

NILAI EKONOMI TOTAL, FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FREKUENSI DAN MINAT KUNJUNGAN KE KEBUN RAYA WOLOBOBO

Kristina Moi Nono, Vinsensius M. Ati, Mangadas L. Gaol, Ayu Tri I. Wabang

Program Studi Biologi FST Undana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai ekonomi total serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan dan minat kunjungan ke Kebun Raya Wolobobo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) dengan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 100 responden yang dipilih secara acak. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan statistik inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pendekatan biaya perjalanan, nilai ekonomi total Kebun Raya Wolobobo sebesar Rp15.462.107.300. Temuan ini memberikan gambaran penting bagi pengelola dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan dan promosi pariwisata yang lebih efektif dan menjamin kelestarian kehati di masa mendatang. Frekuensi kunjungan pengunjung dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat pendidikan, jarak tempuh, dan jumlah tanggungan keluarga, sementara variabel pendapatan, usia, profesi, dan biaya perjalanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Selanjutnya, minat kunjungan dipengaruhi secara signifikan oleh daya tarik wisata, keunikan, dan motivasi internal, sedangkan motivasi eksternal tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Kata kunci: Frekuensi, Kunjungan, Minat, *Nilai, Ekonomi, Travel Cost Method*, Wolobobo

Sumber daya alam dan objek wisata memiliki nilai ekonomi yang tidak selalu terlihat dalam transaksi pasar. Nilai ini mencakup manfaat langsung seperti tiket masuk dan jasa wisata, serta manfaat tidak langsung seperti keindahan alam dan kenyamanan lingkungan. Untuk mengetahui nilai ekonomi suatu kawasan wisata, dapat digunakan metode valuasi ekonomi, salah satunya adalah *Travel Cost Method* (TCM). Metode ini menganalisis pengeluaran pengunjung selama perjalanan ke lokasi wisata, dengan asumsi frekuensi kunjungan mencerminkan lokasi wisata tersebut bernilai tinggi bagi pengunjung (Novita dkk., 2022). Biaya yang diperhitungkan dalam TCM meliputi transportasi, bahan bakar, biaya makan, penginapan, tiket masuk, hingga parkir (Lalenoh dkk., 2021).

Menurut Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 15 Tahun 2012 tentang Panduan Valuasi Ekonomi Ekosistem Hutan, pendekatan biaya perjalanan (TCM) dianggap mewakili nilai lingkungan suatu kawasan dan sering digunakan untuk menilai tempat wisata alam terbuka seperti taman nasional, hutan wisata, dan tempat konservasi. Keunggulan TCM adalah menggunakan data nyata dari pengunjung, sehingga hasil valuasinya realistis dan mudah dipahami (Lalenoh dkk., 2021). Namun, metode TCM memiliki kekurangan yaitu tidak bisa menghitung perjalanan dengan banyak tujuan (*multi-destination trip*) atau banyak keperluan sekaligus (*multi-purpose trip*).

Meskipun demikian, TCM tetap penting karena bisa memberi gambaran manfaat ekonomi dari suatu tempat wisata yang dapat digunakan dalam perencanaan pengelolaan wisata, penetapan tarif masuk, serta strategi pelestarian lingkungan. Selain itu, hasilnya juga bisa digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga objek wisata (Subardin & Yusuf, 2019).

Salah satu objek wisata yang menarik untuk dianalisis nilai ekonominya adalah Kebun Raya Wolobobo yang terletak di Kabupaten Ngada, Nusa Tenggara Timur. Kawasan ini berjarak sekitar 10 km dari Kota Bajawa dan menjadi salah satu destinasi unggulan. Destinasi ini memiliki daya tarik diantaranya penyangga gunung Wolobobo, pemandangan hamparan bukit, Gunung Inerie dan keindahan Kota Bajawa. Kebun Raya Wolobobo ramai dikunjungi baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.

Total kunjungan yang tercatat pada tahun 2022 hingga 2024 mencapai 54.756 orang atau rata-rata 18.252 pengunjung per tahun. Objek wisata ini juga memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui penjualan tiket dan retribusi lainnya sebesar Rp. 461.066.000. Rinciannya yaitu tahun 2022 sebesar Rp. 237.490.000, tahun 2023 sebesar Rp. 136.317.000, dan tahun 2024 sebesar Rp. 88.259.000. Data ini menunjukkan bahwa Kebun Raya Wolobobo tidak hanya memberikan manfaat rekreasi, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap perekonomian daerah.

