

## **BAB III**

### **KERANGKA KONSEPTUAL DAN METODE ANALISIS**

Konsep utama dalam karya tulis ini adalah melakukan penilaian secara ekonomi terhadap sumber daya alam yang memberi manfaat secara tidak langsung (*intangible*). Penilaian dilakukan dengan pendekatan *Travel Cost Method*.

#### **3.1. Kerangka Konseptual**

Salah satu penilaian manfaat wisata yang telah terbukti cukup baik digunakan adalah metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*). Pendekatan ini merupakan pendekatan WTP dan dilakukan dengan menggunakan informasi tentang jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang digunakan untuk mencapai kawasan wisata tersebut, untuk estimasi besarnya nilai manfaat dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari kawasan wisata yang dikunjungi. Data tersebut yang kemudian dipakai untuk membuat estimasi kurva permintaan hipotesis untuk kawasan wisata tersebut. Daerah dibawah kurva permintaan itulah nilai besarnya kemampuan membayar untuk wisata di kawasan tersebut. Menurut Turner *et al* (1994) dalam Wibowo (2005) mengatakan bahwa metode biaya perjalanan merupakan suatu metode pengungkapan kepuasan (*revealed preference methode*) melalui pendekatan kurva permintaan yang digunakan dalam penilaian suatu kawasan wisata. Thamphapillai (1993) yang dikutip Wibowo (2005) asumsi yang menjadi dasar pada metode biaya perjalanan adalah bahwa nilai lingkungan setara dengan manfaat wisata yang disediakan oleh suatu kawasan wisata.

Menurut Djajadiningrat (1997) metode biaya perjalanan didasarkan pada tindakan-tindakan berikut :

1. Menyeleksi sampel populasi pengunjung taman secara acak
2. Menanyakan pada setiap orang dalam: Seberapa jauh anda melakukan perjalanan untuk mengunjungi taman ini? Seberapa sering anda mengunjungi taman ini setiap tahun?

3. Mengklasifikasikan pengunjung ke dalam grup-grup atas dasar jarak taman, yaitu tempat yang harus dijalan dan jarak-jarak yang sama di dalam grup yang sama.
4. Estimasi biaya perjalanan untuk setiap grup dan jumlah rata-rata kunjungan yang dilakukan setiap grup.
5. Menguji hubungan antara biaya perjalanan dan jumlah kunjungan.

Metode biaya perjalanan ini dianggap sebagai suatu pendekatan yang praktis yang memiliki kelebihan serta kelemahan. Kelebihan dari metode biaya perjalanan adalah dianggap sebagai metode yang lebih mendekati teknik empirik untuk memprediksi nilai ekonomi yang didasarkan pada tingkah laku yang nyata atas apa yang dilakukan. Metode tersebut bukan berdasarkan pada pernyataan apa yang akan dilakukan atas situasi tertentu. Metode biaya perjalanan juga merupakan metode yang dianggap relatif tidak mahal untuk dilaksanakan, survei yang dilaksanakan di suatu tempat rekreasi memungkinkan pengunjung untuk turut berpartisipasi secara langsung. Kelebihan lainnya adalah hasilnya relatif mudah untuk diimplementasikan dan dijelaskan.

Sedangkan kelemahan dari metode biaya perjalanan adalah metode ini mengasumsikan bahwa orang-orang mengetahui dan merespon perubahan biaya perjalanan sama seperti mereka merespon perubahan tingkat harga masuk tempat wisata yang bersangkutan. Kelemahan yang lain adalah kebanyakan model mengasumsikan bahwa pengunjung sebagai tujuan utama sehingga jika pengunjung memiliki beberapa tujuan maka akan menyebabkan *overestimate*. Selain itu dengan mengasumsikan waktu yang dihabiskan untuk mengunjungi *site* tersebut dengan menggunakan rata-rata UMR (Upah Minimum Regional) atau UMP (upah Minimum Provinsi) dianggap kurang sesuai, karena jika pengunjung sangat menikmati kunjungan tersebut sehingga waktu yang dihabiskan menjadi *benefit*, bukannya *cost*, maka nilai dari *site* dapat menjadi *overestimate*. Selain itu pula kemungkinan adanya substitusi dari tempat wisata tersebut, misalnya ada beberapa tempat tujuan wisata dengan jarak tempuh yang sama maka orang akan memberi nilai lebih untuk tempat yang menjadi kesukaannya atau hobinya. Akibat adanya tempat substitusi akan membuat model menjadi lebih kompleks.

Kelemahan yang lain adalah penduduk yang tinggal di sekitar *site* mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tempat wisata tersebut, sehingga mereka akan memberikan nilai yang tinggi sedangkan karena jarak yang dekat maka tidak dapat ditangkap oleh model. Selain itu pula dengan melakukan *interview* secara langsung dapat membuat sampling bias pada analisis, disamping tidak mudah untuk mengukur kualitas dari suatu tempat rekreasi. Kelemahan yang lain dari biaya perjalanan adalah standar biaya perjalanan yang digunakan akan mencerminkan kondisi saat sekarang tapi tidak untuk keuntungan atau kerugian masa lalu atau masa yang akan datang. Dalam menduga fungsi permintaan diperlukan perbedaan yang jelas antara jarak yang berakibat terhadap biaya perjalanan, atau biaya perjalanan yang menyebabkan jumlah kunjungan. Metode biaya perjalanan terbatas ruang lingkupnya dalam aplikasi, karena metode ini memerlukan partisipasi dari pengunjung. Metode biaya perjalanan merupakan metode yang tidak dapat mengakomodir *non-use value*, sehingga suatu tempat rekreasi dengan kualitas keunikan tertentu bagi bukan pengunjung akan *undervalued*.

### 3.2. Metode Analisis

Metode analisis valuasi ekonomi sumber daya yang digunakan adalah dengan pendekatan *Travel Cost Method* (TCM). Pada analisis TCM memerlukan beberapa tahapan, yaitu: (1)Sampling data untuk memperoleh data primer, (2)Penjelasan secara deskriptif, (3)Pendugaan biaya perjalanan wisata, dan (4)Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai ekonomi sumber daya Cikoromoy.

#### 3.2.1 Teknik Sampling

Pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dimana peneliti mempunyai pertimbangan tertentu dalam menetapkan contoh sesuai dengan tujuan penelitiannya. Besarnya contoh yang diambil dari populasi sangat tergantung pada tujuan penelitian, jenis instrumen yang dipergunakan, biaya dan waktu. Pada waktu pengambilan sampel peneliti memberikan batasan terhadap responden yaitu berstatus pengunjung yang melakukan kegiatan berwisata, berumur minimal 18

(delapan belas) tahun, diharapkan sudah mampu membuat keputusan dengan logika yang sehat.

