

## ANALISIS KEMAMPUAN DAN KEMAUAN MEMBAYAR PELANGGAN PADA WISATA PELANGI DI KOTA TIMIKA

**Yahya Nusa\***

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jembatan Bulan, Timika, Indonesia  
[yahya.nusa@gmail.com](mailto:yahya.nusa@gmail.com)

**Hasniaty**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jembatan Bulan, Timika, Indonesia  
[28hasniani@gmail.com](mailto:28hasniani@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to find out how the ability to pay customers on rainbow tours from the ticket prices and facilities provided by the tour, and find out how the willingness to pay customers on rainbow tours from the tickets and facilities provided by the tour. The method used by researchers is descriptive method. Data collection techniques in this study were observation, literature study and distributing 100 questionnaires to rainbow tourism customers. The analytical tools used in this study are Ability to Pay and Willingness To Pay. The results of the analysis show that the customer's Ability to Pay is greater than Willingness To Pay (willingness to pay) because customers feel dissatisfied with the facilities provided by Pelangi Tours in Timika City.*

**Keywords:** *Ability To Pay, Willingness To pay, Price, Facilities.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemampuan membayar pelanggan di wisata pelangi dari harga tiket dan fasilitas yang diberikan pihak wisata, dan mengetahui bagaimana kemauan membayar pelanggan pada wisata pelangi dari tiket dan fasilitas yang diberikan pihak wisata. Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, studi pustaka dan membagikan 100 kuesioner kepada pelanggan wisata pelangi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Ability to Pay* dan *Willingness To Pay*. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Ability to Pay* (kemampuan membayar) pelanggan lebih besar dari *Willingness To Pay* (kemauan membayar) dikarenakan pelanggan merasa kurang puas dengan fasilitas yang diberikan pihak wisata pelangi di Kota Timika.

**Kata Kunci :** *Ability To Pay* (Kemampuan Membayar), *Willingness To pay* (Kemauan Membayar), Harga, Fasilitas.

### PENDAHULUAN

Menurut Bartono dkk, (2005:5), Indonesia dikenal sebagai Negara yang kaya akan objek wisata. Sebagian dari objek-objek wisata bahkan belum pernah disentuh tangan. Keunikan objek wisata Indonesia merupakan daya tarik besar dan penggalan objek wisata adalah hal yang sangat tepat karena membuka peluang baru, harapan baru dimana akan dapat mengembangkan pemasarannya, menyiapkan tenaga kerja dan menambah fasilitas akomodasi lebih banyak lagi. Bisnis sektor pariwisata ini perlu dilengkapi pula dengan etika dalam bisnis agar bisnis yang dijalankan akan lebih baik hasilnya dalam artinya kepuasan akan terpenuhi dari berbagai pihak.

Pariwisata sebagai kegiatan ekonomi telah menjadi andalan dan pengembangan pembangunan sejumlah negara, terutama untuk negara berkembang seperti Indonesia, yang memiliki potensi besar untuk wilayah yang luas dengan adanya daya tarik wisata cukup besar serta banyaknya keindahan alam, aneka warisan sejarah budaya dan Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tingkat sumber daya alam yang berlimpah, baik daratan maupun perairan.

Objek wisata yang ada di Indonesia merupakan salah satu dari kekayaan alam yang patut untuk dibanggakan. Setiap daerah di Indonesia memiliki keunikan masing-masing baik dari segi keindahannya maupun adat istiadat yang ada di daerah tersebut sehingga menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Dan jika melihat dari sisi manfaatnya kegiatan kawasan wisata akan membawa dampak langsung terhadap pendapatan masyarakat. Sebab pengunjung akan mengeluarkan uang untuk membayar transportasi agar dapat sampai ke tempat tujuan mulai dari membayar tiket masuk dan makanan demi kepuasan yang akan didapatkan pada saat berwisata.

Dan harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sepanjang sejarahnya, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli.

Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan peralatan.

Tingginya angka penduduk di Kabupaten Mimika, Provinsi Papua, ini dan padatnya aktivitas sehari-hari yang dilakukandari berbagai profesi, serta berbagai aktifitas ekonomi yang cukup padat, sehingga masyarakat Timika akan meluangkan waktu untuk datang berkunjung pada hari-hari biasa dan akhir pekan. Jika hari hari raya tiba maka lokasi rekreasi sering dipadati oleh masyarakat yang ingin mencari hiburan atau sekedar menghilangkan kejenuhan sekaligus bersantai bersama teman, pasangan, maupun keluarga.

Di Kota Timika terdapat salah satu objek wisata yang sering di kunjungi masyarakat. Sesuai hasil observasi awal dan wawancara dengan pemilik tempat Wisata pelangi bahwa Wisata pelangi resmi di buka pada tahun 2016 dan memiliki luas tanah keseluruhan 35 Hektar dan masih dalam tahap pengembangan seluas 5 Hektar, sisa tanah telah disiapkan untuk penambahan fasilitas dan wahana guna mendukung wisata pelangi agar pelanggan lebih nyaman dan puas berkunjung, dan objek wisata pelangi mulai buka dari pukul 08.00-18.00 setiap hari. Dari tahun ke tahun pemilik tempat wisata pelangi melakukan renovasi tempat dan penambahan fasilitas seperti tempat parkir, kolam renang anak, kolam renang dewasa, tempat duduk yang memiliki atap, tempat duduk yang tak memiliki atap, kantin, serta memiliki kamar mandi demi jika Pelanggan ingin menikmati objek wisata pelangi maka pelanggan cukup membayar tiket masuk sebesar Rp40.000

Untuk mengukur seberapa besar kemampuan dan kemauan membayar pelanggan wisata pelangi di kota Timika, maka perlu dilakukan suatu analisis terhadap hal tersebut. Kemampuan membayar (*Ability To Pay*) dan Kemauan Membayar (*Willingnes To Pay*) pelanggan apakah jumlah uang yang mampu dibayarkan masyarakat untuk menggantikan biaya harga tiket, fasilitas dan jasa yang diterimanya sudah terpenuhi atau tidak.

Berdasarkan dari penjelasan di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat judul: "Analisis Kemampuan Dan Kemauan Membayar Pelanggan Pada Wisata Pelangi Di Kota Timika."

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Azwar (2017: 7) (Mutaqqin, 2009: 65). Menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu. Penelitian ini mencoba menggambarkan situasi dan kejadian. Metode penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kemampuan dan kemauan membayar pelanggan pada wisata pelangi di kota Timika.

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Dengan demikian yang menjadi objek penelitian ini adalah kemampuan dan kemauan membayar pelanggan pada wisata pelangi di kota Timika.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi penelitian ini terdiri atas tiga, yaitu: populasi subjek penelitian, populasi objek penelitian, dan populasi responden penelitian.

1. Populasi subjek penelitian adalah sesuatu baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaannya akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian ini adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian. Dengan demikian populasi subjek penelitian ini adalah pelanggan wisata pelangi di Kota Timika.
2. Populasi objek penelitian  
Objek penelitian adalah sifat keadaan (attributes) dari suatu benda, orang atau keadaan yang menjadi pusat perhatian serta sasaran penelitian. Sifat keadaan atau sasaran penelitian. Sifat keadaan dimaksud dapat berupa sifat, kuantitas dan kualitas (benda, orang dan lembaga), berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan, penilaian, keadaan batin, minat, tingkat keyakinan, proses, dan sebagainya. Dengan populasi objek penelitian ini adalah kemampuan dan kemauan membayar pelanggan pada wisata pelangi di kota Timika.
3. Responden penelitian ini adalah seseorang (karena lazimnya berupa orang) yang diminta memberikan respon (jawaban) terhadap pertanyaan-pertanyaan (langsung/tidak langsung, lisan atau tertulis ataupun berupa perbuatan) yang diajukan oleh peneliti. Dengan demikian responden peneliti adalah pelanggan wisata pelangi kota di Kota Timika.