Valuasi ekonomi Kebun Raya Wolobobo sangat penting sebagai data dasar dalam pengelolaan destinasi tersebut dalam jangka panjang, yang tidak hanya mendukung perekonomian melalui wisata dan edukasi, tetapi juga menjaga keanekaragaman hayati di kawasan tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan, minat kunjungan dan nilai ekonomi Kebun Raya Wolobobo menggunakan TCM sangat layak dilakukan.

MATERI DAN METODE

Prosedur Kerja

1. Pengambilan sampel

Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan dijumpai di lokasi penelitian dan bersedia menjadi responden. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan syarat usia minimal 15 tahun.

2. Pelaksanaan penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, kuisioner disebarkan kepada para pengunjung Kebun Raya Wolobobo sebagai responden penelitian. Sebelum pengisian kuisioner, responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian serta pentingnya partisipasi mereka dalam memberikan data yang akurat. Setelah seluruh data terkumpul, proses pengolahan dan analisis data dilakukan untuk memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Variabel penelitian

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel terikat dengan sejumlah variabel bebas yang memengaruhinya. Variabel terikat pertama adalah frekuensi kunjungan (Y1), yang dianalisis terhadap beberapa variabel bebas, yaitu: tingkat pendidikan (X1), jarak tempuh (X2), jumlah tanggungan (X3), jumlah pendapatan (X4), usia (X5), profesi (X6), dan biaya perjalanan (X7).

Sementara itu, variabel terikat kedua adalah minat kunjungan (Y2), yang dikaji berdasarkan pengaruh dari variabel bebas berupa: daya tarik objek wisata (X8), keunikan wisata (X9), motivasi internal (X10), dan motivasi eksternal (X11).

Analisis Data

1. Analisis deskriptif kuantitatif

- Menghitung Biaya Perjalanan Total (BPT) (Tsania & Fadjar, 2019)

$$BPt = BT + BK + BP + BD + BL$$

Keterangan: BPt =Biaya Perjalanan Total (Rp/orang/kunjungan) ;
BT=Biaya Transportasi ; BK=Biaya Konsumsi ; BP=Biaya Parkir ;
BD=Biaya Dokumentasi ; BL=Biaya Lainnya

- Menghitung Biaya Perjalanan Rata-rata (BPR) (Hadi,2015)

$$BPR = \sum BPt / n$$

Keterangan: BPR= Biaya Perjalanan Rata-rata ; $\sum BPt$ = Total seluruh biaya perjalanan responden dan n= Jumlah responden

- Menghitung Nilai Ekonomi Total (NET) (Hasnan dkk., 2023)

$$NET = BPR \times \text{Total Pengunjung/Tahun} \times \text{Frekuensi Kunjun}$$

2. Analisis statistik inferensial

a. Uji asumsi klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan data memenuhi syarat statistik yang diperlukan. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, Uji multikolinearitas menggunakan nilai Tolerance dan VIF, dan Uji Heteroskedastisitas menggunakan scatterplot residual.

b. Uji statistik (pengaruh)

Uji statistik yang digunakan adalah Uji *t* (Parsial), Uji *F* (Simultan) dan Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai Ekonomi Total Kebun Raya Wolobobo Menggunakan *Travel Cost Method*

Nilai ekonomi suatu objek wisata dapat didefinisikan sebagai besarnya pengorbanan maksimal yang bersedia dikeluarkan oleh individu untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa, termasuk jasa lingkungan seperti rekreasi (Hasnan *dkk.*, 2023). Dalam penelitian ini, perhitungan nilai ekonomi Kebun Raya Wolobobo dilakukan dengan pendekatan *Travel Cost Method* (TCM), yaitu metode yang mengukur nilai manfaat berdasarkan total biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung.

Komponen biaya yang dihitung meliputi transportasi, konsumsi, parkir, tiket masuk, serta biaya lainnya. Berdasarkan data dari 100 responden, diperoleh rata-rata biaya perjalanan per individu sebesar Rp514.854,40.

Nilai Ekonomi Total (NET) dihitung dengan mengalikan rata-rata biaya perjalanan tersebut dengan jumlah pengunjung dalam satu tahun, yaitu 15.016 orang, dan frekuensi kunjungan sebanyak dua kali per orang. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa potensi nilai ekonomi total Kebun Raya Wolobobo mencapai Rp15.462.107.300.

