

Valuasi Ekonomi Kusuma Agrowisata Kota Batu, Jawa Timur **Economic Valuation of Kusuma Agrowisata Batu City, East Java**

Oby Priambodo^{1*}, Suhartini²

*Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran Malang 65145,
Jawa Timur, Indonesia*

Diterima: 4 Agustus 2016; Direvisi: 11 November 2016; Disetujui: 14 Desember 2016

ABSTRAK

Industri pariwisata menjadi industri yang memiliki potensi untuk dilakukan pengembangan. Jenis pariwisata yang memiliki potensi besar untuk pengembangan adalah wisata alam, salah satunya Kusuma Agrowisata. Kusuma Agrowisata menjadi salah satu wisata alam berbasis agronomi yang terletak di Kota Batu. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap fasilitas, pelayanan, dan infrastruktur di Kusuma Agrowisata, 2) Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata di Kusuma Agrowisata, dan 3) untuk mengestimasi nilai surplus konsumen dan nilai ekonomi wisata dari Kusuma Agrowisata. Dengan melihat nilai tersebut nantinya dapat ditarik kesimpulan apakah biaya yang telah dikeluarkan pengunjung telah sesuai dengan wisata yang ditawarkan Kusuma Agrowisata. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* di Kusuma Agrowisata dengan mempertimbangkan bahwa Kusuma Agrowisata merupakan salah satu wisata berbasis agronomi. Penelitian dilakukan pada bulan April – Mei 2016. Sampel ditentukan dengan metode *non-probability sampling* dengan tipe *sampling critical case sampling*. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata dilakukan dengan regresi linier berganda sedangkan metode untuk menganalisis nilai surplus konsumen menggunakan *Individual Travel Cost Method* (ITCM) yaitu melihat besar surplus konsumen dengan menganalisis seluruh biaya perjalanan yang dikeluarkan. Akumulasi nilai surplus konsumen tersebut dapat menghasilkan nilai ekonomi wisata Kusuma Agrowisata. Hasil dari penelitian ini adalah fasilitas toilet dan tempat ibadah yang disediakan oleh pengelola Kusuma Agrowisata dinilai oleh responden kurang memadai. Sementara itu, faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap permintaan wisata adalah biaya perjalanan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan jumlah rombongan. Sedangkan nilai surplus konsumen dan nilai ekonomi wisata Kusuma Agrowisata masing-masing adalah Rp. 1.373.113,17 dan Rp. 419.623.385.898,00.

Kata kunci: agrowisata; persepsi konsumen; *individual travel cost method*

ABSTRACT

The tourism industry become industry that has the potential development. The type of tourism that has big potential for development is the natural tourism, one of which Kusuma Agrowisata. Kusuma Agrowisata is one of nature-based agronomic located in Batu City. The purposes of this research are 1) to know how consumers' perception of facilities, services, and infrastructure in Kusuma Agrowisata, 2) to analyse the factors that influence the demand for travel in Kusuma Agrowisata, and 3) to estimate the value of consumer surplus and economic value of travel of Kusuma Agrowisata. By looking at these values then can be concluded whether the costs incurred in accordance with the visitors have offered Kusuma Agrowisata. The research location determined by purposive in Kusuma Agrowisata considering that Kusuma Agrowisata is one of the agronomy based on tourism. The research was conducted in April-May 2016. The sample was determined by non-probability sampling method with the type of sampling critical case sampling. Analysis of the factors that influence demand for travel is done by multiple linear regression method to analyze value while consumer surplus using Individual Travel Cost Method (ITCM) by looking the magnitude of consumer surplus with analysing the travel expenses incurred. The accumulated value of the consumer surplus can generate economic value of Kusuma Agrowisata. The results of this research are toilet facilities and places of worship provided by the manager of Kusuma Agrowisata rated by respondents as insufficient. Meanwhile, factors that significantly influence travel demand is the travel cost, education level, income level, and the number of group. While the value of the consumer surplus and the economic value of Kusuma Agrowisata respectively are IDR1,373,113.17 and IDR419,623,385,898.00.

Keyword: agrotourism; consumer perceptions; individual travel cost method

1. Pendahuluan

Pengembangan pariwisata menjadi sektor potensial untuk meningkatkan devisa negara. Saat ini, telah banyak negara yang menerapkan istilah *sustainable tourism* (pariwisata berkelanjutan) yaitu industri pariwisata yang berbasis pada perlindungan sumber daya alam dan lingkungan sebagai penyumbang jasa pada kegiatan wisata. *Sustainable tourism* memiliki beberapa konsep dasar yang dapat diterapkan seperti CBT (*Community Based Tourism*), *Eco-Tourism*, *Responsible Tourism*, dan *Coastal Tourism*. Kebutuhan masyarakat dunia akan atraksi wisata khususnya kepariwisataan berbasis konservasi yang terus meningkat memberikan kesadaran bagi pihak-pihak pemangku kebijakan untuk memberikan perlindungan lingkungan dan kehidupan tradisional. Terdapat beberapa faktor yang menjadi pendorong pengembangan pariwisata di Indonesia, yaitu (1) sektor minyak bumi pada saat ini memiliki peranan yang relatif berkurang sebagai penyumbang devisa negara; (2) nilai ekspor sektor nonmigas yang semakin merosot; (3) peningkatan jumlah wisatawan secara konsisten setiap tahunnya; dan (4) potensi besar yang masih dimiliki pariwisata Indonesia dan belum dikembangkan secara optimal. Indonesia memiliki beragam jenis wisata yang tersebar di berbagai daerah. Famtyas (2014) menyebutkan bahwa kepariwisataan Indonesia adalah pariwisata berbasis alam dan budaya.