#### **Sampel**

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Sampel penelitian ini berasal dari populasi responden penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling, yaitu suatu teknik pemilihan sampel yang anggotanya berdasarkan pertimbangan-

pertimbangan tertentu. Adapun jumlah sampel diambil dari responden dalam penelitian ini ditetapkan berjumlah 100 orang.

## **Data dan Sumber Data**

### **Data**

Adapun jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. 1) Data kualitatif adalah data berupa keterangan-keterangan non angka seperti data perusahaan. 2) Data kuantitatif adalah data yang berbentuk keterangan-keterangan berupa angka, seperti kemampuan dan kemauan membayar pelanggan, dari harga dan fasilitas yang ditawarkan pada tempat wisata pelangi.

### **Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini meliputi sumber data primer dan data sekunder. 1) Sumber data primer adalah pihak pertama yang memberikan data secara langsung kepada peneliti untuk diolah dan dianalisis. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung di tempat wisata pelangi yang dijadikan sebagai responden. 2) Sumber data sekunder adalah yang diperoleh dari tempat instansi/tempat terkait yang berhubungan dengan hal-hal yang diteliti yaitu tempat wisata pelangi.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: 1) Observasi merupakan salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung terutama yang menyangkut dengan kegiatan yang dilakukan dan berkaitan dengan penulisan skripsi. 2) Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. 3) Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan, dan laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang akan diselesaikan.

### **Instrument Analisis Data**

Untuk menjawab rumusan masalah pertama penelitian ini kemampuan membayar (*Ability To Pay*) adalah jumlah uang yang mampu dibayarkan masyarakat untuk menggantikan biaya pelayanan yang diterimanya.

$$ATP = \frac{I_t \cdot P_p \cdot P_t}{T_t}$$

Keterangan:

$I_t$  = penghasilan/pendapatan per bulan

$P_p$  = presentase anggaran yang dikeluarkan perbulan

$P_t$  = Persentase biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung di wisata pelangi

$T_t$  = total keseluruhan biaya

Untuk menjawab rumusan masalah kedua penelitian ini mengenai *willingnes to pay* adalah kemauan membayar pelanggan yaitu kerelaan seseorang untuk membayar berdasarkan harga tiket dan fasilitas yang diterima, digunakan analisis *willingness to pay* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$MWTP = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n WTP_i$$

Keterangan:

MWTP = Rata-rata WTP

n = ukuran sampel

WTP<sub>i</sub> = Nilai WTP Maksimum responden ke –i

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

Berdasarkan hasil observasi awal, *Ability To Pay* dan *Willingnes To Pay* dipakai untuk mengetahui tingkat kemampuan dan kemauan membayar pelanggan pada wisata pelangi di Kota Timika apakah pelanggan mampu dan mau membayar pada saat datang berkunjung di wisata pelangi dari segi tiket dan fasilitas yang disediakan wisata pelangi, maka dari itu perlu dilakukan pengukuran kemampuan dan kemauan pelanggan wisata pelangi di Kota Timika. Maka dari itu untuk mengukur kemampuan dan kemauan membayar pelanggan wisata pelangi di Kota Timika, maka perlu dilakukan suatu analisis yaitu *Ability To Pay* (kemampuan membayar) dan *Willimgnes To Pay* (kemauan membayar).

