barang bukan wisata.

Travel Cost Method (TCM) per Orang Dan Daerah (zonal)

Fungsi permintaan adalah linier, maka koefisien biaya perjalanan dapat digunakan untuk memperoleh permintaan perorangan suatu daerah wisata sebagai fungsi tiket masuk. Metode ini disebut sebagai pendekatan Travel Cost Method (TCM) perorangan/individu. Fungsi permintaan atau *Trip Generation Function* (TGF) untuk TCM perorangan meramalkan berapa banyak wisatawan melakukan kunjungan oleh individu i ke daerah wisata j (v_{ij}). Untuk meningkatkan tingkat estimasi TGF variabel – variabel lain sosio-ekonomi dapat dipergunakan sebagai variabel bebas dimasukkan dalam model. Juga dapat variabel variabel tersebut sebagai variabel dumi untuk menjelaskan jenis kunjungan yang dilakukan.

Model TCM selain perseorangan/individu adalah TCM daerah/zonal. Metode TCM zonal membuat hubungan antara jumlah kunjungan per zonal yang berbeda dengan biaya perjalanan. Daerah yang mengelilingi daerah wisata dibagikan ke beberapa zonal yang menjadi asal wisatawan. Biaya kunjungan dan lain-lain pengeluaran yang dikeluarkan wisatawan dari zonal satu dengan zonal lain maupun sosio-ekonomi akan terjadi bervariasi, Model yang dibentuk variabel dependennya variasi kunjungan pengunjung dari zonal berhubungan dengan biaya perjalan dan lain- lain pengeluaran serta sosio-ekonomi yang bervariasi dari zonal tersebut.

Metode Biaya Perjalanan/Travel Cost Method (TCM)

Mengestimasi permintaan tempat wisata dengan metode biaya perjalanan menggunakan variasi biaya perjalanan individu ke obyek (McConnell 1985). Kunjungan individu satu dengan yang lain ada perbedaan biaya yang dikeluarkan untuk sampai ke obyek wisata (Freeman 1974). Dalam *Travel Cost Method* besarnya biaya perjalanan menjadi elemen penting yang diperlukan (Loomis et al 2007). Secara teori kunjungan individu ke tempat wisata akan semakin berkurang, menunjukkan bahwa tempat tersebut semakin jauh dari kediaman pengunjung.

Tanggapan persepsi variasi harga dapat dipergunakan untuk mengestimasi nilai suatu obyek wisata. Perubahan kualitas obyek bisa terjadi jika keinginan wisatawan berkunjung tidak berkurang. Permintaan secara empiris dapat diestimasi dengan meregres kedatangan wisatawan ke obyek yang berangkutan dengan asumsi *weak complementary*. Biaya perjalanan perorangan dipergunakan sebagai anggaran harga kunjungan (t_c). Biaya perjalanan ini meliputi biaya jarak, biaya waktu, yang diperlukan pergi balik ke obyek wisata maupun tiket masuk.

Permasalahan Dalam TCM

Ada beberapa masalah dasar dalam penganggaran fungsi permintaan menggunakan pendekatan TCM. Masalah tersebut diantaranya;

1. Tidak menghitung biaya perjalanan untuk kunjungan ke daerah wisata alternatif, maka bisa jadi hasil penilaian menyebabkan bias.
2. Variabel terikat ada dua pendekatan yang dapat digunakan dengan individu, dapat juga dengan zonal. Kadang dapat terjadi kesulitan pengunjung untuk mengingat berapa kali sudah berkunjung tahun lalu untuk mereka yang sering berkunjung.

3. Pengunjung yang melakukan kunjungan ke berbagai tempat obyek wisata. Maka kunjungannya ke obyek tersebut hanya merupakan bagian dari seluruh biaya perjalanan yang dilakukan.
4. Biaya jarak yang digunakan juga masih dapat diperdebatkan. Mepergunakan biaya bahan bakar saja atau biaya kedaraan keseluruhan.
5. Biaya pengorbanan waktu dalam perjalanan berwisata.
6. Variabel terikat kurang dari satu tidak dicatat sebagai data.

ANALISIS DATA HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini variabel-variabel penentu wisatawan berkunjung di Umbul Pengging dipengaruhi oleh biaya perjalanan dari kediaman wisatawan ke obyek wisata pergi balik, persepsi terhadap wisata syariah yang sedang berkembang sat ini, tingkat pendapatan dan pendidikan wisatawan.

Analisis Kualitatif Responden

Survei dilakukan di Umbul Pengging dari Juni 2018 sampai Juli 2018. Pertanyaan ditanyakan ke responden tentang lokasi tempat tinggal (alamat), biaya perjalanan individu, jenis kendaraan, persepsi terhadap wisata syariah dan penghasilan bulanan serta tingkat pendidikan wisatawan. Tanggapan responden berkaitan dengan kepuasan, pembenhan/pembangunan, kepentingan kunjungan dan pelestarian. Sebanyak 170 responden yang efektif dikumpulkan. Informasi dari responden yang berwisata di Obyek Umbul Pengging dapat dianalisis seperti berikut:

Profil dan sosioekonomi wisatawan

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data langsung dari responden. Informasi sekunder diperoleh dari manajemen pengelola Umbul Pengging dan Dinas Pariwisata Kabupaten Boyolali. Pengambilan sampel dilakukan pada hari libur dan juga hari biasa. Perhatian dilakukan dalam memilih sampel agar tidak terjadi dubel perhitungan dalam satu keluarga.

