

Original Research

# Valuasi Ekonomi Objek Wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau Kota Palangka Raya

John Terry<sup>1,2,\*</sup>, Abdul Mukti<sup>3</sup>, Revi Sunaryati<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Alumni Program Studi Magister Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan Universitas Palangka Raya

<sup>2</sup> Yayasan WWF-Indonesia, Palangka Raya, Kalimantan Tengah

<sup>3</sup> Dosen Program Studi Magister Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan Universitas Palangka Raya

\* Korespondensi: John Terry (Email: dayakness@gmail.com)

Diterima: 17 Maret 2020

Direvisi: 17 April 2020

Disetujui: 22 April 2020

## Abstract

The purpose of this study was to analyze the economic valuation of tourism objects at the Kereng Bangkirai Pier, Sebangau River, Palangka Raya City. It also analyzes the willingness to pay (WTP) as public participation to manage the tourism object of Kereng Bangkirai Pier. The respondents grouped into two categories, namely tourists/visitors and the community around the site; each consist of 28 persons. The results show that the WTP value is 1.633726273, which is ranged from 1 to 2 value. The real WTP falls in the second range (Rp. 5.000,00 - Rp. 7.000,00 per person), or Rp. 6.300,00 per visitor precisely. The variables influencing the PAPs value are age: (-0.368814), education (-0.514952), tourist attraction (-3.599377), site cleanness (-1.181992), and satisfaction with tourist attraction (-0.261969).

## Keywords

*Willingness to pay (WTP), contingent valuation method (CVM), Sebangau, river, tourism, Kereng Bangkirai*

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian dunia. Sektor pariwisata merupakan industri yang potensial untuk dikembangkan dan berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat lokal (Wibowo, 2019). Sektor pariwisata mampu menggerakkan roda ekonomi yang saling terkait satu dengan lainnya menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian dunia (Naude dan Saayman, 2005).

Kawasan wisata yang cukup berpotensi di wilayah atau sekitar Kota Palangka Raya salah satunya adalah objek wisata Dermaga Kereng Bangkirai yang terletak di Kelurahan Kereng Bangkirai Kecamatan Sebangau Kota Palangka Raya, yang sering disebut dengan nama "Pesona Wisata Alam Air Hitam Sungai Sebangau Kota Palangka Raya". Dermaga Kereng Bangkirai merupakan pintu gerbang utama menuju kawasan Taman Nasional Laboratorium Alam Lahan Gambut (LAHG). Sebangau merupakan kawasan ekosistem gambut seluas 50.000 ha yang dikelola oleh UPT Laboratorium Lahan Gambut-Center for International Cooperation in Sustainable of

*Tropical Peatlands (CIMTROP) Universitas Palangka Raya* sejak tahun 1998.

Wilayah objek wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau termasuk kedalam wisata alam air hitam. Hitamnya air ini bukan karena pencemaran atau limbah, tetapi air di sungai Sebangau masih alami dan segar meski rasanya sedikit kesat dan agak pahit jika diminum. Penyebab dari air berwarna hitam ini adalah karena tingginya kandungan zat tannin. Tannin adalah sejenis senyawa yang keluar dari dalam dasar tanah serta rawa gambut.

Kawasan ini menjadi salah satu tujuan pengunjung yang banyak diminati karena menyajikan pemandangan dan panorama alam nan eksotik, air hitam dan tumbuhan Rasau (*Pandanus helicopus*) berjejeran di pinggir sungai dan sekitarnya. Apalagi didukung oleh aksesibilitas yang cukup dekat, dimana kawasan ini hanya berjarak sekitar 12 km dari jantung Kota Palangka Raya. Panorama keindahan dan fasilitas di dermaga Kereng Bangkirai disajikan pada Lampiran.

Objek wisata dermaga Kereng Bangkirai memiliki peranan penting dalam pembangunan sektor ekonomi, khususnya di Kota Palangka Raya. Akan tetapi kunjungan wisatawan berdampak negatif terhadap penurunan

kualitas sumber daya alam dan lingkungan. Oleh karena itu, para pengunjung yang bertamasya ke objek wisata Dermaga Kereng Bangkirai perlu memberikan kompensasi berupa kesediaan untuk membayar (*willingness to pay*) dalam rangka perawatan tempat wisata serta memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisatawan untuk berkunjung ke lokasi tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk memvaluasi objek wisata dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau Kota Palangka Raya serta menganalisis kesediaan untuk membayar (*willingness to pay/WTP*) pengunjung dalam rangka pengelolaan objek wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau di kota Palangka Raya.

