ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) PENGUNJUNG DESA WISATA AMONG KISMA LUMBUNG MATARAMAN BENDUNG SEMIN GUNUNGKIDUL

Diajukan Oleh

Trianingsih

22918023

PROGRAM PASCASARJANA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*)

PENGUNJUNG DESA WISATA AMONG KISMA

LUMBUNG MATARAMAN BENDUNG SEMIN GUNUNGKIDUL

Tesis S-2

Program Magister Ilmu Ekonomi



Diajukan Oleh

Trianingsih

22918023

PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

HALAMAN PENGESAHAN

Yogyakarta, 4 November 2025

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing

Prof. Drs. Agus Widarjono, M.A., Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Selasa tanggal 7 Oktober 2025 Program Studi Ilmu Ekonomi Program Magister, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis
yang disusun oleh :

TRIANINGSIH
No. Mhs. : 22918023
Konsentrasi : Ekonomi Kebijakan Publik

Dengan Judul:

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) PENGUNJUNG DESA WISATA AMONG KISMA LUMBUNG MATARAMAN BENDUNG SEMIN GUNUNGKIDUL

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji, maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I	Penguji II
Prof. Drs. Agus Widarjono, M.A., Ph.D.	Dr. Sahabudin Sidiq, M.A.

Mengetahui
Ketua Program Studi,

Prof. Drs. Agus Widarjono, M.A., Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku".

Yogyakarta, 7 Oktober 2025



Trianingsih

TESIS

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY)

PENGUNJUNG DESA WISATA AMONG KISMA

LUMBUNG MATARAMAN BENDUNG SEMIN GUNUNGKIDUL

Diajukan Oleh

TRIANINGSIH

22918023

telah disetujui oleh:

Yogyakarta, 7 Oktober 2025

Dosen Pembimbing



Prof. Drs. Agus Widarjono., MA., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul". Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi dan Keuangan pada Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menghaturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, sehingga dapat terselesaikannya tesis ini dengan baik, terutama kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas berkat, rahmat, anugerah serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan lancar.
2. Bapak Prof. Drs. Agus Widarjono., MA., Ph.D. selaku pembimbing penulis yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan serta motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan tesis ini.
3. Bapak, Ibu, suami serta anak-anak tercinta yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi serta doa yang tak pernah putus untuk penulis.
4. Kepala Dinas Kebudayaan (*Kundha Kabudayan*) Kabupaten Gunungkidul, Kepala Bidang Adat Tradisi Lembaga Budaya dan Seni Dinas Kebudayaan (*Kundha*

Kabudayan) Kabupaten Gunungkidul serta teman-teman Bidang ATLAS yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi bagi penulis untuk penyelesaian tesis ini.

5. Lurah, pamong Kalurahan serta pengurus Desa Wisata Among Kisma Kalurahan Bendung, Semin, Gunungkidul yang telah memberikan bantuan serta dukungan keperluan data dalam penulisan tesis ini.
6. Teman-teman seperjuangan Magister Ilmu Ekonomi Angkatan 26 yang solid dan selalu memberikan semangat, motivasi, saling mendukung dan berbagi pengalaman selama masa studi dan penulisan tesis ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dalam bentuk apapun selama penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi semua pihak yang berkepentingan serta menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 7 Oktober 2025



Trianingsih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
BERITA ACARA UJIAN TESIS iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME v
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI 1
DAFTAR TABEL 5
DAFTAR GAMBAR 6
DAFTAR LAMPIRAN 7
ABSTRAK 8
BAB I 9
PENDAHULUAN 9
1.1 Latar Belakang 9
1.2 Rumusan Masalah 21
1.3 Tujuan Penelitian 22
1.4 Manfaat Penelitian 22
1.5 Sistematika Penelitian 24
BAB II 26
KAJIAN PUSTAKA 26
2.1. Desa Wisata 26

2.2. Lumbung Mataraman 28
2.3. Wisatawan 30
2.4. *Willingness to Pay* (WTP) 31
2.5. *Contingent Valuation Method* 32
2.6. Penelitian Terdahulu 33
2.7. Kerangka Berpikir 45
2.8. Pengembangan Hipotesis 47
2.8.1 Pendapatan 47
2.8.2 Tingkat Pendidikan 48
2.8.3 Usia 49
2.8.4 Biaya Wisata 50
2.8.5 Frekuensi Kunjungan 51
BAB III 53
METODE PENELITIAN 53
3.1. Populasi dan Sampel 54
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 55
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Peneliti 56
3.3.1. Variabel Terikat 56
3.3.2. Variabel bebas 56
3.4. Metode Analisis Data 58
3.5. Analisis Statistik Deskriptif 60
3.6. Analisis Regresi Logit 60

3.7. Uji Loglikhood Ratio (LR) 62
3.8. McFadden R-Squared 62
3.9. Uji Signifikansi dengan Uji Z 63
3.10. Uji Ketepatan Klasifikasi 63
3.11. Analisis USG (*Urgency, Seriousness, Growth*) 63
BAB IV 65
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 65
4.1. Pelaksanaan Penelitian 65
4.2. Karakteristik Objek Penelitian 65
4.2.1 Karakteristik Sosial Ekonomi 66
4.2.2. Frekuensi Kunjungan 71
4.2.3. Persepsi Responden Pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin 72
4.2.4. *Willingness To Pay* terhadap pelestarian lingkungan Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin 75
4.2.5. Analisis Statistik Deskriptif variabel 77
4.2.6. Analisis Regresi Logit 79
4.2.7. Uji Loglikehood Ratio (LR) 80
4.2.8. McFadden R-Squared 81
4.2.9. Uji Signifikansi dengan Uji Z 81
4.3. Pembahasan 85
4.3.1. Pengaruh usia terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul 85

4.3.2. Pengaruh Pendidikan terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul 86

4.3.3. Pengaruh Pendapatan terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul 87

4.3.4. Pengaruh Biaya Wisata terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul 89

4.3.5. Pengaruh Frekuensi Kunjungan terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul 90

4.4. Analisis USG (*Urgency, Seriousness, Growth*)..... 91

BAB V..... 95

PENUTUP..... 95

5.1. Kesimpulan..... 95

5.2. Saran 99

5.1. Keterbatasan Penelitian 104

REFERENSI 106

LAMPIRAN..... 110

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1.Rekapitulasi jumlah pengunjung Desa Wisata Among Kisma 16

Tabel I. 2. Penelitian Terdahulu 34

Tabel IV.1. Persentase jenis kelamin 66

Tabel IV. 2. Persentase usia 67

Tabel IV. 3. Persentase pendapatan per bulan 68

Tabel IV.4. Persentase tingkat pendidikan 69

Tabel IV. 5. Persentase jenis pekerjaan 70

Tabel IV. 6. Persentase status pernikahan 70

Tabel IV. 7. Persentase jumlah tanggungan 71

Tabel IV. 8. Persentase frekuensi kunjungan 71

Tabel IV. 9. Persentase willingness to pay 75

Tabel IV. 10. Perhitungan nilai WTP 76

Tabel IV.11. Statistik Deskriptif Variabel 77

Tabel IV.12. Uji Regresi Logit 80

Tabel IV. 13. Matriks Analisis USG 92

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Area Lumbung Mataraman Bendung Semin 14

Gambar I. 2. Peta Wisata Kalurahan Bendung Kapamewon Semin 15

Gambar I.3. Kerangka Berpikir..... 46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 110

Lampiran 2. Brosur Paket Wisata Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin 118

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis kesediaan membayar (*Willingness to Pay* / WTP) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin, Gunungkidul, serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Lumbung Mataraman merupakan desa wisata berbasis kearifan lokal yang mengintegrasikan ketahanan pangan dan pariwisata, sehingga keberlanjutannya memerlukan dukungan finansial dari pengunjung.

Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan data primer dari 92 responden melalui kuesioner. Analisis dilakukan menggunakan *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan teknik *bidding game* dan regresi logit, serta analisis USG (*Urgency, Seriousness, Growth*) untuk menentukan prioritas kebijakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung bersedia membayar untuk peningkatan kualitas desa wisata, dengan nilai rata-rata WTP sebesar Rp 15.877,00. Variabel usia dan pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap WTP, pendapatan berpengaruh negatif signifikan, sedangkan biaya wisata dan frekuensi kunjungan tidak berpengaruh signifikan. Analisis USG menunjukkan bahwa penerapan tarif dasar kawasan wisata menjadi isu prioritas utama. Temuan ini menjadi dasar bagi pengelola dan pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan berbasis WTP guna mendukung pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat.

Kata kunci: *Willingness to Pay*, Desa Wisata, Lumbung Mataraman, Regresi Logit, Analisis USG.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan dalam lingkup agribisnis tidak selalu ditunjukkan dengan terbangunnya secara masif bangunan fisik, namun lebih kepada peningkatan kapasitas daerah pada pengelolaan potensi yang dimiliki. Pembangunan dalam lingkup agribisnis memiliki sektor yang cukup majemuk, salah satunya ialah di sektor ketahanan pangan. Ketahanan pangan adalah bentuk berdikarinya suatu daerah di bidang pangan. Suatu daerah dapat dikatakan mencapai ketahanan pangan apabila daerah tersebut mampu memproduksi bahan pangannya sendiri, bukan hanya pangan pokok namun juga bahan pangan untuk lauk dan sayur.

Ketahanan pangan merupakan salah satu isu strategis yang menjadi perhatian pemerintah dalam rangka meningkatkan pembangunan masyarakat. Upaya untuk mencapainya sangat erat kaitannya dengan sektor pertanian, yang berperan sebagai penyedia utama kebutuhan pangan bagi masyarakat (Ludang, 2021). Pengalaman dari sejumlah negara maju menunjukkan bahwa ketersediaan pasokan pangan yang stabil menjadi target penting dalam pembangunan ekonomi mereka. Konsep serupa juga diadopsi oleh Pemerintah Indonesia melalui kebijakan di bawah koordinasi Kementerian Sosial dan Perekonomian, dengan menempatkan ketersediaan pangan pokok sebagai prioritas utama yang wajib dipenuhi untuk menjamin kebutuhan masyarakat (Sofianto,2020). Tantangan ketahanan pangan kedepan adalah

meningkatkan konsumsi dan produksi dari setiap kelompok pangan, mengingat saat ini kebanyakan masyarakat hanya berfokus kepada kelompok padi-padian dan kurangnya kesadaran terhadap konsumsi pangan hewani dan sayuran. Untuk mengatasi hal ini, Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menginisiasi adanya program Lumbung Mataraman.

Menurut Rustamaji, Direktur Pengabdian Masyarakat Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta, yang dikutip dalam artikel yang diunggah di Tempo.Co pada hari Selasa, 28 November 2023 dengan Judul "Mengenal Lumbung Mataraman, Kearifan Lokal Yogyakarta Wujudkan Ketahanan Pangan", Yogyakarta selain sebagai daerah wisata, juga telah mengembangkan kebijakan Lumbung Mataraman untuk ketahanan pangan di masa mendatang sebagai akibat perubahan iklim. Lumbung Mataraman secara sederhana merupakan upaya untuk mengedukasi warga agar memanfaatkan pekarangan dengan cara budidaya dan diversifikasi konsumsi pangan. Pola ketahanan pangan lokal Lumbung Mataraman di Yogyakarta sendiri diprediksi sudah berlangsung ratusan tahun yang lalu, sekitar abad ke-17 di masa pemerintahan Sultan Agung pada tahun 1613-1645. Pada masa itu, penataan area persawahan telah dikombinasikan dengan budidaya ternak yang disebut konsep *Crop Livestock System* atau CLS. Konsep ini mendorong sistem pertanian berpijak pada pengembangan komoditas lokal, seperti *pala kesimpar, pala baruwah, pala gumantung*, dan *pala kependhem*. Termasuk komoditas padi, dengan melakukan rekayasa dalam intensifikasi tanaman padi. Mengacu filosofi "*nandur opo sing dipangan, mangan opo sing ditandur*" atau "menanam apa yang bisa dimakan, makan apa yang ditanam", Lumbung Mataraman

diandalkan jadi kearifan lokal Yogyakarta menghadapi berbagai fenomena perubahan iklim ke depan.

Salah satu bentuk lumbung mataraman yang dibangun di wilayah Kabupaten Gunungkidul adalah Lumbung Mataraman Bendung Semin. Kawasan ini didirikan di atas lahan Tanah Kas Desa (TKD) seluas 1,5 hektar dan dikembangkan menjadi pusat agrowisata sekaligus sarana edukasi yang berfokus pada pertanian serta peternakan. Agrowisata merupakan salah satu alternatif potensial untuk dikembangkan di desa. Kemudian batasan mengenai agrowisata dinyatakan bahwa agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan (Yoeti, 2000). Ragam tanaman yang dibudidayakan di Lumbung Mataraman Bendung Semin disesuaikan dengan pola jadwal tanam yang telah ditentukan. Menurut Lurah Bendung, Didik Rubiyanto, pada saat awal berdirinya, fungsi utama Lumbung Mataraman adalah sebagai miniatur wahana belajar pertanian se-Kalurahan Bendung.

Seiring perkembangannya, Lumbung Mataraman kini tidak hanya berfungsi sebagai pusat pertanian, tetapi juga terintegrasi dengan sektor pariwisata, industri rumahan, serta penguatan UMKM. Produk UMKM yang dihasilkan masyarakat Kalurahan Bendung umumnya berupa olahan hasil pertanian, misalnya makanan berbahan dasar labu kuning seperti dodol waluh dan puding waluh dari Padukuhan Widoro. Selain itu, di wilayah ini juga berdiri Industri Kecil Menengah (IKM) Pupuk Organik Guano Nutriplus milik Sumiantoro yang beroperasi sejak tahun 2016. Produk pupuk organik tersebut dipasarkan tidak hanya di wilayah Jawa (Jawa Timur, Jawa

Tengah, dan Jawa Barat), tetapi juga menjangkau daerah di luar Jawa seperti Sumatera dan Kalimantan.

Konsep pengembangan area Lumbung Mataraman di Kalurahan Bendung ini adalah holtikultura sayur mayur serta peternakan kambing. Lumbung Mataraman di Kalurahan Bendung merupakan salah satu wujud upaya pemerintah dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dan memberdayakan masyarakat lokal. Lumbung Mataraman di Kalurahan Bendung ini dikelola secara bersama-sama oleh Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) yang berasal dari sembilan Padukuhan.

Lumbung Mataraman di Bendung dikembangkan dengan konsep desa mandiri yang menitikberatkan pada kemandirian pangan serta penguatan ekonomi masyarakat. Melalui program ini, Kalurahan Bendung diharapkan dapat mewujudkan ketahanan pangan dan gizi dengan mengoptimalkan potensi lokal secara berkesinambungan. Pencapaian tujuan sebagai desa mandiri dalam bidang pangan sekaligus kawasan agro-edukasi bukanlah hal yang mudah, karena memerlukan kualitas sumber daya manusia, semangat, komitmen, dukungan pendanaan, serta kolaborasi erat antara masyarakat dengan pemerintah. Berkat solidnya kerja sama warga, kawasan tersebut kini berhasil terintegrasi menjadi destinasi wisata berbasis pertanian, yakni agroeduwisata.

Lumbung Mataraman Bendung mengadopsi konsep pertanian terpadu secara komprehensif, sekaligus memberikan dukungan pada pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya yang bergerak di bidang kuliner tradisional. Pekarangan yang semula sempit kini dialihfungsikan menjadi lahan produktif multiguna yang mampu menghasilkan beragam komoditas pangan, mulai dari umbi-

umbian, sayuran, buah-buahan, tanaman rempah, obat-obatan, hingga ternak. Program ini dijalankan oleh 10 Kelompok Wanita Tani (KWT) serta Gabungan Kelompok Tani dari 9 padukuhan di Kalurahan Bendung. Pengelolaan lahan tersebut memberikan manfaat nyata, baik untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan gizi keluarga, menekan biaya rumah tangga, maupun menambah penghasilan masyarakat. Selain hortikultura, kegiatan ini juga diarahkan pada peningkatan budidaya domba. Komunitas lokal dengan konsisten menerapkan konsep agroedukasi pertanian, yang kemudian menjadi daya tarik tersendiri. Potensi tersebut semakin diperkuat oleh keberadaan UMKM, produk cenderamata, tradisi, dan budaya lokal, menjadikan kawasan ini sebagai pusat wisata edukasi berbasis pertanian.

Lumbung Mataraman yang berada di Kalurahan Bendung memiliki posisi strategis sebagai pusat pengembangan wisata minat khusus di wilayah utara. Kawasan ini kemudian dikelola dengan nama Desa Wisata Bendung "Among Kisma," yang dimaknai sebagai kebersamaan antara pemerintah Kalurahan dan masyarakat dalam mendorong peningkatan kesejahteraan melalui pariwisata. Fokus utama destinasi ini terletak pada aktivitas pertanian, peternakan, dan perkebunan, dengan melibatkan wisatawan secara langsung dalam berbagai kegiatan tersebut. Pengunjung diajak menikmati suasana khas pedesaan Bendung yang otentik, dikelilingi panorama alam menawan seperti aliran sungai yang membelah perbukitan hijau. Keindahan lingkungan tersebut menjadikan desa ini pilihan tepat bagi wisatawan yang mencari ketenangan dan kedamaian. Selain keunggulan alamnya, keberagaman budaya serta tradisi masyarakat setempat juga menjadi magnet utama. Keramahan warga,

pertunjukan seni, hingga sajian kuliner khas memberikan pengalaman berkesan dan memperkuat nilai autentik Desa Wisata Among Kisma.

Berkunjung ke Desa Wisata Among Kisma, wisatawan dapat mengunjungi Lumbung Mataraman dengan konsep edu agrowisata, cara hidup lokal, berpartisipasi dalam kegiatan seni budaya tradisional, dan mencicipi masakan lokal di Kalurahan Bendung. Desa Wisata Among Kisma merupakan model pariwisata berkelanjutan yang menekankan pentingnya melestarikan nilai-nilai budaya dan lingkungan sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi penduduk setempat.



