

**WILLINGNESS TO PAY (WTP) PENGUNJUNG WISATA
SARASAH AIE LULUIH, SARASAH BUNTA DAN SARASAH MURAI**

**WILLINGNESS TO PAY (WTP) OF TOURIST VISITORS
SARASAH AIE LULUIH, SARASAH BUNTA, AND SARASAH MURAI**

Sovia Anggraini¹, Noril Milantara^{1*}, Hernawati¹, Neni Marlina²

¹Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia

²Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Email Korespondensi : nmi.umsb@gmail.com

Abstrak

Taman Wisata Alam merupakan salah satu jenis kawasan konservasi. Selain berfungsi sebagai kawasan konservasi, juga difungsikan sebagai objek wisata. Lembah Harau menjadi salah satu objek wisata favorit di Provinsi Sumatera Barat. Kawasan Sarasah Bunta memiliki tiga air terjun dalam bentang alam yang sama, yaitu Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi Willingness to Pay (WTP) pengunjung wisata Air Terjun Lembah Harau, untuk mengetahui kesediaan pengunjung membayar untuk menikmati wisata Air Terjun Lembah Harau dan untuk mengetahui perbandingan nilai Willingness to Pay (WTP) pengunjung wisata pada 3 Air Terjun Lembah Harau. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis regresi linear berganda, metode Contingent Valuation Method (CVM) dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai WTP yang memengaruhi signifikan yaitu tingkat pendapatan di Sarasah Aie Luluih, tingkat pendidikan di Sarasah Bunta dan jenis kelamin di Sarasah Murai. Nilai rata-rata WTP adanya kesediaan membayar di masing-masing air terjun sebesar Rp 6.625,00 per sekali masuk di Sarasah Aie Luluih, sebesar Rp 7.906,25 per sekali masuk di Sarasah Bunta dan Rp 7.233,33 per sekali masuk di Sarasah Murai. Nilai Total WTP (TWTP) Rp 6.123.812.816,28 dengan asumsi estimasi pengunjung Lembah Harau 281.366 jiwa. Secara keseluruhan, perbedaan lokasi, fasilitas, dan suasana dari masing-masing air terjun menciptakan segmentasi pengunjung yang berbeda, sehingga pengelolaan dan pengembangan wisata di ketiga lokasi ini disesuaikan dengan karakteristik pengunjung masing-masing air terjun.

Kata kunci: Taman Wisata Alam, Lembah Harau, Favorit, Contingent Valuation Method, Willingness to Pay.

Abstract

A Nature Tourism Park (TWA) is a type of conservation area. In addition to functioning as a conservation area, TWA also functions as a tourist attraction. Harau Valley is one of the favorite tourist attractions in West Sumatra Province. The Sarasah Bunta area has three waterfalls in the same landscape, namely Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta, and Sarasah Murai. This study aims to determine the factors that influence the Willingness to Pay (WTP) of visitors to the Harau Valley Waterfall, determine the amount of Willingness to Pay (WTP) of visitors to enjoy the Harau Valley Waterfall tour, and compare the Willingness to Pay (WTP) values of tourists at the three Harau Valley Waterfalls. The data used in this study include primary data and secondary data. This study used a multiple linear regression analysis approach, the Contingent Valuation Method (CVM), and descriptive analysis. The results of this study indicate that the WTP values that have a significant influence are income level at Sarasah Aie Luluih, education level at Sarasah Bunta, and gender at Sarasah Murai. The average WTP value of willingness to pay at each waterfall is IDR 6,625.00 per entry at Sarasah Aie Luluih, IDR 7,906.25 per entry at Sarasah Bunta, and IDR 7,233.33 per entry at Sarasah Murai. The Total WTP value (TWTP) is IDR 6,123,812,816.28 with an estimated visitor count of 281,366 people in the Harau Valley. Overall, differences in location, facilities, and atmosphere of each waterfall create different visitor segmentations, so that tourism management and development at the three locations are adjusted to the characteristics of visitors to each waterfall.

Keywords: Nature Tourism Park, Harau Valley, Favorites, Contingent Valuation Method, Willingness to Pay.

Genesis Naskah (Diterima : Agustus 2025, Disetujui : Oktober 2025 : , Diterbitkan : Desember 2025)

PENDAHULUAN

Lembah Harau merupakan salah satu objek wisata favorit di Provinsi Sumatera Barat

(Junarsa *et al.*, 2023). Destinasi wisata alam unggulan Lembah Harau ini yaitu dengan panorama tebing granit dan sejumlah air terjun. Air terjun atau yang dalam bahasa Minangkabau

dikenal dengan "sarasah" merupakan salah satu potensi wisata alam yang menawarkan pesona keindahan dan ketenangan yang khas. Keberadaannya menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan karena menyuguhkan panorama alam yang asri, udara yang sejuk, serta suara gemericik air yang menenangkan.

Kawasan Sarasah Bunta mencakup tiga air terjun, yaitu Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta, dan Sarasah Murai, yang masing-masing memiliki karakteristik dan tingkat kunjungan berbeda. Potensi wisata ini tidak hanya memberikan manfaat rekreasi, tetapi juga berkontribusi pada perekonomian masyarakat sekitar.

Namun, pengelolaan yang belum optimal, keterbatasan fasilitas, serta rendahnya kesadaran lingkungan menjadi kendala dalam pengembangan kawasan secara berkelanjutan. Selain itu, hingga kini belum diketahui nilai ekonomis (valuasi ekonomi) dari aktivitas wisata di Lembah Harau, khususnya di Sarasah Bunta, serta faktor sosial-ekonomi yang memengaruhinya.

Octaria *et al.* (2017) menyatakan bahwa kesediaan untuk membayar atau *Willingness to Pay* adalah kesediaan individu untuk membayar terhadap suatu kondisi lingkungan atau penilaian terhadap sumberdaya alam dan jasa alami dalam rangka memperbaiki kualitas lingkungan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang analisis WTP pengunjung wisata untuk mengetahui seberapa besar kesediaan pengunjung membayar untuk berkunjung dan berekreasi di tiga air terjun yang terdapat di kawasan Sarasah Bunta, Lembah Harau.