## 2. METODOLOGI

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode survei. Penelitian ini dilaksanakan di Dermaga Kereng Bangkirai, Kawasan Pesona Wisata Alam Air Hitam Sungai Sebangau, Kecamatan Sebangau, Kota Palangka Raya selama 3 (tiga) bulan yaitu Agustus-Oktober 2019. Sampel penelitian ditentukan dengan metode *snowball sampling* (metode bola salju) dimana penelitian ini merupakan penelitian *accidentally random sampling*.

Variabel pada penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel X (bebas) dan variabel Y (terikat). Variabel bebas (X) berupa karakteristik responden yang terdiri dari: jenis kelamin ( $X_1$ ), usia ( $X_2$ ), tingkat pendidikan ( $X_3$ ), pekerjaan ( $X_4$ ), tingkat pendapatan ( $X_5$ ), status pernikahan ( $X_6$ ), jumlah tanggungan ( $X_7$ ), jarak tempuh ( $X_8$ ), biaya perjalanan ( $X_9$ ), pengetahuan tentang wisata ( $X_{10}$ ). Variabel terikat (Y) terdiri dari kesediaan membayar/WTP ( $Y_1$ ), dan besar nilai WTP ( $Y_2$ ).

Data dikumpulkan dengan cara observasi, kuisioner, wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis linier berganda yang diformulasikan dalam model matematik sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + \dots + e$$

Untuk mengestimasi besarnya nilai WTP yang bersedia dibayarkan oleh wisatawan dalam upaya pelestarian lingkungan Objek Wisata Dermaga Kereng Bangkirai menggunakan analisis CVM dengan tahapan berikut.

### 1. Membuat Pasar Hipotetik

Responden diberikan sejumlah pertanyaan mengenai kesediaannya untuk membayar retribusi dan besarnya retribusi dalam jumlah angka yang sanggup dibayarkan. Alat survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner. Kuisioner ditujukan untuk memberikan deskripsi tentang mengapa seluruh responden seharusnya membayar dan bagaimana mekanismenya

termasuk meliputi aspek dari pasar hipotetiknya.

### 2. Penawaran Besaran Nilai *Willingness To Pay* (WTP)

Besarnya nilai tawaran yang diajukan kepada responden ditetapkan berdasarkan wawancara dengan pengelola objek wisata, sebagai berikut:

- < Rp. 5.000,00
- > Rp. 5.000,00 – Rp. 7.000,00
- > Rp. 7.000,00 – Rp. 9.000,00
- > Rp. 9.000,00 - Rp. 10.000,00
- > Rp. 10.000,00 – Rp. 15.000,00

### 3. Memperkirakan Nilai Rata-rata WTP

WTP (*Willingness To Pay*) dapat diduga dengan menggunakan nilai rata-rata dari penjumlahan keseluruhan nilai WTP dibagi dengan jumlah responden. Dugaan Rataan WTP dihitung dengan rumus:

$$EWTP = \sum_{i=1}^n W_i$$

dimana:

EWTP = Dugaan rata-rata WTP

$W_i$  = Nilai WTP ke- $i$

$i$  = responden yang bersedia membayar

$n$  = jumlah responden

### 4. Menduga Kurva WTP

Kurva WTP responden dibentuk menggunakan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang bersedia memilih suatu nilai WTP tertentu. Dengan asumsi bahwa individu yang bersedia membayar suatu nilai WTP tertentu jumlahnya akan semakin sedikit sejajar dengan peningkatan nilai WTP.

### 5. Menjumlahkan Data

Setelah menduga nilai tengah WTP maka selanjutnya diduga nilai total WTP dari responden dengan menggunakan rumus:

$$TWTP = \sum_{i=1}^n WTP_i \left( \frac{n_i}{N} \right) P$$

dimana:

ETWTP = Total WTP

$WTP_i$  = WTP individu sampel ke- $i$

$n_i$  = Jumlah sampel ke- $i$  yang bersedia membayar sebesar WTP

$N$  = Jumlah sampel

$P$  = Jumlah populasi per 3 tahun terakhir

$i$  = Responden ke- $i$  yang bersedia membayar ( $i = 1, 2, \dots, n$ )

### 6. Evaluasi Penggunaan CVM

Pada tahap ini dilakukan penilaian sejauh mana penggunaan CVM telah berhasil diaplikasikan. Evaluasi penggunaan CVM dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari analisa regresi. Dengan melihat besarnya nilai  $R^2$  maka tingkat reabilitas dari penggunaan CVM dapat terlihat.