Gambar I.1. Area Lumbung Mataraman Bendung Semin
Sumber : Kalurahan Bendung, Semin, Gunungkidul



Gambar I. 2. Peta Wisata Kalurahan Bendung Kapamewon Semin

Sumber : Kalurahan Bendung, Semin, Gunungkidul

Menurut data yang diperoleh dari daftar pengunjung Desa Wisata AMONG KISMA Bendung, sejak di*launching* pada akhir tahun 2022, terdapat ribuan orang yang tercatat telah mengunjungi Lumbung Mataraman. Pengunjung yang datang dan belajar tidak hanya pengunjung lokal Yogyakarta, akan tetapi tidak sedikit pula pengunjung dari luar daerah bahkan dari mancanegara. Berikut adalah rekapitulasi data jumlah pengunjung Desa Wisata AMONG KISMA mulai bulan November 2022 sampai dengan bulan Agustus 2024:

Tabel I. 1.Rekapitulasi jumlah pengunjung Desa Wisata Among Kisma

NO	Tahun	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	**2022**	November	1260
2		Desember	470
3	**2023**	Januari	385
4		Februari	527
5		Maret	184
6		April	0
7		Mei	317
8		Juni	405
9		Juli	374
10		Agustus	225
11		September	145
12		Oktober	277
13		November	787
14		Desember	811
15	**2024**	Januari	105
16		Februari	15
17		Maret	80
18		April	71
19		Mei	85
20		Juni	56
21		Juli	299
22		Agustus	446

Sumber: Desa Wisata Among Kisma, data diolah

Desa Wisata Among Kisma menyediakan beberapa paket wisata untuk ditawarkan kepada pengunjung. Paket wisata tersebut antara lain:

a) Paket Kunjungan 1: Paket *Cluster Hydroponic* (praktek pembuatan *hydroponic* dan makanan tradisional)

- Paket 1 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 65.000,- /orang
- Paket 2 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum):

Rp 90.000/orang

- Paket 3 (Peserta 51 – 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 55.000,- /orang
- Paket 4 (Peserta 51 – 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp.80.000 /orang
- Paket 5 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 45.000 /orang
- Paket 6 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 70.000 /orang

b) Paket Kunjungan 2: Paket *Cluster* Biosaka (Praktek Pembuatan Biosaka & Makanan Tradisional)

- Paket 1 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 60.000,- /orang
- Paket 2 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 85.000,- /orang
- Paket 3 (Peserta 51 - 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 50.000,- /orang
- Paket 4 (Peserta 51 - 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 75.000,- /orang
- Paket 5 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 40.000,- /orang

- Paket 6 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 65.000,- /orang

c) Paket Kunjungan 3: Paket *Cluster* perangkap lalat buah (Praktikum Pembuatan Perangkap Lalat Buah & Makanan Tradisional)

- Paket 1 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 60.000,- /orang
- Paket 2 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 85.000,- /orang
- Paket 3 (Peserta 51 - 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 50.000,- /orang
- Paket 4 (Peserta 51 - 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 75.000,- /orang
- Paket 5 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 40.000,- /orang
- Paket 6 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 65.000,- /orang

d) Paket Edukasi

- Sagon rempah (peserta minimal 15 orang) : Rp 40.000.-/orang
- Lepet jagung (peserta minimal 15 orang) : Rp 40.000.-/orang
- Sentra industri tahu uap (peserta minimal 25 orang) : Rp. 20.000,-/orang
- *Wellness tourism* (peserta minimal 10 orang) : Rp 35.000,- /orang

- Praktik jemparing (peserta minimal 15 orang) : Rp 30.000,- /orang
- Praktik anyaman bambu (Peserta minimal 25 orang) : Rp 25.000,-/orang
- Paket *outing class* menanam *hydroponic* (PAUD,TK,SD) : Rp 15.000,-/orang
- Paket *outing class* permainan tradisional (PAUD,TK,SD) : Rp 10.000,-/orang
- Paket *outing class* bercocok tanam di lahan (SMP, SMA) : Rp 10.000,-/orang
- Paket *outing class* pembuatan pupuk dan pakan fermentasi (SMP, SMA) : Rp 15.000,-/orang

Intensitas pengunjung di Desa Wisata Among Kismo sejak awal *launching* sampai dengan bulan Agustus cenderung stabil. Hal ini merupakan peluang yang ditangkap oleh pengelola untuk lebih mengembangkan fasilitas yang ada di kawasan Lumbung Mataraman. Untuk mengoptimalkan upaya pengembangan kawasan wisata Lumbung Mataraman, diperlukan perencanaan yang baik. Perlu adanya analisis untuk mengetahui aspek pendukung dan penghambat pengembangan agar terencana dengan baik. Pengelolaan suatu kawasan wisata memerlukan biaya yang cukup banyak sehingga diperlukan adanya partisipasi semua pihak, terutama wisatawan (Medida & Purnomo, 2021). Kesediaan wisatawan untuk membayar dalam suatu kawasan wisata sangat diperlukan guna mendukung keberlangsungan suatu objek wisata.

Desa Wisata Among Kisma, Bendung, Semin dipilih sebagai *locus* penelitian ini karena Desa Wisata Among Kisma merupakan salah satu destinasi wisata berbasis masyarakat yang mampu mengoptimalkan sumber daya masyarakat untuk turut berperan secara aktif dalam pengembangan area Lumbung Mataraman. Hal ini terlihat

dari kunjungan wisata yang cukup stabil dan pengembangan sarana pendukung yang terus dilaksanakan dibandingkan dengan lokasi Lumbung Mataraman lainnya yang ada di Gunungkidul.

Dengan memperhatikan latar belakang tersebut, penelitian mengenai kesediaan membayar (*willingness to pay*) wisatawan dalam pengelolaan Desa Wisata Among Kisma dilakukan untuk mengukur seberapa besar nilai atau jumlah maksimum yang bersedia dikeluarkan pengunjung untuk menikmati berbagai paket wisata di kawasan Lumbung Mataraman Bendung, Semin. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan pengunjung dalam memberikan kontribusi biaya guna mendukung peningkatan kualitas pengelolaan kawasan, yang dianalisis melalui pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM).

Contingent Valuation Method (CVM) merupakan teknik survei yang digunakan untuk mengetahui nilai atau harga yang diberikan masyarakat terhadap suatu komoditas yang tidak diperdagangkan di pasar, seperti jasa lingkungan (Yakin, 1997). Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana individu atau kelompok bersedia membayar (*Willingness to Pay*) sebagai bentuk dukungan terhadap suatu layanan maupun kebijakan tertentu (Fauzi, 2004). Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola dalam melaksanakan pengembangan kawasan wisata agar lebih optimal. Melalui analisis *Willingness to Pay* (WTP), akan diketahui pengaruh kesediaan masyarakat dalam melakukan kunjungan ke kawasan Lumbung Mataraman, sehingga perencanaan pengembangan kawasan dapat lebih efisien dan meminimalisir resiko pengalokasian anggaran untuk hal yang kurang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) wisatawan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin, Gunungkidul, sebagai pijakan dalam merumuskan strategi pengelolaan dan pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Pemahaman mengenai WTP dapat membantu pengelola dalam menentukan tarif yang sesuai sekaligus meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas sesuai preferensi pengunjung. Lebih lanjut, penelitian ini juga menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi WTP sehingga dapat memberikan masukan bagi pemerintah daerah maupun pengelola dalam mendorong pariwisata berbasis kearifan lokal serta memperkuat kontribusinya terhadap perekonomian masyarakat. Temuan penelitian diharapkan mampu mendukung penguatan konsep pariwisata berkelanjutan sekaligus meningkatkan daya saing Desa Wisata Among Kisma baik di tingkat regional maupun nasional.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Berapakah besaran nilai kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) wisatawan yang berkunjung ke Lumbung Mataraman Desa Wisata Among Kisma Bendung Semin, Gunungkidul?
b. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi tingkat kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) pengunjung di Lumbung Mataraman Desa Wisata Among Kisma Bendung Semin, Gunungkidul?

c. Bagaimana karakteristik sosial ekonomi pengunjung Lumbung Mataraman Desa Wisata Among Kisma Bendung Semin Gunungkidul?

d. Kebijakan apa saja yang bisa diterapkan untuk meningkatkan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

a. Menganalisis nilai *Willingness to Pay* (WTP) pengunjung Lumbung Mataraman Desa Wisata Among Kisma Bendung Semin Gunungkidul.

b. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness to Pay* (WTP) pengunjung di Lumbung Mataraman Desa Wisata Among Kisma Bendung Semin Gunungkidul.

c. Mengidentifikasi karakteristik sosial ekonomi pengunjung Lumbung Mataraman Desa Wisata Among Kisma Bendung Semin Gunungkidul.

d. Menemukan Kebijakan tepat untuk meningkatkan kualitas layanan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

a. Meningkatkan pengetahuan penulis dalam bidang ekonomi lingkungan, khususnya terkait metode valuasi dan analisis *willingness to pay* (WTP).

b. Penulis akan mendapatkan pengalaman langsung dalam mengumpulkan dan menganalisis data lapangan terkait potensi pariwisata dan ekonomi lokal.

c. Penulis akan terlatih dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data yang relevan dengan studi ekonomi pariwisata.

2. Bagi Akademisi

a. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori mengenai *willingness to pay* (WTP) dan aplikasi konsep ini dalam sektor pariwisata.

b. Menambah literatur ilmiah yang tersedia mengenai kajian *willingness to pay* (WTP), yang dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi dalam kajian- kajian selanjutnya.

c. Penelitian ini dapat memperkaya teori dan metodologi dalam bidang ekonomi pariwisata, terutama dalam konteks wilayah pedesaan dan wisata berbasis budaya lokal.

3. Bagi Pemerintah

a. Pemerintah dapat mengembangkan strategi pemasaran dan pengembangan wisata berdasarkan kesediaan membayar wisatawan.

b. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar pengambilan kebijakan untuk mengembangkan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Gunungkidul.

c. Dengan mengetahui kesediaan membayar pengunjung, pemerintah dapat mengoptimalkan potensi wisata desa dalam meningkatkan PAD melalui pengelolaan yang lebih efektif.

4. Bagi Masyarakat

a. Hasil penelitian ini dapat mendorong masyarakat untuk lebih berperan aktif dalam pengembangan desa wisata dan mengoptimalkan potensi lokal yang ada di masing-

masing wilayah.

b. Hasil penelitian dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dalam konteks pengembangan pariwisata.
c. Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan pendapatan desa melalui strategi harga yang optimal, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

   Bab ini akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

2. Bab II Kajian Pustaka

   Bab ini akan membahas tinjauan terhadap teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Tujuannya adalah untuk memperkuat landasan teoritis penelitian dan menunjukkan bahwa peneliti memiliki wawasan yang cukup tentang topik yang diteliti.

3. BAB III Metode Penelitian

   Bab ini akan membahas populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, serta pengujian hipotesis.

4. BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

   Bab keempat memiliki peran yang krusial dalam suatu penelitian karena berfungsi

untuk menyajikan secara sistematis hasil yang diperoleh dari proses penelitian. Pada bab ini disajikan uraian mengenai hasil pengumpulan data, deskripsi karakteristik responden, interpretasi hasil analisis data, serta pembahasan yang mengaitkan temuan penelitian dengan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu.

5. BAB V Penutup

   Bab kelima memiliki peranan yang strategis dalam suatu penelitian karena berfungsi untuk merangkum serta menyajikan secara komprehensif hasil-hasil yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya. Selain itu, bab ini juga memuat implikasi dari temuan penelitian dan memberikan arahan atau rekomendasi yang dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Desa Wisata

Desa memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis komunitas yang mengedepankan kearifan lokal serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan prinsip gotong royong dan keberlanjutan. Hal ini sejalan dengan konsep pembangunan dari wilayah pinggiran atau desa yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia melalui penggalian potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Undang-Undang ini menjelaskan bahwa desa memiliki hak atas asal-usul dan hak tradisional dalam mengatur serta mengurus kepentingan masyarakat setempat, serta berperan dalam mewujudkan cita-cita kemerdekaan berdasarkan UUD 1945. Pemerintah desa memiliki otonomi untuk mengelola sumber daya dan menentukan arah pembangunan desa. Kearifan lokal menjadi elemen utama dalam pengelolaan desa wisata, tercermin dalam keunikan budaya dan tradisi, nilai autentik yang melekat pada masyarakat, serta keaslian tradisi yang ada. Nilai-nilai ini menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2022 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020–2024, Desa wisata (Kampung, Nagari, Gampong, atau

sebutan lainnya) adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di pedesaan dengan segala potensinya.

Menurut Agnes Wirdayanti,dkk.(2021), s ebuah desa dapat dikategorikan sebagai desa wisata apabila memenuhi sejumlah kriteria, antara lain:

a. Memiliki daya tarik wisata yang khas, baik berupa keindahan alam, kekayaan budaya, maupun hasil karya kreatif buatan;
b. Tersedianya komunitas masyarakat yang berperan aktif dalam kegiatan wisata;
c. Adanya potensi sumber daya manusia lokal yang dapat dilibatkan dalam pengembangan desa wisata;
d. Memiliki struktur kelembagaan yang mengatur dan mengelola aktivitas wisata;
e. Didukung oleh fasilitas serta infrastruktur dasar yang memadai untuk menunjang kegiatan pariwisata; dan
f. Memiliki prospek pasar wisatawan serta peluang pengembangan lebih lanjut.

Pengelolaan desa wisata hanya dapat berjalan optimal apabila terjalin kerja sama yang harmonis antara pemerintah, masyarakat setempat, dan sektor swasta. Kunci sukses pengembangan desa wisata terletak pada keterlibatan masyarakat setempat sebagai pengelola utama, sehingga mereka merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap keberlanjutan desa wisata tersebut (Yoeti, 2008). Sementara itu, Pitana & Diarta (2009) menekankan pentingnya perencanaan strategis yang berbasis pada potensi lokal serta dukungan infrastruktur yang memadai.

Wiendu Nuryanti (1993) menjelaskan bahwa desa wisata merupakan wujud

keterpaduan antara atraksi, akomodasi, serta sarana pendukung yang terselenggara dalam tatanan kehidupan masyarakat, yang tetap selaras dengan adat istiadat dan tradisi yang berlaku. Dalam pengembangan desa wisata, terdapat dua unsur utama yang menjadi pondasi. Pertama, akomodasi, yaitu sebagian tempat tinggal warga lokal atau unit hunian yang dikembangkan berdasarkan konsep rumah penduduk. Kedua, atraksi, yakni aktivitas keseharian masyarakat beserta kondisi fisik desa yang dapat memberi kesempatan bagi wisatawan untuk ikut serta secara langsung, misalnya melalui kursus tari, pembelajaran bahasa, atau kegiatan lain yang memiliki keunikan dan kekhasan tertentu (Sugiarti,R., dkk., 2016).

2.2. Lumbung Mataraman

Menurut Sri Sultan, penerapan Lumbung Mataraman oleh setiap Kalurahan disesuaikan dengan potensi yang dimiliki masing-masing wilayah. Kepala desa bersama perangkatnya dipandang sebagai pihak yang paling memahami potensi masyarakat yang dapat dikembangkan melalui program tersebut. Lumbung Mataraman dirancang untuk memperkuat kemandirian warga dan hanya dapat dijalankan pada Kalurahan yang dianggap siap (Pemerintah Daerah DIY, 2023). Program yang digagas oleh Gubernur DIY, Sultan Hamengkubuwono X ini, bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan infrastruktur dasar, penguatan ekonomi lokal, serta pemberdayaan masyarakat secara komprehensif. Kehadiran Lumbung Mataraman diharapkan memberikan manfaat nyata bagi warga sekitar.

Program Lumbung Mataraman yang didanai melalui Dana Keistimewaan

bertujuan untuk merevitalisasi tradisi pertanian masyarakat Yogyakarta, khususnya dengan memanfaatkan pekarangan rumah tangga sebagai sumber pemenuhan kebutuhan pangan. Konsep yang diusung mencakup kemandirian pangan, diversifikasi konsumsi berbasis potensi lokal, pelestarian sumber daya genetik pangan, serta pengembangan kebun bibit (R. Wattimena,dkk., 2021).

Lumbung mataraman merujuk pada konsep sumber daya lokal yang meliputi aspek pertanian, perkebunan, dan potensi manusia dalam suatu wilayah yang memiliki keanekaragaman dan ketersediaan yang tinggi. Konsep ini melampaui sekadar aspek ekonomi dan mencakup juga aspek sosial, budaya, dan lingkungan.

Lumbung mataraman menggambarkan ketersediaan serta keberagaman sumber daya lokal dalam suatu wilayah tertentu yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ini mencakup berbagai aspek, mulai dari lahan pertanian, kekayaan alam, potensi perikanan, kearifan lokal, hingga keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam mengelola sumber daya tersebut.

Lumbung mataraman memiliki peran penting dalam menggerakkan pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Melalui pengembangan potensi ini, masyarakat dapat memperoleh penghasilan yang berkelanjutan, lingkungan alam terjaga, serta memperkuat kearifan lokal dan identitas budaya. konsep lumbung mataraman menjadi landasan untuk menjelajahi potensi lokal yang dapat menjadi pendorong utama dalam pengembangan ekonomi alternatif yang berkelanjutan.

2.3. Wisatawan

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, wisatawan didefinisikan sebagai individu yang melakukan kegiatan wisata. Sementara itu, Spillane (2003) menjelaskan wisatawan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan meninggalkan tempat tinggalnya untuk mengunjungi destinasi lain sekaligus menikmati pengalaman dari perjalanannya tersebut. Menurut Sammeng (2000), Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan atau kunjungan sementara secara sukarela ke suatu tempat di luar lingkungan tempat tinggalnya sehari-hari dengan maksud tertentu dan tidak memperoleh penghasilan tetap di tempat yang dikunjungi.

Menurut Candra Pomantow,dkk. (2022), jenis wisatawan dapat diklasifikasikan berdasarkan karakter perjalanan dan cakupan wilayah kunjungannya, yaitu:

a. Wisatawan asing (*foreign tourist*), yaitu individu berkewarganegaraan asing yang melakukan perjalanan ke negara lain selain negara tempat tinggalnya. Identitas mereka biasanya dikenali melalui kewarganegaraan, dokumen perjalanan, serta penggunaan mata uang yang ditukar terlebih dahulu di bank atau *money changer*.
b. *Domestic foreign tourist*, yaitu warga negara asing yang tinggal di suatu negara karena tugas atau jabatan, kemudian melakukan kegiatan wisata di negara tempat ia menetap, meskipun penghasilannya masih berasal dari mata uang negara asalnya.
c. Wisatawan domestik (*domestic tourist*), yaitu warga negara yang melakukan perjalanan wisata di dalam wilayah negaranya sendiri.
d. *Indigenous foreign tourist*, yakni warga negara yang bekerja atau menjabat di luar

negeri, kemudian kembali ke tanah air dan melakukan kegiatan wisata di negaranya.

e. Wisatawan transit (*transit tourist*), yaitu wisatawan yang singgah sementara di suatu negara karena keperluan perjalanan transportasi, misalnya di bandara atau stasiun, bukan atas pilihan pribadi.

f. Wisatawan bisnis (*business tourist*), yaitu individu yang bepergian untuk urusan utama non-wisata, tetapi kemudian melakukan aktivitas wisata setelah tujuan utamanya selesai.

2.4. Willingness to Pay (WTP)

Menurut Kankam-Kwarteng, dkk. (2016, dikutip dalam Putri, Vernanda Armiyati, dkk. 2020) definisi Kesediaan untuk membayar adalah konsep ekonomi yang bertujuan untuk menentukan jumlah uang yang akan dibayarkan konsumen untuk suatu layanan atau produk. Dari sumber yang sama disebutkan juga bahwa kesediaan untuk membayar didefinisikan sebagai harga maksimum yang diterima konsumen untuk membayar sejumlah barang atau jasa tertentu. Ketika kita membeli sesuatu, kita sedang mengevaluasi karakteristik spesifik barang itu. Ini termasuk jumlah, kebaruan, fungsinya, dan lain-lain. Ketika ada pasar untuk barang, harga itu mencerminkan Kesediaan untuk Membayar.

Willingness to Pay (WTP) diartikan sebagai kesediaan seseorang untuk membayar suatu kondisi lingkungan dan jasa alami dalam rangka memperbaiki kualitas lingkungan (Damanik, 2019). *Willingness to Pay* (WTP) yang dibayarkan oleh wisatawan dapat mendukung pengelolaan objek wisata menjadi wisata yang

berkelanjutan. Adapun beberapa hal yang mempengaruhi WTP antara lain, pendapatan, jarak tempuh, biaya yang dikeluarkan, dan lain-lain (Medida & Purnomo, 2021).