Batu merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki berbagai jenis atraksi wisata. Menurut Nurhidayati (2009), kota Batu memiliki obyek wisata yang secara umum terbagi menjadi 2 bagian yaitu *natural attraction* (atraksi yang bersumber pada alam) dan *artificial attraction* (atraksi buatan manusia). Salah satu destinasi wisata yang menjadi favorit wisatawan kota Batu adalah Kusuma Agrowisata. Kusuma Agrowisata menawarkan wisata petik apel, jeruk, dan sayur mayur. Selain itu, wisatawan juga mendapatkan pengetahuan tentang cara budidaya buah-buahan dan sayuran. Terdapat beberapa fasilitas untuk memanjakan wisatawan antara lain hotel, kolam renang, *green house* (rumah kaca), restoran, dan lapangan tenis. Menurut data pengelola Kusuma Agrowisata, pada tahun 2015, pengunjung yang datang ke tempat wisata Kusuma Agrowisata mencapai 305.600 orang.

Angka tersebut jauh lebih banyak dari tahun sebelumnya yang hanya 238.003 pengunjung. Kenaikan jumlah pengunjung yang signifikan ini merupakan potensi yang dapat dikembangkan.

Dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung Kusuma Agrowisata, pengelola dituntut untuk dapat menawarkan atraksi wisata yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Sehingga mereka harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan wisata di Kusuma Agrowisata dan bagaimana persepsi pengunjung tentang fasilitas di Kusuma Agrowisata. Selain itu, surplus konsumen dari pengunjung Kusuma Agrowisata dapat dihitung dengan pendekatan biaya perjalanan (*Travel Cost Method*), karena kegiatan wisata merupakan salah satu kegiatan yang tidak tercermin dalam harga pasar. Nilai surplus konsumen dapat diakumulasikan sehingga menghasilkan nilai ekonomi Kusuma Agrowisata. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengelola Kusuma Agrowisata maupun pengembang wisata lain khususnya wisata yang memanfaatkan jasa sumber daya alam dan lingkungan. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam menentukan nilai pajak lingkungan, subsidi bagi masyarakat sekitar, menentukan besar harga tiket masuk wisata, maupun dapat digunakan investor untuk melakukan investasi dengan kriteria yang telah terintegrasi dengan lingkungan.

2. Metode Penelitian

2.1. Metode Penentuan Lokasi

Penelitian dilaksanakan di Kusuma Agrowisata, Batu, Jawa Timur. Hal tersebut didasari karena Kusuma Agrowisata merupakan wisata berbasis agronomi dengan alam sebagai faktor pengaruh paling besar dalam "nilai wisata" yang ditawarkan. Selain itu, Kusuma Agrowisata telah terkenal di kalangan masyarakat lokal kota Batu maupun masyarakat Indonesia sehingga memiliki peminat cukup banyak dan terus meningkat setiap tahunnya. Dengan demikian, Kusuma Agrowisata memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Penelitian akan dilakukan dengan mengambil data di lokasi wisata selama 1 bulan dimulai pada bulan Maret hingga April 2016.

2.2. Metode Penentuan Responden

Metode penentuan responden yang digunakan dalam penelitian adalah metode *non-probability sampling*. Menurut Henry (1990) dalam Maylor dan Blackmon (2005), *non-*

*) Penulis Korespondensi.

E-mail: obyriambodo1@gmail.com

probability sampling adalah metode untuk menentukan responden secara sistematis dan sengaja berdasarkan pertimbangan peneliti untuk mencapai tujuan penelitian. Responden yang digunakan dalam penelitian adalah pengunjung Kusuma Agrowisata dengan kriteria usia di atas 17 tahun atas pertimbangan pada usia tersebut, responden telah mencapai usia dewasa dini dimana kemampuan mental telah membantu untuk berfikir dan mampu membuat keputusan untuk melakukan perjalanan wisata (Hurlock, 2002). Dengan demikian tipe sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *critical case sampling*. Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel responden adalah dengan metode perhitungan Sampel *Cross Sectional* (Lemeshow, 1997).

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 p(1-p)N}{d^2(N-1) + Z_{1-\alpha/2}^2 p(1-p)} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana n adalah ukuran sampel, $Z_{1-\alpha/2}^2$ adalah nilai pada distribusi normal standar yang sama dengan tingkat kemaknaan α (untuk $\alpha = 0,12$ adalah 1,56), p adalah proporsi wisatawan Kusuma Agrowisata yang bisa dijadikan sampel dengan nilai $p = 0,5$ (Bernoulli probability), N adalah jumlah wisatawan Kusuma Agrowisata pada tahun 2015 (N = 305.600 orang), dan d adalah limit dari error atau presisi absolut (d = 0,12). Sehingga jumlah yang digunakan dalam penelitian ini adalah 43 responden. Namun dalam penelitian ini menggunakan responden sebanyak 50 responden. Hal tersebut berkaitan dengan kebutuhan analisis yang digunakan dalam penelitian. Pernyataan tersebut didukung oleh Fowler (2009) dalam Creswell (2012) yang menyatakan bahwa penentuan ukuran sampel dihubungkan dengan rencana analisis untuk penelitian.

2.3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Pengambilan data primer dilakukan dengan teknik wawancara. Teknik wawancara dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang ditujukan kepada responden pengunjung. Data yang dibutuhkan sesuai dengan faktor-faktor yang diduga mempengaruhi permintaan wisata di Kusuma Agrowisata. Data sekunder diperoleh dari pemilik (pengelola) Kusuma Agrowisata. Selain itu, data sekunder diperoleh dari studi pustaka, buku referensi, jurnal, dan penelitian terdahulu. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian adalah

gambaran umum Kusuma Agrowisata, keadaan fisik, fasilitas, jumlah kunjungan wisatawan dalam 1 tahun serta informasi lain yang menunjang penelitian.