### 3. HASIL

#### 3.1. Profil Responden

Profil lengkap responden disajikan pada Tabel 1. Responden yang berkunjung ke objek wisata ini dibedakan atas kelompok wisatawan/pengunjung dan masyarakat sekitar. Masing-masing kelompok terdiri dari 28 orang. Untuk kelompok wisatawan, responden laki-laki berjumlah 15 orang (53,57%) dan perempuan sebanyak 13 orang (46,43%). Berdasarkan usianya, diketahui bahwa mayoritas pengunjung berusia 21-30 tahun (53,57%), disusul dengan pengunjung berusia 31-40 tahun (25,00%), dan 41-50 tahun (17,86%), dan pengunjung berusia 11-20 tahun (3,57%). Menurut tingkat pendidikan tertingginya, sebanyak 24 orang adalah alumni perguruan tinggi (85,71%) dan sebanyak 4 (14,29%) orang berpendidikan maksimal pada jenjang

SMA. Sebanyak 14 orang (50,00%) responden berprofesi swasta, diikuti oleh PNS/TNI/POLRI sebanyak 8 orang (28,57%), dan wirasasta dan lainnya masing-masing sebanyak 2 orang (7,14%).

Penghasilan atau pendapatan perbulan wisatawan beragam dengan hasil tertinggi sebanyak 15 orang (54%) berpenghasilan lebih dari Rp. 3.000.000/bulan; dan terendah sebanyak 2 orang (7%) berpenghasilan Rp. 1.000.000,00–Rp. 2.000.000,00.

Dari kelompok warga lokal terdapat responden laki-laki sejumlah 16 orang (57,14%) dan responden perempuan sebanyak 12 orang (42,86%). Berdasarkan usianya, mayoritas responden (53,57%) berusia 21-30 tahun, diikuti oleh responden berusia 31-40 tahun sebanyak 7 orang (25,00%), berusia 41-50 tahun sebanyak 5 orang (17,86%), dan 1 orang (3,57%) berusia 11-20 tahun.

Tabel 1. Profil responden

No	Kategori	Keterangan	Pengujung		Warga lokal	
			Jumlah	%	Jumlah	%
1	Jenis kelamin	• Laki-laki	15	53,50	16	57,14
		• Perempuan	13	46,40	12	42,86
2	Usia	• 11 – 20 tahun	1	3,570	1	3,57
		• 21 – 30 tahun	15	53,57	15	53,57
		• 31 – 40 tahun	7	25,00	7	25,00
		• 41 – 50 tahun	5	17,86	5	17,86
		• 51 – 60 tahun	0	0,00	0	0,00
3	Pendidikan	• SD	0	0,00	0	0,00
		• SMP	0	0,00	7	25,00
		• SMA	4	14,29	15	53,57
		• PT	24	85,71	6	21,43
		• Lainnya	0	0,00	0	0,00
4	Pekerjaan	• Wiraswasta	2	7,14	0	0,00
		• Swasta	14	50,00	7	25,00
		• PNS/TNI/Polri	8	28,57	0	0,00
		• Pelajar/Mahasiswa	2	7,14	0	0,00
		• Petani	0	0,00	0	0,00
		• Buruh	0	0,00	7	25,00
		• Pedagang	0	0,00	11	39,29
• Lainnya	2	7,14	3	10,71		
5	Penghasilan per bulan	• < Rp. 1.000.000,00	0	0,00	2	7,14
		• Rp. 1.000.000,00 - Rp. 2.000.000,00	2	7,14	11	39,28
		• > Rp. 2.000.000,00 - Rp. 3.000.000,00	11	39,28	13	46,42
		• > Rp. 3.000.000,00	15	54,00	2	7,14

Warga lokal yang menjadi responden umumnya berpendidikan SMA, yaitu sebanyak 15 orang (54%), diikuti oleh warga yang berpendidikan SMP sebanyak 7 orang (25%), dan alumni perguruan tinggi sebanyak 6 orang (21%). Responden yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 11 orang (39,29%), swasta dan buruh masing-masing 7 orang (25%), dan lainnya sebanyak 3 orang (10,71%). Penghasilan per bulan responden masyarakat cukup beragam. Sebanyak 13 orang (46,42%) berpenghasilan sebesar Rp. 2.000.000,00-Rp. 3.000.000,00/bulan, 11 orang (39,28%) berpenghasilan Rp.1.000.000,00 - Rp.2.000.000,00/bulan, dan masing-masing 2 orang (7%) berpenghasilan kurang dari Rp.1.000.000,00/bulan dan lebih dari Rp. 3.000.000,00/bulan.