2.5. Contingent Valuation Method

Fauzi (2010) dalam Fitra & Hadi Sasana (2021) menjelaskan bahwa *Contingent Valuation Method* (CVM) merupakan salah satu metode survei dalam valuasi sumber daya yang tidak memiliki pasar (*non-market valuation*). Secara umum, teknik ini terbagi menjadi dua kelompok. Pertama, valuasi berbasis harga implisit, di mana *willingness to pay (WTP)* terungkap (*revealed WTP*) melalui model yang telah dirumuskan sebelumnya, dan data biasanya diperoleh dari pihak ketiga, baik pemerintah maupun swasta. Kedua, valuasi berdasarkan survei langsung kepada responden, sehingga WTP dapat diketahui melalui pernyataan lisan ataupun tertulis (*expressed WTP*). CVM menggunakan asumsi bahwa ketika responden merasakan manfaat dari suatu sumber daya, mereka bersedia mengeluarkan biaya dalam bentuk nilai WTP tertentu sebagai bentuk kontribusi terhadap lingkungan yang telah memberi dampak positif (Fitra & Hadi Sasana, 2021)

Al Madaidy & Juwana (2019) mengemukakan bahwa penerapan metode CVM dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

a. Membuat pasar hipotetik

Pasar hipotetik ini dibuat untuk memberikan gambaran jelas mengenai permasalahan yang terjadi kepada pengunjung sekaligus memberikan gambaran perbaikan yang ditawarkan kepada pengunjung dengan konsekuensi pengunjung mau ikut

berkontribusi secara materi dalam perbaikan tersebut.

b. Penawaran besarnya nilai *Willingness to Pay* (WTP)

Penentuan besaran *Willingness to Pay (WTP)* dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *bidding game*. Teknik ini mempermudah responden dalam memberikan penilaian terhadap lingkungan yang diteliti. Keunggulan utama dari *bidding game* adalah kemampuannya membantu responden menimbang preferensi mereka secara lebih terarah. Meski demikian, metode ini juga memiliki kelemahan, yaitu kecenderungan responden menjadikan nilai awal yang ditawarkan sebagai acuan atau batas maksimum pembayaran yang diajukan. Kondisi ini dikenal dengan istilah *starting point bias*.

c. Perkiraan nilai rata-rata WTP Dugaan rataan WTP dapat dihitung dengan rumus:

$$(EWTP) = \frac{\sum_{i=1}^{n} Wi}{n} \quad \text{..... (1)}$$

keterangan:

EWTP : Dugaan rataan

WTP Wi : Nilai WTP ke-i

N : Jumlah Responden

I : Responden ke-i yang bersedia membayar (i=1,2...n)

2.6.Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya sangat penting dalam penulisan tesis ini, berfungsi sebagai pembanding dan referensi untuk penelitian saat ini. Penelitian sebelumnya membentuk dasar pengetahuan yang diperlukan untuk memahami konsep dan teori yang digunakan

dalam penulisan tesis ini. Melalui penelitian sebelumnya, penulis dapat mengidentifikasi celah pengetahuan dan memperluas wawasan metodologis untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian sebelumnya juga memberikan dukungan teoritis untuk hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Pada Tabel akan diuraikan mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung terhadap penelitian ini.

Tabel I. 2. Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Risma Nur Laili Salma Nabela, Richella Ramadhani Alam Rinjani, Ana Agustina, Supriyadi & Hilda Nuzulul Fatma (2024), "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Wisatawan Dalam Upaya Pengelolaan Wisata Pendakian Gunung Pundak, Taman Hutan Raya Raden Soerjo"	Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM) Pengambilan data primer dilakukan melalui kuesioner yang diberikan kepada 50 responden. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar (*Willingness to Pay*/ WTP) dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.	Mayoritas wisatawan adalah laki-laki berusia di bawah 25 tahun, dengan pendidikan terakhir SMA, dan mayoritas berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar dengan pendapatan di bawah Rp 1.000.000 per bulan. Nilai rata-rata WTP wisatawan adalah Rp 15.920 per individu per kunjungan, sementara total WTP per bulan diperkirakan mencapai Rp 29.690.000. faktor-faktor yang diteliti (usia, pendidikan,	Persamaan: - Menganalisis WTP dalam konteks pariwisata - Menggunakan metode penelitian pendekatan CVM dan regresi linier berganda Perbedaan: - Penelitian terdahulu berlokasi di Wisata pendakian Gunung Pudak, yang berfokus pada wisata alam dan pendakian, sedangkan penelitian ini berlokasi di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			pekerjaan, pendapatan, biaya perjalanan, daya tarik), hanya faktor daya tarik wisata yang berpengaruh signifikan terhadap WTP.	Bendung Semin yang menawarkan wisata budaya dan pedesaan - konteks wisata dan karakteristik pengunjung yang berbeda dapat menghasilkan wawasan yang spesifik untuk masing-masing lokasi.
2	Tazya Aulia Pertiwi, Dyah Ethika Noechdijati, & Budi Dharmawan (2022), "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Pengunjung Dalam Upaya Pengembangan Agrowisata "*Sweetberry*" Di Kabupaten Cianjur"	Menggunakan metode non-*probability sampling* dengan teknik *incidental sampling* pada 100 responden Data primer dan sekunder dianalisis dengan *Contingent Valuation Method* (CVM) dan regresi linier berganda	Rata-rata pengunjung adalah laki-laki dengan usia sekitar 35 tahun, pendidikan S1, berprofesi sebagai pegawai swasta, dengan pendapatan sekitar Rp 6.862.000 dan jumlah tanggungan tiga orang. Rata-rata WTP pengunjung adalah Rp23.443, yang lebih tinggi Rp8.443 dari harga tiket awal Rp15.000. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap WTP adalah tingkat pendidikan, pendapatan, jenis	Persamaan: Menganalisis WTP pengunjung untuk mendukung pengembangan fasilitas wisata. Perbedaan: - Pengunjung di penelitian terdahulu umumnya lebih dewasa, memiliki tingkat pendidikan tinggi, dan pekerjaan didominasi oleh pegawai swasta dengan penghasilan lebih tinggi, sedangkan pengunjung di Desa Wisata Among Kisma

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			kelamin, tingkat pendidikan, dan jumlah tanggungan.	Lumbung Mataraman lebih beragam dari berbagai latar belakang sosial. - Variabel yang diteliti dalam penelitian terdahulu : Tingkat usia, Jenis Kelamin, pendapatan, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan jumlah tanggungan; sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah pendapatan, tingkat usia, pendidikan, biaya wisata dan frekuensi kunjungan.
3	Marulam MT Simarmata, Triastuti & Arga Putra Hutabalian (2024), "Analisis Kesediaan Membayar Pengunjung *Willingness To Pay* (WTP)	Metode *Contingent Valuation Method* (CVM) untuk menghitung nilai kesediaan membayar (*Willingness to Pay*/WTP) pengunjung Pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara	Rata-rata WTP pengunjung adalah Rp 40.000 per kunjungan, dengan kontribusi penerimaan mencapai Rp120.000.000 per tahun. Faktor-faktor yang mempengaruhi WTP	Persamaan: - Menganalisis WTP dalam konteks pariwisata - Menggunakan metode penelitian pendekatan CVM dan regresi linier berganda Perbedaan:

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Objek Wisata Pantai Pasir Putih Desa Lumban Bulbul Kecamatan Balige Kabupaten Toba"	dengan teknik *purposive sampling* kepada 33 responden Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda	adalah pendapatan responden, di mana semakin tinggi pendapatan, semakin besar kesediaan membayar. Sebagian besar responden adalah laki- laki dengan pendidikan dominan SMA dan mahasiswa.	- Objek penelitian terdahulu adalah wisata pantai Pasir Putih di Kabupaten Toba sedangkan penelitian ini adalah Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman yang merupakan konsep wisata pedesaan dan budaya
4	Fitra & Hadi Sasana (2021), "Analisis Valuasi Ekonomi Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Ruang Peningkatan Kualitas Ruang Terbuka Hijau Di Kota Semarang (Studi Kasus : Taman Indonesia Kaya)"	Menggunakan Metode *Contingent Valuation Method (CVM)* untuk mengukur nilai *Willingness to Pay (WTP)* pengunjung terhadap Pengembangan Taman Indonesia Kaya. Data primer dikumpulkan dari 62 responden menggunakan teknik *Accidental Sampling*, dan wawancara mendalam dilakukan untuk mengestimasi WTP dengan teknik *Bidding Game*. Variabel independen	Sekitar 90,32% responden bersedia membayar untuk pengembangan taman, dengan rata-rata nilai WTP sebesar Rp 3.500, menghasilkan total WTP sebesar Rp 396.833.500 per tahun. Usia, pendidikan, pendapatan, dan jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap WTP, sementara status perkawinan tidak signifikan.	Persamaan: - Keduanya bertujuan untuk mengevaluasi kesediaan pengunjung dalam mendukung pengembangan dan peningkatan kualitas fasilitas - Menggunakan metode penelitian pendekatan CVM dan regresi linier berganda Perbedaan: - Penelitian ini berorientasi pada pengalaman budaya dan pedesaan di Desa Wisata, sementara taman kota di

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		dalam penelitian ini mencakup pendidikan, usia, status perkawinan, jenis kelamin, dan pendapatan, dianalisis dengan metode Analisis regresi linier		Semarang memiliki fungsi utama sebagai ruang terbuka hijau yang menyediakan area untuk kegiatan sosial dan lingkungan - Variabel yang diteliti dalam penelitian terdahulu : usia, pendidikan, pendapatan, jenis kelamin dan status sosial. Sedangkan penelitian ini pendapatan, tingkat usia, pendidikan, biaya wisata dan frekuensi kunjungan
5	Zulfa Eliza dan Falya Nur Raiya (2023), "Analisis *Willingness To Pay* (WTP) Pengunjung Wisata Hutan Mangrove Kuala Langsa"	Metode yang digunakan adalah kuantitatif yaitu Metode *Contingent Valuation Method* (CVM) juga digunakan untuk mengukur nilai WTP serta Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel bebas dengan variabel	Variabel pendidikan, pendapatan, frekuensi kunjungan, dan pengetahuan lingkungan secara signifikan mempengaruhi WTP pengunjung. Faktor dengan pengaruh terbesar adalah tingkat pendidikan, dengan koefisien 0,330, diikuti oleh	Persamaan: - Menganalisis WTP dalam konteks pariwisata Perbedaan: - Lokasi penelitian yang berbeda - Variabel bebas penelitian terdahulu : pendidikan, pendapatan, frekuensi

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		terikat (*willingness to pay*) Data yang digunakan adalah data primer, dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner kepada 100 responden.	pendapatan, pengetahuan lingkungan, dan frekuensi kunjungan.	kunjungan dan pengetahuan lingkungan, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas berupa pendapatan, tingkat usia, pendidikan, biaya wisata dan frekuensi kunjungan.
6	Purna Hindayani, Alnidi Safarach Bratanegara, dan Armandha Redo Pratama (2024), "Willingness To Pay (WTP) Wisatawan dalam Pelestarian Lingkungan Paska Perubahan Cagar Alam Kamojang ke Taman Wisata Alam Kamojang"	Metodologi yang diterapkan mencakup pengumpulan data melalui survei terhadap 58 dengan metode *purposive sampling*, Analisis data dilakukan dengan menghitung rata-rata WTP menggunakan rumus yang relevan, serta menerapkan model regresi logistik untuk mengidentifikasi faktor-faktor sosio-demografis yang berpengaruh terhadap WTP.	Rata-rata kesediaan membayar (WTP) pengunjung untuk konservasi lingkungan di TWA Kamojang adalah Rp 51.887 per kunjungan. faktor umur merupakan variabel sosio-demografis yang paling signifikan mempengaruhi WTP, sementara faktor lain seperti jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Total estimasi WTP	Persamaan: - Menganalisis WTP dalam konteks pariwisata - Menggunakan metode *purposive sampling* dalam pemilihan responden untuk memperoleh data primer yang digunakan dalam penelitian Perbedaan: - Lokasi penelitian terdahulu adalah wisata alam Kamojang, sedangkan penelitian ini adalah Desa Wisata Among Kisma Lumbung

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			per tahun mencapai Rp 680.339.623, yang menunjukkan potensi dukungan finansial untuk pelestarian lingkungan di kawasan tersebut.	Mataraman - Penelitian terdahulu menggunakan Variabel bebas yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan dan total biaya wisata selama berkunjung sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas berupa pendapatan, tingkat usia, pendidikan, biaya wisata dan frekuensi kunjungan.
7	Rizka Nabilah & Fajar Islam Sitanggang (2024), "*Tourist Planning Strategy Based on Problem Prioritization Using USG Method at Tirtayasa Beach, Way Tataan, Lampung*"	Penelitian Rizka Nabilah dan Fajar Islam Sitanggang (2024) menggunakan pendekatan deskriptif dengan data primer (observasi dan wawancara pengunjung, pengelola, serta masyarakat) dan data sekunder (literatur, laporan,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pantai Tirtayasa memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata, tetapi menghadapi kendala berupa keterbatasan fasilitas, kurangnya perawatan, dan promosi yang belum optimal. Analisis USG menetapkan prioritas utama	Persamaan: fokus keduanya yang sama-sama menekankan pentingnya pengembangan destinasi wisata secara berkelanjutan dengan melibatkan wisatawan dan masyarakat sebagai responden, serta memberikan rekomendasi

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		dan artikel terkait). Analisis dilakukan dengan *metode Urgency, Seriousness, Growth* (USG) untuk menyusun prioritas masalah pariwisata di Pantai Tirtayasa berdasarkan tingkat urgensi, keseriusan, dan potensi pertumbuhan masalah.	berupa perbaikan signage pintu masuk, penataan ulang area anak, serta penambahan vegetasi sebagai penghalang. Upaya perbaikan sarana-prasarana seperti toilet, gazebo, mushola, dan area parkir juga diperlukan guna mendukung pengembangan wisata yang berkelanjutan.	praktis bagi pengelolaan kawasan wisata. Perbedaan: penelitian di Pantai Tirtayasa lebih menitikberatkan pada identifikasi dan prioritas masalah pengelolaan wisata dengan metode *Urgency, Seriousness, Growth* (USG), sedangkan penelitian ini berfokus pada analisis nilai ekonomi melalui *Willingness to Pay* (WTP) menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian di Pantai Tirtayasa menghasilkan prioritas perbaikan fasilitas, penanda, dan penataan kawasan. Sementara penelitian ini menghasilkan estimasi nilai WTP pengunjung yang

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
				dapat dijadikan dasar dalam penetapan tarif masuk maupun pengembangan paket wisata di Desa Wisata Among Kisma.
8	Amin Pujiati, Bestari Dwi Handayani, Dyah Maya Nihayah, M. Aulia Rachman, Amelia Choya Tia Rosalia (2024). "*Willingness to Pay to Reduce Plastic Waste in Order to Realize Green Campus*".	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) dan regresi logistik (logit). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner terhadap 33 pengelola kantin di lingkungan UNNES.	Tujuan penelitian ini adalah menentukan nilai WTP dan faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar *canteen manager* di Universitas Negeri Semarang (UNNES) untuk mendukung pengelolaan limbah plastik menuju *green campus*.	Persamaan: - Kedua penelitian sama-sama meneliti kesediaan membayar masyarakat terhadap kegiatan yang memiliki nilai lingkungan (konservasi, kebersihan, dan keberlanjutan). - Kedua penelitian menggunakan metode penelitian pendekatan CVM dan regresi logit. Perbedaan: - Objek penelitian Pujiati,dkk. meneliti pengelola kantin di Universitas Negeri Semarang (UNNES) sebagai responden dalam konteks program *Green Campus*

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
				untuk mengurangi limbah plastik. Sedangkan Penelitian ini meneliti pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman dalam konteks pengembangan destinasi wisata berbasis budaya dan lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh Pujiati,dkk. berfokus pada dukungan terhadap pengelolaan limbah plastik di lingkungan kampus sebagai bagian dari kebijakan konservasi. Sedangkan penelitian penelitian ini bertujuan menilai kesediaan pengunjung untuk membayar pengembangan fasilitas dan kelestarian wisata di kawasan pedesaan.

NO	Nama Peneliti (Tahun Penelitian), Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu seperti yang telah diulas pada tabel di atas, yaitu penelitian menganalisis tentang *willingness to pay* pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung, Semin. Penelitian sebelumnya, "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Wisatawan Dalam Upaya Pengelolaan Wisata Pendakian Gunung Pundak, Taman Hutan Raya Raden Soerjo" dengan variabel usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, biaya perjalanan, daya tarik dengan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengambilan datanya. Penelitian ini juga turut mengkaji analisis kesediaan membayar (*Willingness to Pay/WTP*) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui metode *purposive sampling*. Variabel yang diteliti meliputi tingkat pendapatan, usia, pendidikan, biaya perjalanan wisata, serta frekuensi kunjungan.

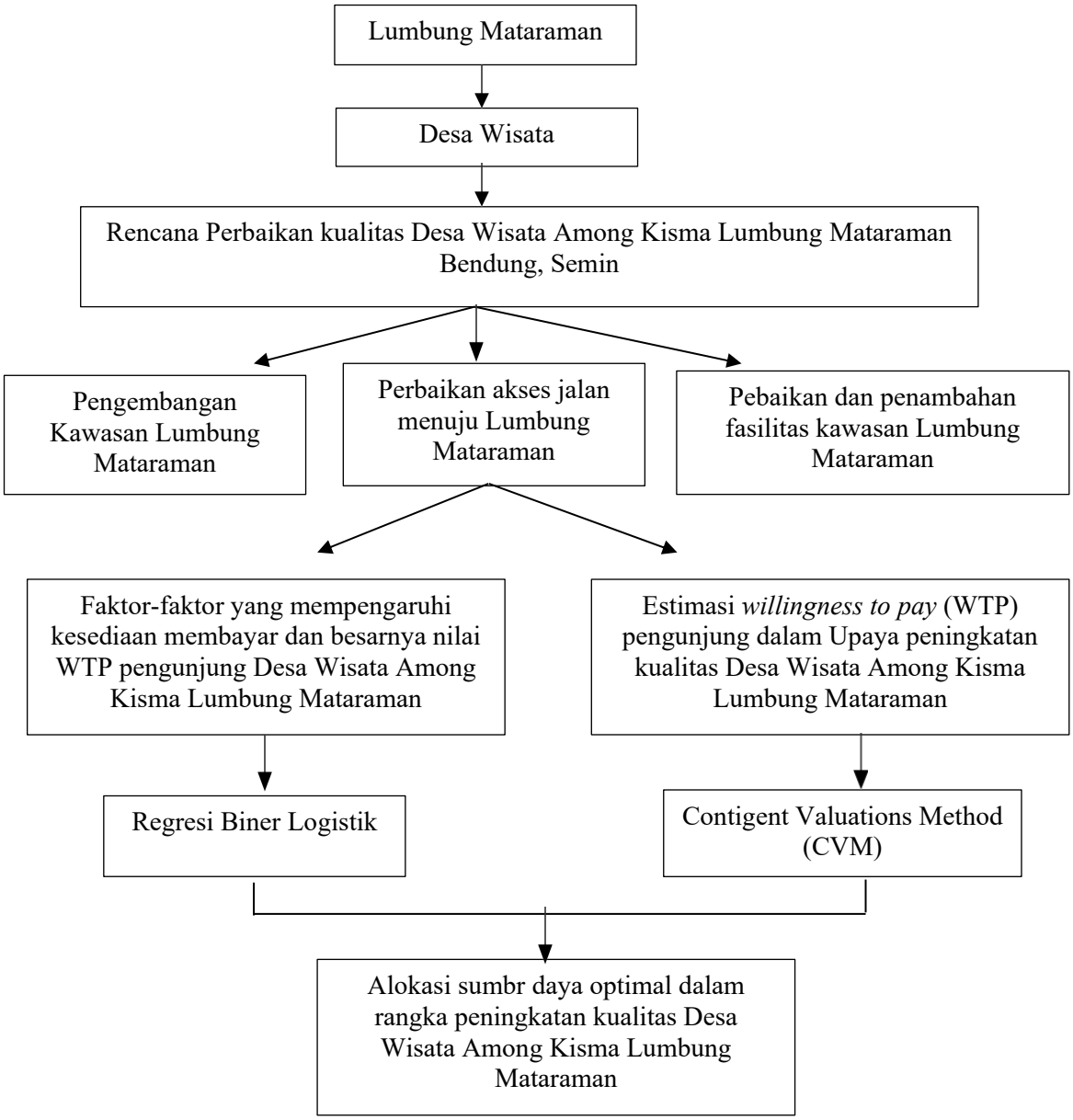
Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu seperti yang ada pada penelitian yang berjudul "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Pengunjung Dalam Upaya Pengembangan Agrowisata "*Sweetberry*" Di Kabupaten Cianjur" ,variabel yang digunakan dalam penelitian adalah jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan jumlah tanggungan dengan

menggunakan data primer menggunakan metode *Non-probability sampling* lebih spesifiknya *incidental sampling* serta data sekunder yang diperoleh dari beberapa sumber dokumen atau literatur terkait. Berbeda dengan penelitian ini yang akan menganalisis WTP pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin dengan data primer yang menggunakan metode *purposive sampling.* Penelitian ini juga menggunakan data sekunder dari beberapa referensi dan dokumen serta literasi terkait. Analisis nilai WTP dalam penelitian ini merujuk pada kajian terdahulu, sedangkan faktor-faktor yang memengaruhi WTP diturunkan dari variabel yang dimodifikasi berdasarkan penelitian sebelumnya. Adapun variabel yang digunakan meliputi pendapatan, usia, pendidikan, biaya wisata, dan intensitas kunjungan.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dikupas di atas akan menjadi referensi bagi penelitian tesis ini sehingga penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam kajian yang lebih luas mengenai kesediaan membayar untuk perbaikan kualitas di kawasan wisata.