Profil wisatawan yang berwisata di Umbul Pengging tergambarakan sebagai berikut:

Jenis Kelamin Responden

Tabel 1.
Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN	KUANTITAS	PROSENTASE
Perempuan	107	63%
Laki-laki	63	37%
Jumlah	170	100%

Tabel.1. menunjukkan bahwa dari 170 wisatawan ditemui ditempat penelitian dan dipilih secara acak. Seratus prosen responden tersebut menjawab kusioner yang dipersiapkan peneliti. Jenis kelamin responden 63% perempuan dan 37% laki-laki. Umbul Pengging perlu memperhatikan faslisitas berenang antara perempuan dan laki-laki. Perlu adanya pemisahan kolam untuk berenang perempuan dan laki-laki sehingga keseganan berenang campur laki-laki dan perempuan dapat dihindari/dihilangkan dan unsur syariah juga diperhatikan karena obyek/tempat berenang putra dan putri dipisahkan.

Usia Responden

Tabel. 2.
Usia Responden

USIA	KUANTITAS	PROSENTASE
Usia 17-30 tahun	44	26%
Usia 31-43 tahun	71	41,7%
Usia diatas 43 tahun	55	32,3%
Jumlah	170	100%

Nampak pada tabel.2, wisatawan berumur 17-30 tahun sebanyak 26%, berumur 31-43 tahun sebanyak 41,7 % dan berumur diatas 43 tahun 32,3%. Informasi ini menunjukkan bahwa daerah wisata Umbul Pengging pengunjungnya kebanyakan perempuan. Informasi ini memberikan masukan kepada manajemen atau pengelola untuk menyajikan hiburan hiburan yang disukai pada usia -usia tersebut dan kebanyakan wanita.

Biaya Perjalan Responden

Tabel.3
Biaya Perjalanan Responden

BIAYA PERJALANAN	KUNTITAS	PROSENTASE
Sampai dengan Rp50.000	22	13%
Sampai dengan Rp100.000	96	56%
Diatas Rp100.000	52	31%
Jumlah	170	100%

Biaya perjalanan wisatawan seperti nampak pada tabel.3 sebanyak 13% pergi balik responden mengeluarkan biaya untuk perjalanan mereka sampai dengan Rp50.000,-. Sebanyak 56% responden untuk pergi balik ke Umbul Pengging dengan biaya sebanyak sampai dengan Rp100.000,-. Dan sebanyak 31% mereka untuk pergi balik ke obyek wisata Umbul Pengging dengan pengeluaran biaya perjalanan lebih dari Rp100.000,-. Informasi ini dapat difahami bahwa pengunjung obyek wisata Umbul Pengging sudah dari tempat - tempat yang jauh. Maka untuk menjadikan perhatian perlunya tempat santai-santai yang luas serta tempat parkir yang memadai.

Pendapatan Responden

Tabel.4
Pendapatan Responden

PENDAPATAN RESPONDEN/BULAN	KUANTITAS	PROSENTASE
Kurang dari Rp2.000.000	91	53,5%
Antara Rp2.000.000 - Rp5.000.000	64	37,6%
Diatas Rp5.000.000	15	8,9%
Jumlah	170	100%

Pendapatan wisatawan sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel.4 responden berkunjung di Umbul Pengging sebagian besar berpendapatan kurang dari Rp 2.000.000,-

artinya mereka masih pada dibawah Upah Minimum yang ditetapkan pemerintah daerah, kelompok ini berjumlah sebanyak 53,5%. Berpenghasilan sampai Rp5.000.000,- sebanyak 37,6% dan berpenghasilan diatas Rp5.000.000,- sebanyak 8,9%. Informasi ini memberikan data bahwa obyek wisata Umbul Pengging merupakan obyek wisata yang bersifat inferior untuk wisatawan yang berpenghasilan diatas Rp5.000.000,-. Maka untuk menjadikan obyek ini agar tidak *inferior good* diperlukan adanya pembenahan/pembangunan obyek.

Pendidikan Responden

Tabel.5
Pendidikan Responden

PENDIDIKAN	KUANTITAS	PROSENTASE
SD - SLTP	85	50%
SLTA	18	10,5%
SARJANA	67	39,5%
Jumlah	170	100%

Pendidikan wisatawan Umbul Pengging seperti yang nampak pada tabel.5 diatas menunjukkan bahwa pengunjung didominasi berpendidikan SD dan SLTP sebanyak 50%. Berpendidikan SLTA 39,5% dan sarjana 39,5%. Obyek Umbul Pengging sebenarnya mempunyai potensi sejarah dan budaya yang diperlukan oleh dunia pendidikan. Potensi ini belum digarap oleh pengelola sehingga pengunjung masih banyak berpendidikan SLTA kebawah, serta mereka yang berpendidikan sarjana yang memerlukan layanan sejarah dan budaya mereka tidak mendapatkan layanan pengembangan ilmu pengetahuan tersebut. Maka pengelola perlu pemikiran suatu cara bagaimana adanya guide yang bisa memberikan layanan tentang sejarah Umbul Pengging.