### 3.2.2. Kuisisioner

Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan membagikan kuisisioner. Kuisisioner yang dipersiapkan dalam penelitian ini berisi pertanyaan-pertanyaan berstruktur yang terbagi atas 3 (tiga) bagian, yaitu :

- Bagian A berisi pertanyaan mengenai Karakteristik Responden,
- Bagian B berisi pertanyaan mengenai Persepsi Pengunjung Tentang Obyek Wisata Cikoromoy, dan
- Bagian C tentang Perbandingan Persepsi Pengunjung Antara Cikoromoy Dan Obyek Wisata Tirta Lain dan Penawaran Nilai Lelang Tiket Masuk.

Teknik pengisian kuisisioner oleh responden adalah peneliti memandu responden untuk mengisi setiap tahapan kuisisioner atau mewawancarai responden berdasarkan tahapan bagian kuisisioner. Pertanyaan dalam kuisisioner tidak secara langsung dijawab oleh responden mengingat kemampuan responden yang bervariasi dan jumlah pertanyaan yang cukup banyak, 70 buah.

### 3.2.3. Analisis Deskriptif

Data primer yang diperoleh pada sampling diatas dianalisis dengan analisis tabulasi secara deskriptif kualitatif (Wibowo, 2005). Analisis tabulasi adalah pembuatan tabel yang merupakan kumpulan angka-angka yang disusun menurut kategori-kategori tertentu sehingga memudahkan pembuatan analisis data. Penyajian dengan tabel bisa memberikan angka-angka yang lebih teliti baik berupa hubungan satu arah, dua arah, ataupun lebih. Grafik merupakan gambar-gambar yang menunjukkan data berupa angka secara visual (mungkin juga dengan simbol-simbol) serta biasanya berasal dari tabel-tabel yang telah dibuat (Supranto, 2000). Walaupun angka-angka yang disajikan melalui grafik kurang teliti dibandingkan dengan tabel, namun grafik dapat membantu untuk mengambil kesimpulan yang cepat. Grafik garis digunakan untuk menyajikan data yang berbentuk tren, sehingga dapat diperoleh gambaran mengenai perkembangan suatu obyek tertentu atau lebih. Analisis deskriptif merupakan metode-metode

yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna (Walpole, 1995).

Pada karya tulis ini analisis tabulasi secara deskriptif kualitatif dipergunakan pada data karakteristik wisatawan dan data persepsi pengunjung. Data karakteristik wisatawan mengemukakan profil responden menurut gender, umur, asal, pendapatan, pendidikan, status pekerjaan, jarak tempuh, waktu tempuh, biaya perjalanan, rombongan kedatangan, alokasi belanja wisata, penggunaan kendaraan, kepemilikan rumah, dan informasi tentang lingkungan. Data persepsi pengunjung menampilkan profil tentang daya tarik utama obyek wisata, penilaian responden atas pelayanan dan ketersediaan fasilitas penunjang, pengetahuan tentang fungsi-fungsi ekologi, dan pengetahuan tentang obyek wisata tirta yang merupakan substitusi Cikoromoy.

### 3.2.4. Model Pendugaan Biaya Perjalanan

Menurut Fauzi (2004) model umum untuk menduga metode biaya perjalanan akan menjelaskan hubungan antara jumlah kunjungan reponden di suatu tempat wisata ( $V$ ) dengan variabel-variabel yang mempengaruhinya. Secara umum model fungsi permintaannya dapat ditulis sebagai berikut:

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, M_i)$$

Dalam bentuk linier, fungsi permintaan ditulis sebagai berikut:

$$V = \alpha_0 + \alpha_1 C + \alpha_2 S + \alpha_3 M + \alpha_4 T + \alpha_5 Q + \varepsilon$$

Dimana :

$V_{ij}$  adalah jumlah kunjungan individu  $i$  ke tempat wisata  $j$ ,

$C_{ij}$  adalah biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu  $i$  untuk mengunjungi tempat wisata  $j$ ,

$T_{ij}$  adalah biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu  $i$  untuk mengunjungi tempat wisata  $j$ ,

$Q_{ij}$  adalah persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat wisata yang dikunjungi,

$S_{ij}$  adalah karakter substusi yang mungkin ada di tempat lain,

$M_i$  adalah pendapatan (*income*) dari individu  $i$ ,

$\varepsilon_i$  adalah *error term* dari model.

Setelah mengetahui fungsi permintaan diatas, selanjutnya akan diukur surplus konsumen yang merupakan *proxy* dari nilai WTP terhadap lokasi wisata. Surplus konsumen tersebut dapat diukur melalui formula:

$$WTP \approx CS = \frac{N^2}{2\alpha_1} \quad \text{untuk fungsi permintaan linier, dan}$$

$$WTP \approx CS_2 = \frac{N}{\alpha_1} \quad \text{untuk fungsi log linier}$$

Dimana:

WTP = *willingness to pay*

CS = konsumen surplus

N = jumlah kunjungan yang dilakukan oleh individu *i*

$\alpha$  = koefisien regresi

Agar penilaian terhadap sumber daya alam melalui TCM tersebut tidak bias, Haab dan McConnel (2002) dalam Fauzi (2004) menyatakan bahwa fungsi permintaan harus dibangun dengan asumsi dasar, antara lain:

1. Biaya perjalanan dan biaya waktu digunakan sebagai *proxy* atas harga dari rekreasi.
2. Waktu perjalanan bersifat netral, artinya tidak menghasilkan utilitas maupun disutilitas
3. Perjalanan merupakan perjalanan tunggal (bukan *multitrips*)

### **Hipotesis Metode Biaya Perjalanan**

Untuk menganalisis variabel yang berpengaruh pada frekuensi kunjungan wisata ke Cikoromoy, variabel-variabel yang akan dianalisis perlu ditentukan terlebih dahulu. Pemilihan variabel bebas tersebut berdasarkan teori dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, ataupun asumsi yang dibangun yang merujuk pada jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Variabel-variabel tersebut akan diuji terlebih dahulu dengan uji indepedensi dua

arah atau uji Chi-Square sebelum model persamaannya diujicobakan dengan model ekonometrika.

Variabel terikat dan variabel-variabel bebas yang dipergunakan dalam metode biaya perjalanan, sebelum digunakan harus dibuat hipotesis setiap variabel. Hipotesis yang dibangun pada metode biaya perjalanan adalah sebagai berikut:

- a. Permintaan wisata terhadap wisata tirta dapat *diproxy* (didekati) dengan frekuensi kunjungan yang responden lakukan dalam setahun terakhir ke Cikoromoy. Frekuensi kunjungan ini diduga dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan hubungan tersebut diasumsikan akan berkorelasi secara negatif. Sehingga akan didapat kurva permintaan yang memiliki kemiringan negatif. Sedangkan variabel-variabel lainnya akan berpengaruh juga terhadap permintaan wisata tetapi tidak secara signifikan. Untuk itu hipotesis yang diajukan adalah :

H<sub>10</sub> : permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh biaya perjalanan

H<sub>11</sub> : permintaan wisata **dipengaruhi** oleh biaya perjalanan

- b. Permintaan wisata ke Cikoromoy yang didekati dengan frekuensi kunjungan wisata dalam setahun terakhir diduga dipengaruhi oleh waktu perjalanan. Hubungan tersebut diasumsikan berkorelasi negatif, semakin lama waktu perjalanan maka frekuensi kunjungan wisata ke Cikoromoy makin menurun. Hipotesis yang dibangun adalah :

H<sub>20</sub> : permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh waktu perjalanan.

