

**ANALISIS NILAI EKONOMI WISATA KEBUN KINA BUKIT UNGGUL  
KABUPATEN BANDUNG**

*Economic Value Analysis of Tourism in Bukit Unggul Quinine Plantation  
in Bandung District*

Listiana Widya Wanti<sup>1)</sup>, Yusman Syaukat<sup>2)</sup>, dan Bambang Juanda<sup>3)</sup>

**INFO NASKAH :**

Diterima Mei 2014

Diterima hasil revisi Juli 2014

Terbit Oktober 2014

**Keywords :**

*economic value*

*tourism*

*travel cost method*

*recreation demand*

**ABSTRACT**

*For the past several decades, tourism sector is continuously growing and become one of the fastest growing economic sectors in the world. Indonesia also shows an increasing trend on tourism. PT Perkebunan Nusantara VIII (PT PN VIII), a state-owned plantation enterprise, is trying to develop agrotourism potentials in each of their plantation unit. Bukit Unggul plantation is one of many plantations owned by PT PN VIII, which has been developing Bukit Unggul Quinine Tourism since 2009. As a tourism site, Bukit Unggul has the intangible benefits and characteristics of public goods, which are non-rivalry, non-excludability, and congestible. The main characteristic of public*

*goods is the absence of market and pricing mechanism. The objectives of this study are to identify factors that influence demand (visiting frequency) and to estimate the economic value of Bukit Unggul Plantation Tourism. This study used travel cost method in its economic analysis. The result of tourism demand analysis shows that demand (visiting frequency) is positively influenced by tourists' monthly income and the time needed to get information about the tourism site, and it is negatively influenced by the distance to the site. Consumer's surplus per visit in this tourism demand model is IDR 166,700. The economic value of Bukit Unggul Quinine Plantation Tourism Site is IDR 1,108,054,900 per year.*

**PENDAHULUAN**

Menurut World Tourism Organization (2014) selama beberapa dekade, pariwisata tumbuh secara kontinyu dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling cepat pertumbuhannya di dunia. Kecenderungan ini juga tampak di Indonesia sebagai salah satu tujuan wisata dunia. Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas) (2011) menunjukkan total transaksi ekonomi yang dihasilkan kegiatan pariwisata mencapai Rp. 296,97 triliun. Kontribusi pariwisata pada produk domestik bruto (PDB) adalah 4%, dan pada tenaga kerja sebesar 7,75%. Pada dekade terakhir, pembangunan pariwisata di Indonesia maupun di mancanegara menunjukkan kecenderungan terus meningkat. Pariwisata di Indonesia telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi penting. Bahkan sektor ini diharapkan akan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu. Industri pariwisata sering dianggap sebagai jawaban untuk menghadapi berbagai masalah ekonomi Indonesia. Kesulitan ekonomi yang diakibatkan oleh sektor non-migas yang menurun, impor yang naik dan pembangunan ekonomi yang timpang dipandang

<sup>1</sup>Puslitbang Jalan dan Jembatan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat  
e-mail : [listiana.widya.wanti@gmail.com](mailto:listiana.widya.wanti@gmail.com)

<sup>2</sup>Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan, Institut Pertanian Bogor  
e-mail : [ysyaukat@gmail.com](mailto:ysyaukat@gmail.com)

<sup>3</sup>Departemen Ilmu Ekonomi, Institut Pertanian Bogor  
e-mail : [bbjuanda@gmail.com](mailto:bbjuanda@gmail.com)

akan dapat diatasi dengan industri pariwisata karena industri pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja baru yang akan memberikan lebih banyak peluang ekonomi. Selain itu sektor pariwisata juga dapat menjadi sarana untuk menjaga dan memperbaiki lingkungan dan mendorong pembangunan ekonomi regional (Suwanto, 2004).

Menurut Kementerian Pertanian (2004) Indonesia memiliki kekayaan alam dan hayati yang sangat beragam yang jika dikelola dengan tepat, kekayaan tersebut mampu diandalkan menjadi andalan perekonomian nasional. PT. Perkebunan Nusantara (PT PN) VIII adalah salah satu diantara perkebunan milik Negara dengan kegiatan usaha perusahaan meliputi pembudidayaan tanaman, pengolahan/ produksi, dan penjualan komoditi perkebunan teh, karet, kelapa sawit, kina, dan kakao<sup>1</sup>. PT Perkebunan Nusantara VIII sebagai perusahaan yang dituntut untuk menghasilkan profit, tidak hanya mengandalkan berbagai komoditi sebagai *core business*-nya. Di luar itu, manajemen perusahaan berupaya mengembangkan potensi agrowisata yang ada di setiap unit kebun, apalagi hampir keseluruhan wilayahnya berada di tanah pegunungan Jawa Barat yang memiliki keindahan eksotik sebagai tempat wisata. Ada beberapa tempat wisata di PT Perkebunan Nusantara VIII yang sudah cukup dikenal baik oleh masyarakat dalam negeri maupun luar negeri, antara lain: Agrowisata Gunung Mas, Rancabali, Malabar, Ciater (Sukawana), dan Goalpara (Pasir Badak)<sup>2</sup>.

Berdasarkan data Jawa Barat dalam Angka 2012, Kabupaten Bandung menduduki peringkat pertama sebagai kabupaten dengan jumlah tertinggi dalam kunjungan wisatawan ke objek wisata yaitu sebesar 14,28%. Kebun Bukit Unggul merupakan salah satu unit bisnis PT Perkebunan Nusantara VIII (Persero) yang terletak di Kabupaten Bandung Jawa Barat. *Core business* Kebun Bukit Unggul adalah komoditi kina, di samping usaha lain yang dikembangkan sesuai potensi kebun. Kantor Induk Kebun Bukit Unggul terletak di Desa Cipanjalu, Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Pusat kebun dibatasi oleh Gunung Pangparang, Gunung Bukittunggul, Gunung Manglayang dan Gunung Palasari<sup>3</sup>. Kebun Bukit Unggul memiliki pemandangan yang indah dan udara yang sejuk.