Jika dibandingkan dengan objek wisata lain, nilai ekonomi ini masih lebih rendah. Sebagai perbandingan, nilai ekonomi Wisata Teluk Ijo mencapai Rp15.486.416.873 (Tsania, 2019), sedangkan Wisata Pantai Krakas mencapai Rp86.571.960.874 (Zulpikar *dkk.*, 2017). Rendahnya nilai ekonomi Kebun Raya Wolobobo dipengaruhi oleh jumlah pengunjung yang lebih sedikit, terbatasnya fasilitas wisata, serta belum optimalnya promosi yang dilakukan pemerintah daerah. Objek wisata lain seperti Pantai Krakas dan Teluk Ijo memiliki daya tarik lebih beragam seperti arena perkemahan, wahana air, fasilitas olahraga, restoran, hingga taman bermain anak. Di sisi lain, fasilitas di Kebun Raya Wolobobo saat ini masih terbatas pada jalur jalan kaki dan pemandangan alam. Oleh karena itu, upaya peningkatan fasilitas serta promosi yang lebih aktif sangat dibutuhkan untuk mendorong peningkatan jumlah pengunjung dan nilai ekonomi kawasan ini.

Meskipun begitu, Kebun Raya Wolobobo tetap memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat sekitar. Penghasilan diperoleh dari aktivitas seperti penyewaan toilet dan lopo, penjualan kerajinan tangan, makanan, jasa foto, serta hasil pertanian yang dijual di sepanjang akses menuju lokasi wisata.

Faktor Yang Mempengaruhi Frekuensi Kunjungan ke Kebun Raya Wolobobo

Hasil uji asumsiklasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal yang ditunjukkan dengan nilai signifikan data adalah 0,257 yang berarti nilai $p > 0,05$. Uji multikorelasi menunjukkan bahwa nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF $< 10,00$ sehingga data dinyatakan bebas dari multikorelasi serta uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terlihat pola yang jelas dalam penyebaran titik-titik data sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik maka dapat dinyatakan data memenuhi uji asumsi klasik sehingga dapat dilanjutkan dengan uji pengaruh variable bebas terhadap variable terikat.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi data adalah 0,000 yang berarti nilai $p < 0,05$. Nilai F hitung yang diperoleh sebesar 67,918 berpengaruh nyata pada taraf kepercayaan 95% sehingga dapat dinyatakan bahwa secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap frekuensi kunjungan secara parsial (Ghozali, 2011). Berdasarkan hasil analisis, terdapat tiga variabel yang berpengaruh signifikan, yaitu tingkat pendidikan ($p = 0,001$), jarak tempuh ($p = 0,000$), dan jumlah tanggungan ($p = 0,002$) karena nilai signifikansinya $< 0,05$. Sebaliknya, empat variabel tidak menunjukkan pengaruh signifikan, yaitu jumlah pendapatan ($p = 0,565$), usia ($p = 0,464$), profesi ($p = 0,107$), dan biaya perjalanan ($p = 0,565$).

Tingkat pendidikan mayoritas responden adalah sarjana (29%). Tingkat pendidikan yang lebih tinggi diasosiasikan dengan kesadaran akan pentingnya waktu berlibur, sesuai dengan temuan Umroh (2019) dan Novita *dkk.* (2022), bahwa pendidikan berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan. Sebagian besar responden juga berasal dari lokasi dengan jarak tempuh < 50 km (93%). Jarak yang dekat memudahkan akses dan menekan biaya perjalanan. Hasil ini konsisten dengan Lestari (2017) yang menyatakan bahwa semakin dekat jarak wisata, semakin tinggi kemungkinan dikunjungi. Jumlah tanggungan terbanyak adalah 4–6 orang (44%). Banyaknya anggota keluarga mendorong keinginan untuk berwisata, sebagaimana juga ditemukan oleh Hasanah & Satrianto (2019).