2.4. Analisis Data

a. Analisis Faktor Sosial Ekonomi Pengunjung yang Mempengaruhi Permintaan Wisata

Permintaan Kusuma Agrowisata yang akan dianalisis sebagai variabel dependent diduga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang telah ditentukan di awal penelitian. Faktor-faktor tersebut antara lain pendapatan, umur, biaya perjalanan, jarak tempuh, waktu tempuh, jumlah rombongan, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata pada Kusuma Agrowisata tiap individu per tahun dapat dirumuskan secara statistik sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 D_1 + \beta_8 D_2 + \varepsilon \dots\dots\dots (2)$$

Dimana :

- Y = Frekuensi kunjungan Kusuma Agrowisata (jumlah kunjungan)
- X₁ = Biaya perjalanan dari rumah ke Kusuma Agrowisata (rupiah)
- X₂ = Usia responden (tahun)
- X₃ = tingkat pendidikan responden
- X₄ = Pendapatan responden (rupiah per bulan)
- X₅ = Jarak tempuh dari rumah ke Kusuma Agrowisata (km)
- X₆ = Jumlah rombongan (orang)
- D₁ = *Dummy* Jenis Kelamin
- D₂ = *Dummy* Status Perkawinan
- α = Konstanta
- $\beta_1 - \beta_8$ = Koefisien regresi untuk faktor X₁-X₆ dan D₁-D₂
- ε = Error term

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengolah data variabel-variabel yang telah ditentukan dan diduga berpengaruh terhadap variabel terikat. Model regresi linear berganda bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh variabel bebas (biaya perjalanan, usia responden, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jumlah rombongan, jarak tempuh, jenis kelamin, dan status perkawinan) terhadap permintaan wisata Kusuma Agrowisata. Sebelum dilakukan analisis, model yang telah dibuat harus lolos uji asumsi klasik meliputi Uji Multikolinieritas, Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas.

Gujarati (2003) menjelaskan multikolinieritas adalah terjadinya hubungan linier antara variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Menurut Andryan (2010), Uji normalitas merupakan uji asumsi klasik pada linier berganda untuk menguji kenormalan dalam distribusi data. Pengujian ini paling banyak dilakukan untuk menganalisis statistik parametrik. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah di dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Autokorelasi merupakan terjadinya korelasi antar variabel error di dalam model. Dampak yang ditimbulkan dari adanya autokorelasi dalam model regresi adalah walaupun estimator Ordinary Least Square (OLS) masih linier dan tidak bias, tetapi tidak lagi mempunyai variansi yang minimum dan menyebabkan perhitungan standard error metode OLS tidak bisa dipercaya lagi kebenarannya. Heteroskedastisitas merupakan proses terjadinya variasi residual yang tidak sama untuk semua data. Dampak yang ditimbulkan dari kondisi tersebut adalah estimasi koefisien menjadi kurang akurat, dikarenakan untuk mendapatkan garis penduga yang baik harus memenuhi syarat homoskedastisitas. Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 dapat dihitung langsung dari data bersamaan dengan koefisien regresi. Kegunaan dari Koefisien determinasi R^2 adalah untuk mengukur tingkat ketepatan yang paling baik dari analisis regresi. Jika R^2 semakin besar atau mendekati 1, maka model makin tepat. Semakin besar n (ukuran sampel) maka nilai R^2 cenderung makin kecil. Sebaliknya dalam data runtun waktu (*time series*) dimana peneliti mengamati hubungan dari beberapa variabel pada satu unit analisis (perusahaan atau negara) pada beberapa tahun maka R^2 akan cenderung besar. Hal ini disebabkan variasi data yang relatif kecil pada data runtun waktu yang terdiri dari satu unit analisis saja (Gujarati, 1988).

2) Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan. Subiyanto (2000) menjelaskan Uji F dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \dots \dots \dots (3)$$

Dimana:

R^2 = koefisien determinasi

n = ukuran sampel

k = banyaknya variabel

Pengujian nilai F_{hit} memiliki kriteria sebagai berikut :

Jika $F_{hit} > F_{(tabel \alpha)}$ ini berarti bahwa terdapat hubungan bukan linier berganda pada pasangan pengamatan $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, D_1,$ dan D_2 dengan Y tersebut atau $f = (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, D_1, D_2)$ adalah bukan linier pada taraf α .

Jika $F_{hit} \leq F_{(tabel \alpha)}$ ini berarti bahwa terdapat hubungan linier berganda antara pengaruh $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, D_1,$ dan D_2 terhadap Y secara bersama pada taraf α . Pengujian yang dilakukan dengan uji F seperti cara tersebut di atas, tidak dapat memberikan petunjuk apakah setiap variabel bebas X_i menunjukkan pengaruh atau hubungan yang nyata terhadap variabel tak bebas Y secara parsial.

3) Uji t

Uji t memiliki tujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Pengujian regresi secara parsial yaitu dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Dalam uji t_{hitung} terdapat kriteria pengujian nilai t_{hitung} sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} \leq t_{(tabel 5\%, db \text{ galat})}$ ini berarti pada analisis regresi linier berganda, pengaruh X_i terhadap Y menunjukkan bahwa X_i berpengaruh tidak nyata secara parsial terhadap Y.

Jika $t_{hitung} \geq t_{(tabel 5\%, db \text{ galat})}$ maka nilai β_i menunjukkan bahwa X_i berpengaruh nyata terhadap variabel bebas Y secara individual atau secara parsial. Dengan kata lain ini berarti bahwa koefisien arah b_i yang bersangkutan dapat dipakai sebagai penduga dan peramalan yang dapat dipercaya.

