

Mengukur Nilai Potensi Ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling UMM

Risky Angga Pramuja^{1*}, Nazaruddin Malik², Supiandi³, Sri Budi Cantika Yuli⁴, Zainal Arifin⁵


¹Jurusan D-IV Bisnis Properti, Vokasi, Universitas Muhammadiyah Malang

²Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

³Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat

⁴Jurusan D III Keuangan & Perbankan, Vokasi, Universitas Muhammadiyah Malang

⁵Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

Article Info	ABSTRAK
Article history: Accepted: 18 April 2022 Publish: 01 Juli 2022	Travel Cost Method adalah suatu cara untuk mengestimasi kerelaan membayar individu pengunjung untuk jasa-jasa sumber daya alam dan lingkungan. Valuasi Ekonomi adalah suatu proses mengestimasi nilai moneter dari barang dan jasa yang diberikan oleh suatu tempat atas manfaat yang diberikan. Nilai Ekonomi adalah pengukuran jumlah maksimum individu mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang jasa yang lain. Hal itu disebut keinginan membayar (willingness to pay) terhadap barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam dan lingkungan. Nilai ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling sebesar Rp2.113.841.500.000. Dengan nilai akuisisi future value tahun 2022 sebesar Rp359.291.248.095, Taman Rekreasi Sengkaling memiliki nilai potensi lebih besar yaitu sebesar Rp2.113.841.500.000. Maka nilai pembelian Taman Rekreasi Sengkaling oleh pihak Universitas Muhammadiyah Malang dari PT. Bentoel Group di bawah nilai ekonomi atau nilai potensinya.
Keywords: Travel Cost Method, Valuation,, Potensial Ekonomi, Sengkaling Park, CAPM	
Article Info	Abstract
Article history: Diterima: 18 April 2022 Terbit: 01 Juli 2022	<i>The Travel Cost Method is a way of estimating the willingness to pay of individual visitors for natural resource and environmental services. Economic valuation is a process of estimating the monetary value of goods and services provided by a place for the benefits provided. Economic value is a measurement of the maximum number of individuals sacrificing goods and services to obtain other goods and services. This is called willingness to pay for goods and services produced from natural resources and the environment. The economic value of Sengkaling Recreation Park is IDR 2,113,841,500,000. With the acquisition value of future value in 2022 of IDR 359,291,248,095, Sengkaling Recreational Park has a greater potential value of IDR 2,113,841,500,000. So the value of the purchase of Sengkaling Recreation Park by the University of Muhammadiyah Malang from PT. Bentoel Group is below its economic value or potential value.</i>
	<i>This is an open access article under the Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</i>
Corresponding Author: Risky Angga Pramuja Universitas Muhammadiyah Malang Email : riskyanggapramuja@umm.ac.id	

1. PENDAHULUAN

Taman Rekreasi Sengkaling (TRS) yang berlokasi di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang atau wilayah perbatasan antara kota dan pertahanan sisi barat kota. Setiap musim liburan, sejumlah taman wisata di daerah Malang selalu ramai. Taman Rekreasi Sengkaling adalah pilar pariwisata Kabupaten Malang untuk meningkatkan pendapatan Asli Daerah (PAD). Setelah bertahun-tahun dikelola oleh PT Bentoel, Taman Rekreasi Sengkaling diambil oleh Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) dan rencananya akan dikembangkan dan diperluas.

Taman Sengkaling Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) resmi launching Sabtu 28 Februari 2013. Peresmian Taman Rekreasi Sengkaling sekaligus menandai pergantian nama dari Taman Rekreasi Sengkaling (TRS) menjadi Taman Sengkaling UMM. Sejak diakuisisinya tempat

wisata legendaris ini dari pemilik sebelumnya pada 2013, renovasi besar-besaran telah dilakukan oleh UMM, termasuk pendirian pusat makanan terbesar di Jawa Timur, yaitu Sengkaling Food Festival (SFF) (www.muhammadiyah.or.id).

Rektor UMM Muhadjir Effendy tidak menyebutkan berapa nilai akuisisi taman wisata tersebut, namun informasi yang dihimpun menyebutkan bahwa nilainya mencapai Rp100.000.000.000. "Nantinya TR Sengkaling kami kembangkan sebagai wisata pendidikan," kata Rektor UMM Muhadjir Effendy (www.kabar24.bisnis.com).