H<sub>11</sub> : permintaan wisata **dipengaruhi** oleh waktu perjalanan.

- c. Kedatangan pengunjung yang cenderung lebih dari sekali dalam setahun tentunya dipengaruhi persepsi responden terhadap Cikoromoy. Untuk itu akan dilihat apakah persepsi pengunjung mengenai fungsi ekologi Cikoromoy akan mempengaruhi frekuensi kunjungan ke Cikoromoy. Fungsi ekologi tersebut meliputi : daya tarik utama wisata Cikoromoy kolam pemandian alam, Cikoromoy menyediakan udara yang bersih dan segar, Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air, Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor, Cikoromoy sebagai

bagian dari ekosistem Gunung Karang mampu mengurangi polusi, ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya Cikoromoy membantu mengurangi efek *global warming*. Hipotesis yang dibangun adalah:

- H<sub>10</sub> : Persepsi pengunjung **tidak dipengaruhi** oleh daya tarik utama Cikoromoy sebagai kolam pemandian alam.
- H<sub>11</sub> : Persepsi responden **dipengaruhi** oleh daya tarik utama Cikoromoy sebagai kolam pemandian alam.
- H<sub>20</sub> : Persepsi pengunjung **tidak dipengaruhi** oleh daya tarik utama Cikoromoy sebagai penyedia udara yang bersih dan segar.
- H<sub>21</sub> : Persepsi responden **dipengaruhi** oleh daya tarik utama Cikoromoy sebagai penyedia udara yang bersih dan segar.
- H<sub>30</sub> : Persepsi pengunjung **tidak dipengaruhi** oleh fungsi ekologi bahwa Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air.
- H<sub>31</sub> : Persepsi responden **dipengaruhi** oleh fungsi ekologi bahwa Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air.
- H<sub>40</sub> : Persepsi pengunjung **tidak dipengaruhi** oleh fungsi ekologi bahwa Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor.
- H<sub>41</sub> : Persepsi responden **dipengaruhi** oleh fungsi ekologi bahwa Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor.
- H<sub>50</sub> : Persepsi pengunjung **tidak dipengaruhi** oleh fungsi ekologi bahwa Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang mampu mengurangi polusi.
- H<sub>51</sub> : Persepsi responden **dipengaruhi** oleh fungsi ekologi bahwa Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang mampu mengurangi polusi.
- H<sub>60</sub> : Persepsi pengunjung **tidak dipengaruhi** oleh fungsi ekologi bahwa ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya Cikoromoy membantu mengurangi efek *global warming*.
- H<sub>61</sub> : Persepsi responden **dipengaruhi** oleh fungsi ekologi bahwa ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya Cikoromoy membantu mengurangi efek *global warming*.

- d. Dilihat dari adanya karakter obyek wisata tirta yang merupakan substitusi Cikoromoy akan mempengaruhi frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy. Pengetahuan responden mengenai substitusi Cikoromoy adalah penilaian tentang : keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya, Cikoromoy mempunyai lebih banyak fasilitas yang dapat

dimanfaatkan, fasilitas penunjang Cikoromoy (seperti kamar mandi, tempat sampah, tempat parkir, tempat ibadah, dan lain-lain) lebih banyak dibandingkan dengan fasilitas yang sama pada obyek wisata tirta lain, pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan dengan pengunjung pada obyek wisata tirta lain, pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan pada obyek wisata tirta lain. Untuk itu hipotesis yang dibangun adalah:

- H<sub>10</sub> : Permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh penilaian bahwa keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya.
- H<sub>11</sub> : Permintaan wisata **dipengaruhi** oleh penilaian bahwa keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya.
- H<sub>20</sub> : Permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh penilaian bahwa Cikoromoy mempunyai lebih banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan.
- H<sub>21</sub> : Permintaan wisata **dipengaruhi** oleh penilaian bahwa Cikoromoy mempunyai lebih banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan.
- H<sub>30</sub> : Permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh penilaian bahwa fasilitas penunjang Cikoromoy (seperti kamar mandi, tempat sampah, tempat parkir, tempat ibadah, dan lain-lain) lebih banyak dibandingkan dengan fasilitas yang sama pada obyek wisata tirta lain.
- H<sub>31</sub> : Permintaan wisata **dipengaruhi** oleh penilaian bahwa fasilitas penunjang Cikoromoy (seperti kamar mandi, tempat sampah, tempat parkir, tempat ibadah, dan lain-lain) lebih banyak dibandingkan dengan fasilitas yang sama pada obyek wisata tirta lain.
- H<sub>40</sub> : Permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh penilaian bahwa pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan dengan pengunjung pada obyek wisata tirta lain.
- H<sub>41</sub> : Permintaan wisata **dipengaruhi** oleh penilaian bahwa pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan dengan pengunjung pada obyek wisata tirta lain.
- H<sub>50</sub> : Permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh penilaian bahwa pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan pada obyek wisata tirta lain.
- H<sub>51</sub> : Permintaan wisata **dipengaruhi** oleh penilaian bahwa pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan pada obyek wisata tirta lain.

- e. Bila dilihat dari tingkat pendapatan wisatawan akan berkorelasi positif dengan jumlah kunjungan. Diharapkan akan membentuk kurva permintaan dengan kemiringan yang positif, semakin besar pendapatan semakin besar pula permintaan wisata. Hipotesis yang dibangun adalah:
- H<sub>10</sub> : Permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh pendapatan wisatawan.
- H<sub>11</sub> : Permintaan wisata **dipengaruhi** oleh pendapatan wisatawan.
- f. Dilihat dari frekuensi kunjungan responden apakah akan dipengaruhi oleh variabel zona asal dan karakteristik responden seperti jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan. Untuk itu hipotesis yang dibangun adalah sebagai berikut :
- H<sub>10</sub> : Permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh zona asal pengunjung.
- H<sub>11</sub> : Permintaan wisata **dipengaruhi** oleh zona asal pengunjung.
- H<sub>20</sub> : Permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh jenis pekerjaan pengunjung.
- H<sub>21</sub> : Permintaan wisata **dipengaruhi** oleh jenis pekerjaan pengunjung.
- H<sub>30</sub> : Permintaan wisata **tidak dipengaruhi** oleh tingkat pendidikan pengunjung.
- H<sub>31</sub> : Permintaan wisata **dipengaruhi** oleh tingkat pendidikan pengunjung.