Kepentingan Kunjungan Responden

Tabel.6
Kepentingan Kunjungan

KEPENTINGAN KUNJUNGAN	KUANTITAS	PROSENTASE
Olah Raga	50	29,41%
Renang	116	68,23%
Menikmati Keindahan Alam dan lain-lain	4	2,36%
Jumlah	170	100%

Seperti di tabel.6 kepentingan kunjungan para wisatawan didominasi untuk berolah raga sebanyak 29,41%. Khusus berwisata berenang sebanyak 68,23% dan berwisata dengan menikmati keindahan alam dan lain lain sebanyak 2,36%. Pada umumnya mereka yang mempunyai kepentingan lain khususnya mereka yang penelitian berkaitan dengan sejarah dan

budaya mereka kurang mendapat layanan karena kurangnya layanan pengelola yang faham asal – usul Umbul Pengging maupun sejarah dan budaya semasa kerajaan Mataram Islam. Hubungannya umbul Pengging dan Kraton Kasunaan Surakata Hadiningrat masih berkuasa/berjaya.

Kepuasan Responden

Tabel.7
Kepuasan Responden Terhadap Kesyariahan

KEPUASAN RESPONDEN	KUANTITAS	PROSENTASE
Tidak Puas	12	8,23%
Netral	156	91,76%
Puas	2	0,01%
Jumlah	170	100%

Pada tabel.7 kepuasan responden berkunjung di obyek wisata Umbul Pengging terhadap kesyariahnya mereka menyatakan tidak puas sebanyak 8,23%. Kepuasan yang mereka dapat biasa-biasa saja atau netral sebanyak 91,76%. Sedang mereka yang merasa puas ketika berwisata di Umbul Pengging hanya sebanyak 0,01% saja.

Tanggapan Responden Berkaitan Pembinaan Wisata Syariah

Tabel.8
Tanggapan Berkaitan Pembinaan Wisata Syariah

PEMBINAHAN	KUANTITAS	PROSENTASE
Setuju tidak ada pembinaan syariah	13	7,65%
Setuju ada pembinaan syariah	157	92,35%
Jumlah	170	100%

Tanggapan wisatawan terhadap pembinaan Umbul Pengging menjadi wisata syariah sebanyak 7,65% mereka menyatakan tidak setuju adanya pembinaan, dan sebanyak 92,35% menyatakan setuju dengan adanya pembinaan Umbul Pengging. Ini perlu menjadi bahan pertimbangan untuk pengelola dalam pembinaan menjadi wisata syariah agar obyek wisata Umbul Pengging tidak lagi menjadi tujuan wisata yang inferior tetapi juga dikenal oleh kalayak yang lebih luas sebagai destinasi wisata syariah.

Tabulasi silang

Tabulasi silang usia reponden dan pembinaan obyek wisata syariah. Responden yang mendukung pembinaan obyek wisata syariah sebanyak 92,35% responden. Sebanyak

76,43% responden berusia 17-30 tahun. Sebanyak 15,92% responden berusia 31 – 43 tahun. Sebanyak 0% berusia lebih dari 43 tahun. Responden yang tidak mendukung pembenahan obyek wisata sebanyak 7,65% responden mereka terdiri dari usia 17 -30 tahun sebanyak 0%. Usia 31 -43 tahun sebanyak 0% dan usia lebih dari 43 tahun sebanyak 7,65%.

Tabel.2.1

Tabulsi Silang Usia Responden dengan Pembenahan Obyek Wisata Syariah

Sikap Terhadap pembenahan wisata syariah	Usia 17 – 30 Tahun	Usia 31–43 Tahun	Usia Diatas 43 Tahun	Jumlah
Setuju	120(76,43%)	37(15,92%)	0(0%)	157(92,35%)
Tidak Setuju	0(0%)	0(0%)	13(7,65%)	13(7,65%)
Jumlah	120(76,43%)	37(15,92%)	13(7,65%)	170(100%)

Usia responden berhubungan negatif dengan pembenahan obyek wisata syariah dan berhubungan positif dengan tiada perbaikan seperti ditunjukkan oleh tabel.2.1 diatas. Ini dapat ditafsirkan bahwa generasi muda menghendaki adanya perbaikan – perbaikan sedangkan generasi tua menghendaki adanya kelestarian obyek.