#### **Uji Determinasi (R Square)**

Tanggapan masyarakat terhadap kehadiran pengunjung objek wisata beragam yaitu: *Biasa* sebanyak 11 orang (38%); *Tidak terganggu* sebanyak 13 orang (45%); dan *Cukup terganggu* sebanyak 5 orang (17%). Responden masyarakat terhadap pernyataan kehadiran pengunjung tidak dijelaskan secara terperinci terhadap jawaban yang dipilih, sehingga pernyataan tersebut belum dapat menentukan bahwa objek wisata mengganggu atau tidak terhadap aktivitas masyarakat disekitar lokasi objek wisata.

Berdasarkan jawaban responden menyatakan bahwa tidak pernah terjadi konflik pengunjung dan masyarakat sekitar lokasi objek wisata. Serta hasil jawaban responden terhadap kehadiran pengunjung objek wisata menunjukkan yang menyatakan *Menerima* sebanyak 18 orang (64%); *Netral* sebanyak 6 orang (22%); dan menjawab *Tidak Tau* sebanyak 4 orang (14%). Keterlibatan/partisipasi masyarakat dalam pengelolaan objek wisata mengatakan *Tidak Pernah Terlibat* dalam pengelolaan objek wisata sebanyak 23 orang (82%). Dalam kegiatan upaya perlindungan lingkungan sebanyak 24 orang (86%) menyatakan tidak pernah terlibat dalam upaya perlindungan lingkungan.

Dukungan masyarakat terhadap pengelolaan, pembangunan, dan kegiatan konservasi lingkungan objek Wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau Kota Palangka Raya berada pada kisaran setuju dan sangat setuju dengan total persentase sebesar 87,14%. Keberadaan objek wisata telah meningkatkan kesempatan kerja, peluang usaha, kepemilikan modal usaha, dan keterampilan masyarakat lokal terkait aktivitas wisata. Sebanyak 75% responden menyatakan bahwa terdapat manfaat atau ekonomi objek wisata dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau terhadap peningkatan nilai jual barang dan jasa, peningkatan perekonomian dalam rumah tangga masyarakat disekitar lokasi objek wisata. Sementara 25% responden lainnya menyatakan bahwa keberadaan objek wisata tersebut tidak pengaruh atau tidak memberikan manfaat bagi kehidupan ekonomi mereka.

## **4. PEMBAHASAN**

### **4.1. Valuasi Ekonomi Menggunakan Uji Contingent Valuation Method (CVM)**

Uji *Contingent Valuation Method* (CVM) dilakukan terhadap hasil kuesioner wisatawan/pengunjung objek wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau Kota Palangka Raya dengan jumlah responden sebanyak 28 orang. Data kuesioner dilakukan Uji ANOVA untuk regresi data CVM (*Contingent Valuation Method*) yaitu *Willingnes to Pay* (WTP), umur, pendidikan, pendapatan, jumlah keluarga, daya tarik wisata, akses, fasilitas dan kepuasan wisatawan. Hasil uji ANOVA terhadap regresi data CVM menunjukkan nilai *signifikansi F* tabel  $0,046143 < 0,05$ , *R square*  $0,835361 > 0,5$ , dan *Multiple R*  $0,913981 > 0,5$ . Uji statistik terdiri dari uji validasi dan reliabilitas, sedangkan uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, heteroskedastisitas, utokorelasi, dan multikolonieritas (Fauzi, 2006; Hakim et al., 2011; Tsabiq et al., 2018).

### **4.2. Valuasi Ekonomi Menggunakan Uji Statistik dan Uji Asumsi Klasik**

Uji validasi menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Item pertanyaan dinyatakan *valid* apabila nilai *r-hitung*  $>$  *r-tabel Product Moment*. Hasil uji *validasi* terhadap data pertanyaan CVM menunjukkan nilai *r-hitung*  $>$  *r-tabel* (0,374), sehingga dinyatakan *valid*. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen yang digunakan dapat diandalkan atau tidak, tetap dapat konsisten atau tidak apabila digunakan kembali. Hasil output diatas menunjukkan *Alpha Cronbach's* sebesar 0,831, output tersebut berada pada nilai *Alpha Cronbach's*  $\geq 0,8$ , maka nilai keandalan baik.