### 3.2.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Ekonomi Sumber Daya Cikoromoy.

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai ekonomi sumber daya Cikoromoy dan yang akan digunakan pada metode biaya perjalanan adalah sebagai berikut :

#### 1. Jumlah kunjungan

Jumlah kunjungan merupakan banyaknya kunjungan yang dilakukan responden dalam jangka waktu setahun terakhir termasuk kunjungan pada saat survei dilakukan. Semakin dekat lokasi obyek wisata maka jumlah kunjungan akan semakin meningkat, sedangkan semakin jauh tempat tinggal dari seseorang maka jumlah kunjungannya akan semakin sedikit. Hal ini terkait dengan jumlah biaya yang dikeluarkan dan jumlah waktu yang dihabiskan untuk mengunjungi lokasi wisata tersebut. Walaupun sebenarnya jumlah

kunjungan tidak hanya dipengaruhi oleh biaya perjalanan saja, tetapi juga minat, persepsi, karakteristik responden lainnya.

## 2. Biaya perjalanan

Jika setiap responden diasumsikan datang ke Cikoromoy menggunakan kendaraan pribadi dan melewati jalan raya, sehingga jarak yang ditempuh responden tersebut dapat dihitung menggunakan kilometer jarak yang ditempuh. Dengan diketahuinya alamat asal responden maka kita dapat menduga jarak daerah asal responden tersebut ke Cikoromoy.

## 3. Nilai waktu perjalanan

Bila waktu perjalanan diabaikan maka pendugaan terhadap elastisitas permintaan akan *over estimated* dan pendugaan terhadap manfaat tempat wisata akan *under estimated*, atau bisa sebaliknya. Mengenai nilai waktu ini permasalahan yang muncul bukan hanya sekedar memasukkan dalam biaya perjalanan, tetapi pada bagaimana nilai tersebut, apakah biaya oportunitas di kawasan wisata masuk dalam pendugaan permintaan (McConnel dalam Wibowo, 2005).

Nilai waktu sering juga diduga menggunakan 25%-30% dari minimum tingkat upah untuk waktu perjalanan yang digunakan. Tetapi tingkat upah seperti ini mendapatkan kritik karena dengan menyamakan waktu luang dengan waktu kerja dalam penilaian ekonomi, *opportunity cost of time*, hasilnya menjadi tidak cukup memuaskan. Hal ini disebabkan individu atau keluarga mungkin menggunakan waktu luang mereka atau bukan waktu kerja mereka untuk melakukan perjalanan tersebut. Bila demikian halnya, maka individu atau keluarga dapat menilai secara berbeda waktu kerja dengan waktu luang masing-masing (Menz dan Purlton, dalam Wibowo, 2005).

Masih terdapat ketidaksepakatan diantara para ahli akan dicantumkan atau tidaknya biaya oportunitas waktu di kawasan wisata dalam pendugaan permintaan. Argumentasinya adalah waktu di kawasan wisata tidak termasuk dalam biaya perjalanan karena variabel ini bukan merupakan bagian dari biaya marginal perjalanan. Argumentasi untuk tidak memasukkan waktu di kawasan wisata tersebut berdasarkan pada pemikiran bahwa jumlah perjalanan,

kesempatan wisata atau jumlah hari kunjungan tidak berhubungan dengan jarak (Mendelsohn dan Brown dalam Wibowo, 2005).

Berbeda dengan argumen tersebut, yang menyatakan bahwa hari kunjungan berhubungan erat dengan jarak, dimana hal tersebut cukup masuk akal. Contohnya pengunjung yang datang dari tempat yang jauh maka jawab waktu tempuh akan lebih lama dibandingkan pengunjung dari daerah sekitar. Secara hipotesis pengunjung akan membuat pilihan akan berapa lama berkunjung dan berapa jam mereka dalam perjalanan. Bila waktu yang digunakan di kawasan wisata bebas dari pengaruh biaya dan jarak perjalanan, maka memasukkan biaya waktu di kawasan wisata tidak akan berpengaruh terhadap variabel yang diukur. Namun demikian dengan memasukkan waktu perjalanan dan waktu di kawasan wisata dalam pendugaan permintaan akan membuat masalah multikolinearitas. Masalah tersebut dapat dihindarkan dengan menggabungkan dua ukuran waktu tersebut menjadi variabel tunggal (Cesario dan Knetsch dalam Wibowo, 2005).

Sehingga pendekatan yang paling realistis adalah menempatkan waktu perjalanan dan waktu di kawasan wisata dalam satu biaya oportunitas dan memadukannya menjadi parameter tunggal untuk setiap sampel individu. Nilai waktu menempatkan sampel individu secara realistis berdasarkan pada oportunitas ekonomi individu bukan pada suatu tingkat upah yang tetap (Bockstael dalam Wibowo, 2005). Jumlah waktu yang pengunjung habiskan selama di dalam *site* atau *opportunity cost of time* adalah lamanya kunjungan yang responden lakukan di Cikoromoy. *Opportunity cost of time* yang digunakan responden untuk pergi ke Cikoromoy dibandingkan jika waktu tersebut digunakan untuk bekerja dan mendapatkan upah.

#### 4. Lokasi substitusi

Obyek wisata substitusi merupakan lokasi wisata yang lain yang dekat dengan obyek wisata tujuan dan dapat dijadikan sebagai alternatif untuk tidak mengunjungi obyek wisata tersebut. Selain itu kemungkinan akan mempengaruhi nilai dari tempat wisata tersebut, misalnya ada beberapa tempat tujuan wisata dengan jarak tempuh yang sama maka orang akan memberi nilai lebih tempat yang menjadi kesukaannya atau hobinya.

5. Lokasi atau zona asal tempat tinggal pengunjung

Pada penelitian ini pengunjung dibedakan berdasarkan zona asal tempat tinggalnya dalam beberapa zona. Zona 1 yaitu wilayah administrasi Kabupaten Pandeglang, Zona 2 yaitu daerah yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Pandeglang yaitu Kabupaten Serang, Kabupaten Lebak dan Kota Serang. Zona 3 yaitu daerah yang lebih jauh dari wilayah pada zona 2 yaitu Kota Cilegon. Zona 4 merupakan daerah di Propinsi Banten selain yang sudah disebutkan diatas, yang terdiri dari Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang. Sedangkan Zona 5 adalah daerah diluar Propinsi Banten yaitu berasal dari Jakarta dan wilayah-wilayah di Propinsi Jawa Barat seperti Garut, Ciamis, Bogor dan lain-lain.

6. Pendapatan responden

Dalam teori mikroekonomi pendapatan dan konsumsi berkorelasi secara positif. Kebutuhan wisata merupakan bagian dari fungsi konsumsi. Semakin besar pendapatan seseorang maka akan semakin besar pula jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi. Semakin besar pendapatan, alokasi pendapatan untuk wisata akan semakin besar pula. Alokasi belanja untuk wisata tercermin dalam profil peningkatan jumlah kunjungan wisata atau peningkatan jumlah belanja wisata. Apabila hal tersebut digambarkan dalam kurva permintaan akan diperoleh kurva dengan kemiringan yang positif.