2.7. Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar I.3. Kerangka Berpikir

2.8. Pengembangan Hipotesis

Proses perumusan pernyataan sementara untuk pengujian hubungan antara dua atau lebih variabel merupakan proses pengembangan hipotesis. Pengembangan hipotesis didasarkan pada penelitian terdahulu.

2.8.1 Pendapatan

Pendapatan memiliki peranan signifikan dalam menentukan tingkat permintaan terhadap produk wisata. Daya beli seseorang terhadap produk maupun layanan pariwisata sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan yang dimiliki, yang juga berkaitan erat dengan standar hidup serta seberapa sering individu melakukan perjalanan (Kurniawan, 2019). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin besar pendapatan yang diterima seseorang, semakin tinggi pula peluang mereka untuk melakukan perjalanan wisata sesuai preferensinya.

Fitra dan Hadi Sasana (2021) dalam penelitiannya yang berjudul *"Analisis Valuasi Ekonomi Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Ruang Terbuka Hijau di Kota Semarang (Studi Kasus: Taman Indonesia Kaya)"* menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap WTP. Hasil ini sejalan dengan temuan Pertiwi, T.A, dkk. (2022) melalui studi berjudul *"Analisis Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Pengunjung Dalam Upaya Pengembangan Agrowisata 'Sweetberry' di Kabupaten Cianjur"*, yang mengungkapkan bahwa pendapatan secara signifikan memengaruhi WTP. Artinya, semakin tinggi pendapatan pengunjung, semakin besar pula kesediaan mereka untuk membayar tiket masuk. Kondisi ini

menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan memberikan ruang finansial lebih bagi individu untuk mengalokasikan biaya tambahan, termasuk dalam mendukung pengembangan agrowisata.

Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang, maka semakin besar pula kesediaannya untuk membayar (*Willingness to Pay/WTP*). Dengan demikian, berdasarkan variabel pendapatan, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan bahwa faktor pendapatan berpengaruh positif terhadap WTP pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung, Semin.

2.8.2 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan faktor yang dapat dijadikan sebagai variabel untuk mengukur kesediaan membayar (*willingness to pay*/WTP) Lumbung Mataraman. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, akan semakin luas wawasan dan kesadaran seseorang untuk lebih memahami pentingnya konservasi budaya dan lingkungan, sehingga akan bersedia mendukung dengan biaya yang dikenakan.

Temuan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi, T.A, dkk. (2022) dalam studi berjudul *"Analisis Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Pengunjung Dalam Upaya Pengembangan Agrowisata 'Sweetberry' di Kabupaten Cianjur"* menunjukkan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap WTP. Pendidikan yang lebih tinggi mendorong pengunjung untuk bersedia membayar tiket masuk Agrowisata *Sweetberry* secara positif dan signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa tingkat pendidikan

berpengaruh positif terhadap WTP pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin.

2.8.3 Usia

Usia merupakan salah satu faktor demografis yang dapat mempengaruhi tingkat kesediaan membayar (*Willingness to Pay*/WTP) individu dalam mendukung pengembangan destinasi wisata. Pada Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin, usia pengunjung diperkirakan memiliki pengaruh terhadap WTP, karena perbedaan usia sering kali berkorelasi dengan preferensi, kebutuhan, serta daya beli yang berbeda. Pengunjung yang lebih muda, misalnya, mungkin memiliki keterbatasan anggaran atau lebih menghargai pengalaman yang terjangkau, sementara pengunjung yang lebih tua biasanya memiliki stabilitas finansial yang lebih baik, sehingga lebih cenderung bersedia membayar lebih untuk kenyamanan dan pengalaman yang memadai. Oleh karena itu, perbedaan usia di antara pengunjung dapat memengaruhi nilai WTP mereka, yang penting untuk dipertimbangkan dalam mengembangkan strategi pengelolaan dan penentuan tarif di Desa Wisata Lumbung Mataraman.

Penelitian dengan judul "Analisis Valuasi Ekonomi Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Ruang Terbuka Hijau Di Kota Semarang (Studi Kasus : Taman Indonesia Kaya)" yang dilakukan oleh Fitra & Hadi Sasana (2021) memperoleh kesimpulan bahwa faktor usia berpengaruh positif terhadap WTP. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang relevan dapat menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara usia

dan tingkat WTP pengunjung di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin.

2.8.4 Biaya Wisata

Biaya Wisata merupakan salah satu faktor yang berpotensi memengaruhi *Willingness to Pay* (WTP) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman. Pengunjung biasanya mempertimbangkan total pengeluaran yang diperlukan untuk menikmati pengalaman wisata, termasuk biaya transportasi, akomodasi, konsumsi, serta tiket masuk ke objek wisata. Semakin tinggi biaya rekreasi yang harus dikeluarkan, kemungkinan besar WTP pengunjung akan menurun karena adanya keterbatasan anggaran atau preferensi terhadap pengeluaran yang lebih ekonomis. Di sisi lain, jika pengunjung menganggap bahwa biaya rekreasi sebanding dengan manfaat yang diperoleh, WTP mereka bisa tetap tinggi atau bahkan meningkat. Dengan demikian, biaya rekreasi dapat menjadi variabel penting yang memengaruhi tingkat WTP pengunjung.

Penelitian yang dilakukan oleh Risma, dkk.(2024) dengan judul "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Wisatawan Dalam Upaya Pengelolaan Wisata Pendakian Gunung Pundak, Taman Hutan Raya Raden Soerjo" menunjukkan bahwa faktor biaya wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap WTP. Hal serupa juga diungkapkan dalam hasil penelitian dari Hindayani,Purna, dkk. (2024) dengan berjudul "*Willingness To Pay* (WTP) Wisatawan dalam Pelestarian Lingkungan Paska Perubahan Cagar Alam Kamojang ke Taman Wisata Alam

Kamojang" bahwa biaya wisata tidak berpengaruh secara signifikan.

Berdasarkan kedua penelitian itu, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah bahwa terdapat hubungan negatif antara biaya wisata dan WTP pengunjung di Desa Wisata Lumbung Mataraman.

2.8.5 Frekuensi Kunjungan

Frekuensi kunjungan menunjukkan intensitas wisatawan dalam berkunjung, yang dapat mencerminkan kelebihan maupun kekurangan suatu destinasi wisata. Pengunjung yang sering mengunjungi tempat wisata ini cenderung memiliki pengetahuan lebih mendalam tentang kualitas fasilitas dan pengalaman yang ditawarkan. Jika pengalaman kunjungan sebelumnya memberikan kesan positif, mereka mungkin lebih bersedia membayar lebih pada kunjungan berikutnya karena telah memahami nilai wisata tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Eliza, Z dan Raiya, F.N (2023) yang berjudul "Analisis *Willingness To Pay* (WTP) Pengunjung Wisata Hutan Mangrove Kuala Langsa" menyatakan bahwa bahwa variabel Frekuensi kunjungan berpengaruh dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Pernyataan tersebut relevan untuk digunakan sebagai hipotesis bahwa variabel frekuensi kunjungan ke Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* (WTP).

2.9. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini disusun berdasarkan temuan dari studi terdahulu,

sehingga dirumuskan sebagai berikut:

1. Diduga variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin.
2. Diduga variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin.
3. Diduga variabel tingkat usia berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin.
4. Diduga variabel biaya rekreasi berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin.
5. Diduga variabel frekuensi kunjungan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* untuk peningkatan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan Kualitatif dengan analisis deskriptif serta analisis USG (*Urgency, Seriousness, Growth*). Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/artistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2019) data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data langsung dari lapangan sering disebut data primer dan data dokumentasi disebut data sekunder.

Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menafsirkan fenomena yang menekankan pada makna daripada generalisasi (Anggito& Setiawan, 2018). Penelitian tersebut dapat untuk meneliti tingkah laku dan aktivitas sosial ekonomi masyarakat (Jaya, 2020). Penerapan penelitian kualitatif difokuskan untuk memahami dinamika partisipasi masyarakat yang menjadi tantangan pengembangan wisata.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan data atau sampel yang diperoleh apa adanya, tanpa melakukan pengujian lebih lanjut maupun menarik kesimpulan yang bersifat umum (Sugiyono, 2008). Pendekatan ini diterapkan dalam penelitian dengan tujuan untuk menganalisis *willingness to pay* pengunjung di Desa Wisata Among Kisma Lumbung

Mataraman Bendung Semin.

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Jadi pada prinsipnya, populasi adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam suatu tempat secara terencana menjadi tergat kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga dapat organisasi, binatang, hasil karya manusia dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek itu (Nur Fadilah Amin,dkk., 2023). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode stratifikasi, di mana pemilihan sampel disesuaikan dengan jenis paket wisata yang ditawarkan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Adapun objek penelitian adalah para pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin. Jumlah minimum sampel yang diperlukan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 92 responden.

Hal tersebut didasari dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+ e^2} \quad \text{..... (2)}$$

Dengan hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{1.142}{1 + 1.142\ (0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{1.142}{12{,}42}$$

$$n = 91.94847021$$

n = 91.94847021 dibulatkan menjadi 92 orang

Keterangan :

n : Jumlah sampel. N : Jumlah populasi

E : Tingkat Kesalahan yang dapat ditolerir (10%)

Kuesioner yang telah terisi sebesar 92 responden. Maka dari itu, jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 92 responden.

3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh dari pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin. Menurut Sugiyono (2013), data primer dapat dikumpulkan melalui berbagai cara, seperti wawancara tatap muka, komunikasi via telepon, maupun komunikasi tidak langsung melalui surat, email, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket (kuesioner) secara langsung kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan tertulis diberikan untuk mendapatkan jawaban yang dapat menghasilkan data empiris di lapangan, sehingga membantu memecahkan permasalahan penelitian sekaligus menguji hipotesis yang diajukan.

3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Peneliti

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel dependen (Y) sebagai variabel terikat dan variabel independen (X) sebagai variabel bebas. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.3.1. Variabel Terikat

3.3.1.1. *Willingness to Pay* (WTP)

Willingness to Pay (WTP) atau kesediaan membayar dapat diartikan sebagai jumlah maksimum yang rela dikeluarkan seseorang untuk memperoleh manfaat tertentu ataupun menghindari kerugian, misalnya akibat polusi atau kerusakan lingkungan. Konsep ini menggambarkan tingkat kesediaan individu untuk memberikan kontribusi dalam menjaga, meningkatkan kualitas lingkungan, maupun mendukung suatu tujuan tertentu. WTP banyak digunakan dalam kajian ekonomi lingkungan serta penilaian ekonomi sebagai pendekatan untuk mengestimasi nilai aspek-aspek lingkungan yang sulit diukur dengan metode konvensional.

3.3.2. Variabel bebas

3.3.2.1. Pendapatan (INC)

Pendapatan pada penelitian ini adalah rata-rata pendapatan perkapita dalam satu bulan yang diterima oleh responden yang telah bekerja dan berpenghasilan dalam keluarga. Pada penelitian ini, untuk responden pelajar dan mahasiswa tingkat pendapatan mereka adalah uang saku yang diterima per bulan. Setiap responden mengisi sesuai dengan kondisi masing-masing. Pendapatan dalam penelitian ini diukur dalam bentuk

satuan mata uang rupiah.

3.3.2.2. Tingkat Pendidikan Tingkat Pendidikan (EDU)

Tingkat pendidikan adalah Variabel yang dilihat dari berapa lama pendidikan terakhir yang telah ditempuh sampai penelitian ini dilaksanakan. Tingkat pendidikan dapat diukur berdasarkan lamanya tahun sekolah yang sudah dijalankan dalam jenjang pendidikan secara formal. Tingkat pendidikan dalam penelitian ini diukur dalam tahun.

3.3.2.3. Tingkat Usia (Age)

Tingkat usia dalam penelitian ini merujuk pada umur responden sejak kelahiran hingga waktu penelitian dilakukan. Variabel usia diukur dalam satuan tahun.

3.3.2.4. Biaya Wisata (BW)

Biaya wisata merupakan total pengeluaran yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mendukung aktivitas wisatanya. Komponen biaya ini mencakup paket wisata yang dipilih, transportasi, konsumsi selama berada di lokasi, dokumentasi, akomodasi apabila menginap, serta pengeluaran tambahan lainnya selama kegiatan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin. Seluruh biaya tersebut dinyatakan dalam satuan rupiah.

3.3.2.5. Frekuensi Kunjungan (FK)

Freakuensi kunjungan menggambarkan intensitas kunjungan wisatawan, baik yang menginap maupun tidak, yang dihitung berdasarkan jumlah kedatangan mereka ke Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin.

3.4. Metode Analisis Data

Untuk menganalisis *willingness to pay* pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin dapat diformulasikan sebagai berikut : *Willingness to pay* (WTP) = *f* (Inc, Edu, Age, BW, FK,) ..... (3) Kemudian fungsi tersebut dinyatakan dalam bentuk hubungan *willingness to pay* (WTP) dengan variabel pendapatan (Inc), pendidikan literasi (Edu), usia (Age), biaya wisata (BW), dan frekuensi kunjungan (FK), maka persamaan WTP sebagai berikut :

WTP = $\beta 0 + \beta 2\ Inc + \beta 1 Edu + \beta 3\ BR + \beta 4 FK + \beta 5$Age + e ..... (4)

Keterangan :

WTP : *Willingness to Pay*

$\beta 0$: Intersep

$\beta 1 ... \beta 5$: Koefisien regresi

Inc : Pendapatan

Edu : Tingkat Pendidikan

Age : Usia

BW : Total Biaya Wisata

FK : Frekuensi Kunjungan

e : *Error Term*

Model persamaan yang ditampilkan merupakan regresi logistik. Regresi logistik termasuk dalam jenis regresi non linier, di mana hubungan antara variabel respon dan prediktor tidak berbentuk garis lurus. Metode ini digunakan untuk menganalisis

hubungan antara variabel respon yang bersifat biner (0 dan 1) dengan variabel-variabel prediktornya.

Penelitian ini menggunakan *Contingent Valuation Method* (CVM), yaitu metode survei dengan cara menanyakan secara langsung kepada pengunjung mengenai kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) untuk mendukung pelestarian lingkungan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin. CVM digunakan untuk menilai nilai ekonomi suatu barang atau jasa yang tidak tersedia di pasar. Melalui metode ini dapat diketahui tingkat maksimum kesediaan responden dalam membayar, sekaligus memberikan gambaran yang jelas tentang objek yang dinilai kepada penerima manfaat. Selanjutnya, total nilai *Willingness to Pay* yang terkumpul akan dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah responden. Estimasi nilai rata-rata *willingness to pay* dirumuskan sebagai berikut:

$$(EWTP) = \frac{\sum_{i=1}^{n} Wi}{n} \quad \text{..... (5)}$$

Keterangan:

EWTP : Dugaan rataan WTP Wi : Nilai WTP ke-i

n : Jumlah Responden

i : Responden ke-i yang bersedia membayar (i=1,2...n)

Nilai EWTP ini digunakan untuk menentukan *willingness to pay* responden dengan *dischotomous choice*. Nilai variabel *dummy* jika WTP 1 adalah WTP sama dengan EWTP dan jika WTP 0 adalah WTP tidak sama dengan EWTP.

3.5. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menyajikan gambaran data melalui perhitungan nilai rata-rata (*mean*), nilai tertinggi dan terendah, serta standar deviasi. Nilai *mean* berfungsi untuk mengestimasi rata-rata populasi dari sampel yang diteliti, sedangkan nilai maksimum dan minimum digunakan untuk menunjukkan karakteristik umum dari sampel. Adapun standar deviasi dipakai untuk mengukur tingkat variasi atau penyimpangan data terhadap nilai rata-ratanya.

3.6. Analisis Regresi Logit

Regresi logistik merupakan metode statistik yang digunakan untuk mempelajari hubungan matematis antara variabel dependen (Y) yang berskala nominal atau ordinal dengan satu atau lebih variabel independen (X). Perbedaan utamanya dengan regresi linier terletak pada jenis variabel respon yang digunakan. Dalam regresi logistik, variabel respon bersifat biner atau dikotomus, sedangkan regresi linier menuntut variabel respon minimal dalam skala interval. Selain itu, perbedaan juga terdapat pada model parametrik yang dipilih dan asumsi dasar yang digunakan. Walaupun demikian, prinsip pendugaan parameter pada regresi logistik pada dasarnya mirip dengan regresi linier. Dalam penelitian ini, model regresi logit dipakai untuk menganalisis peluang responden bersedia atau tidak bersedia membayar terkait perbaikan lingkungan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin, dengan beberapa variabel yang diduga memengaruhinya.

Bentuk model logistiknya yang akan digunakan adalah :

$Li = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + \beta 5X5 + \varepsilon$ ..... (6)

Keterangan :

Li : Kesediaan pengunjung yang ingin membayar lebih untuk pengembangan Desa Wisata Among Kisma Lumbung

$\beta 0$: Konstanta

$\beta 1 ... \beta 5$: Koefisien regresi

$\beta 1$:Pendapatan

$\beta 2$: Tingkat Pendidikan

$\beta 3$: Usia

$\beta 4$: Biaya Wisata

$\beta 5$: Frekuensi

Kunjungan ε : Error

Regresi logistik merupakan analisis yang menggunakan variabel independen kuantitatif untuk memprediksi probabilitas kemunculan variabel dependen biner (Dowdy,dkk., 2004). Regresi logistik biner adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel respon (Y) dengan variabel bebas (X) ketika hasil respon bersifat dikotomus. Jawaban responden dikategorikan menjadi dua, yaitu "ya" diberi nilai 1 dan "tidak" diberi nilai 0. Berbeda dengan regresi linier berganda, analisis logistik biner tidak mensyaratkan terpenuhinya asumsi klasik (Hosmer & Lemeshow, 1989).

3.7. Uji *Loglikhood Ratio* (LR)

Uji *Loglikhood Ratio* (LR) digunakan untuk mengukur apakah seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi uji ini ditentukan melalui p-value yang dihasilkan dari perhitungan statistik LR, dengan perumusan hipotesis sebagai berikut:

- H0: Secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- H1: Secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Keputusan menolak H0 dapat dilakukan dengan membandingkan nilai x^2 yang diperoleh terhadap derajat kebebasan yang sesuai dengan jumlah restriksi dalam model. Selain itu, H0 juga akan ditolak apabila nilai probabilitas lebih kecil daripada tingkat signifikansi (α) yang telah ditentukan.

3.8. *McFadden R-Squared*

Menurut Ghozali (2011), koefisien determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Dalam analisis regresi logistik, ukuran yang dipakai adalah *McFadden R-squared*, yang berfungsi untuk menilai kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *McFadden R-squared* berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen semakin baik dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

3.9. Uji Signifikansi dengan Uji Z

Menurut Widarjono (2013), uji z digunakan untuk menilai apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Penentuan diterimanya atau ditolaknya H0 didasarkan pada nilai z-*statistic* yang diperoleh dari hasil perhitungan data.

3.10. Uji Ketepatan Klasifikasi

Uji klasifikasi 2 x 2 merupakan teknik yang digunakan untuk menilai sejauh mana hasil prediksi suatu model statistik sesuai dengan data yang sebenarnya. Dalam tabel ini, dua kolom menggambarkan kategori prediksi variabel dependen, sedangkan dua baris menunjukkan data observasi aktual. Pada kondisi ideal, seluruh data akan berada pada diagonal tabel 2 x 2, sehingga tingkat ketepatan prediksi mencapai 100%.