Produksi kina sebagai bahan obat-obatan di Kabupaten Bandung semakin menyusut akibat pemeliharaan yang sangat minim dan berkurangnya luas lahan tanam perkebunan<sup>4</sup>. Berdasarkan kondisi yang ada, untuk menjaga kelangsungan usaha dalam jangka panjang serta mempertahankan kemampuan perusahaan sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar perkebunan, Kebun Bukit Unggul mempunyai program investasi yang salah satunya adalah pengembangan wisata kebun<sup>5</sup>. Pada tahun 2009 Kebun Bukit Unggul mengembangkan objek wisata yang diberi nama Agrowisata Kebun Kina Bukit Unggul.

Wisata Kebun Kina Bukit Unggul menawarkan atraksi wisata antara lain: Curug Serta Situ di lingkungan Emplasemen Bukit Unggul, Situ Sangkuriang, *Area Camping Ground*, dan Saung Tenjo Gunung. Selain menikmati keindahan alam, pengunjung dapat melakukan berbagai aktivitas wisata antara lain *outbond*, *motocross*, api unggun, *hiking*, sepak bola dan *camping*. Kelebihan lain yang terdapat di obyek wisata ini adalah pemandangan yang indah, udara yang sejuk, dan jalanan yang bebas macet. Agrowisata Kebun Kina Bukit Unggul pada tahun 2013 berganti nama menjadi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul. Nama agrowisata dihilangkan karena fasilitas untuk berkunjung ke tempat pengolahan kina dihapuskan untuk wisatawan umum.

Pada awal dibukanya tempat wisata ini, pengelola menggratiskan tarif masuk, jumlah wisatawan yang datang ke tempat ini sangat banyak, terlebih pada saat akhir pekan atau hari libur. Masyarakat yang tinggal di dalam kompleks Wisata Kebun Kina Bukit Unggul memperoleh manfaat, salah satunya adalah dapat berjualan di dalam kompleks sehingga menambah penghasilan bagi masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa sektor wisata

<sup>1</sup>[http://www.pn8.co.id/pn8/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=4&id=16&Itemid=69](http://www.pn8.co.id/pn8/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=4&id=16&Itemid=69) Tentang Kami 2 Januari 2013

<sup>2</sup>[http://www.pn8.co.id/pn8/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=6&id=22&Itemid=](http://www.pn8.co.id/pn8/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=6&id=22&Itemid=) Produk Agrowisata 26 Oktober 2013

<sup>3</sup>Selayang Pandang Kebun Bukittunggul PTP Nusantara VIII (Persero), 1 April 2012

<sup>4</sup><http://epaper.bisnis.com>, Produksi Kina Jabar Anjlok, Yanto Rachmat Iskandar, 30 Agustus 2013

<sup>5</sup>Selayang Pandang Kebun Bukittunggul PTP Nusantara VIII (Persero), 1 April 2012

memberi dampak perluasan lapangan usaha, kesempatan kerja, dan peningkatan *income* per kapita. Seperti yang dipaparkan oleh Spillane (1991) bahwa ada beberapa keuntungan yang ditimbulkan oleh industri pariwisata. Pertama, pariwisata membuka kesempatan kerja. Industri pariwisata merupakan kegiatan mata rantai yang sangat panjang, sehingga banyak membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitarnya. Kedua, pariwisata menambah pemasukan/pendapatan masyarakat daerah. Di daerah pariwisata tersebut masyarakat dapat menambah pendapatan dengan menjual barang dan jasa.

Pada tahun 2011 Wisata Kebun Kina Bukit Unggul resmi dibuka dengan tarif tertentu. Pada tahun tersebut, jumlah pengunjung objek wisata ini berkisar antara 12.000 – 28.000 orang setiap bulannya. Seiring dengan berjalannya waktu dan bergantinya Administratur Kebun Bukit Unggul, kebijakan pariwisata di tempat ini juga mengalami beberapa perubahan. Wisatawan yang datang ke tempat wisata ini jumlahnya berkurang. Pada tahun 2013, wisatawan yang datang setiap bulannya berkisar antara 500-1000 orang. Padahal harga tiket masuk di tempat wisata ini sebesar Rp. 5.000, dapat dikatakan murah apabila dibandingkan dengan tempat wisata lain. Apabila jumlah pengunjung sedikit maka masyarakat sekitar perkebunan kurang mendapatkan manfaat dari segi ekonomi. Padahal salah satu tujuan dibukanya Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul ini adalah untuk menjaga kelangsungan usaha dalam jangka panjang serta mempertahankan kemampuan perusahaan sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar perkebunan<sup>6</sup>.

Upaya pemanfaatan Kebun Bukit Unggul melalui kegiatan wisata dapat dikatakan belum dilakukan secara optimal. Nilai ekonomi setiap tahun yang dapat diperoleh dari pemanfaatan Kebun Bukit Unggul sebagai objek tujuan wisata belum diketahui dan belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya. Nilai ekonomi dari suatu objek wisata tidak dapat dinilai dari perolehan penjualan tiket semata. Manfaat wisata secara umum merupakan *non-market public goods*, sehingga sulit untuk mengevaluasi nilai ekonominya (Chen *et al*, 2004). Wells (1997) menyatakan bahwa tolok ukur yang mudah dan bisa dijadikan acuan dalam menetapkan nilai ekonomi suatu ekosistem adalah dengan memberikan “*price tag*” (harga) dari barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumberdaya tersebut. Bagaimana menetapkan “*price tag*” pada suatu sumber daya yang kadang tidak dinilai (*intangible*)? Wisata luar ruangan (*outdoor recreation*) merupakan kegiatan rekreasi yang memanfaatkan jasa lingkungan (*ecosystem services*). Jasa ekosistem memiliki nilai namun sering diperlakukan sebagai jasa lingkungan tak bernilai (*undervalue*). Nilai ekonomi yang pasti, pada praktiknya sulit didapatkan, yang dapat dilakukan adalah mengestimasi nilai ekonomi melalui sejumlah pendekatan. Pendekatan terhadap harga ini kemudian digunakan untuk mengestimasi besarnya permintaan, manfaat (*benefit*) atau surplus konsumen.