### **4.3. Kesiediaan Untuk Membayar (Willingnes to Pay/WTP) Dalam Upaya Pengelolaan Objek Wisata Sungai Sebangau**

*Willingness to Pay/WTP* adalah harga tertinggi yang rela dibayarkan seseorang (konsumen) untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut. Perhitungan besarnya nilai WTP yang diberikan oleh wisatawan/pengunjung adalah dengan nilai WTPhitung adalah 1.633726273, nilai range WTPhitung = 1-2, maka letak nilai riil WTP berada pada range kedua (Rp.5.000,00-Rp.7.000,00 per orang) dengan nilai WTPriil wisatawan/pengunjung adalah Rp. 6.267,45 dibulatkan menjadi Rp. 6.300,00.

### **4.4. Faktor yang Mempengaruhi Nilai WTP**

Berdasarkan hasil regresi linear berganda (Tabel 2), variabel yang mempengaruhi nilai WTP adalah umur (-0,368814), pendidikan (-0,514952), daya tarik wisata (-3,599377); kondisi kebersihan (-1,181992); dan kepuasan beraktivitas wisatawan (-0,261969). Tanda negatif (-) berpengaruh terhadap nilai WTP.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pramudyono *et al.* (2017), variabel umur, kunjungan, dan lama kunjungan mempengaruhi nilai CVM dan WTP. Sedangkan menurut Annisa dan Harini (2017), variabel umur dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap nilai WTP. Valuasi terhadap komoditas lingkungan pada umumnya berusaha untuk memberikan nilai terhadap sumber daya lingkungan. Sadikin *et al.* (2017) menyatakan bahwa variabel pendapatan bertanda positif berarti semakin tinggi pendapatan wisatawan, maka besaran nilai WTP semakin meningkat. Jika pendapatan seorang wisatawan naik Rp100.000 maka besaran nilai WTP juga naik Rp. 394,62, karena wisatawan memiliki dana lebih untuk membayar WTP lebih tinggi. Hasil penelitian Widyasena dan Harjanto (2013) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya nilai WTP pengunjung Kebun Raya Bogor adalah faktor biaya perjalanan, umur, pendidikan, pendapatan keluarga, pengenalan tempat, ketertarikan lokasi, dan dummy (jika pengunjung hanya berkunjung ke Kebun Raya dan jika pengunjung juga berkunjung ke tempat wisata selain Kebun Raya). Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya nilai WTA Kebun Raya Bogor adalah umur, pendidikan, pendapatan keluarga, mempertahankan lokasi, manfaat lokasi, dan konversi lahan.

Wisatawan mempertimbangan untung rugi (*trade-offs*) dan sanggup membayar harga komoditas lingkungan berupa aspek sumber daya alam, termasuk keindahan, keberadaan, serta upaya konservasi dan pemeliharannya. Metode WTP juga memberikan pertimbangan menentukan kebijakan dan tujuannya untuk pengelolaan sumber daya alam berkelanjutan dikawasan lindung, misalnya di negara berkembang (Kamri, 2013; Samdin, 2008; Sekar *et al.*, 2013).

Hasil rata-rata nilai WTP responden wisatawan per kunjungan pada Wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau adalah dapat dinyatakan sebagai

indikator menarik, indah dan eksotiknya lokasi Pesona Wisata Alam Air Hitam Sungai Sebangau. Preferensi wisatawan masih kurang baik disebabkan dapat terjadi oleh permasalahan lingkungan yang ditemui wisatawan pada ekowisata, seperti sampah, area kurang memadai atau kurangnya layanan. Nilai ini juga menunjukkan kepuasan maksimal wisatawan mancanegara yang memanfaatkan sumber daya alam ekowisata (Syakya, 2005; Fauzi, 2006; Octaria *et al.*, 2018) dan kurangnya kepedulian terhadap lingkungan ekowisata. Hasil nilai rata-rata WTP responden wisatawan nusantara per kunjungan yaitu Rp40.640 yang lebih besar dari nilai dasar WTP yaitu sebesar Rp27.000. Nilai ini memperlihatkan preferensi wisatawan nusantara terhadap ekowisata objek Wisata Alam Air Hitam Sungai Sebangau lebih baik dan kepuasan maksimal wisatawan nusantara yang memanfaatkan sumber daya alam ekowisata serta kepedulian terhadap lingkungan ekowisata yang lebih baik. Kepuasan berasal dari tingkat perasaan seseorang dengan membandingkan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapannya terhadap produk. Dalam ekowisata, produk yang dimaksud adalah potensi sumber daya alam, atraksi ekowisata dan layanannya (Syakya, 2005; Fauzi, 2006; Octaria *et al.*, 2018).