Apabila nilai prediksi yang tepat berada di diagonal utama, sementara kesalahan klasifikasi berada di luar diagonal, maka model dapat dianggap memiliki akurasi yang sangat baik. Namun, jika banyak data salah klasifikasi muncul di luar diagonal, hal tersebut menandakan bahwa performa model masih rendah dan memerlukan perbaikan. Oleh karena itu, uji klasifikasi 2 x 2 menjadi salah satu alat penting untuk menilai kualitas prediksi dalam analisis statistik maupun dalam pengujian model klasifikasi.

3.11. Analisis USG (*Urgency, Seriousness, Growth*)

Metode USG merupakan teknik skoring yang digunakan untuk menentukan urutan prioritas isu atau permasalahan yang perlu ditangani dalam konteks tertentu,

termasuk pada penelitian di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul. Dalam penerapannya, setiap permasalahan dievaluasi berdasarkan tingkat risiko serta dampaknya. Setelah total skor diperoleh, maka masalah yang memiliki nilai tertinggi ditetapkan sebagai prioritas utama. Proses penilaian dilakukan melalui penyusunan daftar akar masalah, pembuatan matriks prioritas dengan bobot skor 1–5, kemudian ditentukan masalah dengan skor tertinggi sebagai fokus utama.

Metode ini menilai tiga aspek utama, yaitu *Urgency* (urgensi), *Seriousness* (keseriusan), dan *Growth* (pertumbuhan). *Urgency* menekankan pada seberapa cepat suatu masalah perlu diselesaikan (Kaplan & Norton, 1996), di mana isu dengan tingkat urgensi tinggi menuntut penanganan segera agar tidak menimbulkan dampak lebih buruk. *Seriousness* berhubungan dengan sejauh mana keseriusan suatu masalah yang dapat memberikan pengaruh signifikan, baik dari sisi keuangan, operasional, maupun reputasi. Sementara itu, *Growth* mengukur potensi perkembangan suatu masalah apabila dibiarkan tanpa intervensi, termasuk kemungkinan meluasnya cakupan masalah ataupun meningkatnya kompleksitas.

Setelah ketiga faktor tersebut diberi penilaian, skor kemudian dijumlahkan untuk memperoleh nilai total. Dengan membandingkan nilai antar masalah, dapat ditentukan isu yang paling penting dan mendesak untuk segera diselesaikan.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin, Gunungkidul. Lokasi tersebut merupakan salah satu destinasi yang banyak menarik kunjungan wisatawan, khususnya untuk kegiatan studi banding terkait keberhasilan pengelolaan Lumbung Mataram. Kawasan ini dikembangkan sebagai agrowisata yang memadukan edukasi di bidang pertanian dan peternakan dengan sektor pariwisata, serta didukung oleh aktivitas *home industry* dan pengembangan UMKM.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan metode stratifikasi, di mana pemilihan sampel didasarkan pada jenis paket wisata yang diambil oleh pengunjung. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah wisatawan atau pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul berusia 20–80 tahun dan minimal pernah berkunjung satu kali. Kuesioner disebarkan secara langsung kepada responden mulai tanggal 15 Februari 2025 hingga 1 Mei 2025. Dari hasil penyebaran tersebut, sebanyak 92 orang mengisi kuesioner secara lengkap sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.2. Karakteristik Objek Penelitian

Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin merupakan

salah satu obyek wisata yang dengan program ketahanan pangan yang berbasis masyarakat, yang bertujuan untuk meningkatkan ketahanan pangan, kemandirian pangan, dan kedaulatan pangan di wilayah Kalurahan Bendung Kapanewon Semin Kabupaten Gunungkidul. Lumbung Mataraman Bendung Semin menjadi model pengembangan ketahanan pangan yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat, dengan melibatkan berbagai pihak dan memanfaatkan potensi lokal secara optimal. Judul penelitian ini adalah Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataran Bendung Semin Gunungkidul. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 92 responden yang terbagi menjadi dua yaitu sebanyak 13 responden perempuan (17%) dan 79 responden laki-laki (83%). Berikut adalah penjelasan karakteristik responden.

4.2.1 Karakteristik Sosial Ekonomi

4.2.1.1. Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin

Merujuk pada Tabel IV.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, diperoleh hasil bahwa responden laki-laki berjumlah 79 orang atau sekitar 86%, sedangkan responden perempuan tercatat sebanyak 13 orang atau 14%. Data tersebut mengindikasikan bahwa partisipasi responden laki-laki dalam penelitian ini lebih dominan dibandingkan dengan responden perempuan.

Tabel IV.1. Persentase jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	79 orang	86 %
Perempuan	13 orang	14 %
Total	92 orang	100 %

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

4.2.1.2. Karakteristik berdasarkan usia

Berdasarkan Tabel IV.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan kelompok usia, terlihat bahwa mayoritas responden berada pada rentang 51–60 tahun, yaitu sebanyak 29 orang atau sekitar 31,52%. Selanjutnya, kelompok usia 41–50 tahun menempati urutan kedua dengan jumlah 23 responden atau 25%, diikuti oleh kelompok usia 61–70 tahun dengan 17 responden atau 18,48%. Responden berusia 20–30 tahun tercatat sebanyak 9 orang atau 9,78%, kemudian kelompok usia 71–80 tahun sebanyak 8 orang atau 8,70%, sedangkan jumlah paling sedikit terdapat pada kelompok usia 31–40 tahun dengan 6 responden atau 6,52%.

Tabel IV. 2. Persentase usia

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
20 - 30 tahun	9 orang	9,78 %
31 - 40 tahun	6 orang	6,52 %
41 - 50 tahun	23 orang	25 %
51- 60 tahun	29 orang	31,52 %
61 - 70 tahun	17 orang	18,48 %
71 - 80 tahun	8 orang	8,70 %
Jumlah Total	92 orang	100,00 %

Sumber : Data primer diolah, 2025

4.2.1.3. Karakteristik berdasarkan pendapatan

Karakteristik pendapatan per bulan responden dapat dilihat dalam tabel IV.3. Berdasarkan tabel, karakteristik responden yang memiliki jumlah pendapatan di bawah atau sama dengan Rp. 500.000 masing-masing sebanyak 5 orang atau sebesar 5,44 %. Selanjutnya responden yang memiliki pendapatan Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 25 orang atau sebesar 27,17 %. Responden dengan pendapatan

Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000 sebanyak 36 orang atau sebesar 39,13 %. Jumlah responden dengan pendapatan Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000 sebanyak 14 orang atau sebesar 15,22 %. Sedangkan 12 responden atau sebesar 13,04 % memiliki pendapatan ≥ Rp. 3.000.001.

Tabel IV. 3. Persentase pendapatan per bulan

Pendapatan perbulan	Frekuensi	Persentase
≤ Rp 500.000	5 orang	5,44 %
Rp 500.000 - Rp. 1.000.000	25 orang	27,17 %
Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	36 orang	39,13 %
Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	14 orang	15,22 %
≥ Rp. 3.000.001	12 orang	13,04 %
Total	92 orang	100,00 %

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

4.2.1.4. Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan

Mengacu pada Tabel IV.4 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan, diketahui bahwa mayoritas responden berpendidikan SMA/SMK dengan jumlah 48 orang atau sekitar 52,17%. Selanjutnya, responden berpendidikan S1 tercatat sebanyak 15 orang atau 16,30%, diikuti oleh lulusan SD sebanyak 13 orang atau 13,13%, serta lulusan SMP berjumlah 7 orang atau 7,61%. Adapun persentase terendah berasal dari responden dengan pendidikan S2, yaitu hanya 1 orang atau 1,09%.

Tabel IV.4. Persentase tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	13 orang	14,13 %
SMP	7 orang	7,61 %
SMA/SMK	48 orang	52,17 %
D2 dan D3	8 orang	8,70 %
S1	15 orang	16,30 %
S2	1 orang	1,09 %
Jumlah Total	92 orang	100,00 %

Sumber : Data primer diolah, 2025

4.2.1.5. Karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan

Hasil penelitian ini sebanyak 40 responden dengan persentase 43,48% didominasi oleh Petani dan Peternak. Jenis pekerjaan kedua yang mendominasi dalam penelitian kali ini adalah Buruh sebanyak 18 responden dengan persentase 19,57%. Jenis pekerjaan ketiga yang mendominasi dalam penelitian kali ini adalah PNS dan Pensiunan sebanyak 11 responden dengan persentase 11,96%. Selanjutnya, jenis pekerjaan keempat yang mendominasi dalam penelitian kali ini adalah Pegawai Swasta sebanyak 7 responden dengan persentase 7,61%, Wiraswasta sebanyak 6 responden atau sebesar 6,52 %, Perangkat Desa sebanyak 5 orang atau sebesar 5,43 %, Guru sebanyak 3 orang atau sebesar 3,26 % dan yang terakhir jenis pekerjaan yang memiliki persentase terendah adalah Ibu Rumah Tangga dengan jumlah responden 2 orang dengan persentase 2,17 %.

Tabel IV. 5. Persentase jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Buruh	18 orang	19,57 %
Ibu Rumah Tangga	2 orang	2,17 %
Petani, Peternak	40 orang	43,48 %
PNS, Pensiunan	11 orang	11,96 %
Guru	3 orang	3,26 %
Perangkat Desa	5 orang	5,43 %
Pegawai Swasta	7 orang	7,61 %
Wiraswasta	6 orang	6,52 %
Jumlah Total	92 orang	100,00 %

Sumber : Data primer diolah, 2025

4.2.1.6. Karakteristik berdasarkan status pernikahan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 73 responden atau sekitar 73% berstatus sudah menikah, sedangkan sisanya yaitu 27 responden atau 27% masih belum menikah. Data ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden telah berkeluarga, yang kemungkinan dapat memberikan pengaruh terhadap temuan penelitian.

Tabel IV. 6. Persentase status pernikahan

Status Pernikahan	Frekuensi	Persentase
Menikah	8 orang	8,70 %
Sudah Menikah	84 orang	91,30 %
Jumlah Total	92 orang	100,00 %

Sumber : Data primer diolah, 2025

4.2.1.7. Karakteristik berdasarkan jumlah tanggungan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 2 responden (2%) yang tidak memiliki tanggungan, sementara 1 responden (1%) memiliki 1 orang tanggungan. Sebagian

besar responden memiliki 2 orang tanggungan, yaitu sebanyak 41 responden (41%), diikuti oleh 52 responden (52%) yang memiliki 3 orang tanggungan. Adapun responden dengan 4 orang tanggungan tercatat sebanyak 4 orang (4%).

Tabel IV. 7. Persentase jumlah tanggungan

Jumlah Tanggungan	Frekuensi	Persentase
0 anak	18 orang	19,57 %
1 anak	9 orang	9,78 %
2 anak	38 orang	41,30 %
3 anak	18 orang	19,57 %
4 anak	4 orang	4,35 %
≥ 5 anak	5 orang	5,43 %
Jumlah Total	92 orang	100,00 %

Sumber : Data primer diolah, 2025

4.2.2. Frekuensi Kunjungan

4.2.2.1. Karakteristik Frekuensi Kunjungan

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 71 orang (77,17%), telah mengunjungi objek wisata sebanyak satu kali. Sementara itu, responden yang pernah berkunjung dua kali tercatat sebanyak 18 orang (19,57%). Adapun yang berkunjung tiga kali berjumlah 2 orang (2,17%), dan hanya 1 responden (1,09%) yang telah melakukan kunjungan sebanyak lima kali.

Tabel IV. 8. Persentase frekuensi kunjungan

Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Persentase
1 kali	71 orang	77,17 %
2 kali	18 orang	19,57 %
3 kali	2 orang	2,17 %
5 kali	1 orang	1,09 %
Jumlah Total	92 orang	100,00 %

Sumber : Data primer diolah, 2025

4.2.2.2. Tujuan Kunjungan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa sebesar 90 responden atau 97,83% yang berkunjung ke Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin adalah untuk studi banding / studi tiru / belajar. Sedangkan 2 responden atau 2,17% adalah untuk melakukan rekreasi atau wisata.

4.2.3. Persepsi Responden Pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin

Persepsi responden yang merupakan pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin memiliki nilai penting bagi pengelola. Opini mereka dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat dalam upaya perbaikan dan pengembangan objek wisata. Masukan dan saran yang diberikan oleh responden mampu memberikan kontribusi dalam upaya mengoptimalkan mutu pelayanan untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung serta peningkatan kualitas sarana dan prasarana yang tersedia.

4.2.3.1. Tingkat Kelayakan

4.2.3.1.1. Tingkat Kelayakan Fasilitas Wisata

Berdasarkan temuan penelitian, sebanyak 35 responden (38,04%) menilai bahwa fasilitas yang tersedia di objek wisata tergolong cukup layak. Sementara itu, 53 responden (57,61%) memberikan penilaian layak, dan sisanya yaitu 4 responden (4,35%) menilai fasilitas tersebut berada pada kategori sangat layak.

4.2.3.1.2. Tingkat Kelayakan Fasilitas Umum

Hasil penelitian mengenai tingkat kelayakan fasilitas umum menunjukkan adanya variasi persepsi dari responden. Sebanyak 6 responden (6,52%) menilai fasilitas umum berada pada kategori sangat layak, sementara 35 responden (38,04%) berpendapat bahwa fasilitas tersebut cukup layak. Adapun mayoritas responden, yakni 51 orang (55,44%), menyatakan bahwa fasilitas umum di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin tergolong layak.

4.2.3.1.3. Tingkat Kelayakan Kemasan Paket Wisata Yang Ditawarkan

Hasil penelitian tingkat kelayakan kemasan paket wisata yang ditawarkan diketahui bahwa sebanyak 70 responden atau 76,09% menyatakan layak. Sebanyak 8 responden atau 8,70% menilai sangat layak. Sedangkan 12 responden atau sebesar 13,04% menyatakan cukup layak , sisanya sebanyak 2 responden atau 2,17% menilai kemasan paket wisata yang ditawarkan kurang layak.

4.2.3.2. Tingkat Kinerja

4.2.3.2.1. Tingkat Kinerja Kebersihan Lingkungan

Dari hasil penelitian tingkat kinerja kebersihan lingkungan, dapat dilihat bahwa sebesar 20 responden atau sebesar 21,74% menyatakan cukup layak. Selanjutnya sebesar 72,83% atau sebanyak 67 responden menyatakan layak dan sebanyak 5 responden atau sebesar 5,43 % menyatakan sangat layak.

4.2.3.2.2. Tingkat Kinerja Keramahan Petugas dan Pengelola Obyek Wisata

Berdasarkan hasil penelitian di lokasi, tidak sedikit petugas yang melakukan interaksi langsung dengan pengunjung. Petugas yang melakukan interaksi langsung antara lain petugas pemandu paket wisata, instruktur, narasumber, petugas konsumsi, penjaga kios UMKM dan oleh-oleh, serta petugas parkir. Sikap dan keramahan petugas dan pengelola akan mempengaruhi kepuasan dan kenyamanan pengunjung. Menurut hasil penelitian tingkat keramahan petugas dan pengelola obyek wisata, diperoleh bahwa sebanyak 5 responden atau 5,43% menyatakan cukup layak. Sedangkan sebesar 54,35% atau sebanyak 50 responden menyatakan layak. Kemudian sisanya sebesar 40,22% atau sebanyak 37 responden menyatakan sangat layak.

4.2.3.3. Tingkat Kemudahan

4.2.3.3.1. Tingkat Kemudahan Untuk Mencapai Lokasi

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 92 responden, diperoleh temuan mengenai kemudahan akses menuju lokasi. Sebanyak 14 responden (15,22%) menilai akses sangat layak, 42 responden (45,65%) menyatakan layak, dan 36 responden (39,13%) menilai cukup layak. Kondisi ini dipengaruhi oleh jarak Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman yang relatif jauh dari pusat kota serta adanya beberapa ruas jalan yang mengalami kerusakan.

4.2.3.3.2. Tingkat Kemudahan Untuk Mendapatkan Informasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam aspek kemudahan memperoleh informasi, sebanyak 15 responden (16,30%) menilai kategori cukup layak, kemudian

60 responden (65,22%) memberikan penilaian layak, dan sisanya yaitu 17 responden (18,48%) menyatakan sangat layak. Kemudahan akses informasi ini diperoleh melalui interaksi langsung dengan petugas di lokasi maupun melalui papan penunjuk arah dan papan nama yang telah disediakan oleh pihak pengelola.

4.2.4. *Willingness To Pay* terhadap pelestarian lingkungan Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin

Karakteristik responden terkait besaran kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) dapat diperhatikan pada tabel berikut :

Tabel IV. 9. Persentase *willingness to pay*

WTP	Frekuensi	Presentase
Bersedia	57	61,96 %
Tidak bersedia	35	38,04 %
Total	92	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2025

Analisis *Willingness to Pay* (WTP) pada konteks pelestarian lingkungan di desa wisata bertujuan untuk mengetahui tingkat kesediaan pengunjung dalam memberikan kontribusi finansial guna mendukung peningkatan kualitas lingkungan di lokasi tersebut. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 92 responden, diperoleh temuan bahwa sebanyak 57 orang (61,96%) menyatakan bersedia melakukan pembayaran. Alasan responden bersedia membayar antara lain untuk berpartisipasi dalam peningkatan kualitas dan perbaikan fasilitas di area Lumbung Mataraman. Sedangkan 35 responden atau sebanyak 38,04% tidak bersedia membayar dengan alasan untuk perbaikan dan peningkatan kualitas adalah kewajiban pengelola serta pemerintah, sedangkan pengunjung cukup membayar biaya paket wisata sesuai pilihan tanpa ada

biaya tambahan lainnya.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai kesediaan pengunjung untuk meningkatkan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul cukup beragam. Dalam menentukan nilai WTP, pengunjung mengisikan harga Rp 5.000,00, Rp 10.000,00, Rp 50.000,-, Rp 65.000,-, Rp 90.000,-, dan Rp 100.000,00. Data distribusi kesediaan membayar pengunjung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 10. Perhitungan nilai WTP

NO (i)	WTP (w)	Jumlah Responden (n)	Total (wn)
1	Rp 5.000	43	215.000
2	Rp 10.000	5	50.000
3	Rp 50.000	2	100.000
4	Rp 65.000	4	260.000
5	Rp 90.000	2	180.000
6	Rp 100.000	1	100.000
Total (∑)		57	905.000
Rata-rata			15.877

Sumber : Data primer diolah, 2025

Dari hasil jawaban 57 responden yang bersedia membayar dalam tabel di atas diketahui bahwa nilai WTP terendah yang ingin dibayarkan pengunjung adalah sebesar Rp5.000,00. Dan nilai WTP tertinggi adalah sebesar Rp 100.000,00. Dari hasil olah data tersebut diperoleh nilai rata-rata WTP pengunjung sebesar Rp 15.877,00.

Analisis *Willingness to Pay* (WTP) memiliki peran penting dalam menilai sejauh mana dukungan serta kesiapan pengunjung untuk memberikan kontribusi terhadap upaya pelestarian lingkungan sekaligus peningkatan kualitas destinasi wisata. Hasil analisis ini dapat dijadikan acuan oleh pengelola dalam merumuskan kebijakan

terkait penetapan tarif masuk maupun kontribusi dana untuk pelestarian lingkungan, sehingga keberlanjutan Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul dapat terjaga.

4.2.5. Analisis Statistik Deskriptif variabel

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *willingness to pay* di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul, diperoleh temuan yang berfokus pada upaya peningkatan kualitas lingkungan destinasi wisata. Rangkuman hasil analisis statistik deskriptif dari variabel penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.11. Statistik Deskriptif Variabel

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Usia	92	24	80	52,80434	1,41819
Pendidikan	92	6	19	12,05434	0,34849
Pendapatan	92	500.000	10.000.000	2.010.326	1.562.622
Biaya Rekreasi	92	15.000	3.000.000	248.641	548.392
Frekuensi Kunjungan	92	1	5	1,28261	0,61708
WTP	92	0	1	0,61956	0,48815

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil penelitian terhadap 92 responden seperti yang tertuang pada Tabel IV.11 di atas, menunjukkan bahwa variabel *willingness to pay* (WTP) memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Nilai rata-rata WTP tercatat sebesar 0,61956, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bersedia membayar untuk peningkatan kualitas objek wisata. Besaran biaya tambahan beraneka ragam, pada tabel IV.11 dapat terbaca bahwa paling banyak responden bersedia membayar sejumlah Rp 5.000,00 untuk mendukung pelestarian dan kualitas objek wisata dalam hal ini Desa Wisata Among Kisma

Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul. Nilai standar deviasi sebesar 0,48815 mencerminkan penyebaran data yang relatif merata.