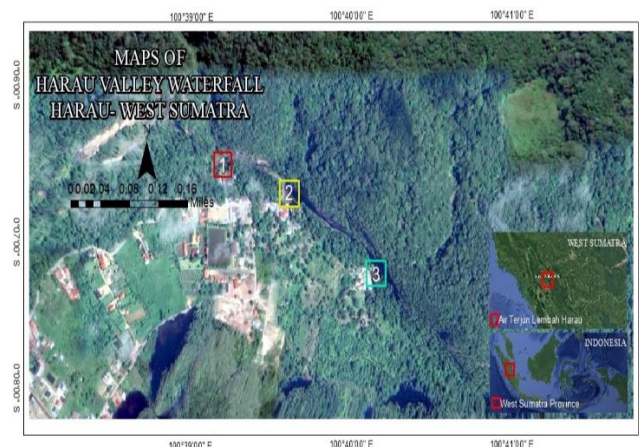
Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi *Willingness to Pay* (WTP) pengunjung wisata Air Terjun Lembah Harau. Mengetahui kesediaan pengunjung membayar untuk menikmati wisata Air Terjun Lembah Harau. Mengetahui perbandingan nilai *Willingness to Pay* (WTP) pengunjung wisata pada 3 Air Terjun Lembah Harau.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2025 dan tempat penelitian dilakukan pada kawasan Taman Wisata Alam Lembah Harau, Nagari Tarantang, Kecamatan Harau, Kabupaten Lima

Puluh Kota. Adapun Peta Lokasi penelitian dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dengan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden melalui bantuan daftar pertanyaan terstruktur (kuesioner). Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang berhubungan dengan TWA Lembah Harau, jurnal, buku, internet, maupun sumber lain yang dapat menyediakan data yang menunjang penelitian ini.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini ada 3 yaitu analisis regresi linear berganda, analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) dan analisis deskriptif

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor-faktor yang memengaruhi *Willingness to Pay* (WTP) Pengunjung Wisata Air Terjun Lembah Harau

Responden dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang berkunjung ke Sarasah Aie Luluih (SAL), Sarasah Bunta (SB) maupun Sarasah Murai (SM). Karakteristik responden sangat penting dijadikan tolak ukur suatu penelitian di lapangan untuk menjadi sumber penelitian. Berikut merupakan informasi data responden yang berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sarasah Aie Luluih, Air Terjun Sarasah Bunta dan Air terjun Sarasah Murai.

1) Jenis Kelamin

Jenis kelamin dari wisatawan akan turut mendukung jenis pariwisata yang akan dipilih

sehingga jenis kelamin secara tidak langsung memengaruhi keinginan membayar wisatawan terhadap jasa lingkungan yang diberikan oleh objek wisata air terjun. Jenis kelamin para pengunjung bisa dilihat pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Jenis Kelamin Pengunjung di Masing-masing Sarasah

NO	Jenis Kelamin	Sarasah Aie Luluih (Orang)	Sarasah Bunta (Orang)	Sarasah Murai (Orang)
1	Laki-Laki	15	14	23
2	Perempuan	20	21	12
	Jumlah	35	35	35

Dilihat dari tabel 1. diatas bahwa sebagian besar pengunjung di Sarasah Aie Luluih berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 20 orang. sedangkan sebagian besar pengunjung di Sarasah Bunta berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 21 orang dan sebagian besar pengunjung di Sarasah Murai berjenis kelamin laki-laki yang berjumlah 23 orang.

Ini menunjukkan bahwa lokasi Sarasah Aie Luluih dan Sarasah Bunta lebih ramah atau mudah dijangkau, terlebih lagi letak air terjun ini tidak terlalu jauh dari jalan raya dan cocok untuk semua kalangan termasuk perempuan. Perempuan ini cenderung lebih terburu-buru dibandingkan laki-laki, air terjunnya lebih cocok untuk wisata keluarga atau rekreasi santai. Fasilitas yang baik atau lingkungan yang lebih aman dan nyaman. Sedangkan di lokasi Sarasah Murai lebih dominan laki-laki karena membutuhkan tenaga dan energi untuk jalan kedalam dan terkadang setelah hari hujan jalannya licin. Kolam di air terjun ini lebih dalam dibandingkan di Sarasah Aie Luluih dan Sarasah Bunta dan kurang aman untuk keluarga yang membawa anak-anak.

Meng dan Uysal (2008) menunjukkan bahwa perempuan memberi penekanan lebih besar pada kenyamanan, keamanan dan fasilitas, sedangkan laki-laki lebih menyukai aktivitas fisik yang menantang seperti hiking atau kano. Hal ini sangat relevan dengan kondisi Sarasah Aie Luluih dan Sarasah Bunta (mudah dijangkau, ramah keluarga), serta Sarasah Murai (aksesnya agak sulit, kolam lebih dalam).

2) Waktu yang dihabiskan di Lokasi

Kim *et al.* (2023) menjelaskan bahwa waktu adalah komoditas yang dianggap berharga oleh wisatawan. Semakin lama seseorang berada di lokasi dan semakin dekat aktivitas yang berjalan semakin besar kemungkinan mereka akan menikmati lebih banyak pengalaman *on-site*, yang kemudian meningkatkan keinginan untuk membayar lebih guna memperoleh pengalaman tersebut. Maka dari itu waktu yang dihabiskan di lokasi dapat memengaruhi besarnya kesediaan membayar pengunjung pada objek wisata Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai. Waktu yang dihabiskan di lokasi dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Waktu yang Dihabiskan Pengunjung di Masing-masing Sarasah

NO	Waktu yang dihabiskan di Lokasi (menit)	Sarasah Aie Luluih (Orang)	Sarasah Bunta (Orang)	Sarasah Murai (Orang)
1	1-1 jam 54 menit	4	1	3
2	2-2 jam 54 menit	15	12	13
3	3-3 jam 54 menit	13	14	12
4	4-4 jam 54 menit	2	5	5
5	5-5 jam 54 menit	1	3	2
	Jumlah	35	35	35

Dilihat dari tabel 2. diatas bahwa waktu yang dihabiskan di lokasi objek wisata Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai yaitu 2- 2 jam 54 menit dan 3-3 jam 54 menit.

Waktu ini merupakan waktu yang ideal bagi pengunjung berkegiatan, tidak terlalu singkat maupun terlalu lama. Ini mengindikasikan bahwa Sarasah Aie Luluih cocok untuk kunjungan santai tapi tidak terlalu melelahkan, mungkin karena akses yang mudah namun tetap menarik. Pengunjung cenderung menghabiskan waktu lebih lama di Sarasah Bunta. Ini bisa menunjukkan bahwa lokasi ini menawarkan fasilitas atau kenyamanan yang membuat orang betah (misalnya tempat duduk, kolam, pelampung berenang, foto yang bisa dicetak). Pengunjung lebih tertarik dengan kejernihan air, untuk menikmati objek wisata. Kejernihan air menciptakan kesan positif awal yang mendorong

mereka tinggal lebih lama daripada kunjungan biasa. Kejernihan air mulai menurun setelah banyak orang masuk ke kolam yang menyebabkan kenyamanan berkurang dan waktu kunjungan tidak diperpanjang. Air di 3 air terjun ini cukup jernih tetapi, di kolam Sarasah Murai banyak lumut yang berwarna coklat seperti karat sehingga airnya terlihat kotor.

Destinasi alam/kultural menunjukkan bahwa durasi kunjungan 2–3 jam banyak dipilih pengunjung sebagai rentang yang optimal cukup untuk menikmati suasana, tanpa membuat lelah (Nguyen *et al.*, 2025). Sugiana *et al.* (2024) menekankan bahwa aksesibilitas dan fasilitas utama adalah prediktor signifikan untuk kepuasan dan niat kunjungan kembali.

3) Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah salah satu faktor pengunjung dalam menentukan perjalanan wisata. Tingkat pendidikan dapat memengaruhi besarnya kesediaan membayar pengunjung pada objek wisata Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai. Tingkat Pendidikan pengunjung dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Tingkat Pendidikan Pengunjung di 3 Sarasah

NO	Tingkat Pendidikan	Sarasah Aia Luluih (Orang)	Sarasah Bunta (Orang)	Sarasah Murai (Orang)
1	SD	2	1	1
2	SMP	2	1	3
3	SMA	20	20	19
4	PT	11	13	12
Jumlah		35	35	35

Dilihat dari tabel 3. tingkat pendidikan pengunjung bervariasi mulai dari Sekolah Dasar (SD) sampai bergelar Sarjana (S1). Dilihat dari tabel bahwa sebagian besar responden di Sarasah Aie Luluih dan Sarasah Bunta berjumlah 20 orang sedangkan di Sarasah Murai berjumlah 19 orang yang memiliki tingkat pendidikan selama 12 tahun atau SMA/SLTA/MA sederajat.

Tingkat pendidikan pengunjung secara umum menunjukkan bahwa wisatawan yang datang ke ketiga air terjun ini didominasi oleh kalangan berpendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Perguruan Tinggi (PT). Ini dapat menjadi indikator penting dalam strategi pengelolaan dan promosi wisata. Misalnya, informasi promosi yang lebih edukatif atau

penyediaan fasilitas yang ramah bagi kelompok usia remaja dan dewasa bisa menjadi prioritas. Apabila dikaitkan dengan kesediaan membayar (WTP), biasanya tingkat pendidikan yang lebih tinggi juga berhubungan dengan kemampuan analisis nilai suatu objek wisata dan kemungkinan lebih tinggi dalam memberikan kontribusi terhadap konservasi atau pengelolaan objek wisata.

Sapitri *et al.* (2024) dalam penelitiannya menyebutkan, faktor pendukung WTP secara signifikan antara lain pendidikan. Pengunjung dengan level pendidikan SMA atau lebih tinggi menunjukkan tingkat kesediaan membayar yang lebih besar untuk pelestarian ekowisata. Selain itu, tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar (WTP) pengunjung. Dalam studi Sugiana *et al.* (2024), ditemukan bahwa individu dengan latar belakang pendidikan tinggi memiliki kecenderungan lebih besar untuk memberikan kontribusi finansial dalam rangka konservasi dan pengembangan destinasi wisata. Mereka lebih mampu menilai manfaat non-material dari objek wisata alam seperti pelestarian lingkungan, keberlanjutan dan pengalaman edukatif.

4) Jarak Tempat Tinggal

Jarak tempat tinggal merupakan penentu para pengunjung untuk melakukan wisata, akan tetapi tempat wisata yang menarik juga menjadi tolak ukur para pengunjung. Maka dari itu jarak tempat tinggal dapat memengaruhi besarnya kesediaan membayar pengunjung pada objek wisata Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai. Jarak tempat tinggal dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Jarak Tempat Tinggal Pengunjung ke Masing-masing Sarasah

NO	Jarak Tempat Tinggal (km)	Sarasah Aia Luluih (Orang)	Sarasah Bunta (Orang)	Sarasah Murai (Orang)
1	Payakumbuh dan sekitarnya	21	18	20
2	Bukittinggi	1	1	0
3	Padang	0	1	0

4	Pekanbaru	11	14	12
5	Jambi	2	1	3
Jumlah		35	35	35

Dilihat dari tabel 4. bahwa pengunjung dari Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai yang didominasi oleh Payakumbuh dan sekitarnya (Mungka, Guguak, Talago, Suliki, Pangkalan dan lain-lain). Pengunjung Sarasah Aie Luluih berjumlah 21 orang yang berasal dari Payakumbuh dan sekitarnya sedangkan di Sarasah Bunta didominasi oleh Payakumbuh dan sekitarnya berjumlah 18 orang dan di Sarasah Murai juga didominasi oleh Payakumbuh dan sekitarnya berjumlah 20 orang.

Pengunjung lokal (Payakumbuh & sekitarnya) tetap menjadi pengunjung utama. Ini menunjukkan pentingnya menjaga daya tarik lokal sebagai penggerak utama kunjungan, wisatawan yang mengunjungi lokasi dalam rangka wisata harian (*day trip*). Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas yang baik dari daerah sekitar mendorong tingginya kunjungan lokal. Kota Pekanbaru menjadi peluang pengembangan wisata antar-provinsi, terutama dengan fasilitas dan akses. Pengunjung dari Kota Pekanbaru melihat destinasi ini sebagai alternatif liburan akhir pekan. Untuk menjangkau pengunjung luar provinsi, diperlukan peningkatan promosi, akses transportasi dan fasilitas wisata. Dengan perluasan promosi ke Kota Bukittinggi, Kota Padang dan Kota Jambi berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan dari kota besar ini.

Berdasarkan beberapa penelitian, jarak tempat tinggal terbukti sebagai faktor penting dalam keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Rosya *et al.* (2019) menjelaskan bahwa wisatawan dari jarak yang lebih jauh memiliki nilai WTP lebih tinggi, dengan catatan bahwa daya tarik wisata berperan sebagai penyeimbang biaya perjalanan.

5) Tingkat Pendapatan per Bulan Pengunjung

Tingkat pendapatan akan memengaruhi seseorang untuk melakukan permintaan suatu barang, begitu juga kunjungan wisata dengan objek wisata yang menarik. Maka dari itu tingkat pendapatan perbulan pengunjung dapat memengaruhi besarnya kesediaan membayar pengunjung pada objek wisata Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai.

Tingkat pendapatan per bulan dapat dilihat pada Tabel 5 dibawah ini.

Tabel 5. Tingkat Pendapatan per Bulan Pengunjung di Masing-masing Sarasah

NO	Tingkat Pendapatan (Responden)	Sarasah Aie Luluih (Orang)	Sarasah Bunta (Orang)	Sarasah Murai (Orang)
1	500.000-1.499.999	7	9	12
2	1.500.000-2.499.999	4	6	2
3	2.500.000-3.499.999	2	4	3
4	3.500.000-4.499.999	14	2	6
5	4.500.000-5.499.999	6	7	8
6	>5.500.000	2	7	4
Jumlah		35	35	35
Minimun =		500.000		
Maksimal =		7.500.000		

Dilihat dari tabel 5. Bahwa sebagian besar tingkat pendapatan per bulan pengunjung di Sarasah Aie Luluih per bulan berkisar Rp 3.500.000 sampai Rp 4.499.999 yang berjumlah 14 orang sedangkan sebagian besar tingkat pendapatan pengunjung di Sarasah Bunta dan Sarasah Murai per bulan berkisar Rp 500.000 sampai Rp 1.499.999 yang berjumlah 9 orang dan 12 orang.