Variabel responden yang signifikan memengaruhi besaran nilai WTP adalah pengetahuan dan pendapatan; untuk wisatawan nusantara adalah pengetahuan, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga. Perbedaan faktor-faktor yang memengaruhi bersedia atau tidaknya responden membayar WTP, serta besaran nilai WTP adalah karena perbedaan karakteristik sosial ekonomi antara wisatawan mancanegara dan nusantara. Secara ekonomi pelestarian kawasan objek Wisata Alam Air Hitam Sungai Sebangau perlu menjadi perhatian dan kepedulian berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan dan penyelenggaraan ekowisata Pesona

Tabel 2. Hasil regresi liner berganda

Variabel	Koefisien	Sig	Keterangan
Constant	2,006	,569	(-)
<b>Umur</b>	-0,368814	,618	<b>Berpengaruh Nyata</b>
<b>Pendidikan</b>	-0,514952	,776	<b>Berpengaruh Nyata</b>
Pendapatan	0,277390	,628	Tidak berpengaruh
Jumlah Keluarga	0,441929	,681	Tidak berpengaruh
<b>Daya Tarik Wisata</b>	-3,599377	,235	<b>Berpengaruh Nyata</b>
Akses Wisata	2,551685	,475	Tidak berpengaruh
Kondisi Fisik	0,103285	,679	Tidak berpengaruh
<b>Kondisi Kebersihan</b>	-1,181992	,875	<b>Berpengaruh Nyata</b>
Kepuasan Dalam Penggunaan Sarana & Prasarana	1,153024	,868	Tidak berpengaruh
Infrastruktur	0,662289	,539	Tidak berpengaruh
Kenyamanan Aktivitas	0,120781	,898	Tidak berpengaruh
<b>Kepuasan Aktivitas</b>	-0,261969	,843	<b>Berpengaruh Nyata</b>

Wisata Alam Air Hitam Sungai Sebangau dengan cara bekerja sama secara kolaboratif. Selain itu, perlu ada pertimbangan dan kebijakan memanfaatkan peluang tersebut untuk upaya konservasi dan perlindungan sumber daya ekowisata, perbaikan kualitas dan layanan ekowisata Pesona Wisata Alam Air Hitam Sungai Sebangau yang meningkatkan nilai ekonomi lingkungan ekowisata. Upaya lain adalah mengembangkan peluang ini agar ekowisata memberikan manfaat secara langsung dan tidak langsung, berdampak positif dan meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat lokal disekitarnya, melakukan sosialisasi keberbagai pihak, mengembangkan program interpretasi untuk wisatawan dan pihak yang terlibat dalam ekowisata dalam bentuk pelatihan, pengembangan paket ekowisata dan produk, serta media komunikasi lingkungan. Penelitian lebih lanjut sebaiknya dilakukan dengan memasukkan faktor-faktor kualitas lingkungan taman nasional atau kawasan ekowisata untuk mengetahui pengaruhnya terhadap nilai WTP (Syakya, 2005; Fauzi, 2006; Octaria *et al.*, 2018).

Preferensi konsumen dan kesediaannya membayar lebih untuk produk layanan wisata didominasi oleh faktor ekonomi dan faktor sosial seperti usia, pendidikan, pendapatan dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Fauzi (2006) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan merupakan kontributor positif terhadap kesediaan konsumen membayar produk pangan organik dalam rangka menghilangkan unsur kimia pada produk pangan. Hubungan positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi latar belakang pendidikan seorang konsumen maka semakin tinggi pula kecenderungannya untuk bersedia membayar sayur organik dengan harga lebih tinggi dari harga saat ini. Hubungan positif antara tingkat pendidikan dengan kesediaan membayar konsumen tersebut dapat disebabkan karena konsumen dengan latar belakang pendidikan menengah sampai tinggi cenderung memiliki kesadaran serta pengetahuan mengenai isu pencemaran produk pangan dan lingkungan dibandingkan dengan konsumen yang hanya berpendidikan dasar, sehingga memilih produk sayur organik sebagai solusi dari masalah tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarwan (2011) yang menyatakan bahwa seorang konsumen dengan latar belakang pendidikan tinggi akan sangat responsif terhadap suatu informasi dan hal tersebut mempengaruhi dalam pemilihan jenis produk (Rahmawati dan Sasana, 2014; Kamri *et al.*, 2017; Pangemanan dan Kapantow, 2018).