**Tabel 5.1**  
**Deksriptif Masing-Masing Variabel**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pendapatan Perbulan	100	1.200.000	10.000.000	3.867.000	2.095.789
% Pengeluaran Perbulan	100	30	90	59.09	12.014
Rata-Rata Pengeluaran	100	700.000	7.500.000	225.133	140.380
% Biaya Transportasi, Tiket dan Fasilitas	100	2	20	6.64	3.515

Rata-Rata Pengeluaran Ke Wisata Pelangi	100	40.000	400.000	123.977	56931.92 0
Datang Berkunjung	100	2	5	2.60	853
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah 2023

Dari data tabel 5.1 diatas menunjukkan bahwa nilai terendah pendapatan responden adalah sebesar Rp 1.200.000 dan nilai tertinggi sebesar Rp 10.000.000 dengan nilai rata-rata sebesar 3.867.000, hal ini disebabkan karena pendapatan responden berbeda-beda, ada yang memiliki pendapatan kecil, menengah, dan tinggi. Oleh sebab itu kemungkinan besar pendapatan responden jelas berbeda.

Begitupun denga rata-rata pendapatan responden semakin banyak pendapatan yang diterima responden maka semakin banyak pula pengeluaran yang dikeluarkan responden untuk berwisata dan semakin kecil pendapatan responden maka semakin kecil pula biaya yang dikeluarkan untuk berwisata. Semakin tinggi pendapatan responden maka semakin tinggi pula niat/kemauan untuk pergi berwisata dan semakin kecil kecil pendapatan responden maka semakin rendah pula niat/kemauan untuk berwisata.

### Analisis Ability To Pay

*Ability to pay* adalah suatu konsep pengukuran kemampuan membayar atau jumlah uang yang mampu dibayarkan masyarakat untuk menggantikan biaya pelayanan atau jasa yang diterimanya. Nilai *Ability to pay* dapat dijadikan batas maksimum kemampuan masyarakat untu membayar jasa kepada karyawan wisata pelangi atas pekerjaan yang telah dilakukannya.

Analisis *Ability to pay* pelanggan untuk wisata pelangi dinilai berdasarkan pendapatan perbulan responden, mulai dari pendapatan kecil, menengah, hingga tertinggi di Kabupaten Mimika.

Dari data kuesioner yang dikumpulkan, pendapatan perbulan responden paling tinggi adalah Rp 10.000.000, sedangkan pendapatan perbulan responden paling sedikit adalah Rp. 1.200.000.

**Tabel 5.2**  
**Pendapatan Responden**

No	Pendapatan Responden	Jumlah Responden	% Frekuensi
1	1.000.000-1.900.000	11	11%
2	2.000.000-2.900.000	23	23%
3	3.000.000-3.900.000	24	24%
4	4.000.000-4.900.000	16	16%
5	5.000.000-5.900.000	13	13%
6	6.000.000-6.900.000	2	2%
7	7.000.000-7.900.000	2	2%

8	8.000.000-8.900.000	4	4%
9	9.000.000-9.900.000	1	1%
10	10.000.000	4	4%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, 2023

Pendapatan responden merupakan ukuran untuk melihat sejauh mana kemampuan responden dalam berwisata dan membayar tiket serta fasilitas wisata. Responden wisata pelangi yang paling tinggi memiliki pendapatan perbulan adalah Rp. 10.000.000 adalah sebanyak 4 orang atau sebesar 4 persen, responden yang memiliki pendapatan perbulan pada range Rp 9.000.000-9.900.000 adalah sebanyak 1 orang atau sebesar 1 persen, responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 8.000.000-8.900.000 adalah 4 orang atau sebesar 4 persen, responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 7.000.000-7.900.000 adalah sebanyak 2 orang atau sebesar 2 persen, responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 6.000.000-6.900.000 adalah sebanyak 2 orang atau sebesar 2 persen, responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 5.000.000-5.900.000 adalah sebanyak 13 orang atau sebesar 13 persen, responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 4.000.000-4.900.000 adalah sebanyak 16 orang atau sebesar 16 persen, responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 3.000.000-3.900.000 adalah sebanyak 24 orang atau sebesar 24 persen, responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp 2.000.000-2.900.000 adalah sebanyak 23 orang atau sebesar 23 persen. Dan responden yang memiliki pendapatan perbulan paling rendah antara lain berada pada range Rp 1.000.000-1.900.000 adalah sebanyak 11 orang atau sebesar 11 persen.