Perbedaan dominasi tingkat pendapatan pengunjung di ketiga lokasi mencerminkan keragaman daya beli dan latar belakang ekonomi. Destinasi ini memiliki daya tarik kuat untuk masyarakat, terutama karena sifatnya yang murah, alami dan mudah dijangkau. Oleh karena itu, pengembangan objek wisata sebaiknya mempertimbangkan karakteristik pengunjung utama ini dalam merancang kebijakan tarif, fasilitas, dan promosi.

Berdasarkan penelitian Nurulita *et al.* (2025) semakin tinggi pendapatan pengunjung, maka semakin besar kesediaan mereka membayar kontribusi untuk konservasi lingkungan. Pendapatan menjadi variabel signifikan secara statistik dalam model regresi linear berganda yang digunakan oleh peneliti. Pengunjung dengan penghasilan lebih tinggi juga cenderung memiliki kesadaran lebih baik terhadap pentingnya pelestarian lingkungan.

Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar maka digunakan analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut, yaitu:

$$WTP = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

WTP = Nilai WTP yang ingin dibayarkan (Rp)

β_0 = Konstanta

$\beta_1.. \beta_6$ = Koefisien regresi

X_1 = Jenis Kelamin (bernilai 1 jika pria, bernilai 0 jika wanita)

X_2 = Waktu yang di habiskan di lokasi (jam)

X_3 = Tingkat pendidikan (tahun)

X_4 = Jarak tempat tinggal (km)

X_5 = Tingkat pendapatan (Rp/bulan)

ε = Error

Analisis regresi linear berganda di Sarasah Aie Luluih, dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda di Sarasah Aie Luluih

Coefficients ^a					
Variabel	Koefisien Tidak Terstandarisasi		Koefisien Terstandarisasi	Nilai t	Sig. (p-value)
	B	Standar Error			
(Constant)	7859.986	1698.108		4.629	.000
Jenis Kelamin (X1)	567.680	717.173	.152	.792	.436
Jarak Tempuh (X2)	-500.391	408.114	-.234	-1.226	.231
Pendidikan (X3)	-196.229	119.591	-.288	-1.641	.113
Waktu Kunjungan (X4)	4.159	2.193	.294	1.896	.069
Pendapatan (X5)	.001	.000	.558	3.128	.004

a. Dependent Variable: Y

$$WTP = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \varepsilon$$

$$WTP = 7859.986 + 567.680X_1 - 500.391X_2 - 196.229X_3 + 4.159X_4 + 0.001X_5 + \varepsilon$$

Berikut adalah penjelasan dari persamaan regresi linear berganda:

- (Constant) = 7859,986

Nilai dasar Y (misalnya: WTP) ketika semua X_1 – X_5 bernilai nol. Artinya, jika tidak ada pengaruh dari jenis kelamin, jarak tempuh, pendidikan, waktu kunjungan, maupun pendapatan, maka nilai Y adalah Rp 7.859,99.

- X1: Jenis Kelamin B = 567,680

Laki-laki (kode 1) memiliki WTP lebih tinggi Rp 567,68 dibanding perempuan (kode 0). $P = 0,436 (> 0,05) \rightarrow$ tidak signifikan, artinya perbedaan jenis kelamin tidak berpengaruh secara statistik terhadap Y.

- X2: Jarak Tempuh B = -500,391

Semakin jauh jarak, WTP cenderung turun sebesar Rp 500,39 per satuan jarak. $P = 0,231 \rightarrow$ tidak signifikan, artinya jarak tidak berpengaruh nyata terhadap WTP.

- X3: Pendidikan B = -196,229

Semakin tinggi tingkat pendidikan, WTP cenderung turun Rp 196,23. $P = 0,113 \rightarrow$ belum signifikan di 5%, tapi mendekati signifikan di 10%, bisa dipertimbangkan secara teoritis.

- X4: Waktu Kunjungan B = 4,159

Setiap tambahan 1 jam kunjungan, WTP naik Rp 4,16. $P = 0,069 \rightarrow$ mendekati signifikan pada taraf 10%. Artinya, lama waktu kunjungan mungkin berpengaruh pada WTP.

- X5: Pendapatan B = 0,001, Beta = 0,558

Pendapatan adalah variabel dengan pengaruh paling besar dan signifikan. Setiap kenaikan pendapatan Rp 1, WTP naik Rp 0,001. $P = 0,004 (< 0,05) \rightarrow$ signifikan secara statistik. Artinya, semakin tinggi pendapatan, maka WTP (kesediaan membayar) juga semakin tinggi.

Hasil analisis di Sarasah Aie Luluih menunjukkan bahwa dari lima variabel independen, hanya pendapatan yang berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap WTP. Variabel waktu kunjungan menunjukkan pengaruh yang hampir signifikan dan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengelolaan waktu dan fasilitas wisata. Sementara itu, variabel jenis kelamin, jarak tempuh, dan pendidikan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai WTP. Hasil ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan tarif masuk wisata yang lebih adil dan terjangkau, dengan mempertimbangkan

kemampuan membayar dari pengunjung.

Berdasarkan penelitian Ahmad (2024) variabel status pekerjaan dan tingkat pendapatan signifikan pada $\alpha = 0,01$, variabel jenis kelamin signifikan pada $\alpha = 0,1$, dan variabel usia serta tingkat pendidikan signifikan pada $\alpha = 0,2$.

Analisis regresi linear berganda di Sarasah Bunta, dapat dilihat pada Tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7. Analisis Regresi Linear Berganda di Sarasah Bunta

Koefisien					
Variabel	B	Koefisien Tidak Terstandarisasi Standar Error	Koefisien Terstandarisasi Beta	Nilai T	Sig. (p-value)
(Constant) (Y)	467.118	111.398		695	493
Jenis Kelamin (X1)	-1438.591	1128.163	.306	1.275	214
Jarak Tempuh (X2)	-613.236	373.729	.265	1.641	.113
Pendidikan (X3)	559.140	167.793	.622	.332	.003
Waktu Kunjungan (X4)	5.580	3.904	.272	.429	.165
Pendapatan (X5)	0.000	.000	.292	1.204	.239

a. Dependent Variable: Y

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

$$WTP = 1467.118 - 1438.591 X_1 - 613.236 X_2 + 559.140 X_3 + 5.580 X_4 - 0.000 X_5 + \varepsilon$$

Berikut adalah penjelasan dari persamaan regresi linear berganda:

- Konstanta ($\beta_0 = 1467.118$)
Jika semua variabel bebas bernilai nol, maka nilai WTP dasar yang diprediksi adalah Rp 1.467,12. Nilai ini bukan nilai mutlak, tetapi titik awal model prediksi.
- X1 (Jenis Kelamin, $\beta = -1438.591$, Sig. = 0.214)
Jenis kelamin berpengaruh negatif terhadap WTP, namun tidak signifikan ($p > 0.05$).

Artinya, perbedaan jenis kelamin tidak secara nyata memengaruhi besaran WTP pengunjung di Sarasah Bunta.