Memperhatikan kondisi yang ada, tujuan penelitian ini adalah (1) mengidentifikasi karakteristik wisatawan, (2) mengidentifikasi penilaian wisatawan terhadap keberadaan objek wisata, (3) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (frekuensi kunjungan) dan (4) mengestimasi nilai ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul.

## METODE PENELITIAN

### Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang mengunjungi kawasan Wisata Kebun Kina Bukit Unggul. Pengambilan sampel (responden) dilakukan dengan pengambilan secara non-acak (*non-probability sampling*). Pengambilan secara non-acak (*non-probability sampling*) yaitu semua objek penelitian tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, karena dalam pelaksanaannya digunakan pertimbangan hal-hal tertentu yang dikenakan kepada sub kelompok. Pengambilan sampel non-acak yang dipilih pada

<sup>6</sup>Selayang Pandang Kebun Bukittunggul PTP Nusantara VIII (Persero), 1 April 2012

penelitian ini yaitu secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* berarti pengambilan responden berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Juanda, 2009). Jumlah responden yang dipilih sebanyak 60 orang secara *purposive sampling* berdasarkan keterwakilan dari aspek demografi, cara kedatangan, tujuan wisata dan atraksi wisata. Responden dipilih dengan syarat sudah dewasa (berumur 15 tahun ke atas), sehat jasmani dan rohani, serta mampu berkomunikasi dengan baik. Pengunjung yang datang berkelompok atau rombongan dipilih beberapa orang sebagai wakil rombongannya. Pengambilan sampel dilakukan pada hari kerja dan hari libur.

### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab masing-masing tujuan penelitian adalah :

#### Karakteristik Wisatawan

Melakukan analisis deskriptif karakteristik wisatawan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul. Wisatawan dikelompokkan berdasarkan usia, tingkat pendidikan, pekerjaan utama, pendapatan individu, jumlah tanggungan, daerah asal, lama mengetahui lokasi, tujuan kunjungan, cara kedatangan, frekuensi kunjungan dalam satu tahun, jarak menuju lokasi dan waktu tempuh.

#### Penilaian Wisatawan terhadap Objek Wisata

Skala likert digunakan dalam pengukuran penilaian wisatawan terhadap objek wisata. Disediakan lima pilihan skala dengan format: skor 1 (buruk), skor 2 (kurang), skor 3 (cukup), skor 4 (baik), skor 5 (sangat baik). Setiap pernyataan akan dihitung hasil rata-rata skor yang diperoleh. Penilaian wisatawan terhadap objek wisata dalam penelitian ini antara lain adalah penilaian wisatawan terhadap kemudahan mencapai lokasi, kondisi fisik objek wisata, pemandangan alam, kebersihan, keamanan, keramahan petugas dan kelengkapan fasilitas.

#### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan (Frekuensi Kunjungan)

Menghitung Biaya Perjalanan.

Untuk mengestimasi nilai ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul, digunakan pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*). Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan individual. Dalam penelitian ini biaya perjalanan dicari dengan menggunakan rumus berikut:

$$C = BT_r + (BK_w - BK_h) + BD_k + B_i + B_t + B_p + B_w + B_l \dots\dots\dots (1)$$

dimana :

C	= biaya perjalanan ke objek wisata (Rp/hari/kunjungan)
BT <sub>r</sub>	= biaya transportasi (Rp/orang/kunjungan)
BK <sub>w</sub>	= biaya konsumsi selama wisata (Rp/orang/kunjungan)
BK <sub>h</sub>	= biaya konsumsi harian (Rp/orang/kunjungan)
BD <sub>k</sub>	= biaya dokumentasi (Rp/orang/kunjungan)
B <sub>i</sub>	= biaya menginap (Rp/orang/kunjungan)
B <sub>t</sub>	= biaya tiket masuk (Rp/orang/kunjungan)
B <sub>p</sub>	= biaya parkir (Rp/orang/kunjungan)
B <sub>w</sub>	= biaya waktu (untuk pensiunan, pelajar/mahasiswa, ibu rumah tanggadan pengangguran, biaya waktu=0)
B <sub>l</sub>	= biaya lainnya (Rp/orang/kunjungan)

Menentukan Fungsi Permintaan Wisata

Dalam penelitian ini, fungsi permintaan dituliskan sebagai berikut:

$$V_i = f(C_i, J_i, M_i, A_i, E_i, Jk_i, P1_i, P2_i, P3_i, Jr_i, Jt_i, L_i) \dots\dots\dots (2)$$

Untuk menduga fungsi permintaan, persamaan (2) diregresikan dalam bentuk regresi semi- log. Fungsi permintaan dalam bentuk regresi semi- log adalah sebagai berikut:

$$\ln V_i = \beta + \beta_1 C_i + \beta_2 J_i + \beta_3 M_i + \beta_4 A_i + \beta_5 E_i + \beta_6 Jk_i + \beta_7 P1_i$$

$$+\beta_8P2_i + \beta_9P3_i + \beta_{10}Jr_i + \beta_{11}Jt_i + \beta_{12}L_i \dots \dots \dots (3)$$

dimana:

- $V_i$  = frekuensi kunjungan wisatawan  $i$  ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul (kali kunjungan)
- $C_i$  = biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan  $i$  ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul (rupiah)
- $J_i$  = jarak yang ditempuh wisatawan  $i$  ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul (km)
- $M_i$  = pendapatan wisatawan  $i$  (ribu rupiah)
- $A_i$  = umur wisatawan  $i$  (tahun)
- $E_i$  = tingkat pendidikan wisatawan  $i$  (SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi)
- $Jk_i$  = jenis kelamin wisatawan  $i$  (Laki-laki, Perempuan)
- $P1_i$  = persepsi wisatawan  $i$  terhadap kondisi fisik Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul (tidak baik, kurang baik, cukup baik, baik, sangat baik)
- $P2_i$  = persepsi wisatawan  $i$  terhadap pemandangan alam di Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul (tidak indah, kurang indah, cukup indah, indah, sangat indah)
- $P3_i$  = persepsi wisatawan  $i$  terhadap keamanan di Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul (tidak aman, kurang aman, cukup aman, aman, sangat aman)
- $Jr_i$  = jumlah rombongan wisatawan  $i$  yang berkunjung ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul (orang)
- $Jt_i$  = jumlah tanggungan wisatawan  $i$  yang berkunjung ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul (orang)
- $L_i$  = lama mengetahui lokasi Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul oleh wisatawan  $i$  (tahun)

Dari hasil regresi fungsi permintaan ini akan diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (jumlah kunjungan).

### Nilai Ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul

Fauzi (2014) menuliskan surplus konsumen untuk fungsi semi-log dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$CS = \frac{V}{2\beta_1} \dots \dots \dots (4)$$

dimana:

- CS = surplus konsumen
- V = jumlah kunjungan yang dilakukan oleh individu  $i$
- $\beta_1$  = koefisien biaya perjalanan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Wisatawan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul

Berdasarkan karakteristik usia, sebagian besar responden yang melakukan kunjungan ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul yaitu sebesar 48,33% berusia 15–24 tahun. Sebagian besar wisatawan pada kelompok usia ini belum menikah dan melakukan perjalanan wisata bersama teman. Mereka melakukan kegiatan wisata dengan tujuan untuk melepas penat dari rutinitas sehari-hari baik untuk mereka yang masih berstatus pelajar/ mahasiswa maupun yang sudah bekerja. Mereka mencari suasana pegunungan dengan udara yang masih segar. Kelompok kedua yaitu sebesar 33,33% merupakan responden wisatawan dengan usia 25–34 tahun. Kelompok ketiga yaitu sebesar 18,33% adalah responden wisatawan dengan usia lebih dari 34 tahun. Sebagian besar wisatawan pada dua kelompok usia tersebut sudah menikah dan

melakukan perjalanan wisata bersama keluarga. Kegiatan wisata biasanya dijadikan kegiatan rutin terutama untuk mendampingi anak-anak.

Berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan, responden wisatawan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul didominasi oleh wisatawan dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK yaitu sebesar 48,33%, setelah itu wisatawan dengan tingkat pendidikan terakhir SMP sebesar 31,67%. Pada kedua kelompok tingkat pendidikan tersebut, sebagian besar merupakan wisatawan dengan usia antara 15-24 tahun dengan status belum menikah. Wisatawan dengan tingkat pendidikan Perguruan Tinggi meliputi Sarjana (S1), Diploma dan Pascasarjana sebesar 20%. Pada tingkat pendidikan ini, sebagian besar wisatawan berusia lebih dari 24 tahun dengan status sudah menikah dan bekerja. Secara keseluruhan dilihat dari tingkat pendidikan wisatawan

**Tabel 1 Karakteristik wisatawan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul**

Usia	Jumlah	Presentase
15-24 tahun	29	48,33
25-34 tahun	20	33,33
>34 tahun	11	18,33
Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMP	19	31,67
SMA/SMK	29	48,33
Perguruan Tinggi	12	20,00
Pendapatan per Bulan	Jumlah	Presentase
Rp 0	18	30,00
Rp 1 - Rp 1.500.000	13	21,67
Rp 1.500.001- Rp 3.000.000	23	38,33
Rp 3.000.001- Rp 5.000.000	4	6,67
> Rp 5.000.000	2	3,33
Jumlah Tanggungan	Jumlah	Presentase
Tidak ada	40	66,67
1 orang	4	6,67
2 orang	9	15,00
3 orang	5	8,33
4 orang	2	3,33
Lama Mengetahui Lokasi	Jumlah	Presentase
<1 tahun	22	36,67
1-3 tahun	26	43,33
>3 tahun	12	20,00
Frekuensi Kunjungan dalam Satu Tahun	Jumlah	Presentase
1-2 kali	37	61,67
3-5 kali	17	28,33
>6 kali	6	10,00
Jarak Tempuh	Jumlah	Presentase
< 15 km	26	43,33
15 - 30 km	31	51,67
> 30 km	3	5,00
Jumlah Rombongan	Jumlah	Presentase
1-5 orang	28	46,67
6-10 Orang	20	33,33
11-20 orang	6	10,00
21-30 orang	1	1,67
> 30 orang	5	8,33

Sumber: Data penelitian diolah

yang berkunjung memiliki tingkat pendidikan yang cukup beragam. Responden wisatawan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul sebagian besar bekerja sebagai karyawan swasta serta memiliki pendapatan per bulan Rp 1.500.001 - Rp 3.000.000. Dilihat dari tingkat pendapatan wisatawan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan wisata ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul sangat terjangkau sehingga dapat dilakukan oleh wisatawan dari berbagai tingkat pendapatan bahkan oleh wisatawan yang tidak memiliki pendapatan per bulan.