Promosi dapat dilakukan melalui pemberian informasi terkait keunggulan Pesona Wisata Alam Air Hitam Sungai Sebangau Kota Palangka Raya kepada masyarakat, hal ini bertujuan untuk meningkatkan awareness masyarakat. Penentuan lokasi penjualan dapat direkomendasikan berdasarkan hasil penelitian ini terkait dengan karakteristik responden sebagai konsumen, responden memiliki pendapatn dan penghasilan yang baik, tingkat pendidikan yang baik, dan adanya kecenderungan untuk

*refreshing* sebagai penyegaran bagi para wisatawan atau pengunjung baik secara keluarga maupun masyarakat umum. Hasil rata-rata variabel CVM (*Contigent Valuation Method*) disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil rata-rata variabel CVM

Variabel	Rata-rata
WTP	1,33
<b>Umur</b>	<b>32,81</b>
<b>Pendidikan</b>	<b>16,57</b>
Pendapatan	36857142,86
Jumlah Keluarga	4,76
<b>Daya Tarik Wisata</b>	<b>3,85</b>
Akses Wisata	3,73
Kondisi Fisik	3,50
<b>Kondisi Kebersihan</b>	<b>3,62</b>
Kepuasan Dalam Penggunaan Sarana & Prasarana	3,32
Infrastruktur	3,33
Kenyamanan Aktivitas	3,95
<b>Kepuasan Aktivitas</b>	<b>3,70</b>

## 5. KESIMPULAN

Objek Wisata Dermaga Kereng Bangkirai, Sungai Sebangau di Kota Palangka Raya, menjadi salah satu tujuan wisatawan yang banyak diminati karena pemandangan dan panorama alam yang unik di sekitarnya. Menawarkan beragam wahana wisata, seperti kapal pondok terapung, pondok/gazebo, getek, bebek mesin, bebek gowes, spot mancing, spot foto, warung dan sarana ibadah lainnya. Selain fungsinya sebagai habitat keanekaragaman hayati, kawasan ini berperan dalam menjaga keseimbangan air regional sebagai daerah tangkapan air yang memiliki kapasitas menyimpan yang besar.

Perhitungan besarnya nilai WTP (*Willingness to Pay*) yang diberikan oleh wisatawan/pengunjung adalah dengan nilai WTPhitung adalah 1.633726273, nilai range  $WTP_{hitung} = 1-2$ , maka letak nilai riil WTP berada pada range kedua (Rp. 5.000,00-Rp. 7.000,00 per orang) dengan nilai  $WTP_{riil}$  wisatawan/pengunjung adalah Rp. 6.267,45. Variabel yang mempengaruhi nilai WTP adalah umur, pendidikan, daya tarik wisata, kondisi kebersihan, dan kepuasan beraktivitas wisatawan.

## 6. REKOMENDASI

Penelitian ini merekomendasikan sejumlah hal yang perlu dipertimbangkan oleh pihak-pihak terkait. Pertama, pemerintah kota Palangka Raya perlu mendorong

kolaborasi instansi teknis terkait untuk memanfaatkan peluang dalam upaya perlindungan dan konservasi sumberdaya wisata, perbaikan kualitas dan layanan objek wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau yang dapat meningkatkan nilai ekonomi lingkungan ekowisata.

Kedua, pengelola wisata perlu memanfaatkan dana yang dialokasikan pemerintah kota bagi pengembangan objek wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau. Wisatawan bersedia membayar sejumlah Rp. 6.300,- asal ada penambahan fasilitas seperti pembangunan toilet dan lokasi parkir yang memadai, petugas wahana menggunakan baju khusus agar mudah dikenali serta menyediakan blok-blok khusus tempat memajangkan beragam kerajinan tangan dan souvenir lokal.

