

STUDI HUBUNGAN SOSIODEMOGRAFI DENGAN NILAI APRESIASI WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA ALAM DI TAMAN WISATA ALAM GROJOGAN SEWU

INTISARI

Oleh:
Arief Suripto¹
Retno Nur Utami²

Produk wisata alam taman wisata alam (TWA) Grojogan Sewu merupakan salah satu produk wisata alam yang paling digemari di Karanganyar dan sekitarnya, sehingga produk wisata alam ini mampu mendatangkan wisatawan dengan jumlah yang cukup banyak tiap tahunnya. Selain menghasilkan pendapatan yang tidak sedikit bagi daerah setempat, sebenarnya produk ini mempunyai nilai manfaat ekonomi yang lebih besar. Adanya potensi pasar dan potensi ekonomi yang cukup besar tersebut, perlu diketahui sebagai informasi dalam pengembangan produk wisata alam ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur sosiodemografi dan nilai apresiasi (*willingness to pay*) wisatawan terhadap produk wisata alam TWA Grojogan Sewu, serta hubungan antara struktur sosiodemografi dengan nilai apresiasi wisatawanannya. Untuk memenuhi tujuan tersebut, data primer diperoleh melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait. Kondisi struktur sosiodemografi diketahui dari distribusi frekuensi, WTP (*willingness to pay*) diperoleh dengan menggunakan metode sampel dan populasi, sedangkan untuk mengetahui hubungan antara struktur sosiodemografi dengan nilai apresiasi wisatawan dilakukan analisis *chi-square*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) struktur sosiodemografi wisatawan di TWA Grojogan Sewu, terbanyak berasal dari Solo (18%) sedangkan sisanya berasal dari 28 kota/daerah lain, mayoritas berjenis kelamin laki-laki (70%), kebanyakan berumur 20-24 tahun (42%), sebagian besar berpendidikan terakhir SMU (58%), status pernikahannya didominasi belum/tidak menikah (83%), terbanyak berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa (33%), dan mayoritas berpenghasilan kurang dari Rp.500.000,- (43%); (2) Nilai apresiasi atau *willingness to pay* (WTP) wisatawan adalah sebesar Rp.8.895,- dan *willingness to accept* (WTA) wisatawan sebesar Rp.49.040,-; (3) Dari tujuh variabel Sosiodemografi, yang berhubungan secara signifikan (berpengaruh nyata) dengan WTP adalah variabel umur (pada taraf signifikansi 1%) dan status pernikahan (pada taraf signifikansi 5%), sedangkan lima variabel lainnya (meliputi penghasilan perbulan, pekerjaan, jenis kelamin, daerah asal dan pendidikan terakhir) tidak berpengaruh nyata atau tidak berhubungan secara signifikan pada taraf signifikansi 5%. Untuk hubungan antara variabel sosiodemografi dengan WTA, yang berpengaruh nyata hanya variabel pendidikan terakhir (pada taraf signifikansi 5%), sedangkan keenam variabel lain tidak berpengaruh nyata pada taraf signifikansi 5%.

Kata kunci: produk wisata alam, sosiodemografi wisatawan, dan nilai apresiasi

¹ Mahasiswa Jurusan KSDH Fakultas Kehutanan UGM

² Pembimbing Skripsi, Staf Pengajar Jurusan KSDH Fakultas Kehutanan UGM



RELATION STUDY OF SOCIODEMOGRAPHIC WITH TOURIST APPRECIATION VALUE TO NATURAL TOURISM PRODUCT IN GROJOGAN SEWU NATURAL TOURISM PRODUCT

ABSTRACT

By:
Arief Suripto¹
Retno Nur Utami²

Natural tourism product of Grojogan Sewu natural tourism park is one of favorite tourism destination in Karanganyar and its surroundings, so this natural tourism product can deliver a lot of tourist every year. Beside of earning a lot of income for local area, actually this product have larger economic benefit value. There is big enough of market potency and economic potency, it is important to know as information in development of natural tourism product.

This research aim to know tourist sociodemographic structure, tourist appreciation value (willingness to pay) to natural tourism product of Grojogan Sewu natural tourism park, and relation between sociodemographic structure with tourist appreciation value. To fulfill this aim, primary data obtained through survey method by using questionnaire, and secondary data obtained from related institutions. Sociodemographic structure known from frequency distribution, willingness to pay (WTP) obtained by using sample and population method, while to know relation between sociodemographic structure with tourist appreciation value obtained by chi-square test.

The result of this research are (1) Tourist sociodemographic structure in Grojogan Sewu natural tourism park, most coming from Solo (18%) and the others come from 28 other area/town, majority are male (70%), most are 20-24 years old (42%), majority have last education at SMU (58%), nuptial status is dominated by single (83%), most have professions as student (33%), most have monthly income less than Rp.500.000,- (43%); (2) Tourist appreciation value (willingness to pay) is equal to Rp.8.895,-, and willingness to accept (WTA) is equal to Rp.49.040,-; (3) From seven variable of sociodemographic, which have significance relation with WTP are age variable (at level of significance 1%) and nuptials status (at level of significance 5%), five other variable (monthly income, professions, sex, source area/town, and last education) don't have an effect on WTP at level of significance 5%. Relation between variable of sociodemographic with WTA, which has relation with WTA is last education variable, and six others variable don't have correlation with WTA at level of significance 5%.

Key words: natural tourism product, tourist sociodemographic, and appreciation value

¹ Student of Department of KSDH, Forestry Faculty of UGM

² Thesis Advisor, Lecturer of Department of KSDH, Forestry Faculty of UGM