7. Persepsi responden

Data persepsi responden menampilkan profil tentang daya tarik utama obyek wisata; penilaian responden terhadap kepadatan pengunjung; penilaian responden terhadap kebersihan, keamanan dan kenyamanan; penilaian responden atas pelayanan dan ketersediaan fasilitas penunjang, pengetahuan tentang fungsi-fungsi ekologi, dan pengetahuan tentang obyek wisata tirta yang merupakan substitusi Cikoromoy.

## BAB IV

### KONDISI UMUM LOKASI PENELITIAN

#### 4.1. Kondisi Umum Sosial Ekonomi Kabupaten Pandeglang

Wilayah Kabupaten Pandeglang secara geografis terletak antara  $6^{\circ} 21' - 7^{\circ} 10'$  Lintang Selatan (LS) dan  $104^{\circ} 48' - 106^{\circ} 11'$  Bujur Timur (BT), dengan luas daerah sebesar 274.689,91 ha atau 2.747 km<sup>2</sup> atau sebesar 29,98% dari total luas Propinsi Banten. Luas wilayah Kabupaten Pandeglang tersebut dihuni oleh 1.130.514 jiwa penduduk pada tahun 2007. Tingkat kepadatan penduduk tidak merata, kepadatan penduduk terendah adalah di wilayah Kecamatan Sumur dengan nilai 39 orang / KM<sup>2</sup> dan tingkat kepadatan penduduk tertinggi di Kecamatan Pandeglang dengan angka 1.990 orang / KM<sup>2</sup>. Laju pertumbuhan penduduk tertinggi terjadi pada tahun 2002-2003 sebesar 3,88% dari rata-rata 1,49% antara tahun 2000-2005. Berikut ini adalah tabel jumlah penduduk Kabupaten Pandeglang tahun 2000-2007.

Tabel 4.1.  
Data Jumlah Penduduk Kabupaten Pandeglang

Tahun	Jumlah Penduduk
2000	1.010.741
2001	1.020.798
2002	1.040.871
2003	1.082.012
2004	1.100.911
2005	1.106.788
2006	1.124.497
2007	1.130.514

Sumber : BPS Kab. Pandeglang, 2001-2008.

Jumlah penduduk yang besar tersebut tidak diimbangi dengan tingkat pendidikan yang memadai. Menurut Bappeda Kabupaten Pandeglang (2007) angka partisipasi sekolah (APS) Kabupaten Pandeglang tahun 2006 adalah 7 tahun 10 bulan atau hanya sampai SMP kelas 2. Dapat dikatakan bahwa rata-rata penduduk Kabupaten Pandeglang hanya mengenyam pendidikan dasar. Rendahnya kualitas pendidikan penduduk Kabupaten Pandeglang dipengaruhi oleh kemiskinan, topografi wilayah yang bergunung-gunung dan akses jalan yang minim, disamping itu rasio guru-murid pada jenjang Sekolah Dasar yang sangat

tinggi 1:23,21 dari nilai idealnya 1:10. Berikut ini data penduduk usia sekolah di Kabupaten Pandeglang tahun 2001-2006.

Tabel 4.2.  
Penduduk Usia Sekolah Kabupaten Pandeglang Tahun 2001-2006

Tahun \ Jenjang	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Pra Sekolah	155.002	134.156	172.373	151.220	118.491	122.429
TK	83.071	71.899	85.844	81.498	65.129	68.351
SD	165.142	163.180	186.476	157.986	88.874	84.536
SLTP	73.493	71.227	84.825	72.774	37.582	55.636
SLTA	65.239	75.557	65.869	70.863	15.010	20.908
PT/Universitas	87.900	93.196	74.071	113.480	4.468	6.556
Jumlah	629.847	609.215	669.458	647.821	329.554	358.416

Sumber : BPS Kab. Pandeglang, 2001-2008.

Pada tahun 2005 angka putus sekolah formal mencapai 179.554 orang siswa dan tahun 2006 sebanyak 185.987 orang siswa. Angka putus sekolah tersebut tersebar antara jenjang Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi. Pada tahun 2005-2006 secara umum jumlah penduduk bertambah namun angka partisipasi sekolah penduduk menurun tajam. Kemungkinan penyebabnya adalah faktor ekonomi keluarga, bencana alam dan masuknya pengungsi dari Poso, Aceh, Maluku yang dahulu merupakan transmigran dari Kabupaten Pandeglang. Walaupun pendidikan formalnya terhenti, rata-rata penduduk usia sekolah jenjang SD dan SLTP tetap melanjutkan pendidikan informalnya di pesantren. Pesantren lebih mudah dijangkau oleh penduduk desa dan memiliki syarat-syarat yang lebih ringan dibandingkan pendidikan formal. Jumlah pesantren di Kabupaten Pandeglang tahun 2007 adalah 1.111 unit.

Informasi selanjutnya adalah pendapatan regional Kabupaten Pandeglang. Laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan salah satu indikator yang menunjukkan naik atau turunnya produk yang dihasilkan sebagai balas jasa seluruh kegiatan ekonomi. Kondisi ekonomi dapat diketahui dari penyajian PDRB atas dasar harga berlaku dan atas dasar harga konstan. Semakin tinggi kenaikan PDRB makin tinggi pula pertumbuhan ekonominya. Berikut ini disajikan tabel PDRB Kabupaten Pandeglang Tahun 2000-2007 atas dasar harga belaku dengan tahun dasar 2000, nilai pada tabel dalam juta rupiah.

Tabel 4.3.  
DATA STRUKTUR PDRB KABUPATEN PANDEGLANG  
ATAS DASAR HARGA BERLAKU TAHUN 2006 - 2007 (Dalam Persen)

	<b>LAPANGAN USAHA</b>	2006	2007
<b>1.</b>	<b>PERTANIAN, PETERNAKAN, KEHUTANAN DAN PERIKANAN</b>	<b>32,71</b>	<b>31,80</b>
a.	Tanaman bahan makanan	23,09	22,27
b.	Tanaman perkebunan	4,19	4,34
c.	Peternakan dan hasil-hasilnya	1,90	1,85
d.	Kehutanan	0,32	0,31
e.	Perikanan	3,21	3,04
<b>2.</b>	<b>PERTAMBANGAN DAN PENGGALIAN</b>	<b>0,11</b>	<b>0,11</b>
a.	Minyak dan gas bumi	-	-
b.	Pertambangan tanpa migas	-	-
c.	Penggalian	0,11	0,11
<b>3.</b>	<b>INDUSTRI PENGOLAHAN</b>	<b>11,33</b>	<b>11,12</b>
a.	Industri migas	-	-
b.	Industri tanpa migas	11,33	11,12
<b>4.</b>	<b>LISTRIK, GAS DAN AIR BERSIH</b>	<b>0,72</b>	<b>0,67</b>
a.	Listrik	0,61	0,57
b.	Gas kota	-	-
c.	Air bersih	0,11	0,10
<b>5.</b>	<b>B A N G U N A N</b>	<b>4,67</b>	<b>4,92</b>
<b>6.</b>	<b>PERDAGANGAN, HOTEL DAN RESTORAN</b>	<b>23,21</b>	<b>23,00</b>
a.	Perdagangan besar dan eceran	15,80	15,81
b.	H o t e l	0,25	0,24
c.	Restoran	7,15	6,95
<b>7.</b>	<b>PENGANGKUTAN DAN KOMUNIKASI</b>	<b>7,30</b>	<b>8,10</b>
a.	Pengangkutan	6,65	7,40
b.	Komunikasi	0,65	0,70
<b>8.</b>	<b>KEUANGAN, PERSEWAAN &amp; JASA PERUSAHAAN</b>	<b>5,44</b>	<b>5,56</b>
a.	B a n k	1,33	1,34
b.	Lembaga keuangan lainnya	0,60	0,65
c.	Jasa Penunjang Keuangan	2,97	3,04
d.	Sewa bangunan		
e.	Jasa perusahaan	0,54	0,53
<b>9.</b>	<b>JASA-JASA</b>	<b>14,53</b>	<b>14,71</b>
a.	Pemerintahan umum	10,42	10,65
b.	S w a s t a	4,10	4,06
	<b>PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Sumber : BPS Kab. Pandeglang, 2001-2008.