Uji t dapat memberikan petunjuk apakah setiap variabel bebas (biaya perjalanan, usia responden, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jumlah rombongan, jarak tempuh, jenis kelamin, dan status perkawinan) memberikan pengaruh atau hubungan yang nyata terhadap variabel tak bebas Y (permintaan wisata Kusuma Agrowisata). Pengujian nilai t didasarkan pada metode kuadrat terkecil (*Ordinary Least Square*).

b. Analisis Valuasi Ekonomi

Untuk mengetahui besar pengaruh dari masing-masing faktor tersebut, dapat dilakukan

dengan menggunakan pendekatan *Travel Cost Method* (TCM). Menurut Fauzi (2014), *Travel Cost Method* (TCM) atau Metode Biaya Perjalanan adalah metode penilaian terungkap yang digunakan untuk menilai komponen non-guna dari berdasarkan perilaku yang diamati yakni pengeluaran individu untuk perjalanan. Dalam penelitian ini TCM akan menganalisis komponen non-guna dari Kusuma Agrowisata berdasarkan pengeluaran yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk biaya perjalanan. Salah satu metode TCM yang digunakan dalam penelitian adalah model *Individual Travel Cost Method* (ITCM).

Metode ITCM didasarkan pada survei atas pengunjung ke tempat rekreasi. Data pengeluaran biaya perjalanan dan variabel sosio-ekonomi lainnya dijadikan sebagai variabel penjelas dari biaya perjalanan yang dikeluarkan. Persamaan metode ITCM adalah sebagai berikut :

$$V_{ij} = f(TC_{ij}, X_{ij}) \dots\dots\dots (4)$$

Di mana V adalah jumlah kunjungan ke suatu lokasi, TC adalah biaya perjalanan dan X adalah variabel sosio-ekonomi lainnya yang diduga akan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan. “i” merupakan individu yang memilih tujuan lokasi “j”. Bentuk persamaan tersebut disebut dengan persamaan *Trip-Generation Function* (TGF). TGF merupakan pendugaan besaran surplus konsumen dengan menghubungkan antara jumlah kunjungan dan besaran biaya.

Untuk mengimplementasikan TCM, terlebih dahulu dibuat spesifikasi TGF sehingga surplus konsumen dapat dihitung berdasarkan koefisien yang diperoleh dari fungsi spesifik. TGF yang digunakan yaitu dalam bentuk linier yaitu sebagai berikut :

$$V = \beta_0 + \beta_1 TC \dots\dots\dots (5)$$

Dengan hipotesis bahwa koefisien β_1 bernilai negatif. Setelah ditentukan persamaan TCM dalam spesifikasi TGF, langkah selanjutnya adalah menghitung surplus konsumen dengan fungsi log linier surplus konsumen adalah :

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} f(Px) dP \dots\dots\dots (6)$$

Dengan diketahui koefisien β_0 dan β_1 maka besaran surplus konsumen dapat diketahui. Pendugaan parameter β_0 dan β_1 dilakukan dengan teknik *Ordinary Least Square* (OLS) menggunakan software ekonometrika seperti SPSS.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Persepsi Responden Terhadap Kusuma Agrowisata

a. Persepsi Responden Terhadap Fasilitas

Jenis-jenis fasilitas yang dinilai oleh responden dalam penelitian adalah fasilitas yang diberikan oleh pengelola Kusuma Agrowisata dan dinikmati oleh wisatawan yang mengunjungi Kusuma Agrowisata untuk melakukan wisata petik. Fasilitas tersebut antara lain ketersediaan tempat parkir, toilet, tempat penjualan souvenir, tempat penjualan makan dan minum, dan penyediaan lokasi ibadah. Berdasarkan data hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tempat parkir di Kusuma Agrowisata perlu ditingkatkan lagi jumlahnya. Kunjungan sebagian besar wisatawan dilakukan pada hari libur atau *weekend* sehingga jumlah kendaraan akan meningkat pesat daripada hari biasa (*weekday*). Fasilitas toilet dinilai responden kurang disebabkan karena jumlah toilet yang ada di dalam area kebun maupun di rest area masih belum sesuai dengan jumlah pengunjung yang datang ke Kusuma Agrowisata.

Sedangkan fasilitas penyediaan souvenir menjadi salah satu kenang-kenangan yang dapat dibawa pengunjung pulang dan mengingatkan pengunjung bahwa mereka telah berwisata di Kusuma Agrowisata. Responden yang kurang puas dengan penyediaan lokasi penjualan souvenir ini disebabkan karena kurangnya jumlah booth untuk menjual souvenir. Selain itu, booth kedua yang terletak di pintu keluar juga kurang banyak jenisnya sementara ruang booth tersebut masih cukup lebar. Untuk fasilitas penyediaan makan dan minum, hasil penelitian menunjukkan penyediaan lokasi makan dan minum di lingkungan wisata Kusuma Agrowisata telah cukup memenuhi kebutuhan pengunjung. Mayoritas pengunjung yang mengunjungi Kusuma Agrowisata merupakan umat muslim yang membutuhkan tempat ibadah seperti masjid atau mushola. Responden yang menyatakan bahwa lokasi ibadah kurang memadai membuktikan bahwa jumlah dan luas area ibadah yang disediakan oleh Kusuma Agrowisata kurang. Pengelola Kusuma Agrowisata tidak membuat tempat ibadah khusus seperti mushola karena kunjungan yang dilakukan pengunjung biasanya tidak lebih dari setengah hari sehingga tidak sampai pada waktu ibadah seperti sholat Dzuhur.