Berdasarkan pada lampiran hasil data *Ability To Pay* (Kemampuan Membayar) responden yang didapat dari pembagian rata-rata biaya transportasi, harga tiket, fasilitas dengan jumlah pengeluaran ke wisata pelangi dengan datang berkunjung ke wisata pelangi, terlihat kemampuan membayar responden minimum sebesar Rp 14.000 dan maksimum sebesar Rp 200.000 sesuai dengan jumlah berkunjung masing-masing responden. Jika dilihat rata-rata kemampuan membayarnya, maka kemampuan membayar pelanggan wisata pelangi dari tiket dan fasilitas masih terjangkau atau mampu dibayar oleh responden.

**Tabel 5.3**  
**Kemampuan Membayar Responden (*Ability To Pay*)**

<b><i>Ability To Pay</i> Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>% Frekuensi</b>
>20.000	3	3%
20.000-29.000	8	8%
30.000-39.000	22	22%
40.000-49.000	12	12%
50.000-59.000	19	19%
60.000-69.000	13	13%
70.000-79.000	10	10%

80.000-89.000	5	5%
90.000-99.000	6	6%
100.000	1	1%
>100.000	1	1%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5.3 diatas, jumlah kemampuan (*ability to pay*) responden paling tinggi adalah Rp 30.000-39.000 yaitu sebanyak 22 responden atau sebesar 22 persen sedangkan jumlah kemampuan (*ability to pay*) responden paling rendah adalah Rp 100.000 yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1 persen dan jumlah kedua paling rendah adalah >100.000 sebanyak 1 responden atau sebesar 1 persen. Dengan menghitung jumlah rata-rata kemampuan membayar (*ability to pay*) responden bahwa nilai rata rata *ability to pay* responden wisata pelangi di Kota Timika adalah sebesar Rp 51.850.

#### **Analisis Willingness To Pay (Kemauan Membayar)**

Analisis *Willingness To Pay* adalah rata-rata besar kemauan membayar pelanggan wisata pelangi dari harga tiket yang dibayar pada saat berkunjung dan mnurut responden fasilitas apa yang ditambahkan pada wisata pelangi.

Berdasarkan data *Willingness To Pay* yang terdapat pada lampiran yaitu hasil data yang didapat adalah, harga tiket yang mau dibayar oleh responden wisata pelangi paling tinggi sebesar Rp 40.000 yaitu sebanyak 39 responden atau sebesar 39 persen, dan harga tiket terendah yang mau dibayar oleh responden wisata pelangi adalah Rp 20.000 sebanyak 4 responden atau sebesar 4 persen.

**Tabel 5.4**  
**Harga Tiket Menurut Responden**

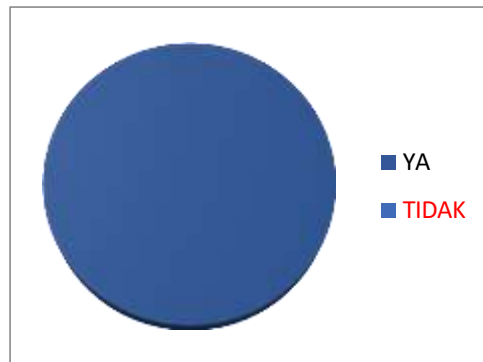
Harga tiket	Jumlah responden	% Frekuensi
20.000	4	4%
25.000	16	16%
30.000	22	22%
35.000	10	10%
40.000	39	39%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel diatas harga tiket yang diinginkan pelanggan wisata pelangi, selanjutnya dengan harga paling tinggi yaitu Rp 40.000 yang mau membayar sebanyak 39 orang atau sebesar 39 persen, responden yang mau membayar harga tiket sebesar Rp 30.000 sebanyak 22 orang atau sebesar 22 persen, responden yang mau membayar Rp 35.000 adalah sebanyak 29 orang atau 19 persen, responden yang mau membayar Rp 25.000 adalah sebanyak 16 orang atau 16 persen, dan responden yang paling sedikit mau membayar harga tiket Rp 20.000 adalah sebanyak 4 orang atau 4 persen.