Tabel.2.2

Tabulasi Silang Usia dan Kepentingan Kunjungan

Kepentingan Kunjungan	Usia 17 – 30 Tahun	Usia 31 – 43 Tahun	Usia Diatas 43 Tahun	Jumlah
Renang	95(55,88%)	11(6,47%)	10(5,88%)	116(68,23)
Olah Raga	0	20(11,76%)	30(17,65%)	50(29,41%)
Menikmati Keindahan Alam dan lain-lain			4(2,36%)	4(2,36%)
Jumlah	95(55,88)	31(18,23%)	44(25,89)	170(100%)

Dari tabel.2.2 kepentingan kunjungan dilihat dari segi usia nampak bawa mereka yang tujuannya untuk berenang sebanyak 68,23%. Olah Raga tenis sebanyak 29,41% dan berwisata menikmati keindahan alam dan lain-lain kepentingan sebanyak 2,36%. Berdasarkan usia mereka bertujuan berenang mayoritas usia remaja antara 17 -30 tahun sebanyak 55,88%. Renang dan tenis sebanyak 18,23% terbagi atas renang 6,47% dan tenis 17,65%. Mereka yang usia 43 tahun keatas sebanyak 25,89%, mereka mempunyai kepentingan sebanyak 5,88 % berenang, sebanyak 17,65% tenis dan sebanyak 2,36% berwisata menikmati keindahan alam dan keperluan lain.

Tabel.2.3 dibawah ini tampak bahwa dilihat dari segi pendapatan dan kepuasan yang diperoleh wisatawan nampak bahwa mereka terbagi dari tiga kelompok pendapatan, sebanyak 0,01% kelompok berpenghasilan kurang dari 2 juta sebulan. Sebanyak 33,53% berpenghasilan 2 – 5 juta sebulan dan sebanyak 66,46% berpenghasilan diatas 5 juta sebulan. Kepuasan yang didapat wisatawan atas wisatanya di Umbul Penggging terbagi pada mereka yang merasa tidak puas sebanyak 0% responden dengan penghasilan kurang dari 2 juta sebulan. Sebanyak 0% berpenghasilan 2juta – 5 juta sebulan dan 8,23% berpenghasilan diatas

5 juta sebulan. Mereka yang menyatakan netral sebanyak 0% berpenghasilan kurang dari 2 juta sebulan. Sebanyak 33,53% berpenghasilan antara 2 juta – 5 juta sebulan dan 58,23% berpenghasilan diatas 5 juta sebulan. Selanjutnya mereka yang menyatakan puas sebanyak 0,01% berpendapatan kurang dari 2 juta sebulan, 0% berpenghasilan 2 juta – 5 juta sebulan dan sebanyak 0% berpenghasilan diatas 5 juta sebulan.

Tabel.2.3

Tabulasi Silang Antara Kepuasan Wisata Syariah dan Kelompok Penghasilan

Kepuasan	Penhasilan < 2 juta/bulan	Penghasilan 2 juta – 5 juta/bulan	Penghasilan > 5 juta/bulan	Jumlah
Tidak puas	0(0%)	0(0%)	12(8,23%)	12(8,23%)
Netral	0(0%)	57(33,53%)	99(58,23%)	156(91,76%)
Puas	2(0,01%)	0(0%)	0(0%)	2(0,01%)
Jumlah	2(0,01)	57(33,53)	111(66,46)	170(100%)

Penggunaan air umbul dapat digunakan berbagai penggunaan misal dilestarikan sebagai kolam renang, untuk wisata air syariah atau juga dapat dikomersialkan menjadi industri air minum yang dikelola oleh lembaga atau badan usaha. Tanggapan masyarakat terhadap pengelolaan air umbul ada berbagai kegunaan. Dilestarikan sebagai umbul kolam renang syariah ada juga yang ingin dikomersialkan atau menjadi air minum yang dikelola oleh badan usaha. Tabel.2.4 memperlihatkan tanggapan wisatawan terhadap wisata Syariah konvensional dan campuran adalah seperti berikut:

Tabel.2.4

Tabulasi Silang Antara Wisata Syariah, Konvensional dan Campuran Dengan Usia Responden

Pilihan Responden	Usia 17 – 30 tahun	Usia 31 – 43 tahun	Usia diatas 43Tahun	Jumlah
Wisata syariah	90(52,93%)	50(29,41%)	10(5,90%)	150(88,24 %)
50% Konvensional	0(0%)	15(8,82%)	0(0%)	15(8,82%)
100% Campuran	5(2,94%)	0(0%)	0(0%)	5(2,94%)
Jumlah	95(55,87%)	65(38,23%)	10(5,90%)	170(100%)

Tanggapan wisatawan terhadap isu perubahan menjadi wisata syariah, konvensional, campuran berdasarkan usia tampak bahwa sebanyak 88,24% setuju menjadi wisata syariah yang terdiri dari usia 17 – 30 tahun sebanyak 52,93%, usia 31 -43 tahun sebanyak 29,42%,

usia diatas 43 tahun sebanyak 5,9%. Memberi tanggapan separuh konvensional mereka yang berusia antara 31 - 43 tahun sbanyak 8,82%. Dan yang menghendaki semua konvensional mereka yang berusia 17 – 30 tahun sebanyak 2,94%.