- X2 (Jarak Tempuh, $\beta = -613.236$, Sig. = 0.113)
Semakin jauh jarak yang ditempuh pengunjung, cenderung menurunkan nilai WTP, meskipun pengaruh ini juga tidak signifikan secara statistik ($p > 0.05$), namun sudah mendekati batas signifikansi.
- X3 (Pendidikan, $\beta = 559.140$, Sig. = 0.003)
Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WTP ($p < 0.05$). Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi kesediaannya membayar. Ini bisa dikaitkan dengan kesadaran lebih tinggi terhadap pentingnya pelestarian alam dan nilai rekreasi.
- X4 (Waktu Berkunjung, $\beta = 5.580$, Sig. = 0.165)

Lama waktu kunjungan memiliki pengaruh positif terhadap WTP, namun pengaruhnya tidak signifikan. Artinya, meskipun semakin lama pengunjung berada di lokasi cenderung membayar lebih, hubungan ini belum cukup kuat untuk disimpulkan secara statistik.

- X5 (Pendapatan, $\beta = 0.000$, Sig. = 0.239)
Pendapatan memiliki koefisien mendekati nol dan tidak signifikan. Ini menunjukkan bahwa di lokasi ini, tingkat pendapatan pengunjung tidak menjadi faktor utama dalam menentukan WTP.

Dari semua variabel, hanya tingkat pendidikan (X3) yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap WTP pengunjung di Sarasah Bunta. Variabel lain (jenis kelamin, jarak, waktu kunjungan, dan pendapatan) belum menunjukkan pengaruh yang signifikan, meskipun beberapa (seperti jarak tempuh) cenderung mendekati batas signifikansi.

Berdasarkan penelitian Pranata dan Karmeli (2024) pendapatan, frekuensi kunjungan, dan durasi kunjungan berpengaruh positif signifikan terhadap *Willingness to Pay*. Biaya perjalanan memiliki efek negatif signifikan semakin tinggi biaya, semakin rendah kesediaan membayar. Pendidikan tidak berpengaruh signifikan dalam konteks ini. Model regresi mampu menjelaskan mayoritas variasi WTP dengan R^2 tinggi (73,1%).

Analisis regresi linear berganda di Sarasah Murai, dapat dilihat pada Tabel 8 di bawah ini

Tabel 8. Analisis Regresi Linear Berganda di Sarasah Murai

Koefisien					
Variabel	Koefisien Tidak Terstandarisasi	Standar Error	Koefisien Terstandarisasi Beta	Nilai t	Sig. (p- value)
(Constant) (Y)	25.26 4	4434.1 49		.24 6	.225
Jenis Kelamin (X1)	753.5 36	834.06 7	.370	.10 2	.046
Jarak Tempuh (X2)	7.407	377.29 7	-.003	.02 0	.984
Pendidikan (X3)	156.6 63	432.49 3	-.156	.36 2	.720
Waktu Kunjungan (X4)	.924	3.214	.131	.59 9	.555
Pendapatan (X5)	.001	.001	.573	.22 2	.234

a. Dependent Variable: Y

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

$$WTP = 5525.264 + 1753.536 X_1 - 7.407 X_2 + 156.663 X_3 + 1.924 X_4 + 0.001 X_5 + \varepsilon$$

Penjelasan hasil persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

- Konstanta (5525,264):
Nilai rata-rata WTP pengunjung jika semua variabel independen bernilai nol.
- X1(Jenis kelamin, koefisien 1753,536)
Setiap perubahan pada jenis kelamin (misalnya laki-laki vs perempuan) meningkatkan WTP sebesar 1753,536 rupiah, dan variabel ini signifikan (p = 0,046). Ini berarti jenis kelamin berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar.
- X2 (Jarak tempuh, koefisien = -7,407)
Setiap satuan jarak tambahan akan menurunkan WTP sebesar 7,407 rupiah, namun pengaruhnya tidak signifikan (p = 0,984).
- X3 (Pendidikan, koefisien = -156,663)
Setiap kenaikan tingkat pendidikan menurunkan WTP sebesar 156,663 rupiah, tapi juga tidak signifikan (p = 0,720).
- X4 (Waktu kunjungan, koefisien = 1,924)

Setiap tambahan waktu satuan yang dihabiskan di lokasi menaikkan WTP sebesar 1,924 rupiah, namun pengaruhnya tidak signifikan (p = 0,555).

- X5 (Pendapatan, koefisien = 0,001)
Pendapatan sedikit menaikkan WTP, sebesar 0,001 rupiah per satuan pendapatan, tapi tidak signifikan (p = 0,234).

Hanya jenis kelamin yang secara statistik signifikan memengaruhi kesediaan membayar pengunjung Sarasah Murai. Variabel lain tidak berpengaruh signifikan terhadap WTP. Oleh karena itu, faktor demografis seperti jenis kelamin perlu diperhatikan dalam pengelolaan dan pemasaran objek wisata ini.

Berdasarkan penelitian Fitra dan Sasana (2021) variabel jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan terbukti positif dan signifikan terhadap WTP tiket masuk objek wisata alam (koef. jenis kelamin $\approx +1.420$, signifikan).

2. Nilai WTP Air Terjun di Lembah Harau

Pendekatan CVM dalam penelitian digunakan untuk menganalisis nilai WTP responden di Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai. Pendekatan CVM memiliki lima tahapan yaitu:

1. Membuat Pasar Hipotek

Langkah pertama yang dilakukan adalah membuat suatu pasar hipotesis terhadap Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai yang dijadikan sebagai tempat penelitian. Selanjutnya, pasar hipotesis tersebut dituangkan dalam sebuah kuesioner yang memberikan informasi dengan jelas mengenai kondisi dari ketiga Sarasah yang berada di Lembah Harau saat ini dan sekaligus mengajukan pertanyaan mengenai nilai yang bersedia dibayarkan oleh responden untuk tetap mempertahankan keindahan dari ketiga Air Terjun di Lembah Harau tersebut.

Fungsi dan manfaat Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai yang berada di Lembah Harau diantaranya adalah sebagai tempat wisata/rekreasi bagi para wisatawan, bisa meningkatkan nilai ekonomi masyarakat sekitar melalui berdagang maupun yang menyewakan pelampung renang, tukang parkir dan lain sebagainya.

Lembah Harau dengan air terjun yang indah sangat bergantung pada tersedianya air. Untuk menjaga air terjun tetap mengalir, beberapa langkah yang bisa dilakukan antara

lain: penanaman kembali hutan, pencegahan deforestasi, pengelolaan wisata yang bertanggung jawab, pemantauan dan evaluasi.

2. Nilai WTP

Pada penelitian ini nilai penawaran yang digunakan untuk mengetahui nilai WTP responden didapatkan melalui metode pertanyaan terbuka (*open-ended question*). Melalui metode tersebut responden diberikan kebebasan untuk menyatakan sejumlah nilai yang bersedia dibayarkan untuk wisata Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai.