Raharjo dan Grafittiani (2012), melakukan penelitian terhadap objek wisata Museum Sangiran di Jawa Tengah dengan menggunakan pendekatan TCM. Penelitian bertujuan untuk menjaga situs warisan budaya karena penjualan fosil dan penggalian serta mengetahui nilai ekonomi dari cagar budaya sebagai barang publik. Analisis regresi menunjukkan bahwa biaya variabel perjalanan (LnTC), pendidikan (LnEDC), pendapatan (LnINC), jarak (LnDIS) dan usia (LnAGE) memiliki pengaruh yang signifikan pada tingkat signifikansi 5 persen dari tingkat kunjungan per 1.000 penduduk per tahun (LNV) ke Sangiran Museum.

Nandagiri (2015), melakukan penelitian terhadap objek wisata Danau Pilikula di Sulawesi Selatan dengan menggunakan pendekatan travel cost method dan contingent valuation method. Hasil dari penelitian yaitu rata-rata kesediaan membayar (WTP) oleh wisatawan untuk manfaat rekreasi oleh TCM adalah Rs.238, dipengaruhi variabel pribadi atau individu dan usia, total pendapatan per bulan, jenis kelamin, pendidikan dan status kediaman. Akan tetapi, nilai WTP untuk fasilitas tambahan diperoleh adalah Rs. 36,75 yang dipengaruhi oleh pendidikan responden, jenis kelamin dan status perumahan.

Secara umum nilai ekonomi didefinisikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. Secara formal konsep ini disebut sebagai keinginan membayar (willingness to pay) seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Penggunaan pengukuran ini, nilai ekologis dari ekosistem bisa diterjemahkan ke dalam bahasa ekonomi dengan mengukur bahasa ekonomi dengan mengukur nilai moneter dari barang dan jasa (Fauzi, 2010: 209).

Menurut Mankiw (2010: 136), willingness to pay adalah harga tertinggi yang rela dibayarkan oleh masing-masing pembeli (individu) untuk mendapatkan manfaat dari suatu barang atau jasa, dan menjadi ukuran seberapa besar calon pembeli menghargai barang atau jasa tersebut. Kesediaan membayar seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor termasuk pendapatan, gender, budaya, pendidikan, atau umur seseorang. Di dalam pengukuran WTP, Haab dan McConnell (2002: 85), menyatakan bahwa pengukuran WTP yang dapat diterima (reasonable) harus memenuhi syarat, antara lain sebagai berikut :

1. WTP tidak memiliki batas bawah yang negatif.
2. Batas atas WTP tidak boleh melebihi pendapatan.
3. Adanya konsistensi antara nilai estimasi secara acak dan perhitungannya.

Ketika menjelaskan perkaitan antara teori nilai guna dan teori permintaan telah diuraikan bahwa hukum permintaan yang menyatakan bahwa ceteris paribus kalau harga naik permintaan berkurang atau sebaliknya kalau harga turun permintaan bertambah, dapat diterangkan dengan menganalisis 2 faktor yaitu faktor efek penggantian dan efek pendapatan. Dalam uraian itu pada hakikatnya bahwa penurunan harga akan menambah permintaan (Sukirno, 2005: 130).

Menurut Boediono (2013: 28), surplus konsumen (consumer's surplus) adalah kelebihan atau perbedaan antara kepuasan total dengan pengorbanan totalnya. Kepuasan total adalah yang dinikmati konsumen dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Pengorbanan total adalah sesuatu yang dinilai dengan uang untuk memperoleh atau mengkonsumsi jumlah barang tersebut.

Menurut Fauzi (2010: 213), metode travel cost method banyak digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka. Penerapan metode ini mengkaji biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mengunjungi tempat rekreasi.

Biaya yang dikeluarkan untuk konsumsi jasa dari sumber daya alam digunakan sebagai proxy untuk menentukan harga dari sumber daya tersebut. Asumsi mendasar yang digunakan pada

pendekatan TCM adalah bahwa *utilitas* dari setiap konsumen terhadap aktivitas, misalnya rekreasi, bersifat dapat dipisahkan (*separable*). Artinya, fungsi permintaan kegiatan rekreasi seperti memancing tersebut tidak dipengaruhi (*independent*) oleh permintaan kegiatan rileks lainnya, seperti menonton TV, belanja, dan lain-lain (Fauzi, 2010: 214).