Tabel.2.5

Tabulasi Silang Antara Wisata Syariah, Konvensional dan Campuran Dengan Penghasilan Responden

Pilihan Responden	Penhasilan < 2 juta/bulan	Penghasilan 2 juta – 5 juta/bulan	Penghasilan > 5 juta/bulan	Jumlah
Wisata Syariah	130(76,47%)	8(4,70%)	15(8,83%)	153(90%)
50% Konvensional	0(0%)	13(7,65%)	0(0%)	13(7,65%)
100% Campuran	4(2,35%)	0(0%)	0(0%)	4(2,35)
Jumlah	134(78,82%)	21(12,35%)	15(8,83%)	170(100%)

Tanggapan responden berkaitan isu wisata syariah, konvensional dan campuran sebanyak 90% menghendaki sebagai wisata air syariah yang terbagi pada pendapatan kurang dari 2 juta sebanyak 76,47%, berpenghasilan antara 2juta – 5juta sebanyak 7,65%. Serta yang setuju semua campuran sebanyak 2,35% mereka yang berpenghasilan diatas 5juta.

Tabel.2.6

Tabulasi Silang Antara Wisata Syariah, Konvensional, Campuran Dengan Pendidikan Responden

Pilihan Responden	Pendidik SD - SLTP	Pendidikan SLTA	Pendikan S1 S2 S3	Jumlah
Wisata Syariah	10(5,9%)	20(11,75%)	125(73,52%)	155(91,17%)
50% Konvensional	10(5,88%)	0(0%)	0(0%)	10(5,88%)
100% Campuran	0(0%)	5(2,95%)	0(0%)	5(2,95%)
Jumlah	20(11,78%)	25(14,70%)	125(73,52%)	170(100%)

Dari isu wisata syariah, konvensional dan campuran dilihat dari tingkat pendidikan wisatawan atau responden, sebanyak 91,17% menghendaki sebagai obyek wisata air syariah mereka terdiri dari mereka berpendidikan S1 S2 S3 sebanyak 73,52%, SLTA sebanyak 11,75%, SLTP sebanyak 5,9%. Yang berkeinginan konvensional sebanyak 5,88% responden, terdiri dari mereka berpendidikan SD_SLTP dan yang menghendaki seratus persen campuran sebanyak 2,95% mereka berpendidikan SLTA.

Dari data hasil survei dianalisis dengan regresi berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$V_{ij} = 85,867 - 0,0251 X_1 + 0,001X_2 - 0,007X_3 + 0,004X_4 \quad (1)$$

$$(7,06)** \quad (-1,95)** \quad (0,00) \quad (-0,009)** \quad (1,295)***$$

$$R^2 = 0,237$$

$$F = 0,6$$

Nilai dalam kurung adalah T-test

** = Signifikan pada uji 5%

*** = Signifikan pada uji 1%

R Square, $R^2 = 0,237$, Adjusted $R^2 = 0,219$

Koefisien determinasi, R^2 mengukur proporsi dari variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Sebuah R^2 yang lebih tinggi akan berarti bahwa garis persamaan Y dihitung cocok dekat dengan titik data (Ahmad 1994).

Namun, R^2 untuk studi itu ditemukan rendah sebesar (0. 237), dengan hanya 23,7% yang menjelaskan kunjungan per tahun oleh responden. Hal ini mungkin karena terbatasnya jumlah variabel independen yang digunakan dalam model. Mungkin ada variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan kunjungan ke destinasi wisata syariah yang tidak dimasukkan dalam model. Setiaji mengatakan nilai $R^2 = 0,2$ atau 0,3 untuk survei datanya bersifat *cross section* sudah cukup baik model yang dibentuk (Setiaji 2009). Ini juga menunjukkan jumlah anggota sampel yang besar karena semakin besar ukuran sampel maka nilai R^2 cenderung makin kecil.

T-test pada interval kepercayaan 95% (t-tabel nilai 1,96) dipergunakan untuk menguji signifikansi statistik dari koefisien regresi. Setiap nilai t-dihitung yang lebih besar dari nilai t-tabel berarti bahwa variabel tersebut memainkan peran penting dalam menentukan variabel dependen (Mohd Azmi 1996).

Dalam studi ini, ditemukan bahwa biaya perjalanan dan pendapatan serta pendidikan signifikan sementara biaya pengorbanan persepsi wisata syariah ditemukan tidak signifikan. Tanda-tanda negatif dari biaya perjalanan dan pendapatan tersirat bahwa variabel-variabel tersebut berbanding terbalik dengan variabel dependen. Koefisien beta untuk X_1 tersirat bahwa kenaikan Rp1000 dalam biaya perjalanan akan mengurangi kunjungan sebanyak 2,51 kunjungan per tahun.

Hubungan negatif dari biaya perjalanan konsisten dengan teori permintaan dimana kenaikan harga mengurangi kuantitas. Hal ini menunjukkan bahwa responden dari lokasi lebih yang lebih jauh domisilinya akan semakin sedikit kesempatan untuk berkunjung karena mereka harus menanggung biaya lebih tinggi perjalanan ke Umbul Pengging. Harga meningkat (P) maka jumlah yang diminta (Q) turun.