Sektor perdagangan, hotel dan restoran merupakan sektor terbesar kedua setelah sektor pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan. Pada tahun 2007 sektor perdagangan, hotel dan restoran bernilai Rp 1.438.214.250.000 atau sebesar 23%, yang terdiri dari sub sektor perdagangan besar dan eceran berjumlah Rp 988.185.760.000 atau sebesar 15,81%; sedangkan sub sektor hotel bernilai Rp

15.245.000.000 atau sebesar 0,24% dan sub sektor restoran bernilai Rp 434.783.500.000 atau sebesar 6,95%.

Antara tahun 2000-2007 terjadi fluktuasi pertumbuhan sektor perdagangan, hotel dan restoran; pertumbuhan tertinggi terjadi tahun 2006 yaitu meningkat sebesar 2,35% dari tahun sebelumnya. Sedangkan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2001, sektor ini mengalami pertumbuhan -1,18% dari tahun sebelumnya. Secara keseluruhan sektor perdagangan, hotel dan restoran di Kabupaten Pandeglang pada rentang tahun 2000-2007 tetap mengalami pertumbuhan positif dengan nilai total 0,46% dan nilai rata-rata pertumbuhan sektor ini adalah 0,065 % per tahun. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 16 dan 17.

Mayoritas lapangan kerja penduduk Kabupaten Pandeglang pada sektor primer yaitu sektor pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan dan sektor pertambangan dan penggalian. Untuk memperoleh gambaran *income* per kapita penduduk Kabupaten Pandeglang di-*proxy* atau didekati dengan pola pengeluaran penduduk yang bersumber pada data Susenas Kabupaten Pandeglang tahun 2002 dan 2005. Penduduk Kabupaten Pandeglang memiliki tingkat pendapatan per kapita rata-rata pada tahun 2007 sebesar Rp 240.449,-. Antara tahun 2000-2007 kenaikan pendapatan per kapita rata-rata tertinggi terjadi pada tahun 2007 dengan nilai Rp 28.917/bulan atau sebesar 12,03%; sedangkan kenaikan pendapatan per kapita rata-rata terendah terjadi tahun 2004 dengan nilai penurunan sebesar Rp 8.774/bulan atau mengalami pertumbuhan minus 4,79%. Data tersebut Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.4  
Data Pendapatan/Kapita  
Penduduk Kabupaten Pandeglang Tahun 2000-2007

Tahun	Rp/bulan
2000	181.671
2001	182.162
2002	188.237
2003	191.911
2004	183.137
2005	196.653
2006	211.532
2007	240.449

Sumber : Data Susenas Kabupaten Pandeglang tahun 2002 dan 2005  
Keterangan: Diolah oleh BPS Kabupaten Pandeglang, 2008.

#### 4.2. Data Konsumsi Penduduk Kabupaten Pandeglang dan Daerah Sekitarnya.

Untuk memperoleh gambaran pola konsumsi penduduk Kabupaten Pandeglang digunakan data konsumsi penduduk Kabupaten Pandeglang. Data Konsumsi penduduk Kabupaten Pandeglang adalah data porsi belanja per kapita rata-rata bulanan tahun 2000 – 2007 berdasarkan hasil Susenas BPS Kabupaten Pandeglang tahun 2002 dan 2005. Data Susenas membaginya dalam kelompok Makanan dan Non Makanan, kelompok Non Makanan terbagi atas sub kelompok Aneka Barang dan Jasa dan sub kelompok Non Makanan Lainnya. Dari sub kelompok Aneka Barang dan Jasa ini dibagi-bagi menjadi golongan yang lebih kecil yang terdiri dari Belanja Sabun dan Kosmetik; Belanja Kesehatan; Belanja Pendidikan; Belanja Angkutan dan Transportasi dan Belanja Aneka Barang dan Jasa Lainnya. Dari golongan Belanja Aneka Barang dan Jasa Lainnya inilah diasosiasikan menjadi porsi belanja wisata per kapita rata-rata bulanan. Berikut ini adalah Data Konsumsi Penduduk Kabupaten Pandeglang Tahun 2000-2007.

Tabel 4.5.

Data Konsumsi Penduduk Kabupaten Pandeglang pada Sub Kelompok Aneka Barang dan Jasa: Golongan Kesehatan; Pendidikan; Sabun Kosmetik dan lain-lain Tahun 2000-2007

Tahun	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Aneka Barang dan Jasa (Rp)	20,852	20,922	19,622	21,822	23,186	21,047	26,781	26,617
1. Sabun, kosmetik, dll (Rp)	5,802	5,857	5,555	6,109	6,429	6,193	7,426	7,024
2. Kesehatan (Rp)	3,155	3,592	3,823	3,751	3,535	2,788	4,083	4,479
3. Pendidikan (Rp)	3,821	3,617	3,120	3,770	4,275	3,459	4,938	5,330
4. Angkutan (Rp)	6,416	6,361	5,891	6,634	7,123	6,662	8,227	7,980
5. Barang dan Jasa lainnya (Rp)	1,656	1,495	1,233	1,558	1,824	1,945	2,106	1,804

Sumber : Susenas Kab. Pandeglang 2002, 2005.

Keterangan : Diolah oleh BPS Kabupaten Pandeglang.

Oleh karena wisatawan yang datang ke obyek-obyek wisata di Pandeglang pada umumnya wisatawan domestik yang berasal dari daerah-daerah sekitar Kabupaten Pandeglang seperti Kabupaten Serang, Kabupaten Tangerang, Kabupaten Lebak, Kota Cilegon dan Kota Tangerang; maka akan sangat penting untuk memberikan gambaran potensi permintaan (kebutuhan) masyarakat sekitar Kabupaten Pandeglang terhadap wisata. Potensi ekonomi wisata tersebut tercermin dalam porsi belanja masyarakat untuk wisata yang dalam data Susenas masuk dalam kelompok Barang dan Jasa Lainnya. Berikut ini disajikan data belanja penduduk daerah-daerah sekitar Kabupaten Pandeglang.