3. Perhitungan Nilai Rata-Rata WTP

Pengunjung dianggap sebagai pemanfaat dari fungsi dan manfaat yang diberikan dari ketiga air terjun yang berada di Lembah Harau. Maka, di ketiga air terjun di Lembah Harau perlu di upayakan melalui pendekatan WTP yang bersedia dibayarkan oleh pengunjung untuk mencapai wisata yang berkelanjutan.

Dugaan nilai rata-rata WTP responden diperoleh berdasarkan rasio jumlah nilai WTP yang diberikan responden dengan jumlah total responden yang bersedia membayar. Distribusi nilai WTP responden ditampilkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 9. Distribusi Nilai WTP Pengunjung pada 3 Sarasah

NO	WTP (Rp)	Sarasah Aia Luluih (Orang)	Sarasah Bunta (Orang)	Sarasah Murai (Orang)	WTP Jumlah Responden (Rp)	x
1	5.000	15	11	13	195.000	
2	7.000	11	4	6	147.000	
3	10.000	6	17	11	340.000	
	Total WTP (Rp)	212.000	253.000	217.000	682.000	
	Rata-rata WTP (Rp)	6.625,00	7.906,25	7.233,33	7.255,32	
	Jumlah	32	32	30	94	

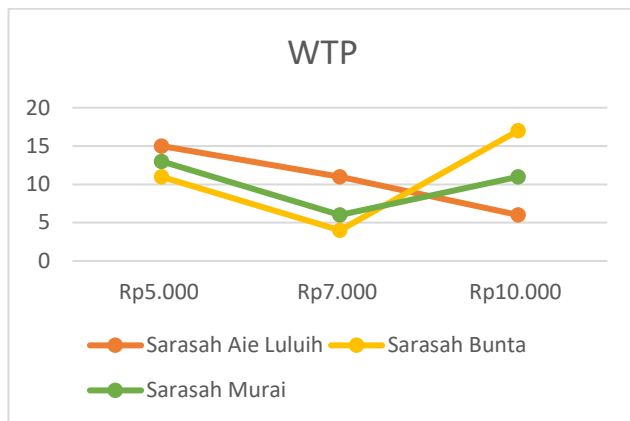
Berdasarkan tabel 9. diperoleh nilai rata-rata WTP pengunjung dari masing-masing air terjun. Sebanyak 32 responden di Sarasah Aie Luluih memiliki nilai total WTP yang terkumpul di lokasi ini adalah Rp212.000 dengan biaya rata-rata Rp6.625,00 per sekali masuk. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun lokasi ini cukup

diminati, nilai persepsi terhadap fasilitas atau daya tariknya belum mendorong banyak pengunjung untuk membayar di level tertinggi. Faktor ini dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kenyamanan atau fasilitas agar nilai persepsi meningkat. Sarasah Bunta menunjukkan hasil WTP tertinggi yaitu Rp253.000 dari 32 responden dengan biaya rata-rata Rp7.906,25 per sekali masuk. Hal ini menandakan bahwa pengunjung di Sarasah Bunta memiliki persepsi nilai yang tinggi terhadap lokasi ini, mungkin karena keindahan lanskap, akses yang baik, atau fasilitas yang lebih memadai. Ini menjadi peluang besar untuk pengelolaan berbayar yang berkelanjutan dan peningkatan layanan yang disesuaikan dengan ekspektasi pengunjung. Nilai WTP di Sarasah Murai adalah Rp217.000 dari 30 responden dengan biaya rata-rata Rp 7.233,33 per sekali masuk. Meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan Sarasah Bunta, lokasi ini tetap menunjukkan potensi untuk dikembangkan. Keseimbangan antara pengunjung yang bersedia membayar rendah dan tinggi mengindikasikan bahwa Sarasah Murai memiliki daya tarik, namun perlu strategi peningkatan nilai atau pengalaman agar lebih banyak pengunjung bersedia membayar lebih tinggi. Dari 105 jumlah pengunjung ada 11 pengunjung yang tidak menyetujui adanya biaya masuk di 3 Air Terjun Lembah Harau dengan alasan, di pintu masuk ke Lembah Harau sudah ada membayar karcis masuk.

Berdasarkan penelitian Pertiwi *et al.* (2022) nilai rata-rata maksimum WTP pengunjung sebesar Rp23.443,038 hal tersebut bertambah sebesar Rp8.443,038 dari tiket masuk awal yang sebesar Rp15.000 dalam upaya pengembangan agrowisata “swetberry” di Kabupaten Cianjur.

4. Perkiraan Kurva WTP

Kurva WTP responden dibentuk dengan menggunakan jumlah kumulatif dari individu yang memilih suatu nilai WTP tertentu. Hubungan kurva tersebut menggambarkan tingkat nilai WTP yang bersedia dibayarkan responden dengan jumlah responden yang ingin membayar pada tingkat WTP tersebut. Kurva WTP responden disajikan pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. Kurva WTP3 Sarasah

Berdasarkan gambar 2. terlihat bahwa semakin rendah nilai WTP akan semakin banyak pengunjung yang bersedia membayar objek wisata Sarasah Aie Luluih dan Sarasah Murai. Tetapi di Sarasah Bunta WTP tertinggi memiliki jumlah pengunjung yang tinggi juga, karena fasilitas dan popularitas sarasah ini lebih baik dibandingkan Sarasah Aie Luluih dan Sarasah Murai.

5. Total Nilai WTP

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata WTP berikut didapatkan nilai total WTP (TWTP) dengan cara nilai rata-rata WTP dikalikan dengan jumlah populasi pengunjung. Nilai TWTP dari ketiga Sarasah di Lembah Harau, yaitu Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai adalah = $(Rp\ 6.625,00 + Rp\ 7.906,25 + Rp\ 7.233,33) \times 281.366 = Rp\ 21.764,58 \times 281.366 = Rp\ 6.123.812.816,28$ dengan asumsi estimasi pengunjung Lembah Harau 281.366 jiwa.

Dilihat dari penelitian Qowi dan Arianti (2020) nilai rata-rata WTP dengan jumlah kunjungan wisatawan nilai rata-rata WTP yang diperoleh adalah Rp. 14.000,00 dan jumlah kunjungan wisatawan adalah 42.115 wisatawan dalam setahun terakhir. Hasil penghitungan nilai total WTP, dari wisatawan untuk pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco adalah Rp 589.610.000,00. Nilai tersebut adalah nilai ekonomi pengembangan Objek Wisata Grand Maerokoco.