Pada variabel usia, responden termuda berusia 24 tahun dan yang tertua berusia 80 tahun. Nilai rata-rata usia responden sebesar 52,80434 atau mendekati 53 tahun. Standar deviasi sebesar 1,41819 yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa data usia memiliki sebaran yang baik dan dapat diinterpretasikan secara akurat.

Pada variabel tingkat pendidikan di tabel IV.11, diperoleh nilai minimum sebesar 6 (setara dengan jenjang pendidikan SD) dan nilai maksimum sebesar 19 (setara dengan jenjang S2). Data tersebut diperoleh melalui pertanyaan terbuka, yang memungkinkan responden memberikan jawaban di luar opsi yang terbatas. Nilai rata-rata tingkat pendidikan sebesar 12,05434 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan SMA/SMK. Nilai standar deviasi sebesar 0,34849 yang lebih kecil dari rata-rata menunjukkan tingkat sebaran data yang baik dan representatif.

Variabel pendapatan menunjukkan nilai minimum sebesar Rp 500.000 dan maksimum sebesar Rp 10.000.000. Rata-rata pendapatan responden tercatat sebesar Rp 2.010.326, dengan standar deviasi sebesar Rp 1.562.622. Hal ini mengindikasikan bahwa penyebaran data pendapatan tergolong merata dan dapat diinterpretasikan secara representatif.

Pada variabel biaya rekreasi, yang mencakup seluruh pengeluaran selama perjalanan hingga tiba di lokasi wisata, nilai minimum tercatat sebesar Rp 15.000, sedangkan nilai maksimum mencapai Rp 3.000.000. Rata-rata pengeluaran untuk biaya

rekreasi adalah sebesar Rp 248.641, dengan standar deviasi sebesar Rp 548.392. Apabila nilai standar deviasi lebih tinggi dibandingkan nilai rata-ratanya, hal ini menunjukkan bahwa variabel biaya rekreasi kurang terdistribusi dengan baik atau tidak mencerminkan hasil yang akurat.

Variabel frekuensi kunjungan pada tabel IV.11 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan minimum yang dilakukan responden adalah satu kali dan maksimum sebanyak lima kali. Nilai rata-rata sebesar 1,28261 menunjukkan bahwa rata-rata responden telah mengunjungi lokasi wisata sebanyak satu kali. Nilai standar deviasi sebesar 0,61708 mengindikasikan bahwa penyebaran data cukup merata.

4.2.6. Analisis Regresi Logit

Dalam penelitian ini, digunakan analisis regresi logit untuk mengidentifikasi dan menguji pengaruh variabel-variabel independen yang meliputi usia, pendidikan, pendapatan, biaya rekreasi, frekuensi kunjungan terhadap variabel dependen. Penggunaan regresi logit dimaksudkan untuk menggambarkan hubungan fungsional antara variabel bebas dan variabel terikat secara lebih tepat. Penerapan metode ini juga bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga dapat diperoleh kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian. Hasil pengolahan uji regresi logit dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.12. Uji Regresi Logit

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-3.192792	1.913352	-1.668690	0.0952
BIAYA	-2.71E-09	5.48E-07	-0.004944	0.9961
PENDAPATAN	-8.66E-07	3.00E-07	-2.888127	0.0039
PENDIDIKAN	0.222277	0.111125	2.000237	0.0455
USIA	0.056679	0.021909	2.587040	0.0097
FREKUENSI	-0.182090	0.453768	-0.401283	0.6882
McFadden R-squared	0.185634			
LR statistic	22.68951			
Prob(LR statistic)	0.000387			

Sumber : Data primer diolah dengan Eviews 10

4.2.7. Uji *Loglikehood Ratio* (LR)

Hasil estimasi model regresi logit menunjukkan bahwa nilai probabilitas *Likelihood Ratio (LR) statistic* sebesar 0.000387. Nilai ini lebih kecil daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,01, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak. Artinya, model yang digunakan dalam penelitian dinyatakan signifikan serta layak dipakai untuk analisis lebih lanjut. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa variabel usia, pendidikan, pendapatan, biaya rekreasi, dan frekuensi kunjungan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) pengunjung di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Semin Gunungkidul.

4.2.8. *McFadden R-Squared*

Berdasarkan hasil uji regresi logit pada tabel IV.12 dapat terbaca bahwa nilai *McFadden R-Squared* yang diperoleh sebesar 0.185634 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 18,56% variasi pada variabel dependen, yaitu kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin. Artinya, variabel independen yang terdiri dari usia, pendidikan, pendapatan, biaya rekreasi dan frekuensi kunjungan secara bersama-sama memberikan kontribusi dalam mempengaruhi tingkat kesediaan membayar tersebut. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model dan berada di luar cakupan penelitian ini.

4.2.9. Uji Signifikansi dengan Uji Z

1) Uji z-statistik usia (AGE) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin

Variabel usia pengunjung (AGE) di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin memiliki nilai koefisien sebesar 0,056679 dengan probabilitas 0,0097. Karena pengujian dilakukan satu sisi, maka diperoleh nilai probabilitas 0,0097/2 = 0,00485, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dari hasil penelitian variabel usia memiliki nilai koefisien sebesar 0,056679 dan bernilai positif, yang menunjukkan bahwa semakin bertambah usia responden maka kesediaan membayar (WTP) juga cenderung meningkat. Artinya, setiap penambahan usia satu

tahun akan meningkatkan nilai WTP rata-rata sebesar 0,056679 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) pengunjung dalam rangka peningkatan kualitas lingkungan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pengunjung dengan usia yang lebih tua biasanya memiliki pengalaman dan kesadaran sosial yang lebih tinggi terhadap nilai budaya dan pelestarian lingkungan.

2) Uji z-statistik tingkat pendidikan (EDU) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin (EDU)

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan pada Tabel IV.12, variabel pendidikan pengunjung (EDU) di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin memiliki nilai koefisien sebesar 0,222277 dengan probabilitas 0,0455. Karena pengujian dilakukan satu sisi, maka diperoleh nilai probabilitas 0,0455/2 = 0,02275, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien variabel usia sebesar 0,222277 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi usia responden, maka kesediaan membayar (WTP) juga cenderung meningkat. Hal ini dapat diartikan, setiap tambahan satu tahun usia akan meningkatkan WTP rata-rata sebesar 0,222277 satuan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa variabel pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar

(*Willingness to Pay*) pengunjung untuk mendukung upaya peningkatan kualitas lingkungan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin. Orang dengan pendidikan lebih tinggi cenderung lebih memahami pentingnya dukungan finansial bagi pelestarian wisata berbasis masyarakat.

3) Uji z-statistik tingkat pendapatan (INC) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin

Variabel pendapatan pengunjung (INC) di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,000000866 dengan tingkat probabilitas 0,0039. Karena pengujian dilakukan satu arah, maka nilai probabilitas dibagi dua sehingga diperoleh 0,00195. Hasil ini lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi 1% (0,01), sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Berdasarkan hasil analisis regresi linier dengan uji Z di atas, diperoleh nilai koefisien variabel usia sebesar −0,000000866. Nilai ini bernilai negatif, yang menunjukkan bahwa setiap penambahan satu tahun usia responden cenderung menurunkan nilai kesediaan membayar (WTP) sebesar 0,000000866 satuan. Pendapatan berpengaruh signifikan dalam penelitian ini, akan tetapi hasil penelitian juga menjelaskan bahwa nilai koefisien negatif. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi pendapatan pengunjung, semakin kecil kemungkinan mereka bersedia membayar (WTP). Fenomena ini bisa terjadi jika pengunjung berpendapatan tinggi memiliki ekspektasi lebih besar terhadap fasilitas dan pelayanan, sehingga mereka lebih kritis terhadap nilai yang mereka bayar.

4) Uji z-statistik tingkat biaya wisata (BW) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin

Variabel biaya wisata (BW) yang dikeluarkan oleh pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin diperoleh nilai koefisien sebesar -0,00000000271 dengan probabilitas 0,9961. Karena uji dilakukan dengan arah satu sisi, nilai probabilitas tersebut dibagi dua sehingga menjadi 0,49805. Hasil ini lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi 10% (α = 0,10), sehingga keputusan analisis adalah menerima hipotesis nol (H_0) dan menolak hipotesis alternatif (H_1). Dengan kata lain, biaya rekreasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) pengunjung dalam mendukung peningkatan kualitas lingkungan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin. Artinya, besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan tidak menjadi faktor utama dalam keputusan pengunjung untuk membayar kontribusi di Desa Wisata Among Kisma.

5) Uji z-statistik tingkat frekuensi kunjungan (FK) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel IV.12 dapat terlihat bahwa Variabel frekuensi kunjungan (FK) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin menunjukkan nilai koefisien sebesar -0.182090 dengan nilai probabilitas sebesar 0.6882. Mengingat pengujian dilakukan secara satu sisi, maka nilai probabilitas tersebut dibagi dua menjadi 0,3441. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi 10% (α = 0,10), sehingga

hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Berdasarkan hasil analisis, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel frekuensi kunjungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) pengunjung dalam rangka mendukung program perbaikan kualitas lingkungan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin. Artinya, seberapa sering pengunjung datang ke obyek wisata tidak memengaruhi kesediaan mereka untuk membayar. Kemungkinan, pengalaman berulang tidak selalu diiringi dengan peningkatan komitmen finansial.

4.3. Pembahasan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pengujian hubungan antara variabel *willingness to pay* dan variabel-variabel independen dilakukan dengan menggunakan metode regresi logistik. Uraian mengenai interpretasi dari hubungan tersebut disajikan pada penjelasan berikut.

4.3.1. Pengaruh usia terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel usia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata. Nilai koefisien signifikansi menunjukkan bahwa hubungan tersebut bersifat positif, yang berarti setiap peningkatan usia cenderung menaikkan kesadaran tingkat *willingness to pay*. Hal ini dapat dijelaskan oleh kemungkinan bahwa Seiring bertambahnya usia, seseorang biasanya memiliki stabilitas keuangan dan kesadaran sosial yang lebih tinggi, sehingga

cenderung lebih peduli terhadap pembangunan lingkungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel usia mendukung hipotesis yang telah dirumuskan. Hal ini berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang menunjukkan bahwa faktor usia memiliki pengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*. Hasil ini sejalan dengan temuan Fitra & Hadi Sasana (2021) dalam penelitiannya berjudul "Analisis Valuasi Ekonomi Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Ruang Terbuka Hijau di Kota Semarang (Studi Kasus: Taman Indonesia Kaya)", yang mengemukakan bahwa usia berpengaruh positif terhadap *willingness to pay*. Dengan kata lain, semakin bertambah usia responden, maka semakin tinggi pula kesediaan mereka untuk memberikan kontribusi pembayaran.

4.3.2. Pengaruh Pendidikan terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat pendidikan berperan signifikan dalam memengaruhi kesediaan membayar (*willingness to pay*) pengunjung pada objek wisata. Nilai koefisien signifikansi menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* tersebut. Artinya, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar pula kesadarannya dalam menjaga kelestarian lingkungan, sehingga dapat menekan potensi kerusakan lingkungan akibat aktivitas manusia. Pendidikan meningkatkan kesadaran lingkungan, rasa tanggung jawab sosial, dan pemahaman pentingnya ruang publik yang berkualitas. Upaya ini berkontribusi pada tercapainya pembangunan pariwisata yang berkelanjutan

(*sustainable development*), yang pada akhirnya mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Pembangunan berkelanjutan ini merupakan upaya untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi lokal dengan peningkatan kualitas lingkungan, yang berdampak pada naiknya tingkat kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pendidikan sesuai dengan hipotesis penelitian, di mana H_0 ditolak dan H_1 diterima, yakni tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zulfa Eliza dan Falya Nur Raiya (2023), "Analisis *Willingness to Pay* (WTP) Pengunjung Wisata Hutan Mangrove Kuala Langsa" yang menjelaskan bahwa tingkat pendidikan merupakan faktor penting yang berpengaruh signifikan terhadap WTP. Hal ini membuktikan bahwa pendidikan tidak hanya membentuk intelektualitas, tetapi juga kesadaran sosial dan tanggung jawab terhadap lingkungan.

4.3.3. Pengaruh Pendapatan terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul

Berdasarkan hasil penelitian, variabel pendapatan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel *willingness to pay.* Dengan kata lain, Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi pendapatan pengunjung, semakin kecil kemungkinan mereka bersedia membayar (WTP). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Artinya, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak, yang menyatakan bahwa pendapatan

berpengaruh negatif signifikan terhadap *willingness to pay*.

Pengunjung dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi umumnya memiliki harapan yang lebih besar terhadap mutu dan kelengkapan fasilitas wisata. Ketika kondisi fasilitas di lapangan belum memenuhi standar yang mereka bayangkan, kelompok ini cenderung enggan mengeluarkan biaya tambahan. Selain itu, perbedaan tingkat pendapatan juga dapat mencerminkan perbedaan pola konsumsi dan penilaian terhadap manfaat ekonomi. Bagi kelompok berpendapatan tinggi, tambahan biaya yang dikeluarkan sering kali dianggap tidak sepadan dengan manfaat yang diperoleh, atau bahkan dipandang bahwa peningkatan fasilitas wisata merupakan tanggung jawab pihak pengelola maupun pemerintah, bukan beban yang harus ditanggung oleh pengunjung secara langsung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Amin Pujiati dkk. (2024) dalam studi berjudul *"Willingness to Pay to Reduce Plastic Waste in Order to Realize Green Campus"* yang menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh negatif terhadap WTP. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi pendapatan responden, semakin rendah kecenderungan mereka untuk bersedia membayar dalam mendukung program pengelolaan limbah plastik di kampus. Hal ini terjadi karena individu berpendapatan tinggi cenderung lebih selektif dan kritis dalam menilai manfaat dari biaya tambahan yang dikeluarkan, serta beranggapan bahwa tanggung jawab pengelolaan lingkungan merupakan kewajiban institusi, bukan individu. Dengan demikian, hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa pendapatan yang lebih tinggi tidak selalu berbanding lurus dengan kesediaan membayar, karena faktor

persepsi manfaat dan tanggung jawab turut memengaruhi keputusan responden.

4.3.4. Pengaruh Biaya Wisata terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* (WTP) pengunjung di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul. Temuan ini mengindikasikan bahwa besarnya biaya yang dikeluarkan selama berwisata, seperti transportasi, konsumsi, atau kebutuhan lainnya, tidak secara langsung memengaruhi keputusan pengunjung untuk bersedia membayar lebih dalam rangka mendukung pengembangan fasilitas dan pelestarian desa wisata. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keuangan yang bersifat teknis bukanlah faktor penentu utama dalam membentuk kemauan untuk berkontribusi secara sukarela terhadap keberlanjutan objek wisata. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis penelitian yaitu menerangkan bahwa hipotesis alternatif (H_1) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima, yang menyatakan bahwa biaya wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*.

Lebih lanjut, hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hindayani dkk. (2024) di kawasan Taman Wisata Alam Kamojang, yang menyimpulkan bahwa biaya perjalanan dan pengeluaran selama kunjungan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap WTP wisatawan. Kesamaan temuan ini memperkuat argumen bahwa keputusan untuk membayar lebih banyak pada konteks wisata alam atau desa wisata lebih didorong oleh faktor intrinsik, seperti kepuasan terhadap pengalaman

wisata, kesadaran lingkungan, atau nilai-nilai personal terhadap pelestarian budaya dan alam, daripada pertimbangan ekonomis semata.

4.3.5. Pengaruh Frekuensi Kunjungan terhadap *willingness to pay* (WTP) Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul

Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan tidak berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* (WTP) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul. Temuan ini bertentangan dengan hipotesis awal, yang menyatakan bahwa semakin sering seseorang mengunjungi suatu destinasi, maka semakin tinggi pula kesediaannya untuk membayar kontribusi terhadap pengembangan kawasan wisata. Ketidaksignifikanan pengaruh ini menunjukkan bahwa intensitas kunjungan belum tentu mencerminkan tingkat kepedulian atau keterlibatan pengunjung dalam mendukung keberlanjutan wisata, yang justru lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengalaman wisata atau persepsi terhadap manfaat.

Lebih lanjut, hasil ini juga tidak sejalan dengan sebagian besar penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Eliza, Z & Raiya,F.N. (2023) dengan judul "Analisis *Willingness To Pay* (WTP) Pengunjung Wisata Hutan Mangrove Kuala Langsa" yang menyimpulkan bahwa frekuensi kunjungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap WTP. Temuan yang berbeda ini mengindikasikan bahwa dalam konteks Desa Wisata Among Kisma, kesediaan untuk membayar lebih tidak hanya ditentukan oleh seberapa sering seseorang datang, melainkan oleh kualitas kunjungan, kepuasan emosional, dan nilai-nilai yang diperoleh

selama berada di destinasi. Oleh karena itu, strategi peningkatan WTP sebaiknya difokuskan pada peningkatan kualitas layanan dan pengalaman wisata, bukan hanya pada peningkatan jumlah kunjungan berulang.

4.4. Analisis USG (*Urgency, Seriousness, Growth*)

Metode analisis USG (*Urgency, Seriousness, and Growth*) merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk menentukan skala prioritas permasalahan yang harus mendapatkan perhatian lebih dan segera ditangani. Menurut Ismowaty (2014), USG dapat dijadikan sebagai instrumen untuk mengurutkan prioritas isu melalui penilaian terhadap tiga aspek utama, yaitu tingkat urgensi, tingkat keseriusan, serta potensi perkembangan masalah. Penilaian dilakukan dengan memberikan skor antara 1 hingga 5 sesuai dengan kebutuhan. Adapun indikatornya meliputi:

1. *Urgency* (kemendesakan isu): mengukur sejauh mana masalah harus segera diselesaikan terkait keterbatasan waktu.
2. *Seriousness* (kegawatan isu): menilai seberapa besar dampak suatu masalah yang dapat memicu timbulnya permasalahan lain yang lebih berat.
3. *Growth* (perkembangan isu): menggambarkan kemungkinan masalah akan semakin memburuk apabila tidak segera ditangani.

Matriks ini diterapkan untuk menilai beberapa aspek penting seperti perlunya penerapan tarif masuk, evaluasi paket wisata yang diminati pengunjung, kualitas fasilitas wisata, serta bentuk intervensi pemerintah. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat dirumuskan prioritas kebijakan yang tidak hanya responsif terhadap kebutuhan

pengunjung, tetapi juga mendukung tujuan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan ketahanan pangan di Kalurahan Bendung Kapanewon Semin Kabupaten Gunungkidul, yaitu Lumbung Mataraman yang dikelola oleh Desa Wisata Among Kisma.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan berdasarkan hasil kuesioner dari pengunjung serta wawancara dengan pengelola dan masyarakat, diperoleh hasil yang disajikan pada matriks berikut ini:

Tabel IV. 13. Matriks Analisis USG

NO	ISU	U	S	G	SKOR	RANKING
1	**Penerapan tarif masuk dasar ke kawasan wisata**	**5**	**5**	**4**	**14**	**1**
2	Evaluasi dan peningkatan paket wisata populer	3	3	4	10	5
3	Penambahan dan perawatan fasilitas dasar wisata	4	4	3	11	4
4	Inovasi paket edukasi pertanian berbasis WTP	3	4	5	12	3
5	Intervensi pemerintah untuk dukungan regulasi dan anggaran	5	4	4	13	2
6	Promosi dan digitalisasi pemesanan paket wisata	3	3	3	10	6

Berdasarkan hasil matriks di atas, dapat diuraikan dalam pembahasan berikut ini:

4.4.1. Penerapan Tarif Masuk Dasar Ke Kawasan Wisata (Skor 14, Ranking 1)

Matriks USG menghasilkan bahwa masalah prioritas yang harus segera diselesaikan adalah Penerapan tarif masuk dasar ke kawasan wisata. Isu ini mendapatkan nilai tertinggi karena tingkat urgensi dan keseriusan yang sangat tinggi (masing-masing bernilai 5) serta potensi pertumbuhan yang cukup signifikan (nilai 4).