Tabel 4.6.  
Data Belanja Wisata Penduduk Kabupaten Serang, Kabupaten Tangerang,  
Kabupaten Lebak, Kota Cilegon dan Kota Tangerang  
Tahun 2000-2007

Daerah	Barang dan Jasa lainnya (Rp)							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Kab. Lebak	188	194	208	314	338	241	582	436
Kab. Serang	991	996	1.015	1.141	1.214	1.137	1.175	2.003
Kota Cilegon	-	3.362	3.058	3.750	4.323	9.802	7.733	4.072
Kab. Tangerang	3.472	4.074	7.104	6.528	5.103	12.166	7.202	5.887
Kota Tangerang	2.018	2.397	3.462	3.490	3.687	7.905	2.051	6.806

Sumber : Susenas Provinsi Banten 2002, 2005.

Keterangan : Diolah oleh BPS Provinsi Banten.

Porsi belanja wisata penduduk di wilayah sekitar Kabupaten Pandeglang secara umum diatas porsi belanja wisata penduduk Kabupaten Pandeglang. Pada tahun 2007 porsi belanja wisata penduduk Kabupaten Pandeglang adalah Rp 1.804, sementara untuk Kabupaten Serang sebesar Rp 2.003, Kabupaten Tangerang sebesar Rp 5.887, Kota Cilegon sebesar Rp 4.072, Kota Tangerang sebesar Rp 6.806 dan hanya Kabupaten Lebak yang berada dibawah porsi belanja wisata penduduk Kabupaten Pandeglang yaitu sebesar Rp 436. Potensi belanja yang tinggi ini merupakan peluang besar untuk mengembangkan obyek-obyek wisata salah satunya adalah Cikoromoy.

### 4.3. Cikoromoy Saat Ini

Cikoromoy merupakan salah satu obyek wisata alam yang berbasis perairan (wisata tirta), terletak di Desa Kadubungbang, Kecamatan Cimanuk, Kabupaten Pandeglang, Banten, berjarak sekitar 12 KM dari pusat kota Pandeglang. Cikoromoy terletak di lereng Gunung Karang sisi selatan, terhubung dengan jalan Pandeglang-Labuan melalui Cimanuk. Cikoromoy semula adalah mata air yang kemudian dibendung oleh masyarakat untuk tujuan irigasi. Wilayah kecamatan Cimanuk merupakan sentra pertanian terutama padi. Tanaman padi dapat ditanam sepanjang tahun karena sawah-sawah di lereng Gunung Karang mendapatkan pasokan air secara teratur dari sungai dan mata air yang ada di lereng gunung. Pada perkembangan selanjutnya sawah-sawah tersebut sebagian diusahakan untuk budidaya ikan air tawar dan hasilnya berkembang pesat. Karena kesejukan udara, keindahan panorama, kesuburan tanah, ketersediaan air sepanjang tahun, maka banyak penduduk yang mulai mendirikan rumah tinggal di sekitar daerah persawahan di Cikoromoy. Disamping untuk irigasi pertanian dan budidaya ikan, air Cikoromoy juga digunakan sebagai sumber utama bagi suplai air PDAM Kabupaten Pandeglang.

Perkembangan Cikoromoy menjadi kolam pemandian umum tidak terlepas dari keberadaan obyek peziarahan Cibulakan. Desa Kadubungbang semula hanya dikunjungi oleh orang luar dengan tujuan berziarah pada makam salah satu Syech (orang yang menyebarkan agama Islam). Peziarah umumnya tidak berziarah secara sendiri-sendiri, namun datang berombongan, mengunjungi beberapa makam dalam satu kali perjalanan dan membutuhkan waktu antara 1-3 hari tergantung jumlah tujuan makam. Masyarakat Islam tradisional di wilayah Banten biasanya melakukan perjalanan ziarah dengan tujuan 5 - 6 buah makam dan masjid. Mereka memulai perjalanan dari makam dan masjid Banten Lama di Kasemen, Kabupaten Serang; kemudian dilanjutkan menuju makam dan Pondok Pesantren Abuya Dimiyati di Cadasari, Pandeglang; Makam Syech Nawawi Al-Bantani di Cikadueun, Pandeglang; Makam Syech Ahmad di Cibulakan, Pandeglang (atau disebut Batu Qur'an); makam dan Masjid Caringin di Labuan, Pandeglang; atau kadang-kadang perjalanan ziarah diakhiri dengan sholat di Masjid Kubah Emas di Sawangan, Depok. Ritual ziarah pada makam Cikadueun

dan Cibulakan diakhiri dengan mandi pada kolam mata air yang terletak di samping makam. Kolam terdiri atas dua bagian, kolam laki-laki dan kolam wanita. Peziarah pada makam ini semakin lama semakin banyak dan kolam tak mampu lagi menampung peziarah yang ingin mandi. Akhirnya sebagian peziarah memilih mandi di bendung mata air Cikoromoy, yang jaraknya sekitar 200 M dari makam Cibulakan. Pada perkembangan selanjutnya Cikoromoy menjadi kolam pemandian mata air untuk umum tanpa harus dengan tujuan ziarah. Saat ini Cibulakan dan Cikoromoy berkembang dengan segmen pasar yang berbeda. Cibulakan tetap dengan konsumen peziarah, sedangkan Cikoromoy memiliki konsumen wisatawan umum, orang yang ingin melakukan aktivitas rekreasi, aktivitas yang berbeda dengan rutinitas sehari-hari dan bertujuan meningkatkan kebugaran tubuh dan menyegarkan pikiran.

Penduduk di sekitar Desa Kadubungbang menangkap pola kemajuan kunjungan wisata di Cikoromoy sebagai peluang bisnis, akhirnya banyak pedagang yang mendirikan gubug-gubug sederhana di sekitar kolam Cikoromoy. Sebenarnya Cikoromoy terletak diatas tanah negara (tanah kas desa Kadubungbang), namun beberapa saluran irigasi dan akses jalan menuju Cikoromoy melewati tanah milik masyarakat. Beberapa pemilik tanah mengubahnya menjadi rumah makan atau kios-kios sederhana yang disewakan, dan bahkan mendirikan bangunan permanen sebagai rumah tinggal. Perkembangan Cikoromoy sebagai obyek wisata tirta menjadi tidak terarah dan terkesan kumuh. Panorama indah dan asri menghadap ke arah Gunung Karang dan Gunung Pulosari saat ini hanya bisa dinikmati jika wisatawan berada di lantai 2 sebuah rumah makan.