Hubungan terbalik pendapatan dan berkunjung menunjukkan bahwa Umbul Pengging adalah barang inferior. Seiring dengan peningkatan penghasilan bulanan, pengunjung melakukan kunjungan yang lebih sedikit untuk Umbul Pengging. Hal ini mungkin disebabkan fakta bahwa pendapatan bulanan rata-rata pengunjung untuk Umbul Pengging Rp3,9 juta. Peningkatan pendapatan dapat menggeser permintaan oleh para pengunjung ke obyek wisata syariah lebih menarik yang memiliki fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan mereka karena pengunjung melakukan substitusi antar destinasi (Ward & Beal 2000).

Pendidikan wisatawan menunjukkan hubungan yang positif memberikan informasi adanya petunjuk bahwa semakin tinggi pendidikan wisatawan semakin berminat berkunjung ke destinasi tersebut. Berkemungkinan ia ingin tahu sejarah keberadaan umbul tersebut, ini perlu pemikiran perlu tidaknya guide yang faham akan sejarah tempat tersebut dan signifikan (Weber 2006).

Perhitungan nilai ekonomi destinasi obyek fungsi permintaan ditentukan dan diperkirakan. Untuk penelitian ini, konsep surplus konsumen digunakan, seperti yang

ditunjukkan oleh luas area di bawah kurva permintaan diatas garis harga. Dengan asumsi *ceteris paribus* (variabel lainnya adalah konstan), kecuali untuk biaya perjalanan. Fungsi permintaan ditunjukkan seperti di bawah ini:

$$V_{ij} = - 0,0251 X_1 + 85,867 \quad (2)$$

Ukuran surplus konsumen dapat diperkirakan dengan mengambil integral dari fungsi permintaan dalam Persamaan (2). Surplus konsumen diperkirakan Rp504 juta per tahun dengan biaya nol. Untuk mendapatkan manfaat individu wisata syariah Umbul Penggging, surplus konsumen rata-rata untuk setiap kunjungan, di mana Rp504 dibagi dengan kunjungan maksimum. Ini sama dengan Rp5,8 juta/orang/kunjungan/tahun.

Untuk memperkirakan nilai ekonomi total Umbul Penggging, surplus konsumen / orang / kunjungan / tahun kemudian dikalikan dengan jumlah total pengunjung per tahun (satu pengunjung berkunjung satu kali satu tahun). Pada tahun 2018, total kunjungan Umbul Penggging dari sampel, rata-rata kunjungan per orang diperkirakan 1,48 kunjungi / orang. Oleh karena itu rata-rata pengunjung untuk Umbul Penggging pada tahun 2018 diperoleh dengan membagi total kunjungan 2018 dibagi rata-rata kunjungan tahun tersebut. Nilai ekonomi total Umbul Penggging sebagai destinasi pariwisata syariah diperkirakan sebanyak Rp44.565 juta untuk tahun 2018.

Manfaat Ekonomi Pariwisata

Manfaat Wisata syariah yang mempunyai ciri bentuk bukan pasar fungsi permintaannya tidak bisa diestimasi dengan model estimasi biasa. Secara teori model penilaiannya dengan mempergunakan teori konsumen dan kriteria ekonomi kesejahteraan. Model estimasi yang bisa digunakan dengan model biaya perjalanan (Cesario, 1976); (Jamal et al. 2004). Metode biaya perjalanan yang pertama dan banyak dipergunakan untuk manfaat wisata. Pertama dimulai dari surat Harold Hotelling untuk ketua pengelola Taman Negara Amerika Serikat tahun 1947, dan secara resmi diperkenalkan di tulisan Wood dan Trice (1958) serta Clason dan Knetsch (1966). Metode biaya perjalanan kebanyakan digunakan dalam beberapa penelitian di Malaysia. Diantaranya penelitian tentang peluang-peluang wisatawan Pulau di Langkawi (Ahmad, 1994).

Wisata luar dibagi menjadi beberapa jenis, salah satu diantaranya wisata berdasarkan sumber alam. Dipandang dari aspek ekonomi, manfaat wisata alam berbentuk nilai penggunaan tidak langsung. Tetapi dalam suatu kasus dapat dianggap sebagai nilai penggunaan langsung seperti aktivitas memancing atau perburuan (Kumari, 1994).

Wisata alam, seperti pantai, sungai, pegunungan, rawa-rawa, umbul mempunyai banyak fungsi khususnya memberikan peluang wisata syariah kepada manusia. Umbul dapat memberikan jasa layanan wisata yang meliputi dari kesenangan pasif dan pasif serta menantang, seperti melihat kehidupan liar dan melihat burung, mengamati ikan rafting disepanjang sungai sekitar umbul.