Dalam menentukan fungsi permintaan untuk kunjungan ke tempat wisata, pendekatan individual TCM menggunakan teknik ekonometrik seperti regresi sederhana (OLS). Hipotesis yang dibangun adalah bahwa kunjungan wisata ke tempat wisata akan sangat dipengaruhi oleh biaya perjalanan (*travel cost*) dan diasumsikan berkorelasi negatif sehingga diperoleh kurva permintaan yang memiliki kemiringan negatif (Fauzi, 2010: 215).

Setelah akuisisi Taman Rekreasi Sengkaling oleh Universitas Muhammadiyah Malang sebesar Rp100.000.000.000, maka apakah nilai tersebut sesuai dengan nilai ekonomi dari Taman Rekreasi Sengkaling. Biaya akuisisi oleh Universitas Muhammadiyah Malang *under value* atau *over value* dari nilai ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling. Nilai potensi ekonomi dari Taman Rekreasi Sengkaling dapat diestimasi dengan menggunakan *travel cost method* serta menggunakan variabel yang sesuai.

2. METODE PENELITIAN

Data primer dikumpulkan dengan cara mewawancarai responden langsung menggunakan daftar pertanyaan yang telah disediakan dan pengamatan langsung di Taman Rekreasi Sengkaling. Pengambilan sampel dilakukan di lapangan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* terhadap sejumlah pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling. Menurut Soeratno dan Arsyad (2008: 112), *purposive sampling* adalah sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian. *Purposive sampling* dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel itu.

Penentuan fungsi permintaan terhadap kunjungan ke tempat wisata melalui pendekatan individual TCM sering menggunakan teknik ekonometrika regresi sederhana atau OLS. Kunjungan ke tempat wisata akan sangat dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan diasumsikan berkorelasi negatif sehingga diperoleh kurva permintaan dengan kemiringan negatif.

Bentuk model biaya perjalanan adalah:

$$V_i = a + b_1 INCM_i + b_2 AGE_i + b_3 TC_i + b_4 DIST_i + b_5 TIME_i + b_6 DQ_i + b_7 DSUB_i + b_8 DWB_i + e_i$$

Dimana:

V_i = Jumlah kunjungan individu dalam setahun.

$INCM_i$ = Pendapatan individu dalam satu bulan yang dinilai dalam satuan rupiah.

AGE_i = Usia individu pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling dinyatakan dalam tahun.

TC_i = Biaya perjalanan yang di korbakan pengunjung untuk berkunjung ke Taman Rekreasi Sengkaling.

$DIST_i$ = Jarak rumah individu dengan Taman Rekreasi Sengkaling.

$TIME_i$ = Waktu tempuh pengunjung menuju Taman Rekreasi Sengkaling

DQ_i = Persepsi konsumen terhadap kualitas lingkungan Taman Rekreasi Sengkaling.

$DSUB_i$ = Dummy substitusi objek taman rekreasi sejenis.

DWB_i = Dummy antara lulus 12 tahun dan tidak lulus 12 tahun wajib belajar

Untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai atau manfaat yang dirasakan oleh pengunjung objek Wisata Taman Rekreasi Sengkaling. Untuk mencari surplus konsumen per individu per tahun digunakan penghitungan integral dengan batas atas adalah biaya perjalanan tertinggi dan batas bawah adalah biaya perjalanan terendah, dapat diformulasikan:

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} f(a - bpx) dPx$$

Dimana:

SK = Surplus Konsumen

- P1 = Biaya perjalanan tertinggi
- P0 = Biaya perjalanan terendah
- Px = fungsi permintaan objek wisata

Persamaan di atas menunjukkan rata-rata surplus konsumen. Untuk dapat memperoleh total nilai surplus konsumen, maka nilai rata-rata surplus konsumen dikalikan dengan jumlah total pengunjung selama periode tertentu.

$$TCS = CS \times N$$

Dimana:

- TCS = total consumer surplus,
- CS = consumer surplus
- N = jumlah pengunjung selama periode tertentu.