3. Perbandingan Nilai *Willingness to Pay* (WTP) Pengunjung Wisata Pada 3 Air Terjun Lembah Harau

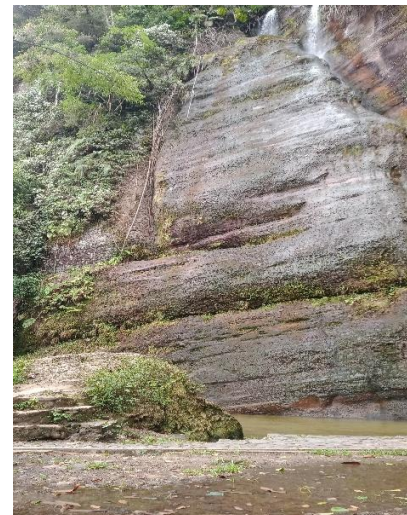
Analisis deskriptif merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data

yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis ini dilakukan dengan membuat tabel, menghitung persentase, rata-rata dan distribusi frekuensi dari data hasil kuesioner (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan kuesioner yang telah dikumpulkan lapangan. Maka, didapatkan hasil perbandingan dari 3 sarasah yaitu Sarasah Aie Luluih, Sarasah Bunta dan Sarasah Murai. Variabel yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu, jenis kelamin, waktu yang dihabiskan di lokasi objek wisata air terjun, tingkat pendidikan, jarak yang ditempuh responden dan tingkat pendapatan responden. Berikut ini perbandingan dari 3 kondisi air terjun:

1. Sarasah Aie Luluih

Air Terjun pertama adalah Sarasah Aie Luluih. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. Sarasah Aie Luluih

Sarasah Aie Luluih berada di dekat mushalla dan lokasi parkir. Pengunjung air terjun ini lebih sedikit jika dibandingkan dengan pengunjung dua air terjun lainnya. Pengunjung air terjun Sarasah Aie Luluih biasanya memiliki waktu yang terbatas, tetapi ingin menikmati dan bermain di objek wisata air terjun.

❖ Kondisi Umum:

- Relatif terjaga dan alami, belum banyak disentuh pembangunan besar.
- Suasana asri, cocok bagi pencinta ketenangan dan keindahan alami.

❖ Akses:

- Tidak perlu *tracking*.
- Tidak terlalu jauh dari jalan utama dan lokasinya bagian pertama dari 3 air terjun.

❖ Volume Air:

- Mengalir stabil sepanjang tahun, terutama saat musim hujan terlihat sangat indah karena air meluncur deras di batu miring.
- Saat kemarau, debit menurun tetap ada aliran/percikan namun kadang kering.

❖ Kebersihan:

- Cukup bersih, terutama pada *weekday* karena tidak terlalu ramai pengunjung.
- Minim sampah, tapi tidak ada petugas kebersihan tetap.

❖ Fasilitas:

- Minimnya fasilitas umum, yang ada hanya warung,

2. Sarasah Bunta

Air terjun kedua adalah Sarasah Bunta. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4 dibawah ini.



Gambar 4. Sarasah Bunta

Sarasah Bunta berada di tengah-tengah dan terletak agak menjorok kedalam sehingga harus berjalan kaki untuk mencapai air terjun ini. Sarasah Bunta dengan kunjungan selalu ramai terutama di akhir minggu (*weekend*). Di Sarasah Bunta terdapat banyak permainan *outbound*, penyewaan pelampung berenang, penyewaan tikar dan foto yang bisa langsung dicetak.

❖ Kondisi Umum:

- Paling populer dan ramai dikunjungi wisatawan.
- Terkesan lebih “komersil”, tapi tetap indah dan terawat.

❖ Akses:

- Sangat mudah diakses, tetapi lokasinya agak menjorok kedalam.
- Dapat dijangkau kendaraan roda dua dan empat.

❖ Volume Air:

- Cukup tinggi dan deras, terutama saat musim hujan.
- Tetap mengalir sepanjang tahun.
- Saat musim kemarau, debit menurun tetap ada aliran/percikan namun kadang kering.

❖ Kebersihan:

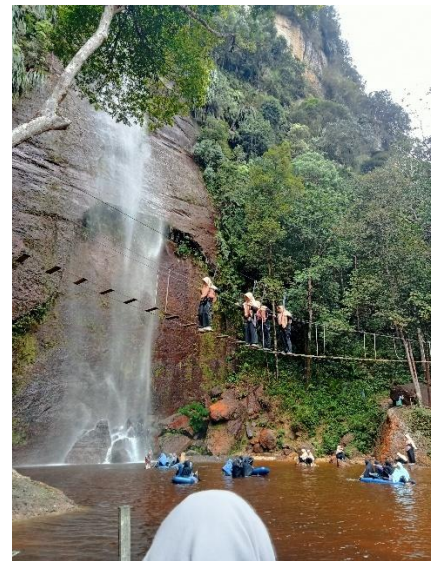
- Fluktuatif: kadang bersih, kadang agak kotor tergantung jumlah pengunjung dan pengelolaan.
- Tidak ada petugas kebersihan, tetapi pedagang yang berjualan tersebut membersihkan tempatnya masing-masing.

❖ Fasilitas:

- Cukup lengkap: toilet, warung dan tempat duduk.
- Ada area bermain anak dan foto yang langsung cetak.

3. Sarasah Murai

Air terjun ketiga adalah Sarasah Murai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 5 dibawah ini.



Gambar 5. Sarasah Murai

Air Terjun Sarasah Murai berada paling ujung dari ketiga air terjun yang terdapat di daerah Sarasah Bunta. Pengunjung Sarasah Murai juga ramai, tetapi tidak seramai Sarasah Bunta. Di air terjun ini juga terdapat permainan *outbound* dan penyewaan pelampung berenang. Area di sekitar Sarasah Murai ini cukup luas dan dijadikan lokasi *camping* dan juga terdapat penyewaan tikar. Untuk orang-orang yang ingin menyendiri kawasan Sarasah Murai merupakan tempat yang tepat untuk menghabiskan waktu.

❖ Kondisi Umum:

- Agak tersembunyi sehingga membutuhkan waktu dan tenaga lagi untuk berjalan hingga sampai ke air terjunnya.
- ❖ Akses:
 - Harus berjalan kaki lebih jauh kedalam.
 - Jalur setapak yang sudah di semen.
- ❖ Volume Air:
 - Tetap mengalir sepanjang tahun.
 - Cukup tinggi dan deras, terutama saat musim hujan.
 - Saat musim kemarau, debit menurun tetap ada aliran/percikan namun kadang kering.
 - Kolamnya agak dalam dibandingkan 2 air terjun lainnya.
 - Air terjun yang jatuh ke kolam tampak kotor seperti karatan karna bebatuan di dalamnya di penuh lumut.
- ❖ Kebersihan:
 - Sangat bersih dan alami.
 - Tidak ada petugas kebersihan, tetapi pedagang yang berjualan tersebut membersihkan tempatnya masing-masing.
- ❖ Fasilitas:
 - Ada fasilitas umum seperti wc, tempat duduk dan warung.
 - Ada arena bermain anak dan foto yang langsung cetak.