Sumber-sumber lingkungan dan sumber asli lain layanan wisata oleh rawa-rawa dan air mempunyai ciri penting (Freeman 1992); (Hanley dan Spash 1995); (Sinden dan Worrel 1978). Pertama ciri terpenting nilai ekonomi layanan ini sangat tergantung sifat ekosistem dan cara pengelolaannya. Pengunjung dan wisatawan yang datang ke tempat ini dikarenakan karena adanya faktor keunikan, daya tarik landskip, spesies flora dan fauna (*biodiversity*) mengeplotasi nilai-nilai keislaman sehingga tempat tersebut perlu dilindungi. Perlindungan tersebut ditentukan oleh kualitas dan kuantitas air, udara dan tanah di tempat tersebut.

Sekiranya tanah umbul tidak dilindungi, kebijakan manajemen penebangan pohon, penangkapan ikan dilakukan secara komersial, persaingan hak penggunaan tanah dan air, intensitasnya tidak terkontrol maka dapat menyebabkan pencemaran lingkungan. Pengelolaan ekosistem tanah umbul dan kebijakan dalam pengelolaan sumber akan mempengaruhi potensi umbul sebagai komoditi ekonomi. Maka penting untuk mengetahui bagaimana ciri-ciri ekosistem dan kebijakan pengelolaan yang memberikan pengaruh terhadap nilai wisata tanah umbul tersebut.

Kedua tanah umbul memberikan layanan jasa wisata gratis yang dilindungi, walau dengan biaya tiket masuk yang juga dipungut. Lazimnya nilai tiket masuk yang diberlakukan terlalu rendah dan tidak memberikan beban biaya terhadap permintaan. Keadaan ini keduanya tidak terdapat variasi atau hanya sedikit variasi dalam data harga yang diperlukan untuk estimasi fungsi permintaan secara ekonometrik. Meski berkaitan dengan estimasi permintaan, ia tidak menggambarkan kesediaan membayar untuk memperoleh layanan jasa wisata tersebut, maka pendekatan alternatif diperlukan dalam menilai daerah wisata syariah.

Ketiga jasa layanan wisata tanah umbul yang dilindungi ini unik, artinya jasa yang diberikan tidak dapat dipindahkan ke obyek lain. Setiap wisatawan perlu berwisata ke obyek tersebut untuk mendapatkan jasa layanan tersebut. Kunjungan ini berhubungan dengan biaya dan persepsi terhadap destinasi wisata syariah dimana biaya perjalanan antara wisatawan satu dengan yang lain berbeda. Ciri ini penting sebagai langkah untuk menjawab ketiadaan variasi harga untuk memperoleh manfaat berwisata ke obyek tersebut. Perbedaan biaya perjalanan dapat digunakan untuk mengestimasi fungsi permintaan secara ekonometrik. Respon wisatawan termasuk bukan pengunjung merupakan dasar untuk menghitung nilai jasa wisata dan perubahan kualitas kesyariahan tempat tersebut. Perubahan kualitas tempat tersebut disebabkan oleh kebijakan pengelolaan sumber atau tingkat penggunaan pengunjung.

KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa Umbul Pengging adalah obyek populer untuk wisata luar di Boyolali JawaTengah tetapi inferior kesyariahannya dan untuk wisatawan berpenghasilan diatas 5juta. Nilai ini bersarkan estimasi nilai minimal. Informasi ini berguna untuk lembaga manajemen mungkin perlu tahu apakah fasilitas dan layanan wisata syariah yang diberikan memiliki manfaat para pengunjung. Ukuran surplus konsumen menunjukkan nilai dari Umbul Pengging untuk para pengunjung. Peningkatan layanan destinasi perlu menjadi prioritas manajemen sehingga kepuasan pengunjung meningkat. Penyajian peningkatan kepuasan dapat berefek menarik pengunjung baru.