Nilai ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling merupakan total nilai surplus konsumen. Untuk menghitung nilai ekonomi ini dapat menggunakan konsep anuiti ke abadi (year purchase in perpetuity). Menurut Hidayati dan Harjanto (2003: 66), konsep ini dilakukan untuk menilai masa kini atau masa sekarang atas penerimaan Rp1, yang diterima tiap tahun sampai batas waktu yang tidak akan terbatas. Anuiti ke abadi dirumuskan:

$$Yp \text{ in Perp} = \frac{1 - NK \text{ atau PV}}{i} = 1 - \frac{1}{(1-i)^n}$$

Dari rumus di atas jika $n = \infty$, maka $NK/PV =$ mendekati 0, sehingga secara matematis anuiti ke abadi dapat dirumuskan:

$$Yp \text{ in Perp} = 1 - \frac{1}{(1-i)^\infty} = \frac{1-0}{i} = \frac{1}{i}$$

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Untuk Memenuhi kriteria BLUE dalam Regresi Linier Berganda OLS maka perlu Uji Asumsi Klasik. Adapun Uji tersebut adalah Uji Normalitas, uji Heteroskedastisitas, uji auto korelasi, linieritas dan Multikolinieritas. Berdasarkan tabel uji asumsi klasik di maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala dalam uji asumsi klasik.

Uji Asumsi Klasik	Output	Signifikansi 5%	Keterangan
Uji Normalitas	0,3678	0,005	Berdistribusi normal
Uji Heteroskedastisitas	0,0993	0,005	Homogen
Uji Autokorelasi	0,36	0,005	Tidak terjadi autokorelasi
Uji Linieritas	1.924	(1,845 < DW < 2,16)	Linier
Uji Multikolinieritas			
Scala Waktu	3,04	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Scala Jarak	2,83		
DE	2,74		
Income	2,69		
DSUB	1,63		
DQ	1,17		
TC	1,08		
Scala Umur	1,08		

Hasil Uji-t Parsial (TCM)

Variabel	Coefficient	t-statistik	t-tabel	Prob.	Ket ($\alpha=5\%$)
(Constanta)	6,998	8,70	1,98118	0,000	Signifikan
Scalainc	0,253	2,02	1,98118	0,046	Signifikan
Scala Age (usia)	0,294	4,71	1,98118	0,000	Signifikan

TC (<i>Travel cost</i>)	-0,00000186	-3,23	1,98118	0,002	Signifikan
Scala jarak	-0,991	-7,79	1,98118	0,000	Signifikan
Scala waktu	-0,469	-4,33	1,98118	0,000	Signifikan
DQ	0,315	2,30	1,98118	0,023	Signifikan
DSUB	-0,450	-2,84	1,98118	0,005	Signifikan
DE (wjb belajar 12thn)	-0,883	-4,07	1,98118	0,000	Signifikan

Dari hasil output regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$V = 6,99 + 0,253 \text{ INC}_i + 0,294 \text{ AGE}_i - 1,86e-06 \text{ TC}_i - 0,991 \text{ DIST}_i - 0,469 \text{ TIME}_i + 0,315 \text{ DQ}_i - 0,450 \text{ DSUB}_i - 0,883 \text{ DWB}_i$$