Secara keseluruhan, perbedaan lokasi, fasilitas, dan suasana dari masing-masing air terjun menciptakan segmentasi pengunjung yang berbeda, sehingga pengelolaan dan pengembangan wisata di ketiga lokasi ini disesuaikan dengan karakteristik pengunjung masing-masing air terjun. Penelitian Sugiana *et al.*, (2024) Pengelola wisata air perlu memprioritaskan peningkatan daya tarik, aksesibilitas dan fasilitas utama untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung muda. Fasilitas pendukung penting untuk kepuasan, tetapi tidak cukup kuat untuk memengaruhi keinginan pengunjung untuk kembali.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap WTP adalah tingkat pendapatan di Sarasah Aie Lulueh sedangkan di Sarasah Bunta yaitu tingkat pendidikan dan di Sarasah Murai yaitu jenis kelamin.
2. Perbandingan nilai *Willingness to Pay* (WTP) di tiga Sarasah Lembah Harau

menunjukkan perbedaan persepsi pengunjung terhadap kualitas wisata. Sarasah Aie Lulueh memiliki WTP terendah yaitu Rp6.625,00 per sekali masuk, mencerminkan sensitivitas harga. Sarasah Bunta memiliki WTP tertinggi yaitu Rp7.906,25 per sekali masuk karena fasilitas dan popularitasnya. Sarasah Murai menunjukkan variasi WTP yang mencerminkan keragaman pengunjung yaitu Rp 7.233,33 per sekali masuk. Total nilai WTP sebesar Rp 6.123.812.816,28.

3. Ketiga air terjun di Lembah Harau memiliki karakteristik lingkungan yang berbeda dan memengaruhi preferensi pengunjung. Sarasah Aie Lulueh unggul dalam keasrian dan ketenangan, namun fasilitasnya terbatas. Sarasah Bunta lebih ramai, komersial, dan lengkap fasilitasnya, sehingga cocok untuk wisata keluarga. Sarasah Murai menawarkan ketenangan dan kealamian dengan lokasi tersembunyi dan fasilitas memadai. Secara keseluruhan, kondisi lingkungan menentukan tipe wisatawan yang tertarik berkunjung ke masing-masing air terjun.

Saran

1. Besar nilai kesediaan membayar (WTP) pengunjung bisa digunakan sebagai acuan pada pihak pengelola untuk menetapkan harga tiket masuk ke masing-masing air terjun. Dengan dilakukannya sistem karcis tunggal tanpa ada karcis di depan.
2. Berdasarkan nilai rata-rata WTP pengunjung lebih tinggi dibandingkan dari biaya karcis masuk di pintu gerbang. Oleh karena itu, pengelola air terjun harus meningkatkan partisipasi aktif dari pengunjung untuk mengenal kawasan Air Terjun Lembah Harau. Dimana kesediaan membayar pengunjung tersebut dapat meningkatkan kualitas wisata Air Terjun Lembah Harau.
3. Perlu pendekatan kepada masyarakat sekitar ataupun masyarakat luas dalam Objek Wisata Air Terjun Lembah Harau. Salah satunya melalui kegiatan promosi melalui media cetak, radio, sosial media, ataupun iklan di televisi agar tertarik dan pengunjung akan semakin ramai.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, ucapan terima kasih kepada Orang

tua dan keluarga tercinta serta teman-teman yang telah membantu penulis dalam penyelesaian jurnal ini yaitu Siti Nurbaik, Siska aulia Putri, Saniatal Fajra Elvinggi, Pepi Zulhaidah, Fenny Tria Amanda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A.S.V., 2024. Analisis Willingness to Pay (WTP) Pengunjung Ruang Terbuka Hijau (RTH) di Kawasan Ekowisata Mangrove. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fitra, Sasana, H., 2021. Analisis Valuasi Ekonomi dalam Upaya Peningkatan Kualitas Ruang Terbuka Hijau di Kota Semarang (Studi Kasus : Taman Indonesia Kaya). Diponegoro Journal of Economic 10(1): 1–17.
- Imbiri, S., 2019. Pengelolaan Kawasan Hutan Taman Wisata Alam Gunung Meja Di Kabupaten Manokwari. J. Kehutan. Papuasiasia 1(1): 36–52.
- Junarsa, E., Wijaya, S., Hadi Susilo Arifin, N., 2023. Kajian Daya Dukung Atraksi Wisata di Taman Wisata Alam Lembah Harau Sumatera Barat. Jurnal Lanskap Indonesia 15(1): 30–35.
- Kim, S., Filimonau, V., Dickinson, J.E., 2023. Tourist Perception of the Value of Time on Holidays: Implications for the Time Use Rebound Effect and Sustainable Travel Practice. Journal of Travel Research 62(2): 362–381.
- Meng, F., Uysal, M., 2008. Effects of Gender Differences on Perceptions of Destination Attributes, Motivations, and Travel Values: An Examination of a Nature-Based Resort Destination. Journal of Sustainable Tourism 16(4): 445–466.
- Nguyen, T.N., Thien, D., Tran, L., Ly, M.T., Duong, T.X., 2025. Factors Influencing Tourist Satisfaction at a Biosphere Reserve : The Case of Ca Mau 5(1): 1–7.
- Nurulita, A., Hastuti, D.R.D., Kamaruddin, C.A., Rahim, A., Syafri, M., 2025. Analisis Willingness to Pay Pengunjung terhadap Pelestarian Kawasan Wisata Pegunungan Karst Rammang-Rammang Kabupaten Maros. Jurnal Alwatzikhoebillah 11(1): 252–263.
- Octaria, P., Mulatsih, S., Ekayani, M., 2017. Willingness to Pay Analysis of Visitors for the Environmental Education Travel Packageat Wira Garden Nature Tourism Park in Bandar Lampung. Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan 7(2): 122–127.
- Pertiwi, T.A., Noechdijati, D.E., Dharmawan, B., 2022. Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Pengunjung dalam Upaya Pengembangan Agrowisata “Sweetberry” di Kabupaten Cianjur. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis 6(2): 500–518.
- Pranata, Y., Karmeli, E., 2024. Analisis Faktor Willingness to Pay Pengunjung pada Objek Wisata Teba Panontang. Jurnal Riset dan Kajian Mahasiswa 4(2): 164–177.
- Qowi, A., Arianti, F., 2020. Analisis Willingness to Pay Pengunjung dan Peningkatan Sarana Prasarana Objek Wisata Grand Maerokoco di Kota Padang. Diponegoro Journal of Economic 9(3), 155–166.
- Rosya, N., Yolamalinda, Sari, P.M., 2019. Pengaruh Pendapatan, Jarak Tempuh, dan Lama Waktu Berkunjung terhadap Kesedian Wisatawan Membayar Retribusi Tiket pada Objek Wisata Pulau Mandeh. Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi 9(1): 70–74.
- Sapitri, P.N., Rahman, M., Yunandar, 2024. Willingness to Pay Pengunjung dalam Upaya Pelestarian Ekowisata Riam Bidadari di Kabupaten Tabalong Kalimantan Selatan. Aquatic 7(1): 1–91.
- Sugiyama, A.G., Suhartanto, D., Lu, C.Y., Rediyasa, I.W., Sulaeman, R.P., Renalda, F.M., 2024. Tourist Satisfaction and Revisit Intention: the Role of Attraction, Accessibility, and Facilities of Water Park Tourism. Geojournal Tourism and Geosites 52(2): 257–266.
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Manajemen (Alfabeta), BMC Public Health. Karawang.