Penelitian ini fokus pada metode biaya perjalanan dengan tambahan empat variabel lainnya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendapatan dapat mengubah permintaan dari obyek wisata baik secara positif maupun negatif. Kenaikan pendapatan pengunjung bisa jadi mengubah obyek berwisata yang menjadi pilihan. Untuk manajemen perbaikan kenyamanan wisata syariah diperlukan. Pendidikan menunjukkan hubungan yang positif perlu menjadi pemikiran kepada pihak manajemen perlu tidaknya *guide* yang faham sejarah keberadaan Umbul Pengging yang dapat memberikan informasi kepada pengunjung. Disarankan variabel lain dapat ditambahkan dalam analisis regresi untuk membangun model yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Jaelani, 2017. Industri Wisata Halal di Indonesia Potensi dan Prospek. MPRA. Online at <https://mpra.ub.uni-menzen.de/76237/MPRAS Paper no.76237>.
- Addin Maulana, 2016. Pengaruh Kunjungan Wisatawan Mancanegara Dan Perjalanan Wisatawan Nusantara Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Pariwisata Indonesia. Jurnal Kepariwisata Indonesia. Vol.11. N0.1 Juni 2016. ISSN 1907-9419.
- Ade Ela Pratiwi, 2016. Analisis Pasar Pariwisata Syariah di Kota Yogyakarta. Jurnal Media Wisata. Vol.14.No.1.
- Alisjahbana A.S, 2000. Pengembangan Pariwisata Daerah Memasuki Era Otonomi Daerah dan Desentralisasi. Makalah pada Seminar Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI). Bandung
- Ahmad, S. 1994. Demand for and value of outdoor recreation in Langkawi by Domestic Visitors. Thesis for Doctoral of Philosophy, UPM, Serdang. Pp. 279.
- Cooper C., Fletcher J., Gilbert D., Wanhill S., 1996. Tourism Principles & Practice, Longman, London.
- Cesario, F. J. 1976. Value of time in recreation benefit studies. Jurnal Land Economics 52 (1): 32-41.
- Clawson M and Knetch J, 1966. Economic of Outdoor Rereation. Dlm Hanley, Nick & Spansh, Clive. L (Pnyt). Cost-Benefit Analysis and the Environment. Edward Elgar Publishing Limited. Dan Hukum Al-Ahkam. Vol.2.No.1.
- Fadil Amin Al Hasan, 2017. Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Indonesia.(Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah). Jurnal Ilmu Syariah
- Damanik J., Weber HF., 2006. Perencanaan Ekowisata, dari Teori ke Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. 2005 Rencana Strategis Pembangunan dan kepariwisataan Nasional 2005-2009. DepBudPar Indonesia.
- Elliot, P, Reed, R. & Franklin, J. 2001. The Valuation of National Parks - Analysis, Methodology and Reliability; Paper presented at The Inaugural IASCP Pacific Regional Meeting, Brisbane, September. Pp.16.
(<http://dlc.dlib.indiana.edu/archive/00001037/00/El1iott2001.pdf>).
- Emil Salim., 1992. Dlm. Pembangunan Berkelanjutan Mencari Format Politik. Yayasan EPES. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Freeman, A.M. 1994. The Measurement of Environmental and Resources Value: teori and methods. Woshington, D.C: Resources for the Future.
- Hackett, S. C. The recreational Economic Value of the Eastern Trinity Alps Wilderness. (2000. http://www.humboldt.edu/~envecon/econ_423/trinityAlps.html).

- Helln Angga Devy, 2017. Pengembangan Obyek Wisata Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. Jurnal Sosiologi DILEMA, Vol.32. No. 1. 2017. ISSN 0215/9635
- Jamal Othman, Basri Abdul Talib, Redzuan Othman, 2004. Nilai Ekonomi Khidmat Rekreasi Taman Pertanian Malaysia, Shah Alam. IJMS. 11 (1): 165-179.
- Keraf, A.S., 2006. Etika Lingkungan, Kompas, Jakarta
- Kurniawan Gilang Widagdyo, 2015. Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. The Journal of Tauhidinimics. Vol 1.No.1 73-80
- Kumari Kanta, 1994. Sustainable Forest Management in Peninsular Malaysia: Towards Total a Total Economic Valuation Approach. East Anglia University. DX1802.
- Lucky Setiawan, Ida Ayu Suryaningsih 2016. Karakteristik Dan Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Pantai di Kota Pariaman Sumatera Barat. Jurnal Destinasi Pariwisata. Vol. 4. No.1.2016.ISSN 2338-8811.
- Loomis, J.B. Juan Marcos Gonzalez, Armando Gonzalez-Caban, 2007. Spatial Limits of the TCM: Island Effects. JEL: Agricultural and Natural Resource Economics.
- Mc Nally, R. & Mohd. Shawahid, O. 2002. Environmental Economics: A Practical Guide. WWF, UPM Selangor. Pp. 123. Publishers B.V.11:677-722.
- McConnell, K.E.1985. The economics of outdoor recreation. Dlm. Kneese, A.V. & Sweeney. J.L.(Penyt) Handbooks of natural resource and energy economics, Elsevier Science
- Mohd Azmi, M. I. 1996. Demand for Recreation at Lentang Forest Recreation Area. Bachelor Degree Thesis. Universiti Pertanian Malaysia. Pp. 98.
- Rahmi Syahriah, 2014. Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Sara dan Derivasinya Dalam Al-Qur'an). Jurnal Human Falah.Vol.1.No.2
- Setiaji, Bambang (2009), *Jalan Mudah ke Analisis Kuantitatif*, Surakarta: Al-es'af Press
- Safri M., 2003. Kajian Pengelolaan Taman Nasional Kerinci Seblat Dalam Perspektif Ekonomi Lingkungan, Disertasi Doktor IPB Bogor
- Santoso S.P. 2002. Pengembangan Pariwisata Indonesia. Kontibusi dalam Kolom Pakar Pinter, dalam talian <http://www.kolom.pacific.net.id/ind>
- Soekadijo R.G., 1996. Anatomi Pariwisata, Gramedia,Jakarta
- Soemarwoto O., 1997. Ekologi Lingkungan Hidup dan Pembangunan,Djambatan, Jakarta
- Yoeti O.A., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata, Angkasa, Bandung
- Ward, F. A. & Beal, D. 2000. Valuing Nature with Travel Cost Methods. Massachusetts. Edward Elgar Publishing.
- Wood, S. And Trice, A. 1958. Measurement of Recreation Benefits. Land Economics, 34: 195-207.