Sebagian besar yaitu 66,67% wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul tidak memiliki tanggungan. Mereka sebagian besar adalah wisatawan yang belum menikah atau wisatawan perempuan yang sudah menikah. Selanjutnya sebesar 15,00% merupakan wisatawan dengan jumlah tanggungan sebanyak 2 (dua) orang. Mereka biasanya adalah wisatawan yang usia pernikahannya tergolong masih muda, karena tanggungan keluarganya baru istri dan satu orang anak. Kemudian berturut-turut wisatawan dengan jumlah tanggungan 3 orang, 1 orang dan 4 orang masing-masing sebesar 8,33%, 6,67% dan 3,33%. Dari data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa jumlah tanggungan dapat berpengaruh terhadap keinginan untuk melakukan perjalanan wisata. Besarnya alokasi pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari akan semakin meningkat dengan banyaknya jumlah tanggungan keluarga. Hal ini akan memperkecil anggaran untuk melakukan kegiatan wisata.

Responden wisatawan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul beragam dari karakteristik lama mengetahui lokasi objek wisata. Dari keberagamannya itu dapat diketahui bahwa wisatawan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul tidak hanya mereka yang baru mengetahui objek wisata ini tetapi juga wisatawan yang sudah pernah berkunjung tidak bosan untuk berkunjung lagi ke tempat ini.

Berdasarkan frekuensi kunjungan dalam 1 tahun, sebagian besar yaitu 61,67% responden wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul sebanyak 1-2 kali. Mereka sebagian besar adalah wisatawan yang mengetahui objek wisata ini kurang dari 2 tahun. Kemudian sebesar 28,33% responden wisatawan berkunjung ke objek wisata ini sebanyak 3-5 kali. Responden wisatawan yang berkunjung ke objek wisata ini lebih dari 6 kali dalam 1 tahun sebesar 10%. Kelompok terakhir ini biasanya adalah mereka yang hobi *motocross* dan melakukan kegiatan ini sekitar satu bulan sekali.

Sebagian besar yaitu 51,67% responden wisatawan Kebun Kina Bukit Unggul menempuh jarak perjalanan ke objek wisata ini sejauh 15–30 km. Kelompok kedua yaitu sebesar 43,33% responden wisatawan menempuh jarak kurang dari 15 km. Kelompok kedua ini merupakan wisatawan yang jarak tempat tinggalnya cukup dekat dengan objek wisata. Mereka pada umumnya berasal dari daerah sekitar Lembang atau Ujungberung. Kelompok terakhir adalah wisatawan yang jarak tempat tinggalnya jauh dari objek wisata.

Berdasarkan jumlah rombongan, sebesar 46,67% wisatawan datang ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul datang bersama 1-5 orang. Wisatawan yang datang bersama 6-10 orang sebesar 33,33%. Kedua kelompok tersebut biasanya datang bersama keluarga atau teman. Sebesar 10% wisatawan datang bersama 11-20 orang. Wisatawan yang datang bersama lebih dari 30 orang dan yang datang bersama 21-30 orang masing-masing sebesar 8,33% dan 1,67%. Dua kelompok terakhir biasanya datang bersama teman atau kelompok (komunitas) dan mengadakan kegiatan tertentu di objek wisata ini seperti *camping*, pembinaan, pengangkatan anggota baru, ulang tahun komunitas atau *motorcross*.

### **Penilaian Wisatawan terhadap Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul**

Sebagian besar wisatawan menyatakan relatif sulit untuk mencapai lokasi objek wisata. Hal ini disebabkan kondisi jalan menuju objek wisata yang jelek, sehingga memerlukan waktu tempuh yang lebih lama dan membuat perjalanan kurang nyaman. Lebih dari separuh wisatawan menyatakan kondisi fisik Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul cukup baik karena dengan tiket seharga Rp. 5.000 di dalam objek wisata kondisi fisiknya masih terawat, jalanan di dalam objek wisata cukup bagus, cukup bersih dan dapat menikmati alam yang indah serta udara yang sejuk. Sebagian besar wisatawan menyatakan bahwa pemandangan alam yang ada di objek wisata ini baik (indah) karena Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul dikelilingi oleh Gunung

Manglayang, Gunung Bukittunggul, Gunung Palasari dan Gunung Pangparang. Objek wisata ini jauh dari hiruk pikuk keramaian kota, bebas macet dan polusi serta keasriannya yang masih terjaga.

Lebih dari separuh wisatawan menyatakan bahwa objek wisata ini cukup bersih. Hal ini dapat terlihat dari tidak terdapatnya sampah yang tertumpuk dimana-mana dan di setiap sudut dapat dengan mudah ditemukan tempat untuk membuang sampah. Separuh dari responden menyatakan keamanan di objek wisata ini cukup aman. Hal ini disebabkan selama berkunjung ke tempat ini tidak pernah terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. Hampir dari separuh wisatawan menyatakan bahwa petugas objek wisata cukup ramah. Wisatawan menyatakan fasilitas di objek wisata ini kurang lengkap karena jumlah toilet dan kantin/warung yang masih sangat terbatas. Fasilitas yang perlu ditambahkan di Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul antara lain kantin, toilet, penginapan, saung, arena bermain untuk anak-anak, fasilitas *outbond*, area memancing, penyediaan perahu, dan kuda untuk berkeliling di dalam objek wisata.

Dari ketujuh karakteristik yang dinilai oleh wisatawan sebagaimana yang terlihat pada Tabel 2, karakteristik pemandangan alam memiliki nilai yang paling tinggi, kemudian berturut-turut disusul oleh karakteristik keramahan petugas, kondisi fisik objek wisata, keamanan, kebersihan, akses menuju lokasi dan kelengkapan fasilitas. Hal yang perlu dibenahi dan ditingkatkan oleh pengelola antara lain kelengkapan fasilitas, akses menuju lokasi dan kebersihan karena memiliki nilai di bawah cukup.