**Gambar 5.1 Responden Yang Bersedia Membayar Tiket**

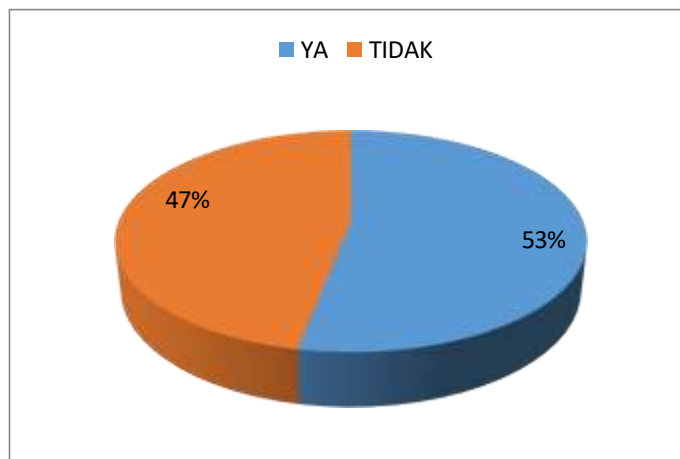


*Sumber: Data diolah, 2023*

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dan disimpulkan bahwa dari 100 responden semuanya menjawab mau atau bersedia untuk membayar harga tiket pada wisata pelangi di Kota Timika.

Data *willingness to pay* selanjutnya yaitu responden puas dengan fasilitas yang tersedia dan responden menentukan kemauannya pada fasilitas di wisata pelangi. Data dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 5.2 puas dengan fasilitas yang tersedia**



*Sumber: Data diolah, 2023*

Besarnya nilai kemauan membayar pelanggan yang memilih tidak puas dengan fasilitas yang disediakan adalah sebanyak 47 responden atau sebesar 47 persen sedangkan yang memilih puas dengan fasilitas yang disediakan adalah sebanyak 53 responden atau sebesar 53 persen. Dan untuk mengetahui fasilitas apa yang diinginkan oleh responden maka dibuatlah diagram dibawah ini.

**Tabel 5.5**  
**Jika tidak, Maka Fasilitas Apa Yang ditambahkan**

<b>No</b>	<b>Fasilitas Yang Ditambahkan</b>	<b>Jumlah Responden</b>
1	Mushola	12
2	Jaringan Wifi	10
3	Tempat Parkir Beratap	3
4	Spot Foto	5
5	Gazebo	7
6	Kantin	3
7	Tempat Charger Hp	4
8	Wahana Kolam Renang	1
9	Tempat Sampah	1
10	Taman Bermain Anak	1
	<b>Jumlah</b>	<b>47</b>

Sumber: data diolah,2023

Dalam meningkatkan kemauan membayar pelanggan pada fasilitas wisata pelangi maka responden yang menjawab tidak pada pada tabel 5.5 maka fasilitas apa yang ditambahkan pada wisata pelangi. Berdasarkan data peneliti, terdapat menjawab mushola sebanyak 12 orang, jaringan wifi 10 orang, tempat parkir beratap 3 orang, spot foto 5 orang, gazebo 7 orang, kantin 3 orang, tempat charger hp 4 orang, wahana kolam renang 1 orang, tempat sampah 1 orang dan yang memilih tambahan fasilitas taman bermain adalah 1 orang.