Koefisien regresi dari variabel income berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan. Koefisien regresi income sebesar 0,253 berarti bahwa jika pendapatan naik 1 rupiah maka jumlah tingkat kunjungan naik sebesar 0,253. Hal ini berarti semakin tinggi pendapatan individu maka tingkat kunjungan meningkat. Koefisien regresi dari variabel usia (AGE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan. Koefisien regresi usia (AGE) sebesar -0,294 berarti bahwa jika usia (AGE) naik 1 tahun maka jumlah tingkat kunjungan naik sebesar 0,294. Hal ini berarti bahwa semakin tua usia (AGE) individu maka semakin sering kunjungan individu. Koefisien regresi dari variabel biaya perjalanan (travel cost) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan. Koefisien regresi biaya perjalanan (travel cost) sebesar -0,00000186 berarti bahwa jika biaya perjalanan (travel cost) naik 1 rupiah maka jumlah tingkat kunjungan turun sebesar -0,00000186. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi biaya perjalanan (travel cost) maka semakin rendah jumlah kunjungan. Koefisien regresi dari variabel jarak rumah dengan lokasi wisata berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan. Koefisien regresi jarak sebesar -0,991 berarti bahwa jika jarak rumah dengan lokasi wisata semakin jauh maka jumlah tingkat kunjungan turun sebesar -0,991. Hal ini berarti bahwa semakin jauh jarak lokasi wisata dengan tempat tinggal individu maka semakin rendah jumlah kunjungan. Koefisien regresi dari variabel waktu tempuh menuju lokasi wisata berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan. Koefisien regresi waktu tempuh sebesar -0,469 berarti bahwa jika waktu tempuh lokasi wisata semakin lama maka jumlah tingkat kunjungan turun sebesar 0,469. Hal ini berarti bahwa semakin lama waktu tempuh menuju lokasi wisata semakin rendah jumlah kunjungan. Koefisien regresi dari variabel dummy kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan. Koefisien regresi dummy kualitas sebesar 0,315 berarti menunjukkan ada perbedaan rata-rata jumlah kunjungan individu antara yang berkualitas baik dengan kualitas tidak baik, yang menunjukkan kualitas baik memiliki jumlah kunjungan individu lebih besar dari pada yang kualitasnya tidak baik yaitu sebesar 0,315. Koefisien regresi dari variabel dummy substitusi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan. Koefisien regresi dummy substitusi sebesar -0,450 berarti menunjukkan ada perbedaan rata-rata jumlah kunjungan individu antara yang bersubstitusi dengan tidak disubstitusi, yang menunjukkan individu bersubstitusi memiliki jumlah kunjungan individu lebih kecil dari pada yang tidak bersubstitusi yaitu sebesar 0,450. Koefisien regresi dari variabel dummy wajib belajar 12 tahun berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan. Koefisien regresi dummy wajib belajar sebesar -0,883 berarti menunjukkan ada perbedaan rata-rata jumlah kunjungan individu antara yang lulus wajib belajar 12 tahun dengan tidak lulus wajib belajar 12 tahun, yang menunjukkan individu tidak lulus wajib belajar 12 tahun memiliki jumlah kunjungan individu lebih besar dari pada yang lulus wajib belajar 12 tahun yaitu sebesar -0,883 kunjungan.

Nilai akuisisi biaya pembelian Taman Rekreasi Sengkaling oleh Universitas Muhammadiyah Malang dari PT. Bentoel Group sebesar Rp100.000.000.000. Dana akuisisi tersebut sepenuhnya dibeli oleh yayasan tanpa dana pinjaman dari pihak lain. Dengan menggunakan tingkat suku bunga 15,27% persen, jika biaya akuisisi tahun 2013 di future value ke tahun 2022 maka diperoleh Rp359.291.248.095

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan fungsi linier, maka didapatkan nilai surplus konsumen sebagai berikut.

Tabel Persamaan Fungsi Linier

β0	6,998				6,998
β1	0,253	INC rata2	1,7	β1*INC rata2	0,4301
β2	0,294	AGE rata2	2,73	β2*AGE rata2	0,80262
β3	-0,991	DIST rata2	3,28	β4*DIST rata2	-3,25048
β4	-0,469	TIME rata2	2,27	β5*TIME rata2	-1,06463
β5	0,315	DQ rata2	1,64	β6*DQ rata2	0,5166
β6	-0,45	DSUB rata2	1,6	β8*DSUB rata2	-0,72
β7	-0,883	DWB rata2	1,69	β7*DWB rata2	-1,49227
β'	total =				2,21994

Maka diperoleh fungsi:

$$V = 2,21194 - 0,00000186 TC$$

$$CS = \int_{30.000}^{740.000} (2,221994 - 0,00000186) dTC$$

$$CS = (2,221994 TC - 0,00000093TC^2) \Big|_{30.000}^{740.000}$$

$$CS = \{2,221994 (740.000) - (0,00000093(740.000)^2)\} - \{2,221994 (30.000) - (0,00000093(30.000)^2)\}$$

$$CS = Rp1.133.488 - Rp65.761$$

$$CS = Rp1.067.726$$

Berdasarkan data yang diperoleh melalui pengelola objek Taman Rekreasi Sengkaling, jumlah pengunjung satu tahun terakhir di tahun 2022 sebanyak 329.646 orang. Dengan mengalikan surplus konsumen yang didapat dengan menggunakan fungsi linier dengan jumlah pengunjung objek wisata Taman Rekreasi Sengkaling maka didapatkan nilai ekonomi sebesar Rp351.971.736.854.