Ketiga, wisatawan atau pengunjung perlu mematuhi aturan yang dibuat oleh pengelola wisata tentang kebersihan lingkungan. Turut serta mempromosikan tentang Objek Wisata Dermaga Kereng Bangkirai Sungai Sebangau Kota Palangka Raya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, T.M. and Harini, R., 2017. Analisis Kesediaan Membayar (WTP) untuk Mendukung Ekowisata Berkelanjutan di Kawasan Wisata Gua Pindul, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(4), 1-9.
- Fauzi, Akhmad, 2006. Ekonomi sumber daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Hakim, A. R., Subanti, S., dan Tambunan, M., 2011. Economic Valuation of Nature-Based Tourism Object in Rawapening, Indonesia: an Application of Travel Cost and Contingent Valuation Method. *Journal of Sustainable Development*, 4(2), 91-101.
- Kamri, T., Ali, J. K., dan Harun, N. F. A., 2017. Willingness To Pay for Conservation of Natural Resources in Santubong National Park. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(1), 16-21.
- Naude dan Saayman, 2005. Cultural Tourism Development Through a Participatory Approach. *The Tourism Economic Journal*, 104, 167-174.
- Octaria, P., Mulatsih, S., dan Ekayani, M., 2018. Analisis Kesediaan Membayar Pengunjung Terhadap Paket Wisata Pendidikan Lingkungan Di Taman Wisata Alam Wira Garden Kota Bandar Lampung. *Journal of Natural Resources and Environmental Management*, 7 (2), 122-127.
- Pangemanan, P.A. and Kapantow, G.H., 2018. Model Ekonomi-Ekologi Berdasarkan WTP Pengunjung-WTA Masyarakat Local dalam Pengelolaan Destinasi Wisata Pantai Pulisan Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-Sosioekonomi*, 14(3), 177-182.
- Pramudyono, M.Y., Subiyanto, S. and Amarrohman, F.J., 2017. Penentuan Nilai Ekonomi Kawasan Wisata Bukit Love, Pantai Tanjung Gelam, Penangkaran Hiu Berdasarkan Travel Cost Method dan Contingen Valuation Method Menggunakan Sistem Informasi Geografis (Studi Kasus: Pulau Karimun Jawa). *Jurnal Geodesi Undip*, 6(4), 118-127.
- Rahmawati, C., dan Sasana, H., 2014. Analisis Willingness To Pay Wisata air Sungai Pleret Kota Semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sadikin, N.,P., Mulatsih, S., Pramudya, B., dan Arifin, S., H., 2017. Analisis Willingness-To-Pay Pada Ekowisata Taman Nasional Gunung Rinjani. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, 14(1), 31-46.
- Syakya, 2005. Analisis Willingness To Pay dan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Lampuuk Di Nangroe Aceh Darusalam, Bogor: Sekolah Pascasarjana IPB.
- Samdin, Z., 2008. Willingness to pay in Taman Negara: A contingent valuation method. *International Journal of Economics and Management*, 2(1), 81-94.
- Sekar, N. Weiss, JM. Dobson, A., 2013. Willingnessto-pay and the perfect safari: Valuation and cultural evaluation of safari package attributes in the Serengeti and Tanzanian Northern Circuit. *Journal Ecological Economics*, 1(97), 34-41.
- Sumarwan, U., 2011. Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. *Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Tsabiq, A. T. N., Subiyanto, S., dan Amarrohman, F. J., 2018. Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan dan Analisis Nilai Ekonomi Kawasan Melalui Teknik Valuasi Travel Cost Method dan Contingent Valuation Method. (Studi Kasus: Kawasan Wisata Pantai Alam Indah, Kota Tegal). *Jurnal Geodesi Undip*, 7(2), 1-10.
- Wibowo, T.A., 2019. *Dampak Pengembangan Objek Wisata Pantai Terhadap Kehidupan Masyarakat Lokal (Studi Kasus: Pantai Mutun, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung)* (Doctoral dissertation, Universitas Lampung).
- Widyasena, M.A., dan Harjanto, B., 2013. Valuasi Kebun Raya Bogor Dengan Menggunakan *Contingent Valuation Method*. Tesis. Magister Ek. Pembangunan. Universitas Gadjah Mada.

Lampiran. Panorama keindahan dan fasilitas di dermaga Kereng Bangkirai



Pintu gerbang masuk objek wisata dermaga Kereng Bangkirai



Wahana wisata jukung dan perahu bebek



Kedai makanan dan minuman



Fasilitas tempat ibadah



Pesona wisata air hitam



Menara Laboratorium Alam Hutan Gambut