Saat ini di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin belum diterapkan tarif masuk dasar oleh pengelola. Kondisi ini menunjukkan bahwa penerapan tarif masuk dasar menjadi langkah paling mendesak untuk menjamin keberlanjutan pendanaan operasional desa wisata. Mengingat hasil penelitian *Willingness to Pay* (WTP) menunjukkan kesiapan pengunjung membayar nilai edukatif yang ditawarkan, penerapan tarif ini diproyeksikan tidak akan menurunkan minat kunjungan secara signifikan.

4.4.2. Intervensi Pemerintah untuk dukungan regulasi dan anggaran (Skor 13, Ranking 2)

Intervensi pemerintah berada pada posisi kedua prioritas. Nilai urgensi yang tinggi (5) dan keseriusan yang cukup besar (4) mengindikasikan bahwa dukungan regulasi dan bantuan dana dari pemerintah dapat memperkuat posisi desa wisata dalam pengelolaan, promosi, dan pengembangan fasilitas. Dukungan ini penting untuk memastikan program-program yang telah direncanakan dapat berjalan efektif.

4.4.3. Inovasi paket edukasi pertanian berbasis WTP (Skor 12, Ranking 3)

Potensi pertumbuhan isu ini sangat tinggi (nilai G = 5), menandakan peluang besar untuk meningkatkan daya tarik wisata berbasis edukasi yang menjadi kekuatan utama desa wisata. Inovasi ini dapat memperluas segmen pasar, terutama kalangan pelajar, komunitas, dan wisatawan yang tertarik pada wisata berbasis pengetahuan.

4.4.4. Penambahan dan perawatan fasilitas dasar wisata (Skor 11, Ranking 4)

Meskipun nilai urgensi dan keseriusan cukup tinggi (masing-masing 4), isu ini berada di urutan keempat karena pertumbuhan yang dihasilkan (nilai 3) dianggap lebih

rendah dibandingkan isu inovasi produk wisata. Namun, perawatan fasilitas tetap menjadi faktor penting untuk menjaga kenyamanan dan kepuasan pengunjung.

4.4.5. Evaluasi dan peningkatan paket wisata populer (Skor 10, Ranking 5)

Isu ini memiliki urgensi dan keseriusan yang sedang (masing-masing 3) dengan potensi pertumbuhan yang baik (nilai 4). Peningkatan kualitas paket wisata populer tetap diperlukan untuk mempertahankan minat pengunjung, namun prioritasnya berada di bawah penerapan tarif masuk dan inovasi produk baru.

4.4.6. Promosi dan digitalisasi pemesanan paket wisata (Skor 10, Ranking 6)

Meskipun digitalisasi dan promosi memiliki manfaat jangka panjang, isu ini berada di prioritas terakhir karena nilai urgensi, keseriusan, dan potensi pertumbuhannya relatif lebih rendah dibandingkan isu lainnya. Namun, integrasi promosi digital tetap perlu diupayakan secara bertahap sebagai bagian dari strategi jangka menengah.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan mengenai kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) pengunjung di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai kesediaan membayar (*willingness to pay*) untuk peningkatan kualitas lingkungan di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul diperoleh sebesar 0,6196. Variabel *willingness to pay* diperlakukan sebagai variabel *dummy*, dengan ketentuan bahwa Y=1 menunjukkan responden bersedia memberikan kontribusi tambahan guna mendukung perbaikan kualitas lingkungan, sedangkan Y=0 menunjukkan responden tidak bersedia melakukan pembayaran lebih untuk tujuan tersebut. Dari jumlah 92 responden, sebanyak 57 responden bersedia membayar, sedangkan sisanya tidak bersedia membayar. Dari hasil jawaban 57 responden yang bersedia membayar dalam tabel di atas diketahui bahwa nilai WTP terendah yang ingin dibayarkan pengunjung adalah sebesar Rp5.000,00. Dan nilai WTP tertinggi adalah sebesar Rp 100.000,00. Hasil olah data diperoleh rata-rata nilai WTP pengunjung sebesar Rp 15.877,00.
2. Variabel usia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman

Bendung Semin Gunungkidul. Hal ini berarti setiap peningkatan usia cenderung menaikkan kesadaran tingkat *willingness to pay*. Hal ini dapat dijelaskan oleh kemungkinan bahwa Seiring bertambahnya usia, seseorang biasanya memiliki stabilitas keuangan dan kesadaran sosial yang lebih tinggi sehingga cenderung lebih peduli terhadap pembangunan lingkungan.

3. Variabel tingkat pendidikan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* (kesediaan membayar) pengunjung objek wisata. Artinya, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar pula kesadarannya dalam menjaga kelestarian lingkungan, sehingga dapat menekan potensi kerusakan lingkungan akibat aktivitas manusia. Pendidikan meningkatkan kesadaran lingkungan, rasa tanggung jawab sosial, dan pemahaman pentingnya ruang publik yang berkualitas. Upaya ini berkontribusi pada tercapainya pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (*sustainable development*), yang pada akhirnya mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Pembangunan berkelanjutan ini merupakan upaya untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi lokal dengan peningkatan kualitas lingkungan, yang berdampak pada naiknya tingkat kesejahteraan masyarakat.
4. Variabel pendapatan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap variabel *willingness to pay*. Dengan kata lain, Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi pendapatan pengunjung, semakin kecil kemungkinan mereka bersedia membayar (WTP). Pengunjung dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi umumnya memiliki harapan yang lebih besar terhadap mutu dan kelengkapan

fasilitas wisata. Ketika kondisi fasilitas di lapangan belum memenuhi standar yang mereka bayangkan, kelompok ini cenderung enggan mengeluarkan biaya tambahan. Selain itu, perbedaan tingkat pendapatan juga dapat mencerminkan perbedaan pola konsumsi dan penilaian terhadap manfaat ekonomi. Bagi kelompok berpendapatan tinggi, tambahan biaya yang dikeluarkan sering kali dianggap tidak sepadan dengan manfaat yang diperoleh, atau bahkan dipandang bahwa peningkatan fasilitas wisata merupakan tanggung jawab pihak pengelola maupun pemerintah, bukan beban yang harus ditanggung oleh pengunjung secara langsung.

5. Variabel biaya wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* (WTP) pengunjung di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa besarnya biaya yang dikeluarkan selama berwisata, seperti transportasi, konsumsi, atau kebutuhan lainnya, tidak secara langsung memengaruhi keputusan pengunjung untuk bersedia membayar lebih dalam rangka mendukung pengembangan fasilitas dan pelestarian desa wisata. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keuangan yang bersifat teknis bukanlah faktor penentu utama dalam membentuk kemauan untuk berkontribusi secara sukarela terhadap keberlanjutan objek wisata.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan tidak berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* (WTP) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul. Temuan ini bertentangan dengan hipotesis awal, yang menyatakan bahwa semakin sering

seseorang mengunjungi suatu destinasi, maka semakin tinggi pula kesediaannya untuk membayar kontribusi terhadap pengembangan kawasan wisata. Ketidaksignifikanan pengaruh ini menunjukkan bahwa intensitas kunjungan belum tentu mencerminkan tingkat kepedulian atau keterlibatan pengunjung dalam mendukung keberlanjutan wisata, yang justru lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengalaman wisata atau persepsi terhadap manfaat.

7. Berdasarkan hasil analisis USG (*Urgency, Seriousness, Growth*) terhadap pengembangan Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin, dapat disimpulkan bahwa:
   a. Isu prioritas utama adalah penerapan tarif masuk dasar ke kawasan wisata dengan skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa adanya tarif dasar dipandang sangat mendesak, serius, serta berpotensi besar dalam mendukung keberlanjutan pengelolaan wisata.
   b. Peran pemerintah melalui intervensi regulasi dan dukungan anggaran menempati prioritas kedua. Temuan ini menegaskan pentingnya keterlibatan pemerintah dalam memberikan legitimasi, dukungan kebijakan, serta pembiayaan untuk memperkuat daya saing desa wisata.
   c. Inovasi paket wisata edukasi berbasis WTP muncul sebagai prioritas ketiga. Artinya, kreativitas dalam penyusunan paket yang sesuai dengan kemampuan dan kesediaan membayar wisatawan menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya tarik wisata.
   d. Perawatan serta penambahan fasilitas dasar wisata tetap menjadi kebutuhan

mendasar dalam menjaga kenyamanan dan kepuasan pengunjung. Meskipun berada di peringkat keempat, faktor ini berkontribusi langsung terhadap kualitas pengalaman wisatawan.

e. Evaluasi paket wisata populer dan promosi berbasis digitalisasi memiliki tingkat prioritas lebih rendah, namun tetap diperlukan sebagai strategi penguatan daya tarik wisata serta perluasan akses pasar.

Secara keseluruhan, hasil analisis USG menegaskan bahwa strategi utama yang perlu segera dilakukan adalah penetapan tarif masuk dasar, memperkuat dukungan pemerintah, serta mengembangkan inovasi paket berbasis WTP, yang kemudian didukung oleh perbaikan fasilitas, evaluasi paket, dan digitalisasi promosi.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *willingness to pay* (WTP) pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Variabel usia terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar (*willingness to pay*) dalam upaya peningkatan kualitas Desa Wisata Lumbung Mataraman Bendung Semin. Temuan ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pengelola desa wisata untuk merancang strategi pemasaran serta program edukasi yang lebih difokuskan pada kelompok usia dewasa dan lanjut, mengingat kelompok tersebut cenderung memiliki tingkat kepedulian sosial

serta kesadaran lingkungan yang lebih tinggi. Namun demikian, kelompok usia muda juga perlu diberi ruang melalui program edukasi dan kampanye/ sosialisasi tentang kesadaran lingkungan agar tercipta keberlanjutan generasi dalam mendukung pengembangan desa wisata. Pengelola dapat membuat program *family package* atau paket wisata lintas generasi, misalnya wisata edukasi untuk anak-anak sekaligus pengalaman budaya untuk orang tua. Perhatian kepada usia rentan juga dapat diwujudkan dalam bentuk kegiatan khusus seperti *senior community gathering* atau paket wisata ramah lansia (dengan fasilitas aksesibilitas yang memadai).

2. Variabel tingkat pendidikan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* (kesediaan membayar) pengunjung objek wisata. Hal ini dapat menjadi masukan untuk pengelola dalam meningkatkan program edukasi wisata berbasis lingkungan, budaya, dan pertanian sebagai sarana pembelajaran publik. Hai ini bisa diimplementasikan dengan Mengembangkan kurikulum wisata edukatif yang bisa menjadi bagian dari program *field trip* sekolah dan kampus. Pengelola juga dapat menyediakan *learning center* atau sudut edukasi di area wisata yang berisi informasi tentang pertanian, budaya lokal, dan keberlanjutan lingkungan. Selain itu, pemerintah maupun instansi terkait disarankan memberikan dukungan dalam bentuk program pelatihan bagi pengelola objek wisata guna meningkatkan kapasitas dan kualitas sumber daya manusia.
3. Terkait variabel pendapatan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *willingness to pay*, dapat dijadikan masukan bagi pengelola

untuk menerapkan skema tarif masuk atau paket kontribusi yang dapat dibuat fleksibel dengan mempertimbangkan kemampuan ekonomi pengunjung atau sistem tiket berjenjang (misalnya: tiket reguler, tiket premium dengan fasilitas tambahan, dan tiket donasi sukarela). Pengelola juga dapat mengadakan program *charity tourism* dimana sebagian pendapatan tiket premium dialokasikan untuk pembangunan fasilitas desa atau beasiswa anak-anak lokal, serta dapat juga menjalin kerja sama dengan pihak swasta (CSR perusahaan) untuk mendukung program konservasi atau pembangunan fasilitas wisata.

4. Variabel biaya wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* (WTP) pengunjung di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul. Hal ini menjadi masukan kepada pengelola bahwa pengelola tidak perlu khawatir bahwa pengeluaran tambahan pengunjung akan mengurangi kemauan mereka untuk berkontribusi. Fokus utama sebaiknya diarahkan pada peningkatan kualitas pengalaman wisata dan transparansi penggunaan dana kontribusi agar wisatawan merasa nilai yang mereka bayarkan sepadan dengan manfaat yang diterima. Upaya peningkatan kualitas fasilitas bagi pengunjung dapat diwujudkan melalui penyediaan area parkir yang lebih luas, ketersediaan fasilitas toilet atau kamar mandi yang bersih, serta penambahan tempat sampah di berbagai titik agar memudahkan wisatawan dalam membuang sampah. Selain itu, pengelola juga dapat meningkatkan transparansi dengan menampilkan informasi mengenai penggunaan dana, misalnya melalui papan pengumuman yang menjelaskan alokasi kontribusi tiket untuk perbaikan fasilitas maupun kegiatan

sosial desa.

5. Variabel frekuensi kunjungan terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar (*willingness to pay*) pengunjung di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul. Walaupun frekuensi kunjungan tidak signifikan memengaruhi WTP, pengelola dapat meningkatkan keterikatan emosional pengunjung melalui program *membership* yang memberikan keuntungan bagi pengunjung tetap, misalnya diskon, akses eksklusif ke acara khusus, atau merchandise gratis. Pengelola juga dapat mengadakan agenda tahunan seperti Festival Panen, Festival Kuliner Desa, atau Festival Budaya sehingga ada alasan bagi pengunjung untuk kembali dan merasa terikat dengan desa wisata. Strategi ini diharapkan dapat mengubah pengalaman berulang menjadi partisipasi yang lebih aktif dalam mendukung keberlanjutan desa wisata.
6. Berdasarkan analisis USG (*Urgency, Seriousness, Growth*) yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa isu prioritas utama adalah penerapan tarif masuk dasar ke kawasan wisata yang perlu segera diatasi. Terkait hal ini, perlu dilakukan dengan perencanaan yang matang agar tidak menimbulkan resistensi dari pengunjung. Besaran tarif sebaiknya ditentukan melalui survei kesediaan membayar (WTP) wisatawan, serta disusun dalam beberapa kategori seperti tiket reguler, tiket premium, maupun tiket donasi sukarela. Transparansi penggunaan dana dari tarif masuk sangat penting, misalnya dengan menampilkan informasi pemanfaatan dana untuk perawatan fasilitas atau pemberdayaan masyarakat, sehingga pengunjung

merasa kontribusinya bermanfaat nyata.

7. Dukungan regulasi dan anggaran dari pemerintah daerah menjadi kunci untuk memperkuat daya saing desa wisata. Intervensi dapat dilakukan melalui integrasi Desa Wisata Among Kisma dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA), penyediaan dana stimulan, serta kolaborasi lintas dinas seperti Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian, Dinas Kebudayaan maupun Dinas Pendidikan. Dukungan pemerintah akan memberi legitimasi dan stabilitas dalam tata kelola desa wisata.
8. Inovasi paket wisata edukasi berbasis potensi lokal dan disesuaikan dengan WTP wisatawan perlu dikembangkan untuk memperkuat daya tarik. Paket tersebut dapat berupa wisata panen, pelatihan pertanian organik, workshop kuliner tradisional, maupun kerajinan lokal. Pengelolaan program edukasi ini sekaligus dapat menyasar segmen sekolah, perguruan tinggi, hingga komunitas tertentu, sehingga desa wisata mampu menjangkau pasar yang lebih luas.
9. Peningkatan fasilitas dasar harus dilakukan secara berkelanjutan karena berhubungan langsung dengan kenyamanan pengunjung. Perawatan berkala terhadap toilet, area parkir, mushola, dan jalur akses menjadi keharusan, disertai dengan penambahan sarana informasi wisata serta spot foto tematik. Partisipasi masyarakat melalui kegiatan gotong royong dan pengawasan bersama juga penting dalam menjaga kualitas fasilitas yang tersedia.
10. Evaluasi terhadap paket wisata yang telah berjalan perlu dilakukan untuk menilai efektivitas dan minat wisatawan. Paket yang kurang diminati dapat dihentikan atau

direvisi, sementara paket yang populer dapat terus ditingkatkan kualitasnya. Variasi baru juga dapat dikembangkan, seperti paket wisata kuliner, budaya, religi, maupun wisata petualangan, agar wisatawan memiliki lebih banyak pilihan sesuai minat.

11. Promosi dan digitalisasi sistem reservasi wisata menjadi faktor penting dalam memperluas jangkauan pasar. Website resmi, akun media sosial aktif, serta sistem pemesanan online yang mudah diakses akan mempermudah wisatawan dalam merencanakan kunjungan. Selain itu, kolaborasi dengan *influencer* lokal, *travel blogger*, maupun biro perjalanan perlu ditingkatkan sebagai strategi promosi modern yang dapat menarik minat wisatawan lebih luas.

5.1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. penelitian hanya menitikberatkan pada variabel demografis dan ekonomi, yaitu usia, tingkat pendidikan, pendapatan, biaya wisata, dan frekuensi kunjungan, sehingga belum mencakup faktor lain seperti motivasi, kepuasan, maupun persepsi manfaat yang juga berpotensi memengaruhi *willingness to pay*. Data yang diperoleh bersumber dari survei pengunjung pada periode tertentu, sehingga terdapat kemungkinan hasil dipengaruhi oleh kondisi musiman atau situasional pada saat penelitian berlangsung.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel yang diteliti dengan memasukkan faktor non-demografis, seperti kepuasan wisatawan, persepsi nilai, dan pengalaman berkunjung, yang kemungkinan

besar berpengaruh terhadap *willingness to pay*.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin Gunungkidul maupun Pemerintah Daerah dalam merumuskan kebijakan berbasis kesediaan membayar wisatawan, sehingga arah pengelolaan dapat lebih terukur dan berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi akademis yang dapat membuka ruang kajian lanjutan dengan pendekatan yang lebih komprehensif, baik melalui perluasan variabel maupun metode penelitian yang lebih mendalam. Dengan demikian, upaya pengembangan pariwisata berkelanjutan dapat dilaksanakan secara lebih terarah, inklusif, dan berdaya guna, sekaligus mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

REFERENSI

Al Madaidy, A., & Juwana, I. (2019). Penentuan Nilai Ekonomi Taman Nasional Gunung Ciremai Dengan Metode *Contingen Valuation Method*. Jurnal Rekayasa Hijau, 3(2), 147–156. https://doi.org/10.26760/jrh.v3i2.3147

Amin, Nur Fadilah, Garancang, Sabaruddin, Abunawas,Kamaluddin. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer Volume 14 , No. 1, Juni 2023 P-Issn: 1978-5119; E-Issn: 2776-3005

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif (E. D. Lestari, Ed.). Sukabumi: CV Jejak.

Damanik, D. (2019). *Willingnes To Pay* (WTP) Pengunjung Museum Simalungun di Kota Pematangsiantar. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*,*2(3), 9-16.

Dowdy, S., S. Wearden, & D. Chilko (2004). "*Statistics for Research 3 rded*". Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Fauzi, A. (2004). Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan: Teori dan Aplikasi. *Ekonomi Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*.

Hosmer, D. W., Jovanovic, B., & Lemeshow, S. (1989). *Best subsets logistic regression*. *Biometrics*, 1265-1270.

Ismowaty, M. (2018). *Analisis SWOT dalamMeningkatkan Program Jak Lingko.* Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Administrasi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Indonesia, Jakarta.