Pendapatan tidak berpengaruh karena sebagian besar pengunjung datang secara berkelompok dan membagi biaya secara patungan, senada dengan hasil Khoiriah *dkk.* (2017). Usia juga tidak berpengaruh karena wisatawan datang untuk bersantai atau berkumpul bersama keluarga, tanpa dibatasi kelompok umur tertentu, sesuai temuan Wibowo (2018). Profesi juga tidak berpengaruh, di mana profesi terbanyak adalah pelajar (38%). Hal ini mungkin karena data diambil saat libur, sehingga profesi tidak menjadi faktor pembatas untuk berwisata, sebagaimana juga dijelaskan oleh Hasanah & Satrianto (2019). Biaya perjalanan rata-rata adalah Rp514.854 per kunjungan. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya biaya ini tidak berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Diami *dkk.* (2022) di Muarajambi dan Winarni & Alfian (2022) di Pantai Kenjeran, yang menunjukkan bahwa biaya bukan faktor utama. Faktor lain seperti jarak, persepsi kualitas, atau pengalaman sebelumnya justru lebih menentukan keputusan kunjungan.

Hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 0,674 yang menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan wisatawan ke kebun raya Wolobobo dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, jarak tempuh, tanggungan, jumlah pendapatan, usia, profesi, dan biaya perjalanan sebesar 67,4% sedangkan 32,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Pengunjung ke Kebun Raya Wolobobo

Hasil uji asumsiklasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal yang ditunjukkan dengan nilai signifikan data adalah 0,084 yang berarti nilai $p > 0,05$. Uji multikorelasi menunjukkan bahwa nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF $< 10,00$ sehingga data dinyatakan bebas dari multikorelasi serta uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terlihat pola yang jelas dalam penyebaran titik-titik data sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi data adalah 0,000 yang berarti nilai $p < 0,05$. Nilai F hitung yang diperoleh sebesar 63,028 berpengaruh nyata pada taraf kepercayaan 95% sehingga dapat dinyatakan bahwa secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap minat kunjungan wisatawan secara parsial. Berdasarkan hasil analisis, terdapat tiga variabel yang berpengaruh signifikan, yaitu daya tarik wisata ($p = 0,000$), keunikan ($p = 0,005$), dan motivasi internal ($p = 0,003$) karena nilai $p < 0,05$. Sementara itu, motivasi eksternal ($p = 0,311$) tidak berpengaruh signifikan karena nilai signifikansinya $> 0,05$.

Daya tarik wisata memengaruhi minat kunjungan karena menciptakan pengalaman menyenangkan bagi wisatawan. Unsur yang dinilai dalam penelitian ini mencakup fasilitas umum, keindahan visual, spot foto, hingga aksesibilitas. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Widjianto (2019) dan Ahmadin (2022), yang menyatakan bahwa semakin tinggi daya tarik suatu destinasi, semakin tinggi pula minat kunjungan wisatawan.

Keunikan wisata juga berpengaruh nyata karena mampu memberikan pengalaman berbeda dan menarik. Aspek-aspek yang dinilai meliputi keindahan alam, budaya lokal, aktivitas rekreasi khas, hingga ulasan dari wisatawan lain. Temuan ini selaras dengan hasil studi Meliantari dan Apriani (2024) serta Anggoro dan Baskoro (2023), yang menyimpulkan bahwa keunikan menjadi faktor pendorong penting dalam memilih destinasi wisata.

Motivasi internal seperti keinginan untuk menyegarkan pikiran, mempererat hubungan keluarga, dan mencari pengalaman baru, terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan.

Semakin kuat dorongan dari dalam diri seseorang, maka semakin besar kemungkinan ia memilih suatu destinasi wisata. Hal ini didukung oleh temuan Safitri dkk. (2019), yang menyatakan bahwa motivasi internal berperan penting dalam keputusan berwisata.

Sementara itu, motivasi eksternal seperti kondisi lingkungan, fasilitas lengkap, dan keamanan, tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ke Kebun Raya Wolobobo. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung lebih didorong oleh dorongan internal daripada faktor luar. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Kusdaryana dkk. (2024), yang menemukan pengaruh signifikan motivasi eksternal pada minat berkunjung di lokasi lain.

Hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 0,736 yang menunjukkan bahwa daya tarik wisata, keunikan wisata, motivasi internal dan motivasi eksternal berpengaruh sebesar 73,6% terhadap minat kunjungan wisatawan ke kebun raya Wolobobo sedangkan 26,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

1. Nilai ekonomi total Kebun Raya Wolobobo berdasarkan metode travel cost adalah sebesar Rp15.462.107.300 per tahun, yang mencerminkan besarnya manfaat ekonomi tidak langsung dari keberadaan kawasan wisata ini.

2. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan adalah tingkat pendidikan, jarak tempuh, dan jumlah tanggungan, sedangkan pendapatan, usia, profesi, dan biaya perjalanan tidak berpengaruh nyata.
3. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan adalah daya tarik wisata, keunikan, dan motivasi internal, sementara motivasi eksternal tidak berpengaruh nyata.

Saran

1. Menggali lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi dan minat kunjungan ke kebun raya Wolobobo seperti biaya perjalanan, fasilitas, faktor sosial, teknologi, atau tren pariwisata terkini.
2. Dilakukan proses reklarifikasi atau verifikasi ulang terhadap jawaban responden setelah pengisian kuisioner, terutama pada bagian-bagian yang bersifat sensitif seperti pengeluaran biaya perjalanan, konsumsi, dan data sosial ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadin, F. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Promosi Terhadap Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Pantai Panrita Lopi Kecamatan Muara Badak. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 10(1), 20.
- Diami, T., Syarifuddin, H., & Safri, M. (2022). Pengaruh Biaya Perjalanan, Jarak, dan Persepsi Kualitas terhadap Kunjungan Wisata di Kawasan Cagar Budaya Nasional Muarajambi. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 5(2), 21–31.

- Ghozali I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ke- 4. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasanah, M., dan Santrianto, A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan ke Objek Wisata Komersial di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi & Pembangunan* 1 (3), 931-938.
- Khoiriah, R.A., Pramastiwi, F.E., Affandi, M.I. (2017). Evaluasi Ekonomi dengan Metode *Travel Cost* pada Taman Wisata Pulau Pahawang Kab. Pesawaran. *Jurnal Ilmu Agribisnis*, 5 (4), 406-413.
- Kusdaryana, M. D., Koerniawaty, F. T., & Darsana, I. M. (2024). Pengaruh Motivasi Internal dan External Terhadap Niat Berkunjung Kembali Dimediasi Oleh Kepuasan penghargaan. *Gema Wisata : Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 20(3), 23–31.
- Lalenoh, A.M., S.B. Pratasik., U,N,W,J, Rembet.,S. Suhaeni & R. Moningkey. (2021). Nilai Ekonomi Wisata Pulau Bunaken Berdasarkan *Travel Cost Method*. *Jurnal Ilmiah Platax*: 9:1:41- 48.
- Lestari, O. F. (2017). Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Air Terjun Belit di Kec. Kampar Hili Hulu Kab. Kampar dengan Pendekatan Biaya Perjalanan. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 4 (1), 53-58.
- Meliantari, D., & Apriani, A. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Berdampak pada Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 48–56.
- Novita, S., Abidin, Z., Kasymir, E. (2022). Valuasi Ekonomi dengan Metode *Travel Cost* pada wisata Taman Keanekaragaman hayati Kab. Mesuji. *Jurnal Ilmu Agribisnis*, 10 (2), 217-224.
- Safitri, L. T. A., Wicaksono, A. D., & Maulidi, C. (2019). Faktor-Faktor Motivasi Wisatawan di Objek Wisata Kabupaten Sumenep. *Planning for Urban Region and Environment Journsl (PURE)*, 8(3), 207–216.
- Tsania, A.F.A. (2019). Analisis Valuasi Ekonomi Wisata Alam Melalui *Travel Cost Method* (Studi Kasus: Wisata Alam Teluk Ijo, Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Malang: Universitas Brawijaya.
- Umroh, S. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisatawan di Taman Wisata Puncak Bila di Kab. Sidrap. *Jurnal Pembangun Wilayah*, 6 (1), 28-34.
- Wibowo, N. B. P. (2018). Pengaruh Motivasi Wisata, Persepsi tentang Daya Tarik dan Kualitas Pelayanan terhadap Lama Tinggal Wisatawan di Provinsi DIY. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 10(1), 1–12
- Widjianto, T. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass. *Jurnal Nasional*.

- Winarni, N., & Alfian, A. (2022). Pengaruh Biaya Perjalanan, Pendapatan, dan Daya Tarik terhadap Jumlah Kunjungan Wisatawan di Pantai Mutun. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 335–347.
- Zulpikar, F., Prasetyo., Shelvatis D.E., Komara T.V., & Pramudawardhani M. (2017). Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pengandaran. *Journal of Regional and Rural Development Planning*:1:1: 53.