**Tabel 2 Penilaian Wisatawan terhadap Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul**

No	Karakteristik yang Dinilai	Buruk (1)	Kurang (2)	Cukup (3)	Baik (4)	Sangat Baik (5)	Rata-rata nilai
1	Akses menuju lokasi	16	18	17	5	4	2,38
2	Kondisi fisik objek wisata	0	5	39	14	2	3,22
3	Pemandangan alam	0	2	24	26	8	3,67
4	Kebersihan	0	18	32	9	1	2,88
5	Keamanan	0	10	32	13	5	3,22
6	Keramahan petugas	0	1	27	24	8	3,65
7	Kelengkapan fasilitas	5	37	16	1	1	2,27

Sumber: Data penelitian diolah

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan (Frekuensi Kunjungan)**

Untuk mengestimasi nilai ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul digunakan pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*). Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan individual. Menurut Fauzi (2010) *Travel Cost Methode* (TCM) dapat dikatakan sebagai metode yang tertua untuk pengukuran nilai ekonomi tidak langsung terhadap sumberdaya alam. Metode ini diturunkan dari pemikiran yang dikembangkan oleh Hotelling pada tahun 1931, yang kemudian secara formal diperkenalkan oleh Wood dan Trice (1958) serta Clawson dan Knetsh (1966). Metode ini kebanyakan digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka (*outdoor recreation*), seperti memancing, berburu, *hiking* dan sebagainya.

Frekuensi kunjungan seorang wisatawan ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul dalam satu tahun merupakan data cacah dan kejadian yang jarang terjadi. Menurut Yulianingsih *et al* (2012) regresi poisson merupakan salah satu bentuk analisis regresi yang digunakan untuk model data cacah (*count data*). Dalam metode regresi poisson diasumsikan bahwa *mean* dan *varian* responnya sama. Namun adakalanya nilai varian lebih besar dari nilai mean (*overdispersi*) atau varian lebih kecil dari mean respon (*underdispersi*). Indraswari (2011) menyatakan bahwa overdispersi terjadi apabila nilai rasio antara varian dan *mean* lebih besar dari 2,5. Sebaran frekuensi kunjungan ke Wisata Kebun Kina Bukit Unggul dalam waktu satu tahun setelah dilakukan pengecekan *goodness-of-fit test for poisson distribution* memiliki nilai *p-value* 0,062, pada taraf 5% sebaran tersebut menyebar secara poisson dengan rata-rata 2,85. Selain itu ragam dari sebaran ini kurang dari dua setengah kali rata-ratanya. Hal ini

membuktikan bahwa sebaran frekuensi kunjungan dalam waktu satu tahun menyebar secara poisson. Maka fungsi permintaan wisata akan diolah menggunakan regresi poisson.

Setelah dilakukan beberapa kali pencarian model persamaan terbaik, maka diperoleh hasil regresi seperti yang terlihat pada Tabel 3. Diperoleh nilai *Pearson Chi-square* sebesar 52,76 dan nilai AIC (*Akaike's Information Criterion*) sebesar 229,29. Putra *et al* (2013) menyatakan bahwa nilai *Pearson Chi-square* yang mendekati *df* yang lebih baik dan nilai AIC yang mempunyai nilai lebih kecil menunjukkan model yang lebih baik. Nilai *p-value* dari *goodness-of-fit tests* model ini adalah 0,538 untuk *deviance test* dan 0,483 untuk *pearson test*. Hal ini menunjukkan bahwa model ini terandalkan untuk taraf  $\alpha = 5\%$ . Nilai VIF pada model regresi tersebut terlihat bahwa nilai VIFnya kurang dari 5, maka model tersebut bebas dari multikolinieritas.

**Tabel 3 Koefisien regresi untuk masing-masing variabel**

Variabel	Koefisien	Standar Error	Chi-Square	P-Value	VIF
Intersept	1,157	0,208	36,22	0,000 <sup>a</sup>	
Biaya Perjalanan	0,000003	0,000002	1,59	0,208	1,32
Jarak	-0,0358	0,0130	7,65	0,006 <sup>a</sup>	1,43
Pendapatan per Bulan	0,000152	0,000051	8,44	0,004 <sup>a</sup>	1,68
Lama Mengetahui Lokasi	0,0574	0,0166	10,36	0,001 <sup>a</sup>	1,26
Tingkat Pendidikan			4,96	0,084	
3 (SMA/SMK)	-0,382	0,202			1,70
4 (Perguruan Tinggi)	-0,035	0,255			2,28
AIC	229,29				
Goodness-of-Fit Tests					
Test	DF	Estimate	Mean	Chi-square	P-value
Deviance	53	51,36659	0,96918	51,37	0,538
Pearson	53	52,76035	0,99548	52,76	0,483

Ket: tanda a menunjukkan taraf nyata masing-masing variabel pada  $\alpha = 1\%$

Sumber: Data penelitian diolah

Persamaan regresi untuk permintaan wisata adalah sebagai berikut:

$$Q_i = \exp [1,157 + 0,000003 C_i - 0,0358J_i + 0,000152 M_i + 0,0574L_i - 0,382E_{i\_3} - 0,035 E_{i\_4}] \dots \dots \dots (5)$$

Fungsi permintaan wisata di atas juga dapat ditulis dalam persamaan semi-log sebagai berikut:

$$\ln Q_i = 1,157 + 0,000003 C_i - 0,0358J_i + 0,000152 M_i + 0,0574L_i - 0,382E_{i\_3} - 0,035 E_{i\_4} \dots \dots \dots (6)$$

Dari kelima peubah bebas di atas yang berpengaruh nyata terhadap model pada taraf  $\alpha = 5\%$  adalah peubah jarak yang ditempuh wisatawan, pendapatan wisatawan per bulan, dan lama mengetahui lokasi objek wisata. Peubah bebas yang tidak berpengaruh nyata terhadap model adalah peubah biaya perjalanan dan tingkat pendidikan wisatawan. Faktor biaya perjalanan tidak nyata secara statistik. Hal ini menunjukkan permintaan wisata di Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul tidak responsif terhadap biaya perjalanan. Bagi wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul, biaya perjalanan bukanlah faktor yang utama, karena biaya perjalanan ke objek wisata ini cukup murah terutama bagi warga daerah Bandung Raya yang merupakan pengunjung utama objek wisata ini.