b. Persepsi Responden Terhadap Pelayanan

Pelayanan yang dinilai oleh responden meliputi keamanan pengunjung, kemudahan mendapatkan informasi, dan keramahan pelayanan. Kenyamanan pengunjung dalam menikmati fasilitas wisata yang ditawarkan Kusuma Agrowisata dapat didukung dengan adanya keamanan yang baik di lingkungan wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kusuma Agrowisata telah memberikan kenyamanan sebagian besar pengunjung dari segi keamanan. Kusuma Agrowisata merupakan wisata yang tidak hanya menawarkan pengalaman memetik buah dan sayur secara langsung tetapi juga memberikan wisata edukasi berupa informasi seputar tanaman yang ada di kebun. Karena itu, informasi tersebut menjadi salah satu faktor penarik pengunjung untuk datang mengunjungi Kusuma Agrowisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung sudah cukup mudah untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Hal ini dikarenakan *guide* yang mendampingi responden selama perjalanan tidak begitu banyak memberikan penjelasan selama perjalanan wisata di kebun. Selain itu, kesulitan mendapatkan informasi juga dirasakan pengunjung yang datang dengan jumlah rombongan yang cukup banyak sedangkan hanya terdapat satu *guide* yang mendampingi rombongan tersebut sehingga mereka tidak sepenuhnya mendapatkan informasi secara jelas. Sedangkan penilaian responden terhadap pelayanan menunjukkan bahwa sebesar 66 persen responden menilai bahwa pelayanan di Kusuma Agrowisata sudah ramah. Sedangkan 20 persen responden menilai sangat ramah. Hal tersebut membuktikan bahwa dari faktor pelayanan kepada pengunjung, Manajemen Kusuma Agrowisata telah memberikan yang pelayanan terbaik dan telah sesuai dengan harapan pengunjung.

c. Persepsi Responden Terhadap Infrastruktur

Persepsi Infrastruktur meliputi kemudahan akses menuju lokasi wisata dan kebersihan lingkungan wisata. Kemudahan mencapai lokasi wisata didukung dengan adanya papan penunjuk jalan dan keadaan jalan yang baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah mudah untuk mencapai lokasi wisata. Kemudahan akses ini dikarenakan telah terdapat papan penunjuk arah dari pusat kota Batu menuju lokasi wisata. Selain itu, jalan menuju Kusuma Agrowisata telah sepenuhnya beraspal sehingga memudahkan pengunjung

untuk menuju ke Kusuma Agrowisata. Kebersihan di dalam lingkungan wisata juga diperhatikan oleh wisatawan yang mengunjungi Kusuma Agrowisata. Ketersediaan tempat sampah di tempat-tempat strategis menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi oleh pihak manajemen Kusuma Agrowisata. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden (66 persen) menilai bahwa lingkungan Kusuma Agrowisata sudah bersih. 28 persen responden lainnya menyatakan bahwa kebersihan Kusuma Agrowisata berada pada level cukup. Bahkan terdapat 4 persen responden yang menyatakan bahwa lingkungan Kusuma Agrowisata kotor. Menurut responden tersebut, masih terdapat beberapa sampah plastik yang mereka temukan di dalam kebun, selain itu terdapat ilalang yang cukup lebat sehingga mengganggu pengunjung dalam menikmati proses pemetikan buah.

Persepsi pengunjung terhadap fasilitas, pelayanan, dan infrastruktur Kusuma Agrowisata dapat dijadikan acuan bagi pengelola untuk melakukan perbaikan. Walaupun hampir seluruh aspek dinilai oleh pengunjung dengan penilaian yang cukup baik, akan tetapi masih ada beberapa aspek yang belum sesuai dengan keinginan konsumen.

3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata

Pengujian terhadap model regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan responden ke Kusuma Agrowisata. Sebelum dilakukan analisis regresi, model yang digunakan harus lolos uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik meliputi uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, dan uji autokorelasi. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, nilai VIF masing-masing variabel bebas (*independent*) tidak ada yang lebih dari 10. Selain itu, multikolinieritas dibuktikan dengan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Hal tersebut membuktikan bahwa model regresi yang telah dibuat tidak memiliki masalah multikolinieritas. Berdasarkan analisis uji heteroskedastisitas menggunakan program SPSS, seluruh variabel *independent* (biaya, usia, pendidikan, pendapatan, jarak, rombongan, jenis kelamin, dan status perkawinan) memiliki nilai *t*-hitung yang tidak signifikan (tingkat signifikansi 0,10 atau 10%) artinya seluruh variabel tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan pengujian normalitas yang telah

dilakukan. Nilai statistic Skewness adalah 0,653 dan nilai Kurtosis adalah 0.056. Sedangkan nilai standar error skewness dan kurtois masing-masing adalah 0,337 dan 0,662. Berdasarkan nilai tersebut, rasio Skewness adalah $0,653/0,337 = 1,94$ dan rasio Kurtois adalah $0,056/0,662 = 0,085$. Nilai rasio tersebut membuktikan bahwa model regresi tidak mengalami masalah normalitas karena data terdistribusi normal.

Berdasarkan hasil analisis uji autokorelasi yang telah dilakukan, nilai DW model regresi adalah 1,773. Sedangkan nilai Du untuk jumlah variabel 8 (k=8) dan jumlah data 50 (n=50) adalah 1,748. Sehingga model regresi tidak mengalami masalah autokorelasi karena nilai DW berada diantara Du (1,748) dan 4-Du ($4 - 1,748=2,252$).

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kunjungan Wisata

No.	Parameter	Koefisien	T-statistik	Signifikansi
1.	Constanta	-0,229	-0,332	0,742
2.	Biaya Perjalanan	-0,0000009563	-2,486	0,017*
3.	Usia	-0,034	-0,331	0,758
4.	Pendidikan	0,319	2,574	0,014*
5.	Pendapatan	0,358	3,382	0,002*
6.	Jarak Tempuh	0,000	0,403	0,689
7.	Jumlah Rombongan	0,005	2,815	0,007*
8.	Jenis Kelamin	0,172	0,026	0,979
9.	Status Perkawinan	-0,455	-1,626	0,112

$R^2 = 0,546$ F-hitung = 6,169 dengan signifikansi 0,000
 * = signifikan pada taraf 5%

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 20, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,229 - 0,0000009563 X_1 - 0,034 X_2 + 0,319 X_3 + 0,358 X_4 + 0,0 X_5 + 0,014 X_6 + 0,004 D_7 - 0,455 D_8 + \varepsilon \dots\dots\dots (7)$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan, usia responden dan status perkawinan memiliki nilai koefisien negatif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan wisata di Kusuma Agrowisata. Sedangkan variabel pendidikan, pendapatan, jarak tempuh, jumlah rombongan, dan jenis kelamin memiliki nilai koefisien positif. Artinya variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap permintaan wisata di Kusuma Agrowisata.