**Tabel 5.6**  
**Kemampuan Membayar Responden (*Willingnes To Pay*)**

<b><i>Willingnes To Pay</i> Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>% Frekuensi</b>
20.000	4	4%
25.000	16	16%
30.000	22	22%
35.000	19	19%
40.000	39	39%

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 5.6 diatas, jumlah kemauan membayar (*Willingnes To Pay*) Responden wisata pelangi di Kota Timika paling banyak pada Rp 40.000 yaitu sebanyak 39 responden atau sebesar 39 persen, sedangkan jumlah kemauan membayar (*Willingnes To Pay*) Responden wisata pelangi di Kota Timika paling sedikit Rp 20.000 yaitu sebanyak 4 responden atau sebesar 4 persen Dengan menghitung jumlah rata-rata kemauan membayar (*Willingnes To Pay*) responden bahwa nilai rata-rata responden wisata pealangi di Kota Timika adalah sebesar Rp 33.939.

## **Pembahasan Hasil Analisis**

### **Kemampuan Membayar (*Ability To Pay*) Pelanggan Pada Wisata Pelangi Di Kota Timika**

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, kemampuan membayar pelanggan pada wisata pelangi dari segi tiket dan fasilitas yang ditawarkan maka pelanggan mampu dan sanggup membayar dikarenakan harga dan fasilitas yang diberikan masih bisa diterima oleh pelanggan wisata pelangi di Kota Timika.

Jika semakin tinggi harga yang diberikan wisata pelangi maka semakin rendah pula biaya yang mampu dikeluarkan pelanggan untuk datang berkunjung di wisata pelangi. Hal ini disebabkan karena adanya tempat wisata yang lain sehingga pelanggan dapat berkunjung di wisata lain yang menawarkan harga yang lebih rendah jika wisata pelangi memiliki harga yang tiket yang semakin tinggi dan tak mampu dibayar oleh pelanggan wisata pelangi di Kota Timika.

*Ability To Pay* (kemampuan membayar) responden lebih besar nilainya. Hal ini dikarenakan rata-rata pengeluaran dari gaji perbulan responden cukup besar untuk datang berkunjung ke wisata pelangi di Kota Timika.

### **Kemauan Membayar (*Willingnes To Pay*) Pelanggan pada Wisata Pelangi Di Kota Timika**

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa pelanggan mau untuk membayar harga tiket pada saat berkunjung di wisata pelangi, dan dari data yang didapat pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang tersedia dan pelanggan yang merasa kurang puas dengan fasilitas disediakan wisata pelangi maka dari itu pelanggan memilih fasilitas yang diinginkan agar bisa menjadi masukan bagi wisata pelangi di Kota Timika, dari hasil memilih fasilitas yang diinginkan responden maka fasilitas yang lebih banyak dipilih responden adalah fasilitas mushola dan yang sedikit adalah fasilitas wahana kolam renang, tempat sampah, dan taman bermain.

Maka dari itu nilai *Willingnes To pay* lebih rendah dari *Ability To pay* dikarenakan tidak semua pelanggan wisata pelangi merasa puas dengan fasilitas yang diberikan wisata pelangi, jika pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang diberikan wisata pelangi maka pelanggan mau untuk membayar lebih pada wisata pelangi dari harga tiket dan fasilitas yang diberikan wisata pelangi di Kota Timika.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilampirkan maka kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Rata-rata kemampuan membayar (*Ability To Pay*) pelanggan pada Wisata Pelangi Di Kota Timika dari segi tiket dan fasilitas yang ditawarkan sebesar Rp. 51.850
2. Rata-rata kemauan membayar (*Willingnes To Pay*) pelanggan pada Wisata Pelangi Di Kota Timika sebesar Rp 33.939