Penafsiran pengaruh peubah bebas regresi poisson berbeda dengan penafsiran hasil regresi linear dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (MKT). Dalam regresi linier dengan MKT, koefisien yang bertanda positif akan meningkatkan nilai peubah tak bebas, sedangkan dalam regresi poisson koefisien yang bertanda positif akan meningkatkan peluang rata-rata kejadian. Selain itu, karena hubungan eksponensial, maka pengaruh langsung sulit

untuk ditentukan. Dalam regresi linier dengan MKT dapat dinyatakan bila koefisien peubah bebas bernilai positif, dapat dinyatakan peningkatan suatu nilai peubah bebas sebanyak satu satuan maka nilai peubah tak bebas akan meningkat sebesar nilai koefisien dari peubah bebas tersebut, *ceteris paribus* dan sebaliknya. Dalam regresi poisson hanya dapat dinyatakan bahwa peningkatan peubah bebas bernilai positif akan meningkatkan peluang rata-rata dari peubah tak bebas, *ceteris paribus* dan sebaliknya (Hellerstein dan Mendelsohn 1993).

Jarak yang ditempuh wisatawan untuk menuju Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul memiliki koefisien yang negatif. Hal ini berarti semakin jauh jarak yang ditempuh wisatawan maka peluang rata-rata permintaan (frekuensi kunjungan) ke objek wisata ini akan berkurang. Jarak yang jauh akan memerlukan waktu tempuh yang lebih lama, energi yang lebih banyak dan biaya transportasi yang lebih besar.

Pendapatan wisatawan per bulan memiliki koefisien yang positif, hal ini berarti semakin besar pendapatan per bulan akan meningkatkan peluang rata-rata frekuensi kunjungan ke objek wisata. Semakin besar pendapatan seorang individu, maka alokasi pendapatan untuk kegiatan wisata semakin besar. Semakin kecil pendapatan individu, maka alokasi pendapatan untuk kegiatan wisata semakin kecil, karena pendapatan akan dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan primer dan kebutuhan yang lebih penting terlebih dahulu.

Lama mengetahui lokasi objek wisata memiliki koefisien positif terhadap permintaan (frekuensi kunjungan) ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul. Semakin lama seseorang mengetahui informasi keberadaan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul maka semakin meningkatkan peluang rata-rata kunjungan ke objek wisata ini.

### **Nilai Ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul**

Keberadaan Perkebunan Kina Bukit Unggul memberikan manfaat sumberdaya lingkungan yang berharga, baik dalam bentuk produk ataupun jasa. Salah satu jasa lingkungan yang bernilai ekonomi adalah jasa wisata alam. Istilah nilai ekonomi total (*total economic value*) dikenal dalam ekonomi sumberdaya dan lingkungan yaitu suatu nilai yang berusaha menggambarkan nilai keseluruhan dari sumberdaya dan lingkungan pada suatu wilayah tertentu. Nilai tersebut merupakan penjumlahan dari nilai guna (*use value*) dan nilai non guna (*non use value*). Nilai jasa lingkungan untuk kegiatan pariwisata dikelompokkan sebagai nilai manfaat atau guna langsung (*direct use value*). Nilai ini direfleksikan oleh "harga" dari penggunaan suatu lokasi wisata. Harga ini tidak hanya sejumlah tarif masuk yang dibayarkan, tetapi juga meliputi biaya perjalanan dan biaya waktu yang diperlukan untuk melakukan rekreasi. Sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan merefleksikan WTP wisatawan untuk jasa rekreasi. Penilaian individu terhadap suatu kunjungan rekreasi didasarkan pada harapan akan adanya manfaat dari kegiatan tersebut (Wijayanti 2009).

Surplus konsumen diperoleh dari selisih lebih antara tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen (dalam hal ini pengunjung) dengan biaya atau harga yang harus dibayarkan atau dikeluarkan untuk memperoleh kepuasan tersebut. Tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul dapat digambarkan sebagai frekuensi kunjungan wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut. Dengan demikian, berdasarkan asumsi tersebut, semakin tinggi tingkat kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan.

Surplus konsumen diperoleh dengan menganalisis permintaan wisata. Surplus konsumen diperoleh dengan menghitung wilayah di bawah kurva permintaan dan di atas harga implisit. Marsinko *et al* (2002) menyatakan permintaan individu terhadap suatu kunjungan rekreasi didasarkan pada harapan akan manfaat dari kegiatan tersebut. Apabila biaya yang dikeluarkan lebih besar dari manfaat yang diperoleh, maka individu tersebut tidak akan melakukan suatu perjalanan wisata. Sebaliknya jika manfaat yang didapat lebih besar dari biaya yang dikeluarkan maka perjalanan wisata akan dilakukan dan wisatawan akan memperoleh manfaat bersih. Manfaat bersih ini dinamakan surplus konsumen. Surplus konsumen mempresentasikan nilai (*value*) yang sangat berguna bagi penentu kebijakan.

