

## **VALUASI EKONOMI AGROWISATA COLOL DI KABUPATEN MANGGARAI TIMUR**

**Lusia Yasinta Kous<sup>1\*</sup>, Fredrik L.Benu<sup>2</sup>, I Wayan Nampa<sup>3</sup>.**

<sup>1</sup>Agribisnis/Pertanian, Universitas Nusa Cendana (penulis 1)

<sup>2</sup>Agribisnis/Pertanian, Universitas Nusa Cendana (penulis 2)

\*Email: [lusikous13@gmail.com](mailto:lusikous13@gmail.com)

### **1. PENDAHULUAN**

#### **ABSTRAK**

**Keywords:**

*Agrowisata; Valuasi  
Ekonomi; ITCM*

*Agrowisata Colol merupakan tempat wisata baru di Kabupaten Manggarai Timur yang menawarkan pengunjung pengalaman berlibur di kebun kopi. Agrowisata kopi Colol merupakan aktivitas pariwisata yang berkaitan dengan produksi dan pengolahan, kopi Wisatawan dapat mengunjungi kebun kopi, proses panen, serta memahami tahapan pengolahan kopi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan, menghitung valuasi ekonomi, dan tingkat kepuasan pengunjung terhadap Agrowisata Colol di Kabupaten Manggarai Timur. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan pengunjung yang ditentukan secara accidental sampling. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, Travel Cost Method (TCM) dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan adalah biaya perjalanan, pendapatan responden, jarak tempuh dan usia responden. Nilai ekonomi Agrowisata Colol sebesar Rp 68.265.300/Tahun. Secara umum, persepsi pengunjung terhadap Agrowisata Colol dikategorikan puas. Terdapat beberapa fasilitas layanan seperti spot foto, outbound, gazebo, jalur trekking, tokoh oleh-oleh, tempat makan/minum, dan makan minum masih perlu ditambahkan.*

Indonesia merupakan Negara dengan sektor agraris dengan sumber daya alam dan hayati yang melimpah, yang berpotensi besar untuk memajukan sektor pariwisata. Salah satu potensi wisata yang mengeksplorasi kekayaan sumber daya alam dan hayati di Indonesia adalah Agrowisata kopi. Agrowisata adalah kegiatan wisata yang menggunakan potensi pertanian sebagai daya tarik utamanya, termasuk pemandangan alam di area pertanian, ragam kegiatan teknologi pertanian dan produksi serta budaya petani Sastrayuda, (2010). Sementara itu Febranadya *et al.*, (2022) mengatakan agrowisata menggunakan

lingkungan fisik, proses produksi, kegiatan, dan interaksi sosial di sektor pertanian sebagai atraksi wisata.

Desa Colol berada di Kecamatan Lamba Leda Timur, memiliki potensi Agrowisata yang berbasis sumber daya alam dan hayati. Potensi Agrowisata kopi tersebar di luas wilayah 6,84 km<sup>2</sup> dengan topografi berbukit-bukit dan bergunung-gunung dengan ketinggiannya berada antara 1.100 sampai 1.300 meter di atas permukaan laut. Agrowisata Desa Colol telah diakui oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Manggarai Timur menetapkan desa tersebut sebagai Desa Agrowisata. melalui Keputusan Bupati Manggarai Timur Nomor HK/154./2020 tanggal 14 September 2020, berkat potensi pertanian kopi yang menjanjikan. Sebagai wilayah penghasil kopi, Desa ini sekarang menjadi tujuan wisata yang berfokus pada kopi, terutama terkenal dengan kopi Colol yang telah mendapatkan reputasi internasional. (Regency, 2020). Seiring dengan peningkatan minat terhadap wisata berbasis pengalaman dan edukasi, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Colol terus meningkat. Para wisatawan tertarik untuk menyaksikan langsung proses pembuatan kopi Colol, menikmati keindahan alam, dan berinteraksi dengan penduduk lokal. Namun, seringkali produk dan layanan yang ditawarkan oleh sumber daya alam, seperti pemandangan alam, udara segar, dan pengalaman budaya, tidak memiliki nilai pasar yang pasti. Hal ini menyulitkan dalam penentuan nilai ekonomi yang sebenarnya dari kegiatan agrowisata tersebut. Pengembangan Agrowisata kopi di Desa Colol memiliki berbagai manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan. Secara ekonomi, agrowisata dapat meningkatkan pendapatan petani kopi melalui diversifikasi sumber pendapatan dan menarik investasi ke daerah tersebut. Secara sosial, agrowisata mendorong pelestarian budaya lokal dan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat. Dari segi lingkungan, praktek pertanian yang berkelanjutan dalam agrowisata membantu melestarikan ekosistem lokal.