## **SARAN**

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Diharapkan kepada wisata pelangi agar tetap menyeimbangkan harga tiket wisata pelangi dengan kualitas fasilitas yang diberikan, agar pelanggan mampu dan mau membayar lebih pada wisata pelangi di Kota Timika.
2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar masyarakat meningkatkan partisipasinya dalam mengembangkan wisata, semakin besar tempat wisata maka dapat meningkatkan lapangan pekerjaan di bagi masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albasir, Dedek. "Pengembangan Objek Wisata Bukit Pangonan dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung." *Skripsi Sarjana*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Syariah, IAIN METRO, Lampung, 2019.
- Bartono, Novianto Dan Jubilee Entrepriise. *Today's Business Ethics* Langkah-Langkah Strategis Menerapkan Etika dalam Bisnis dan Pariwisata. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2005.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, KONSUMEN dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014.
- Fauziyyah, Ishmah. "Analisis ATP (*Ability To Pay*) Dan WTP (*Willingnes To Pay*) Terhadap Keputusan Penentuan Kelas Iuran Jaminan Kesehatan Pada Sopir Angkot Di Kota Semarang." *Skripsi Sarjana*, Jurusan Ilmu Kesehatan Masyarakat Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang, 2016.
- Gitosudarmo, Indriyo. Pengantar Bisnis Edisi 2 Cetakan Ketujuh Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1997.
- Habel. "Analisis Loyalitas Pelanggan Terhadap Surat Kabar Harian Radar Timika." *Skripsi Sarjana*, Program Studi Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan STIE Jambatan Bulan, Timika, 2015.
- Hasiani, Fini Endang, Mulyani, Dan Erni, Yuniarti. Analisis Kesiediaan Membayar WTP (*Willingnes To Pay*) Dalam Upaya Pengelolaan Obyek Wisata Taman Alun Kapuas Pontianak, Hal. 1-10.
- Herlinda. "Analisis *Ability To Pay* Dan *Willing To Pay* Upah Tenaga Kerja Berdasarkan Upah Minimum Kabupaten Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Mimika." *Skripsi Sarjana*, Program Studi Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan STIE Jambatan Bulan, Timika, 2022.
- Kiswanto, Anjar Hari. "Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang." *Skripsi Sarjana*, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri, Semarang, 2011.
- Nasution, Nur Indah Sari. "Kesadaran Dan Kesiediaan Membayar (*Willingnes To Pay*) Konsumen Terhadap Setifikasi Halal Pada Komoditas Pertanian Studi Kasus Kota Medan." *Skripsi Sarjana*, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2020.
- Nissa, Ardiyan Fakrun. "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Kepuasan Nasabah Di Rli Syariah Ponorogo." *Skripsi Sarjana*, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN, Ponorogo, 2019.
- Patandian, Yarianti. "Evaluasi Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Toraja Utara. *Skripsi Sarjana*, Program Studi Administrasi Negara Departemen Ilmu Administrasi Universitas Hasanuddin, Toraja Utara, 2018.
- Pertiwi, Florentina Anna Triant. "Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata, Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Konversi." *Skripsi Sarjana*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2018.
- Pradikta, Angga. "Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati." *Skripsi Sarjana*, Jurusan Ekoomi Pemvangunan

- Fakultas Ekonomi Universitas Negeri, Semarang, 2013.
- Riadi, Edi. Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS). Yogyakarta: CV ANDI OFFEST, 2016.
- Sahlan, Anisa Ramadani. "Studi Kemauan Membayar (*Willingnes To Pay*) Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Elektronik Di Kota Makassar." *Tugas Akhir*, Departament Teknik Lingkungan Universitas Hasanuddin, Makassar, 2017.
- Sonda, Hysman Julian. "Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok A Mild Sampoerna Di Kabpupaten Mimika." *Skripsi Sarjana*, Program Studi Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan STIE Jambatan Bulan, Timika, 2018.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran* Edisi 4. Yogyakarta: Andi. 2008
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Obyek Dan Daya Tarik Wisata.
- Wahyuningshih, Sri. " Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Appalarang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba." *Skripsi Sarjana*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammdiyah, Makassar, 2018