Surplus konsumen per kunjungan pada model permintaan wisata ini yaitu sebesar  $(1/2(0,000003)) = 166.700$ . Hal ini berarti manfaat bersih yang diperoleh wisatawan dari kegiatan rekreasi di Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul senilai Rp 166.700. Surplus konsumen tiap tahun dari Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul adalah perkalian antara surplus konsumen per kunjungan dengan jumlah kunjungan wisatawan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul tiap tahun. Jumlah kunjungan wisatawan tiap tahun yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan data kunjungan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul pada tahun 2013 yaitu sebanyak 6.647 kunjungan. Jadi surplus konsumen tiap tahun dari Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul sebesar Rp 1.108.054.900.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Wisatawan Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul didominasi oleh kelompok usia muda (15-24 tahun), dengan tingkat pendidikan SMA/SMK serta tidak memiliki tanggungan. Wisatawan sebagian besar memiliki penghasilan perbulan sebesar Rp 1.500.001-Rp 3.000.000, dan mengetahui objek wisata antara 1-2 tahun yang lalu dengan frekuensi kunjungan dalam satu tahun 1-2 kali dengan waktu tempuh perjalanan 1-2 jam. Sebagian besar wisatawan datang dengan jumlah rombongan 1-5 orang.
2. Dari ketujuh karakteristik yang dinilai oleh wisatawan, karakteristik pemandangan alam memiliki nilai yang paling tinggi, kemudian berturut-turut disusul oleh karakteristik keramahan petugas, kondisi fisik objek wisata, keamanan, kebersihan, akses menuju lokasi dan kelengkapan fasilitas. Hal yang perlu dibenahi dan ditingkatkan oleh pengelola antara lain kelengkapan fasilitas, akses menuju lokasi dan kebersihan karena memiliki nilai di bawah cukup.
3. Hasil analisis permintaan wisata menunjukkan permintaan (frekuensi kunjungan) ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul dipengaruhi positif oleh faktor pendapatan wisatawan per bulan dan lama mengetahui lokasi objek wisata, serta dipengaruhi negatif oleh jarak yang ditempuh wisatawan. Faktor biaya perjalanan tidak responsif terhadap biaya perjalanan. Bagi wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul, biaya perjalanan bukanlah faktor yang utama, karena biaya perjalanan ke objek wisata ini cukup murah terutama bagi warga daerah Bandung Raya yang merupakan pengunjung utama objek wisata ini.
4. Surplus konsumen yang menggambarkan manfaat bersih yang diperoleh wisatawan dari kegiatan rekreasi di Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul per kunjungan pada model permintaan wisata ini sebesar 166.700. Surplus konsumen tiap tahun yang menggambarkan nilai ekonomi dari Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul adalah sebesar Rp 1.108.054.900. setiap tahunnya.

### Saran

Surplus konsumen yang menggambarkan manfaat bersih yang diperoleh wisatawan dari kegiatan berwisata di Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul masih cukup tinggi. Salah satu upaya untuk meningkatkan perolehan manfaat bagi pengelola adalah melalui peningkatan harga tarif masuk ke objek wisata, namun hal ini harus diikuti dengan penambahan dan pembenahan fasilitas di objek wisata, perbaikan akses menuju lokasi dan meningkatkan kebersihan di objek wisata. Berdasarkan masukan dari wisatawan, fasilitas yang perlu ditambahkan di Objek Wisata Kebun Kina Bukit Unggul antara lain kantin, toilet, penginapan, arena bermain untuk anak-anak, fasilitas *outbond*, area memancing, penyediaan perahu, dan kuda untuk berkeliling di dalam objek wisata. Fasilitas yang perlu dibenahi antara lain toilet, saung, dan tempat sampah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. 2012. "Jawa Barat dalam Angka 2012". (<http://www.jabarprov.go.id/root/dalamangka/dda2012.pdf>), diakses 6 November 2013.
- Chen W, Hong, Liu, Zhang, Hou, dan Raymond. 2004. Recreation demand and economic value: An application of travel cost method for Xiamen Island. *China Economic Review*. Vol 15, Issue 4: 398-406.
- Fauzi A. 2010. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fauzi A. 2014. *Valuasi Ekonomi dan Penilaian Kerusakan Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT. Penerbit IPB Press, Bogor.
- Hellerstein D dan Mendelsohn. 1993. A Theoretical Foundation for Count Data Model. *American Journal Agriculture Economic*. Vol 75. Pp. 604-611.
- Indraswari MS. 2011. Faktor-faktor Penyebab Kematian Bayi di Kabupaten Karangasem dengan Pendekatan Regresi Poisson. Skripsi. Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Udayana, Bukit Jimbaran.
- Juanda B. 2009. *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*. IPB Press, Bogor.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2014. "Neraca Satelit Wisata". (<http://www.parekraf.go.id/userfiles/file/Nesparnas%202007%20-%202011.pdf>), diakses 13 Mei 2013.
- Kementerian Pertanian. 2004. "Direktori Wisata Agro Indonesia". (<http://database.deptan.go.id/Wisata>), diakses 15 Januari 2013.
- Marsinko A, Zawacki, dan Bowker. 2002. Travel Cost Method in Planning: A Case Study. *Tourism Analysis*. 6 (1):203-211.
- Perkebunan Nusantara VIII. 2013. "Potensi Wisata Kebun Bukit Unggul". ([http://www.pn8.co.id/pn8/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=6&id=22&Itemid=72](http://www.pn8.co.id/pn8/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=6&id=22&Itemid=72)), diakses 16 Februari 2013.
- Putra IPYE, Kencana, Srinadi. 2013. Penerapan Regresi Generalized Poisson untuk Mengatasi Fenomena Overdispersi pada Kasus Regresi Poisson. *E-Jurnal Matematika*. Vol. 2, No.2, Mei 2013, 49-5.
- Spillane JJ. 1991. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Suwantoro G. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wells MP. 1997. *Economic Perspectives on Tourism, Conservation and Deelopment*. Pollution and Environmental Economics Devision, Environmental Economics Series. World Bank, Washington.
- Wijayanti P. 2009. *Analisis Ekonomi dan Kebijakan Pengelolaan Wisata Alam Berbasis Masyarakat Lokal di Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu Provinsi DKI Jakarta*. Tesis Magister Sains. Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- World Tourism Organization. 2014. "Why Tourism". (<http://www2.unwto.org/content/why-tourism>). diakses 1 Mei 2014.
- Yulianingsih KA, Sukarsa, Suciptawati. 2012. Penerapan Regresi Poisson untuk Mengetahui Faktor-Faktor yang Memengaruhi Jumlah Siswa SMA/SMK yang Tidak Lulus UN di Bali. *E-Jurnal Matematika*. Vol. 1, No. 1, Agustus 2012, 59-63.