Destinasi wisata di Desa Colol menawarkan keindahan alam perkebunan kopi, ragam cita rasa kopi, dan proses pengolahan kopi serta atraksi geowisata seperti air terjun. Untuk mencapai Agrowisata Colol, Para pengunjung harus menempuh jarak sekitar 40 kilometer dari Kota Ruteng di Kabupaten Manggarai, atau sekitar 50 kilometer dari Kota Borong, ibu kota Kabupaten Manggarai Timur. Salah satu metode untuk menilai nilai barang dan layanan dari destinasi wisata adalah dengan menggunakan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method/TCM). Metode ini mengestimasi Nilai ekonomi suatu tempat wisata didasarkan pada biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung. Biaya yang dikeluarkan dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk biaya langsung dan biaya kesempatan. Biaya kesempatan mencakup waktu dan pendapatan yang hilang akibat waktu yang dihabiskan untuk wisata, sedangkan biaya langsung meliputi pengeluaran untuk transportasi, makanan dan minuman selama perjalanan, serta tiket masuk atau retribusi, sewa peralatan, pembelian oleh-oleh, dan lain-lain. Metode ini telah digunakan secara luas dalam penelitian ekonomi wisata Bertram & Larondelle (2017).

Dengan menganalisis pola pengeluaran saat berkunjung ke objek wisata, kita bisa memperkirakan nilai yang diberikan (dalam rupiah) oleh individu terhadap layanan untuk lingkungan yang disediakan oleh objek wisata alam tertentu. Tingkat permintaan kunjungan akan dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan untuk menikmati objek wisata selama perjalanan. Semakin besar biaya perjalanan, semakin sedikit jumlah pengunjung, sesuai dengan prinsip dasar hukum permintaan menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang atau layanan, semakin sedikit jumlah orang yang akan membelinya. Selain biaya perjalanan, faktor-faktor sosial ekonomi seperti usia, pendapatan, dan tingkat pendidikan juga mempengaruhi permintaan kunjungan (Haban & Kawung, 2019; Rahayu et al., 2021; Hasanah & Satrianto, 2019). Selain itu, Kondisi tempat wisata, seperti jarak, fasilitas, layanan, dan daya tarik, memengaruhi permintaan (Rafael & Almeida, 2017; Wiratini et al., 2018; Indra & Nababan, 2020).

Potensi ekonomi wisata Colol memerlukan evaluasi agar dapat digunakan sebagai alat untuk pengembangan agrowisata yang lebih baik. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan, nilai ekonomi, dan tingkat kepuasan pengunjung terhadap Agrowisata Colol di Kabupaten Manggarai Timur.

## 2. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Colol, Kecamatan Lamba Leda Timur, Kabupaten Manggarai Timur pada bulan Desember tahun 2023 sampai Januari tahun 2024. Sampel penelitian sebanyak 50 pengunjung yang ditentukan *accidental sampling*. Responden dipilih secara sengaja yaitu pengunjung yang ditemui di lokasi penelitian pada saat dilakukan penelitian. Analisis data menggunakan regresi linear berganda, *travel cost method*, dan deskriptif kuantitatif. Model regresi linear berganda merujuk model yang dikembangkan oleh Febranadya *et al.*, (2022) seperti persamaan (1)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \epsilon \quad (1)$$

Keterangan:

Y : frekuensi kunjungan (jumlah kali)

X1 : biaya perjalanan (dalam Rupiah)

X2 : pendapatan (dalam Rupiah)

X3 : jarak tempuh (dalam Kilometer)

X4 : usia (dalam tahun)

a : konstanta

b1-b4 : koefisien variabel

$\epsilon$  : kesalahan (error)

Valuasi ekonomi dianalisis menggunakan *Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method/TCM)* menghitung nilai ekonomi dengan memperkirakan total pengeluaran pengunjung selama perjalanan dan kunjungan, seperti yang dijelaskan oleh Sihombing (2011)., (persamaan 2)

$$\mathbf{BP = BT + BK + BD + BTK + BPR + BS + OC + BL (2)}$$

Keterangan:

BP : biaya perjalanan

BT : biaya tiket masuk

BK : biaya konsumsi

BD : biaya dokumentasi

BTK : biaya tiket masuk

BPR : biaya parkir kendaraan

BS : biaya souvenir

OC : biaya kesempatan

BL : biaya lain-lain

Menurut Sihombing (2011) Setelah fungsi permintaan kunjungan diperoleh, nilai ekonomi kawasan wisata dapat dihitung dengan menganalisis hubungan antara biaya perjalanan dan jumlah permintaan kunjungan. Besaran surplus konsumen, yang menjadi indikator nilai yang diberikan pengunjung terhadap Agrowisata Colol, dapat digunakan untuk mengukur hal ini. Nilai surplus konsumen dihitung menggunakan persamaan (3), kemudian digunakan untuk memperkirakan nilai ekonomi kawasan Agrowisata Colol dengan formula pada persamaan (4)

$$\mathbf{SK = N^2 / 2b1 (3)}$$

Keterangan:

SK : surplus konsumen per individu per kunjungan

N : jumlah kunjungan yang dilakukan oleh individu-i

b1 : koefisien dari variabel perjalanan

$$NE = SK \times JP \text{ (4)}$$

Keterangan:

NE : nilai ekonomi kawasan wisata dalam satu tahun

SK : surplus konsumen pengunjung per individu per kunjungan

JP : total jumlah pengunjung selama satu tahun

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Frekuensi Kunjungan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan ke Agrowisata Colol meliputi biaya, pendapatan, jarak tempuh, dan usia. Studi ini mengungkapkan bahwa pendapatan dan usia memiliki dampak yang sangat berpengaruh terhadap tingkat frekuensi kunjungan. Dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 47,1%, dapat disimpulkan bahwa sekitar 47,1% dari variasi dalam jumlah kunjungan dapat diuraikan dari kombinasi variabel yang berkaitan biaya perjalanan, keuntungan pengunjung, jarak perjalanan, dan usia. Sisa 52,9% kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Sebagai perbandingan, penelitian oleh Febranadya et al. (2022) mencatat koefisien determinasi sebesar 66,8%, yang mungkin disebabkan oleh penggunaan lebih banyak variabel, termasuk biaya perjalanan, pendapatan, tingkat pendidikan, usia, jarak perjalanan, dan daya tarik tempat wisata. Dari penelitian ini, Dapat disimpulkan bahwa variabel biaya perjalanan, pendapatan responden, jarak tempuh, dan usia secara keseluruhan memiliki dampak yang signifikan pada jumlah orang yang berkunjung ke Agrowisata Colol di Kabupaten Manggarai Timur. Analisis regresi tabel menunjukkan bukti kuat mengenai hubungan antara variabel independen (biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, dan usia) dengan frekuensi kunjungan ke Agrowisata Colol.

Tabel 2. Hasil Regresi Linear Berganda

	Coef	T	Sig
Constanta	1,603379	3,291	0,002
X1	-0,00000217 9	-2,010	0,050
X2	0,000000591	3,956	0,000
X3	-0,013331	-	0,034
		2,23843	
X4	0,05232	0,41384	0,001

Sumber : *Data Primer diolah, 2024*

### 3.2.Nilai Ekonomi Agrowisata

Surplus konsumen mencerminkan nilai maksimum yang bersedia dibayar oleh pengunjung untuk menikmati wisata. Metode Individual Travel Cost Method (ITCM) digunakan untuk menghitung surplus konsumen. Menurut perhitungan, ada surplus pelanggan per orang per kunjungan sebesar Rp 227.551. Nilai ekonomi total Agrowisata Colol dihitung dengan mengalikan jumlah total pelanggan per orang per kunjungan dengan jumlah total pengunjung tahunan. Hasil dari perkalian tersebut adalah Rp 68.265.300 per tahun. Temuan studi ini berbeda dengan penelitian Febranadya *et al.*, (2022), yang mencatat nilai ekonomi Rp 1.232.955.000, didukung oleh 67.500 kunjungan per tahun ke Agrowisata Bukit Waruwangi, yang memiliki fasilitas memadai. Dalam penelitian ini, hanya terdapat 300 kunjungan per tahun dengan total nilai ekonomi Rp 68.265.300. Temuan dari studi ini berbeda dengan penelitian Febranadya *et al.* (2022), yang melaporkan nilai ekonomi sebesar Rp 1.232.955.000. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa jumlah kunjungan ke Agrowisata Bukit Waruwangi dalam satu tahun mencapai 67.500 kunjungan, mencerminkan daya tarik dan popularitas tempat wisata tersebut di kalangan wisatawan. Penelitian ini didukung oleh fasilitas yang memadai di Agrowisata Bukit Waruwangi, sehingga mampu menarik lebih banyak pengunjung. Jika dalam penelitian ini jumlah pengunjung per tahun mencapai 67.500 kunjungan, dan nilai Jika surplus konsumen per individu per kunjungan adalah Rp 227.551, maka total nilai ekonomi yang dihasilkan akan mencapai Rp 15.359.692.500.