Jaya, I. M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Kaulika, Septiyanti, & Mutiarin. (2021). Inovasi Kebijakan Pemerintah Daerah DIY Dalam Membangun Ketahanan Pangan di Era Pandemi Covid-19. Matra Pembaruan, 5(2), 127-139 https://doi.org/10.21787/mp.5.2.2021.127-139

Kankam-Kwarteng, C., Acheampong, S., & Amoateng, F. (2016). *Service Quality and*

Customers' Willingness to Pay for Vehicle Repairs and Maintenance Services. *Journal of Scientific Research and Reports*, 1–11.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Press.

Kurniawan, T. (2019). Analisis *Willingness To Pay Upaya* Konservasi Dan Pelestarian Sumber Air Objek Wisata Alam Umbul Ponggok [Universitas Diponegoro]. https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/192%0Ahttps://repofeb.undip.ac.id/192/1/1. S - Cover - 12020114120007.PDF

Medida, V.A., & Purnomo, A. (2021). *Willingness to Pay* Pengunjung Wisatawan Andeman Boonpring dalam Upaya Pelestarian Lingkungan. *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu dan Pendidikan Geografi,* 5(2), 226-235.

Nabela,Risma N.L.S , Rinjani,Richella R.A , Agustina,Ana , Supriyadi, Fatma,Hilda N. (2024). Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Wisatawan Dalam Upaya Pengelolaan Wisata Pendakian Gunung Pundak, Taman Hutan Raya Raden Soerjo. Kepariwisataan:Jurnal Ilmiah volume 18 Nomor 1 Januari 2024: 53 -62.

Nabilah, Rizka , Sitanggang, Fajar Islam (2024). *Tourist Planning Strategy Based on Problem Prioritization Using USG Method at Tirtayasa Beach, Way Tataan, Lampung*, Jurnal Arsitektur Vol. 14, No. 2 Juli 2024, 99-110.

Nuryanti,Wiendu. (1993). *Concept, Perspective and Challenges*, Makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal. 2-3.

Pemerintah Daerah DIY. (2023). Dipetik 2023, dari jogjaprov.go.id: https://jogjaprov.go.id/berita/kalurahan-wajib-siap-sebelum-jalani-program-lumbung-mataraman

Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2022 Tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024.

Pitana, I. G., & Diarta, K. S. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta. Andi Offset.

Pujiati,Amin, Handayani,Bestari Dwi , Nihayah,Dyah Maya , Rachman,M. Aulia , Rosalia, Amelia Choya Tia. (2024). International Journal of Sustainable Development and Planning Vol. 19, No. 11, November, 2024, pp. 4481-4488. Dapat diakses di http://iieta.org/journals/ijsdp.

Putri,Vernanda Armiyati, Mustofah,Nofi Dewi, Probosini,Dewi Amalia, Hermawan,Teguh, Suhud,Usep. (2020). Pengaruh *Knowledge*, *Emphaty*, *Responsiveness*, dan *Assurance* pada *Willingnessto Pay* Produk Susu Cair Tinggi Kalsium. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 01 No. 01.

R, Z. K., Wattimena, Septiyanti, M., & Mutiarin, D. (2021). Inovasi Kebijakan Pemerintah Daerah DIY Dalam Membangun Ketahanan Pangan di Era Pndemi Covid-19. Matra Pembaruan Jurnal Inovasi Kebijakan.

Sammeng, Andi Mappi.(2002). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.

Smith, J. A., & Jones, L. M. (2015). *A framework for assessing urgency in risk management. Journal of Risk Analysis and Crisis Response*, 5(2), 87-104.

Sofianto, A. (2020). Potensi Inovasi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa. Matra Pembaruan, 4(2), 93–107. https://doi.org/10.21787/mp.4.2.2020.93-107

Spillane, James J. (2003). Pariwisata dan Wisata Budaya, CV. Rajawali. Sugiarti,Rara , Aliyah, Istijabatul , Yudana, Galing. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata Di Kabupaten Ngawi. Cakra Wisata Vol 17 Jilid 2 Tahun 2016

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.2019.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta Bandung

Wicaksono, K. W. (2019). Tipologi Inovasi Sektor Publik Pada Tiga Program Inovatif Pemerintah Daerah Kota Surabaya (Tinjauan Reflektif terhadap Tiga Inovasi Pelayanan Publik Pemerintah Kota Surabaya Tahun 2018). Jurnal Manajemen Pelayanan Publik, 1(2), 196. https://doi.org/10.24198/jmpp.v1i2.19895

Yakin. (1997). contingent valuation method. *Contingent Valuation Method*.

Yetrie Ludang, Firlianty. (2021). Sosialisasi Pencegahan Penyebaran Covid-19 Dan

Pengembangan Ketahanan Pangan Di Kalurahan Sabaru Palangkaraya. Jurnal PengabdI, 4(2), 1–4. https://jurnal.untan.ac.id/index.php/JPLP2KM/ article/ view/46104.

Yoeti, O. (2000). *Ilmu Pariwisata*. Pertja, Jakarta.

Yoeti, O. A. (2008). Pariwisata: Perencanaan dan Pengembangan. Bandung. Penerbit Angkasa.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) PENGUNJUNG DESA WISATA AMONG KISMA LUMBUNG MATARAMAN BENDUNG SEMIN GUNUNGKIDUL

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i Pengunjung Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung, Semin
Gunungkidul, Yogyakarta

Dengan hormat, bersama kuesioner ini saya :

Nama : Trianingsih
NIM 22918023
Prodi : Magister Ilmu Ekonomi Fakultas : Bisnis dan Ekonomika
Universitas : Universitas Islam Indonesia

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner yang terkait dengan penelitian tesis saya yang berjudul :

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*)
PENGUNJUNG DESA WISATA AMONG KISMA
LUMBUNG MATARAMAN BENDUNG SEMIN GUNUNGKIDUL

Penelitian ini dilakukan murni untuk kepentingan penyusunan tesis, sehingga partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner sesuai dengan kondisi yang sebenarnya sangat diharapkan. Oleh karena itu, mohon kesediaannya untuk melengkapi data responden pada bagian berikut.

a. Nama : …….....……
b. Jenis Kelamin (silakan dipilih) :

☐ Perempuan

☐ Laki-laki

c. Usia : …….....……

d. Status perkawinan :

☐ Belum menikah

☐ Sudah menikah

e. Jumlah Tanggungan Anak :

…….....……

f. Pendidikan terakhir : …….....……

g. Pekerjaan : …….....……

h. Pendapatan rata-rata per bulan (rupiah) :

Rp …….....…

Biaya Perjalanan dan Biaya Wisata

1. Paket wisata apa yang anda ambil dalam kunjungan ke Desa Wisata Among Kisma ini?

☐ Paket Kunjungan 1: Paket *Cluster Hydroponic* (praktek pembuatan *hydroponic* dan makanan tradisional)

- Paket 1 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 65.000,- /orang
- Paket 2 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum): Rp 90.000/orang
- Paket 3 (Peserta 51 – 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 55.000,- /orang
- Paket 4 (Peserta 51 – 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp.80.000 /orang
- Paket 5 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 45.000 /orang
- Paket 6 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 70.000 /orang

- Paket Kunjungan 2: Paket *Cluster Biosaka* (Praktek Pembuatan Biosaka & Makanan Tradisional)
- Paket 1 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 60.000,- /orang
- Paket 2 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 85.000,- /orang
- Paket 3 (Peserta 51 - 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 50.000,- /orang
- Paket 4 (Peserta 51 - 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 75.000,- /orang
- Paket 5 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 40.000,- /orang
- Paket 6 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 65.000,- /orang

- Paket Kunjungan 3: Paket *Cluster* perangkap lalat buah (Praktikum Pembuatan Perangkap Lalat Buah & Makanan Tradisional)
- Paket 1 (Peserta maksimal 50 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 60.000,- /orang
- Paket 2 (Peserta maks imal 50 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 85.000,- /orang
- Paket 3 (Peserta 51 - 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 50.000,- /orang
- Paket 4 (Peserta 51 - 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 75.000,- /orang
- Paket 5 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, snack dan minum) : Rp 40.000,- /orang
- Paket 6 (Peserta lebih dari 100 orang. Fasilitas kegiatan, makan, snack dan minum) : Rp 65.000,- /orang

□ Paket Edukasi

- Sagon rempah (peserta minimal 15 orang) : Rp 40.000.-/orang
- Lepet jagung (peserta minimal 15 orang) : Rp 40.000.-/orang
- Sentra industri tahu uap (peserta minimal 25 orang) : Rp. 20.000,-/orang
- *Wellness tourism* (peserta minimal 10 orang) : Rp 35.000,- /orang
- Praktik jemparing (peserta minimal 15 orang) : Rp 30.000,- /orang
- Praktik anyaman bambu (Peserta minimal 25 orang) : Rp 25.000,-/orang
- Paket *outing class* menanam *hydroponic* (PAUD,TK,SD) : Rp 15.000,-/orang
- Paket *outing class* permainan tradisional (PAUD,TK,SD) : Rp 10.000,-/orang
- Paket *outing class* bercocok tanam di lahan (SMP, SMA) : Rp 10.000,-/orang
- Paket *outing class* pembuatan pupuk dan pakan fermentasi (SMP, SMA) : Rp 15.000,-/orang

2. Berapakah biaya yang anda keluarkan untuk melakukan rekreasi di Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung (meliputi total biaya paket wisata yang dipilih, biaya transportasi, biaya konsumsi selama kunjungan, biaya dokumentasi, penginapan (jika menginap) dan biaya lainnya yang dikeluarkan selama mengikuti kegiatan di Desa Wisata Among Kisma):

   Rp…….....……

i. Frekuensi Kunjungan

1. Berapa kali anda mengunjungi Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin? …. Kali
2. Apakah tujuan Anda berkunjung ke Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin ?

   □ Rekreasi/ berwisata

   □ Studi banding / studi tiru / belajar

   □ Penelitian

   □ Lainnya (tuliskan)

   …….....……

3. Apakah alasan Anda mengunjungi Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin?

- ☐ Alam dan Lingkungannya yang indah
- ☐ Mempelajari keberhasilan pengelolaannya
- ☐ Wisata yang murah dan dekat dengan tempat tinggal
- ☐ Tertarik dengan paket wisata yang ditawarkan
- ☐ Lainnya (tuliskan) ……..……..……..……..

j. Dari mana Anda mengetahui informasi mengenai Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin?

- ☐ Keluarga
- ☐ Media cetak/ elektronik
- ☐ Teman
- ☐ Lainnya (tuliskan)

……..…….....….....…….

Persepsi dan Penilaian terhadap Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin (Beri tanda (√) pada pilihan yang menurut anda benar) Isilah sesuai dengan kriteria (Tingkat Kelayakan) seperti keterangan dibawah ini:

TL : Tidak Layak

KL : Kurang Layak

CL : Cukup Layak

L : Layak

SL : Sangat Layak

NO	KETERANGAN	PENILAIAN TERHADAP PELAYANAN DESA WISATA AMONG KISMA LUMBUNG MATARAMAN BENDUNG SEMIN				
		TL	KL	CL	L	SL
1	Penyediaan Fasilitas Wisata kendaraan transportasi/*shuttle*,*homestay*, paket makan)					
2	Penyediaan fasilitas umum(toilet, tempat parkir, mushola,*foodcourt area)*					
3	Kemasan paket wisata yang ditawarkan					
4	Kebersihan lingkungan area obyek wisata					
5	Kebersihan lingkungan					
6	Keramahan petugas dan pengelola di area obyek wisata					
7	Kemudahan mendapatkan informasi					
8	Kemudahan mencapai lokasi					

Willingness to Pay

Saat ini jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin menunjukkan peningkatan. Kondisi tersebut berpotensi memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Namun, tanpa diimbangi dengan upaya pelestarian lingkungan dan pemeliharaan sarana wisata, peningkatan tersebut dapat mengancam kelestarian lingkungan desa wisata serta menurunkan kenyamanan pengunjung di masa mendatang. Keberadaan Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin memberikan manfaat ekonomi berupa peningkatan perekonomian masyarakat di Kalurahan Bendung Semin, sekaligus manfaat non-ekonomi seperti peluang rekreasi dan wisata.

Apakah Anda setuju apabila dilakukan suatu upaya perbaikan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin ?

- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju Berikan

  Alasannya :

  ……..……..……

  ……...……

  …….....

  Menurut Anda siapakah yang bertanggung jawab untuk perbaikan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin?

- ☐ Pengelola
- ☐ Pemerintah
- ☐ Masyarakat
- ☐ Pengunjung
- ☐ Semuanya benar

Apabila pengelola Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin berupaya meningkatkan kualitas objek wisata agar fungsi dan manfaatnya tetap terjaga, maka langkah yang perlu dilakukan adalah menjaga kebersihan lingkungan serta menyediakan fasilitas wisata yang memadai. Oleh karena itu, dukungan dan partisipasi wisatawan sangat diperlukan dalam mewujudkan upaya perbaikan kualitas destinasi wisata tersebut.

Apakah anda bersedia jika Anda diminta untuk berpartisipasi membayar perbaikan kualitas objek wisata sesuai yang ditawarkan sebagai jasa wisata dan untuk perbaikan kualitas Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin?

- ☐ Ya, bersedia

☐ Tidak bersedia

Alasannya :

……..…….....……

……..……

Apabila bersedia, berapa besar uang yang akan anda keluarkan untuk berpartisipasi dalam perbaikan kualitas objek wisata Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin ?

Rp

.....

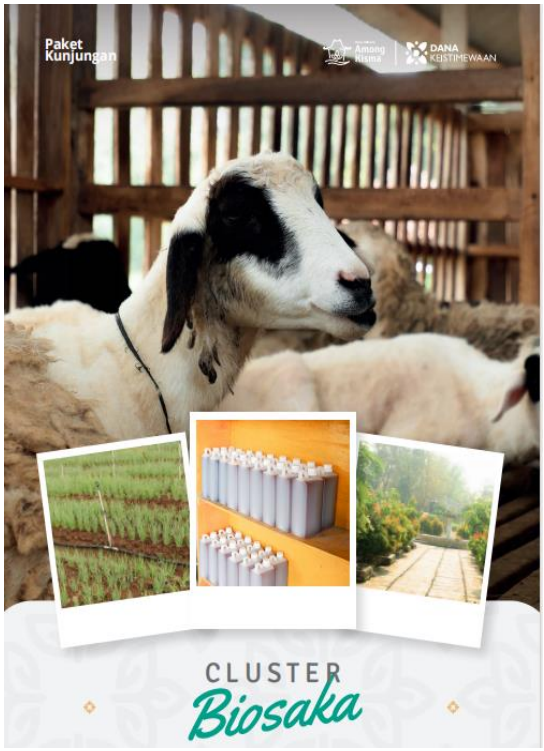
Terimakasih atas partisipasinya.

Lampiran 2. Brosur Paket Wisata Desa Wisata Among Kisma Lumbung Mataraman Bendung Semin

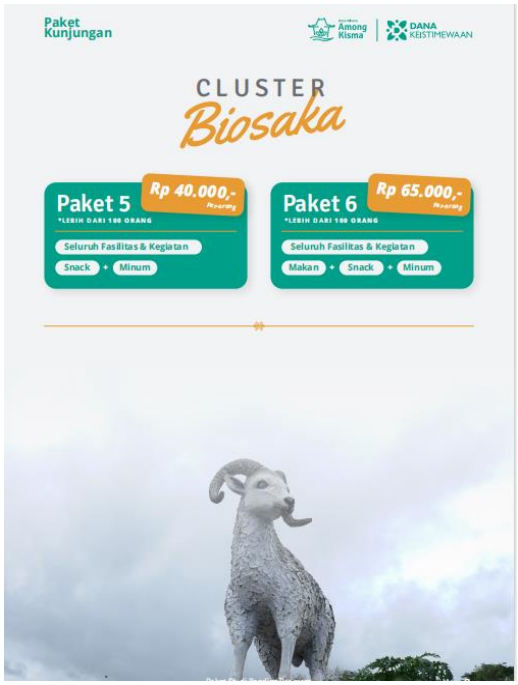







Paket
Kunjungan
DANA
KEISTIMEWAAN
CLUSTER
Biosaka

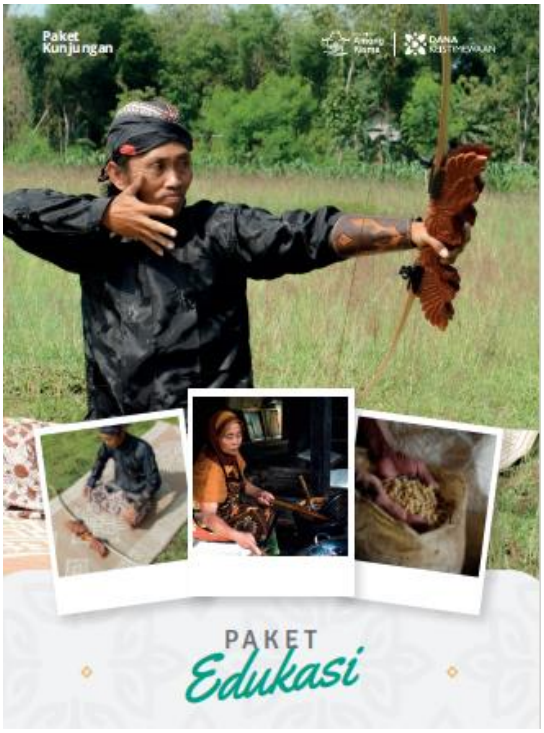

Paket
Kunjungan
DANA
KEISTIMEWAAN
CLUSTER
Biosaka
FASILITAS & KEGIATAN YANG PASTI DIDAPAT
Narasumber
Keliling Lumbung Mataraman
Pendopo
Paparan + Diskusi
Budidaya Ternak Domba
Pengolahan Limbah Ternak
Pengolahan Pakan Fermentasi
Praktik Pembuatan Biosaka & Makanan Tradisional
Paket 1
Rp 60.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Snack + Minum
Paket 2
Rp 85.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Makan + Snack + Minum
Paket 3
Rp50.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Snack + Minum
Paket 4
Rp 75.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Makan + Snack + Minum


Paket
Kunjungan
DANA
KEISTIMEWAAN
CLUSTER
Biosaka
Paket 5
Rp 40.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Snack + Minum
Paket 6
Rp 65.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Makan + Snack + Minum


CLUSTER
Perangkap Lalat Buah


Paket Kunjungan
DANA KEISTIMEWAAN
CLUSTER
Perangkap Lalat Buah
FASILITAS & KEGIATAN YANG PASTI DIDAPAT
Narasumber
Keliling Lumbung Mataraman
Pendopo
Paparan + Diskusi
Budidaya Ternak Domba
Pengolahan Limbah Ternak
Pengolahan Pakan Fermentasi
Praktik Pembuatan Perangkap Lalat Buah & Makanan Tradisional
Paket 1
Rp 60.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Snack + Minum
Paket 2
Rp 85.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Makan + Snack + Minum
Paket 3
Rp 50.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Snack + Minum
Paket 4
Rp 75.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Makan + Snack + Minum


Paket Kunjungan
DANA KEISTIMEWAAN
CLUSTER
Perangkap Lalat Buah
Paket 5
Rp 40.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Snack + Minum
Paket 6
Rp 65.000,-
Seluruh Fasilitas & Kegiatan
Makan + Snack + Minum


Paket
Kunjungan
PAKET
Edukasi


Paket
Kunjungan
PAKET
Edukasi
FASILITAS & KEGIATAN YANG PASTI DIDAPAT
Narasumber
Proses Pembuatan
Dokumentasi
Sagon Rempah
Rp 40.000,-
Lepet Jagung
Rp 40.000,-
Tahu Uap
Rp 20.000,-
Wellness Tourism
Rp 35.000,-
Praktik Jemparing
Rp 50.000,-
Opsional* Sewa Pakaian Tradisional
Rp 30.000,-


Paket
Kunjungan
PAKET
Edukasi
Praktik Anyaman Bambu
Rp 25.000,-
Menanam Hydroponic
Rp 15.000,-
Permainan Tradisional
Rp 10.000,-
Bercocok Tanam di Lahan
Rp 10.000,-
Pembuatan Pupuk & Pakan Fermentasi
Rp 15.000,-