Tabel Cost Of Equity

Jenis	Rate of Return	Keterangan
Risk free rate	10,55%	Rate of Return Obligasi Negara Republik Indonesia Seri FR0052 Sumber: http://www.ksei.co.id/registered_securities/government_bonds
Risk Premium	6,12%	Equity Risk Premium Rating Indonesia Sumber: www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/ctryprem.xls
β (x)	0,77	Unlevered beta for emerging market (recreation) Sumber: www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/betaemerg.xls

Tabel Capital Asset Pricing Model

CAPITAL ASSET PRICING MODEL (CAPM)		
Cost of Equity (CAPM)	15,26%	
Risk free rate	10,55%	
Risk premium	6,12%	
Beta (x)	0,77	
Modal Yayasan :	100%	15,26% 15,26%
Discount Rate	15,26%	

Langkah selanjutnya adalah menilai present value nilai ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling. Dengan menggunakan konsep annuity keabadi (year purchase in perpetuity), maka dengan asumsi tingkat suku bunga yang diperoleh dari capital asset pricing model (CAPM) sebesar 15,26% dan nilai ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling dengan menggunakan rumus fungsi linier maka diperoleh nilai ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling sebesar Rp2.133.162.000.000. Nilai Ekonomi dari rumus yang digunakan diperoleh rata-rata sebesar Rp2.113.841.500.000.

Nilai ekonomi yang diperoleh dari travel cost hanya mengestimasi nilai yang dikorbankan pengunjung dan nilai rekreasi. Selain nilai yang dikorbankan individu pengunjung dan nilai rekreasi Taman Rekreasi Sengkaling juga memiliki nilai jasa lingkungan lainnya, seperti mengurangi pencemaran udara, daerah resapan air, area tangkapan air, panorama keindahan yang tidak dapat terkuantitatifikasi dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke taman rekreasi di Kabupaten Malang adalah sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan yang positif signifikan pada variabel income
2. Terdapat hubungan yang positif signifikan pada variabel Age (usia)
3. Terdapat hubungan yang negatif signifikan pada variabel travel cost (TC)
4. Terdapat hubungan yang negatif signifikan pada variabel jarak (DIST)
5. Terdapat hubungan yang negatif signifikan pada variabel waktu (TIME)
6. Terdapat hubungan yang positif signifikan pada variabel dummy kualitas (DQ)
7. Terdapat hubungan yang negatif signifikan pada variabel dummy substitusi (DSUB)
8. Terdapat hubungan yang negatif signifikan pada variabel dummy wajib belajar 12