### 3.3. Tingkat Kepuasan Pengunjung

Tingkat kepuasan pengunjung Agrowisata Colol berdasarkan 5 indikator yang diukur menunjukkan kelima indikator tersebut dikategorikan puas dan sangat puas. Tingkat kepuasan paling tinggi berada pada kategori aksesibilitas memperoleh rata-rata 4,47 atau skor maksimum 89,47%. Sementara tingkat kepuasan terendah berada pada kategori akomodasi yang memperoleh rata-rata 3,4 atau skor maksimum 68%.

## 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh, dan usia mempengaruhi frekuensi kunjungan ke Agrowisata Colol sebesar 51,4%, dan faktor lain sebesar 48,6%. Surplus konsumen per individu sebesar Rp 227.551 menunjukkan kepuasan pengunjung yang tinggi, mencapai 69,89% dari biaya perjalanan. Total nilai ekonomi tahunan Rp 68.265.300 mencerminkan peran penting Agrowisata Colol dalam ekonomi lokal. Tingkat kepuasan tertinggi ada pada aksesibilitas (skor 89,47%) dan terendah pada akomodasi (skor 68%), menunjukkan bahwa kualitas pengalaman wisata yang baik dapat meningkatkan kunjungan dan dampak ekonomi.

## REFERENSI

- Bertram, C., & Larondelle, N. (2017). Going to the woods is going home: recreational benefits of a larger urban forest site—A travel cost analysis for Berlin, Germany. *Ecological economics*, 132, 255-263
- Febranadya, I., Pancawati, J., & Krisdianto, N. 2022. Valuasi Nilai Ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi Menggunakan Metode Biaya Perjalanan. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(2), 89–101. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.2.89-101>
- Haban, Y., Koleangan, R. A., & Kawung, G. M. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan dan nilai ekonomi kebun raya Bogor. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan*
- Indra, M., & Nababan, V. M. (2020). Analisis permintaan wisatawan millennial terhadap Objek Wisata Sungai Koran melalui faktor sosioekonomi dan lokasi. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 4(1), 19-27.
- Jocom, H., Kameo, D. D., Utami, I., & Laiskodat, V. B. (2021). Rantai Nilai Industri Pariwisata Sumba Timur dan Sumba Barat Daya. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 1–21.

Kapisa, M.B., Siti, A.B., Rumas, A.Y. 2021. Analisis Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan terhadap Pendapatan Kepala Keluarga (KK) di Kampung Manbesak Distrik Biak Utara. *Lensa Ekonomi* 15(1): 131-150.

Rafael, C., & Almeida, A. (2017). Sociodemographic tourist profile and destination image in online environment. *Journal of Advanced Management Science*, 5(5), 373-

379.

Rahayu, E. M., Triwanto, J., & Chanan, M. (2021). Analisis faktor jumlah pengunjung Objek Wisata Srambang Park Ngawi Jawa Timur. *Jurnal Hutan Tropis*, 9(1), 50-55.  
<http://dx.doi.org/10.20527/jht.v9i1.10468>

Regency, M. 2020. *Evaluasi Lanskap Agrowisata Desa Colol di Kabupaten Manggarai Timur*.

Sastrayuda, G. S. 2010. Konsep Pengembangan Kawasan Agrowisata. *Hand Out Mata Kuliah Concept Resort and Leisure, Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan Resort and Leisure*, 1–38.

Sihombing, D. M. R. 2011. *Penilaian Ekonomi dan Prospek Pengembangan Wisata Taman Wisata Alam Gunung Pancar*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.

Wiratini, N. N. A, Setiawina, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan kembali wisatawan pada daya tarik wisata di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 279-308