Persamaan regresi yang telah dibuat diuji dengan uji koefisien determinasi, uji F, dan uji t untuk melihat berapa besar variabel independent dapat menjelaskan variabel dependent dan seberapa besar pengaruhnya secara keseluruhan maupun secara parsial. nilai R^2 sebesar 0,546 atau mencapai 54,6%, angka tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel independent dalam memberikan informasi untuk menjelaskan keragaman variabel terikat relatif tinggi. Dari nilai koefisien determinasi tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independent

(X_1 =biaya perjalanan, X_2 =usia, X_3 =tingkat pendidikan, X_4 =tingkat pendapatan, X_5 =jarak tempuh, X_6 =jumlah rombongan, D_1 =jenis kelamin, D_2 =status perkawinan) memiliki pengaruh sebesar 54,6% terhadap jumlah kunjungan responden ke Kusuma Agrowisata dan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Sedangkan nilai F_{hitung} -nya adalah 6,169 dengan tingkat signifikansi 0% sedangkan diketahui nilai F_{tabel} dengan nilai df $N1 = 8$ dan df $N2 = 42$ adalah 2,17. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} (6,169) > F_{tabel} (2,17)$, artinya bahwa secara bersama-sama, semua variabel independent (X_1 =biaya perjalanan, X_2 =usia, X_3 =tingkat pendidikan, X_4 =tingkat pendapatan, X_5 =jarak tempuh, X_6 =jumlah rombongan, D_1 =jenis kelamin, D_2 =status perkawinan) berpengaruh terhadap variabel dependent yaitu jumlah kunjungan wisatawan ke Kusuma Agrowisata.

Pada pengujian model regresi ini, t_{tabel} ditunjukkan dengan melihat tabel t dengan nilai $df = n-k$ dengan n adalah banyaknya data dan k adalah banyaknya variabel (independent dan dependent) sehingga $df = 50 - 9 = 41$. Diketahui nilai signifikansi t_{tabel} pada $\alpha=0,10$ untuk $df=41$ adalah 1,682. Dari 8 variabel independent yang dianalisis dengan regresi linier berganda, terdapat 4 variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent sedangkan 4 variabel

lainnya tidak memiliki pengaruh secara signifikan. 4 variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent adalah variabel biaya perjalanan, pendidikan, pendapatan, dan jumlah rombongan. Sedangkan variabel usia, jarak tempuh, jenis kelamin, dan status perkawinan tidak memiliki pengaruh secara signifikan.

3.3. Valuasi Ekonomi Kusuma Agrowisata

Valuasi ekonomi adalah bentuk pengukuran jumlah maksimum seseorang untuk mengorbankan barang atau jasa yang dimiliki guna mendapatkan barang atau jasa lain yang diinginkan (Djijono, 2002). Sedangkan nilai ekonomi kawasan wisata merupakan bentuk pemberian nilai secara kuantitatif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh Sumber Daya Alam (SDA) dan lingkungan. Nilai ekonomi suatu daerah wisata memiliki hubungan searah dengan surplus konsumen dari pengunjung (Pearce dan Turner, 1990). Nilai ekonomi wisata merupakan akumulasi surplus konsumen dari seluruh pengunjung suatu tempat wisata. Surplus konsumen menunjukkan besar maksimum nilai uang yang mau dibayarkan oleh pengunjung (*Willingness to Pay*) terhadap wisata yang dinikmati. Surplus konsumen dapat dihitung melalui *Individual Travel Cost Method (ITCM)*.

Langkah pertama yang dilakukan untuk mendapatkan besar surplus konsumen di Kusuma Agrowisata adalah dengan menghitung nilai ekonomi Kusuma Agrowisata dengan rumus :

$$Dx = Qx = a - bP \dots\dots\dots (8)$$

Dimana :

- Dx : Permintaan kunjungan
- Qx : Jumlah kunjungan
- a : Konstanta hasil regresi biaya perjalanan terhadap jumlah kunjungan
- b : Koefisien regresi dari variabel biaya perjalanan
- P : Harga atau jumlah biaya perjalanan

Setelah nilai ekonomi didapatkan, langkah selanjutnya adalah menghitung surplus konsumen dengan rumus :

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} f(Px)dP \dots\dots\dots (9)$$

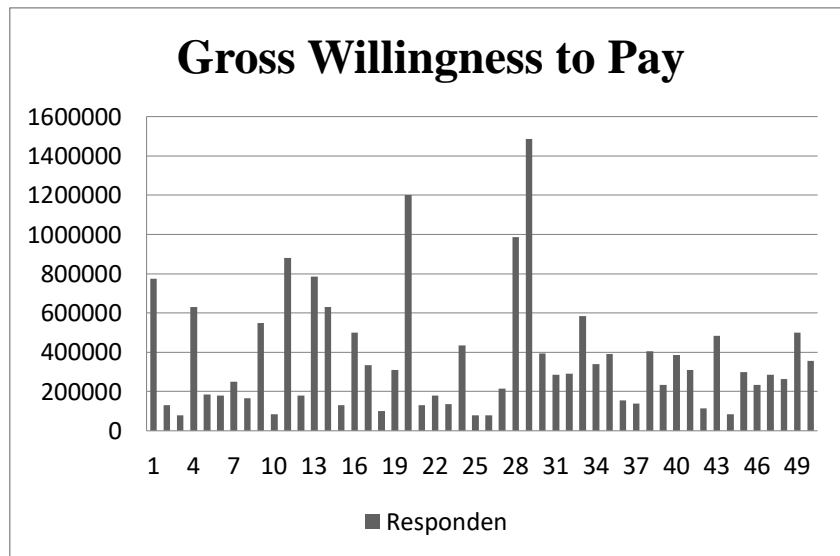
Dimana :