Nilai ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling sebesar Rp2.113.841.500.000. Dengan nilai akuisisi future value tahun 2022 sebesar Rp359.291.248.095, Taman Rekreasi Sengkaling memiliki nilai potensi lebih besar yaitu sebesar Rp2.113.841.500.000. Maka nilai pembelian Taman Rekreasi Sengkaling oleh pihak Universitas Muhammadiyah Malang dari PT. Bentoel Group di bawah nilai ekonomi atau nilai potensinya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alexandra, H, O. 2010, Valuasi Ekonomi Museum Benteng Vredeburg Di Yogyakarta. Tesis tidak diterbitkan, MEP-UGM, Yogyakarta
- Asian Development Bank. 1996. Economic Evaluation of Environmental Impacts, A , Manila.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Jawa Timur Dalam Angka Tahun 2014. Jawa Timur: BPS Jawa Timur
- Badan Pusat Statistik. 2015. Kabupaten Malang Dalam Angka Tahun 2014. Kabupaten Malang: BPS Kabupaten Malang.
- Boediono, 2013. Ekonomi Mikro, Edisi 2. BPFE. Yogyakarta.
- Cooper, R. dan C. William Emory. 2006. Metode Penelitian Bisnis, Alih Bahasa: Budijanto dkk, Volume 1, Edisi 9. Jakarta: PT Media Global.
- Fauzi. 2006, Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fauzi. 2010, Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Teori dan Aplikasi, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fitriana, Irna Ayu, 2013. Valuasi Ekonomi Warisan Budaya : Studi Kasus Situs Ke'te Kesu , Toraja Utara Tahun 2013. Tesis tidak dipublikasikan, MEP-UGM, Yogyakarta.
- Fraenkel, R. dan Norman E. Wallen. 1993. How to Design and Evalute Recherche in Education. New York: Mc Graw-Hill Inc.
- Ghozali. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Gravitiani .E dan Raharjo. M, 2012. The Economic Value of Sangiran Museum, Central Java, Indonesia Application of Travel cost method. Social Economics Art, vol 2; no 2.
- Gujarati, D. 1988. Ekonometrika Dasar. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Haab, T.C. and Mc Connell, K.E. 2002. Economic Valuation of The Environment. Edward Elgar publishing Inc. Massachusetts.
- Hendraswati, RR Eulis. 2009. Valuasi ekonomi Objek wisata Cikoromoy di Kabupaten Pandeglang Menggunakan Metode Biaya Perjalanan (Travel cost method), Tesis, Program Pasca Sarjana Magister Perencanaan dan kebijakan publik. Universitas Indonesia
- Jala and L. Nandagiri. 2015. Evaluation of Economic Value of Pilikula Lake using travel cost and contingent valuation methods. Aquatic Procedia (Elsevier), February: 1315-1321
- Kuncoro, M, 2003, Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Yogyakarta, ERLANGGA
- Lukas,. 2013. Valuasi Ekonomi Taman Nasional Bunaken, Aplikasi Travel cost method Tahun 2012., Tesis tidak dipublikasikan, MEP-UGM, Yogyakarta
- Malhotra, K. (2005). Riset Pemasaran. (Pendekatan Terapan). Terjemahan Soleh Rusyadi M. Jakarta PT.Indeks Kelompok Gramedia
- Mankiw, N. G. 2010. Principles of Economics. South Western Cengage Learning.USA
- Pakdeeburce, P., Denpaiboon, C., dan Kanegae, H. 2011. "Economic Valuation of
- Purwanto. 2013. Valuasi Ekonomi Ekowisata Dengan Model Travel Cost Dan Dampaknya Terhadap Usaha Kecil Pariwisata. Jurusan Manajemen Universitas W.R. Supratman Surabaya , Jurnal Ekonomi, Maret
- Santoso, S. 2000. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia
- Soeratno dan Lincoln Arsyad. 2008. Metodologi. Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis. Edisi Revisi. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Sukirno, Sadono. (2005). Teori Pengantar Mikro Ekonomi. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Suliyanto. 2011.Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: Andi
- Suwandewi, M, A. 2014. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Jati Luwih Penebal, Tabanan. Tesis tidak dipublikasikan, MEP-UGM, Yogyakarta
- the World Cultural Heritage for Promoting Community Based Flood Disaster Management. A Case Studi of Ayutthaya Historical Park. "Disaster Mitigation of Cultural Heritage and Historic Cities, Vol 5.
- Widyawati, E. 2014. Valuasi Ekonomi Cultural Heritage Dengan Menggunakan Travel cost, Contingent Valuation Method Dan Income Aproach. Tesis tidak dipublikasikan, MEP-UGM, Yogyakarta
- www.ksei.co.id/registered_securities/government_bonds
- www.stern.nyu.edu/%7Eadamodar/pc/datasets/betaemerg.xls.
- www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/ctryprem.xls.
- www.antarajatim.com/lihat/berita/111500/taman-rekreasi-sengkaling-diambil-alih-umm diakses tanggal 25 juni 2015
- www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/149-artikel-kekayaan-negara-dan-perimbangan-keuangan/20429-travel-cost-dan-contingent-valuation-method-sebagai-metode-dalam-penilaian-manfaat-wisata-dari-sumber-daya-hutan diakses tanggal 25 juni 2015
- www.kabar24.bisnis.com/read/20130628/78/147648/sengkaling-milik-bentoel-grup-diakuisisi-umm-rp100-miliar . Diakses tanggal 18 agustus 2015.
- www.muhammadiyah.or.id/id/news-4316-detail-umm-resmi-miliki-taman-rekreasi-sengkaling.html diakses tanggal 26 juni 2015.
- www.radarmalang.co.id/2014-wisatawan-kabupaten-tembus-3-juta-10087.htm diakses tanggal 26 juni 2015
- www.sengkaling.com.