- SK : Surplus Konsumen
- P₁ : harga tertinggi atau biaya perjalanan maksimum Kusuma Agrowisata
- P₀ : harga terendah atau biaya perjalanan minimum Kusuma Agrowisata

Nilai ekonomi Kusuma Agrowisata dapat dinyatakan dengan model $Dx = -0,229 - 0,0000009563X_1$. Dari 50 pengunjung yang menjadi sampel penelitian, telah didapatkan data bahwa batas atas atau nilai biaya perjalanan maksimum adalah Rp. 1.485.000,00 sedangkan batas bawah atau nilai biaya perjalanan minimum adalah Rp. 80.000,00. Bentuk integral dari model tersebut menjadi $SK = \int_{80.000}^{1.485.000} (-0,229 - 0,0000009563X_1)dX$.

Berdasarkan bentuk perumusan integral tersebut, didapatkan nilai Surplus Konsumen sebesar Rp. 1.373.113,17 per pengunjung per tahun. Nilai tersebut merupakan surplus konsumen pengunjung Kusuma Agrowisata. Diketahui bahwa nilai harga pasar (*market price*) Kusuma Agrowisata adalah sebesar tiket masuk wisata yaitu Rp. 85.000,00. Sehingga didapatkan nilai *gross willingness to pay* pengunjung Kusuma Agrowisata adalah Rp. 85.000,00 + Rp. 1.373.113,17 = Rp. 1.458.113,17. Nilai tersebut merupakan nilai maksimum WTP pengunjung Kusuma Agrowisata.

Gambar 1. menunjukkan besar biaya perjalanan dari 50 responden. Area berwarna biru merupakan area surplus konsumen dengan batas bawah harga pasar (*market price*) dan batas atas adalah nilai *Gross WTP*. Dari 50 pengunjung responden, terdapat 49 responden yang mengeluarkan biaya perjalanan untuk mencapai Kusuma Agrowisata tidak lebih dari nilai *gross WTP*, artinya pengunjung Kusuma Agrowisata memiliki kemungkinan untuk melakukan kunjungan ulang ke Kusuma Agrowisata di masa yang akan datang.



Gambar 1. Grafik Gross Willingness to Pay Pengunjung Kusuma Agrowisata

Sebanyak 49 responden yang mengalami surplus merupakan pengunjung yang berasal dari Jawa Timur sebesar 80% dan 20% sisanya merupakan pengunjung yang berasal dari kota-kota di pulau Jawa selain Jawa Timur. Hal ini menunjukkan bahwa pasar potensial dari Kusuma Agrowisata adalah Pulau Jawa. Rekomendasi yang dapat diberikan kepada pengelola Kusuma Agrowisata adalah promosi wisata dapat difokuskan di Pulau Jawa. Promosi dapat dilakukan melalui media cetak maupun elektronik sesuai dengan karakteristik responden sebesar 28 % mendapatkan informasi tentang Kusuma Agrowisata melalui media tersebut.

Berdasarkan data pengunjung Kusuma Agrowisata tiga tahun terakhir, jumlah wisatawan yang mengunjungi Kusuma Agrowisata selalu mengalami kenaikan dengan rata-rata kenaikan sebesar 34,6%. Jumlah ini sesuai dengan hasil analisis bahwa sebagian besar (98%) wisatawan yang mengunjungi Kusuma Agrowisata mengalami surplus karena biaya perjalanan yang dikeluarkan tidak lebih dari nilai *gross WTP* sehingga mendorong wisatawan untuk datang ke Kusuma Agrowisata.

Pada bulan Januari hingga Desember 2015 tercatat jumlah wisatawan yang mengunjungi Kusuma Agrowisata sebanyak 305.600 orang. Total nilai ekonomi Kusuma Agrowisata didapatkan dari perkalian antara nilai surplus konsumen dengan total pengunjung. Dari perkalian tersebut didapatkan hasil Rp. 419.623.385.898,00 per tahun.

Nilai ekonomi sebesar Rp. 419.623.385.898,00 merupakan nilai akumulasi dari seluruh *Willingness to Pay* (WTP)

pengunjung. Hal tersebut dapat diinterpretasikan sebagai besar nilai yang diberikan oleh masyarakat khususnya pengunjung Kusuma Agrowisata untuk mempertahankan Kusuma Agrowisata sebagai tempat wisata. Besar nilai ekonomi tersebut juga memberikan pengertian bahwa atraksi wisata di Kusuma Agrowisata masih memiliki daya tarik bagi wisatawan khususnya yang berasal dari Pulau Jawa. Nilai tersebut dapat ditingkatkan dengan melakukan perbaikan wisata khususnya wisata petik buah dan sayur sebagai tujuan utama wisata di Kusuma Agrowisata. perbaikan yang dapat dilakukan adalah dengan menambah komoditas buah dan sayur yang ditanam, menambah jumlah buah dan sayur yang dapat dipetik oleh pengunjung, atau dengan menyediakan stand penjualan buah dan sayur hasil panen sehingga pengunjung dapat membawa pulang buah dan sayur dengan jumlah yang mereka inginkan.

Nilai biaya perjalanan yang digunakan dalam perhitungan merupakan total pengeluaran pengunjung dari biaya transportasi, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya souvenir, dan biaya lain-lain (parkir, penginapan, dll). Berdasarkan rincian komponen biaya perjalanan tersebut, pengelola Kusuma Agrowisata mendapatkan pemasukan dari tiket masuk, konsumsi, dan souvenir dengan besar nilai yang berbeda-beda. Biaya tiket masuk yang ditetapkan oleh pengelola Kusuma Agrowisata adalah sebesar Rp. 85.000,00 per pengunjung untuk satu kali masuk. Biaya konsumsi rata-rata didapatkan dari besar biaya konsumsi yang dikeluarkan 50 pengunjung responden sehingga didapatkan hasil biaya konsumsi rata-rata sebesar Rp. 14.800,00.

Biaya souvenir rata-rata didapatkan dari besar biaya souvenir rata-rata yang dikeluarkan oleh 50 pengunjung responden sehingga didapatkan hasil biaya souvenir rata-rata sebesar Rp. 17.700,00. Besar pemasukan yang diterima pengelola Kusuma Agrowisata dapat dilihat pada tabel.

Setelah dijumlahkan dan dikalikan dengan jumlah pengunjung, maka didapatkan besar pemasukan pengelola Kusuma Agrowisata adalah sebesar Rp. 35.908.000.000,00 per tahun. nilai tersebut membuktikan bahwa pemasukan Kusuma Agrowisata hanya sebesar 8,5 persen dari nilai ekonomi wisata Kusuma Agrowisata.

Berdasarkan perhitungan nilai ekonomi tersebut membuktikan bahwa keberadaan Kusuma Agrowisata dengan nilai surplus konsumen per individu per satu kali kunjungan menunjukkan keuntungan yang diperoleh dari jasa keindahan wisata alam masih jauh di atas pengeluaran rata-rata pengunjung. Hal ini berarti Kusuma Agrowisata memberikan manfaat jasa yang ditawarkan lebih besar terhadap para pengunjung dan juga biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Kusuma Agrowisata.

Kusuma Agrowisata yang memanfaatkan alam sebagai jasa yang diberikan kepada pengunjung memiliki nilai ekonomi yang sangat besar. Dari perbandingan antara nilai ekonomi dengan pemasukan pengelola, Kusuma Agrowisata hanya mendapatkan sebagian kecil keuntungan dari jasa yang diberikan oleh alam. Dalam upaya untuk menjaga sumber daya alam dan lingkungan dapat dilakukan dengan menerapkan sistem budidaya pertanian yang baik dan benar sehingga tidak memberikan dampak negatif terhadap alam. Selain itu, untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke Kusuma Agrowisata dapat dilakukan dengan meningkatkan pelayanan dan sarana prasana sehingga dapat lebih memanjakan pengunjung. Berdasarkan kritik dan saran yang diberikan oleh pengunjung responden, mayoritas pengunjung menginginkan untuk dapat memetik buah lebih banyak. Selain itu, pihak pengelola diharapkan juga menambah armada transportasi yang digunakan untuk mengangkut pengunjung di dalam areal wisata.

Upaya peningkatan jumlah pengunjung juga dapat dilakukan dengan lebih meningkatkan strategi promosi tentang Kusuma Agrowisata kepada pengunjung potensial. Berdasarkan hasil wawancara, pengunjung banyak yang mendapatkan informasi mengenai Kusuma Agrowisata dari teman maupun dari media cetak

dan elektronik. Dari hasil tersebut, pengelola dapat lebih mengencangkan promosi melalui media-media yang disukai oleh pengunjung.

4. Kesimpulan

Aspek yang perlu diperhatikan oleh pengelola Kusuma Agrowisata adalah fasilitas tempat ibadah yang mendapatkan persepsi kurang memadai oleh sebagian besar pengunjung. Aspek lain yang juga perlu diperhatikan adalah terkait dengan fasilitas tempat makan dan minum, fasilitas booth souvenir, dan fasilitas tempat parkir yang mendapatkan penilaian cukup dari pengunjung. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata Kusuma Agrowisata secara signifikan adalah variabel biaya perjalanan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan jumlah rombongan. Rekomendasi perbaikan dapat dilakukan dengan menciptakan wahana wisata yang lebih edukatif karena tingkat pendidikan pengunjung mempengaruhi jumlah kunjungan wisata ke Kusuma Agrowisata, pengunjung dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung mengharapkan wisata yang lebih edukatif. Besar nilai surplus konsumen Kusuma Agrowisata setiap pengunjung per tahun adalah Rp. 1.373.113,17. Nilai total ekonomi wisata Kusuma Agrowisata per tahun adalah sebesar Rp. 419.623.385.898,00. Besar nilai tersebut menunjukkan bahwa masyarakat masih memiliki keinginan untuk mempertahankan Kusuma Agrowisata sebagai wisata petik di Kota Batu, Jawa Timur. Sedangkan total pemasukan pengelola Kusuma Agrowisata per tahun adalah sebesar Rp. 35.908.000.000,00 atau sebesar 8,5 persen dari nilai ekonomi wisata Kusuma Agrowisata.

Daftar Pustaka

- Andryan, S. 2010. *Uji Asumsi Klasik dengan SPSS 16.0*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Creswell. 2012. *Research design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Cetakan ke-2. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Djijono, 2002. *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Racman, Propinsi Lampung*. Makalah Pengantar Falsafat Sains. Program Pascasarjana/S3. IPB.

- Famytyas. 2014. *Peranan Sektor Pariwisata dalam Perekonomian Indonesia: Analisis Input-Output*. Jurnal. Ekonomi Pembangunan Trisakti.
- Fauzi, A. 2014. *Valuasi Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gujarati, D. 1988. *Ekonometrika Dasar*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- _____. 2003. *Basic Econometrics*. 4th ed. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hurlock, E. B. 2002. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Surabaya: Erlangga.
- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & Lwanga, S.K. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Gajahmada University Press. Yogyakarta.
- Maylor, H & Blackmon, K. 2005. *Researching Business and Management*. Pargrave Macmillan. London.
- Nurhidayati, Sri E. 2009. *Sistem Pariwisata di Agropolitan Batu*. Jurnal. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Santoso, S, 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Subiyanto, Ibnu. 2000. *Metodologi Penelitian*. Edisi 3. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.