Melihat perkembangan jumlah wisatawan dan pertumbuhan perdagangan di wilayah tersebut Pemerintah Kabupaten Pandeglang berencana menggarap Cikoromoy sebagai potensi wisata yang layak dikembangkan. Langkah pertama yang dilakukan adalah pemeliharaan ruas jalan Mandalawangi-Cimanuk agar frekuensi dan jumlah kunjungan wisata ke Cikoromoy tetap terjaga. Langkah Pemerintah Kabupaten Pandeglang berikutnya adalah membuka lahan parkir. Tanah negara yang terletak antara kolam pemandian Cikoromoy dan ruas jalan Mandalawangi-Cimanuk, yang semula adalah persawahan diubah fungsinya

menjadi tempat parkir kendaraan wisatawan Cikoromoy. Lokasi parkir ini dilengkapi gerbang menuju menuju kolam pemandian Cikoromoy. Pada waktu yang sama dengan penggarapan lahan parkir tersebut Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Pandeglang mengusulkan penerbitan peraturan daerah tentang retribusi masuk obyek wisata Cikoromoy. Kemudian Pemerintah Kabupaten Pandeglang menerbitkan Peraturan Daerah nomor 1 tahun 2000 tentang Retribusi Masuk Obyek Wisata Pantai Karangsari Carita dan Cikoromoy. Namun pelaksanaan pemungutan retribusi di Cikoromoy baru dimulai tahun 2002, setelah terjadi kesepakatan antara Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang dan Pemerintah Desa Kadubungbang. Retribusi masuk obyek wisata Cikoromoy dipungut oleh Pemerintah Desa Kadubungbang, kemudian diserahkan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang sebesar Rp 2.500.000 (dua juta lima ratus ribu rupiah) per tahun. Pada awal tahun 2001 Pemerintah Kabupaten Pandeglang pernah berencana untuk membebaskan tanah sekitar Cikoromoy agar dapat dikembangkan dengan pola perencanaan wisata yang optimal, namun prosesnya menjadi sangat alot dan akhirnya rencana tersebut tidak diteruskan. Rencana lain pengembangan Cikoromoy oleh Pemerintah Kabupaten Pandeglang adalah pada tahun 2006 dengan membuat pelebaran jalan kabupaten yang melintas di depan obyek wisata Cibulakan dan Cikoromoy (ruas Mandalawangi-Cimanuk) sepanjang 2 KM. Namun pembebasan tanah terjadi dengan alot karena masyarakat pemilik tanah memasang harga yang sangat tinggi untuk per meter tanah mereka yang terkena pelebaran. Harga tersebut jauh melampaui kemampuan daerah, sehingga rencana tersebut batal dilaksanakan. Akhirnya Pemerintah Kabupaten Pandeglang hanya meningkatkan kualitas ruas jalan tersebut.

Saat ini jalan menuju Cikoromoy telah memadai (jalan aspal dengan perkerasan *hotmix*), namun lebar badan jalan terbatas sehingga tidak bisa dilewati bis besar, tak ada trayek angkutan umum yang khusus menuju obyek wisata ini. Wisatawan harus membawa kendaraan pribadi atau menyewa kendaraan kecil, seperti: ojek atau angkutan ukuran *minicolt*, untuk sampai ke Cikoromoy. Promosi Cikoromoy yang dilakukan masih sebatas oleh pemerintah daerah dan kesan dari mulut ke mulut wisatawan yang pernah berkunjung, papan penunjuk keberadaan Cikoromoy mulai dapat dilihat setelah memasuki kota Pandeglang atau kota

kecamatan Cimanuk, dari jalan raya Serang-Pandeglang atau dari jalan raya Pandeglang-Rangkasbitung tidak dijumpai papan penunjuk jalan menuju Cikoromoy. Konsumen terbesar Cikoromoy adalah wisatawan domestik, yang umumnya berwisata tidak dengan tujuan tunggal ke Cikoromoy, namun masih menuju ke obyek wisata lain. Di Cikoromoy tidak terdapat penginapan karena lokasinya yang relatif dekat dengan Pantai Carita (sekitar 20 KM) dan kondisi jalan yang dilalui relatif masih baik, dimana banyak berdiri penginapan mulai dari kelas melati hingga hotel berbintang tiga. Wisatawan yang ingin menginap dapat menyewa kamar pada rumah penduduk (*homestay*), konsumen *homestay* adalah para mahasiswa yang sedang praktek kerja lapangan atau sedang melakukan penelitian, bukan wisatawan murni. Pihak pengelola obyek wisata Cikoromoy tidak menyediakan pemandu wisata karena lokasinya yang relatif kecil dan mayoritas wisatawan adalah wisatawan domestik. Barang dan jasa yang ditawarkan sangat terbatas jumlah dan jenisnya, makanan yang disajikan terbanyak justeru dari makanan dan minuman instan. Di Cikoromoy terdapat dua rumah makan yang buka setiap hari menyajikan kuliner ikan air tawar, namun jika akhir minggu atau hari libur jumlahnya bertambah menjadi sekitar 20 warung makan. Jasa yang ditawarkan sebatas parkir kendaraan, persewaan perlengkapan berenang, kamar ganti, sewa kendaraan dari dan menuju ruas jalan utama, pijat bagi yang kelelahan dan kios-kios yang menawarkan oleh-oleh. Harga yang ditawarkan di Cikoromoy sangat terjangkau. Hingga saat ini pihak pengelola belum pernah mengadakan pertunjukan atau atraksi wisata di Cikoromoy, pada saat penulis melakukan survey pendahuluan bertepatan dengan waktu *camping day* siswa-siswa SD, SMP/MTs dan SMA se-Kecamatan Cimanuk. Kondisi lingkungan hidup terutama daerah hulu masih asri, masih terjaga keasliannya, namun pembangunan gubug makan dan kios-kios di sekitar kolam pemandian tidak terarah, terkesan kumuh dan asal-asalan, justeru menutupi panorama ke arah Gunung Karang dan Gunung Pulosari. Proporsi jumlah kamar ganti, WC dan tempat sampah tidak berimbang dengan jumlah wisatawan, terutama pada waktu puncak kunjungan (hari Minggu dan hari libur). Berikut ini adalah data wisatawan di Cikoromoy dan wisatawan di Pandeglang tahun 2005 -2007.

Tabel 4.7.  
Data Wisatawan di Cikoromoy dan Seluruh Pandeglang Tahun 2005-2007

Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)		
	Cikoromoy	Wisata Tirta	Pandeglang
2005	111.523	685.065	5.455.311
2006	212.834	633.878	2.394.645
2007	92.412	369.301	1.677.303

Sumber : BPS Pandeglang dan BPS Provinsi Banten, 2007-2008

Pada tahun 2006 wisatawan Cikoromoy mengalami kenaikan jumlah sebesar 90,84% dari jumlah wisatawan Cikoromoy tahun 2005. Tahun 2007 wisatawan Cikoromoy mengalami penurunan jumlah wisatawan yang sangat tajam yaitu sebesar Rp 56,58%. Tahun 2006 total wisatawan obyek wisata tirta mengalami penurunan jumlah sebesar 7,47% dibandingkan tahun 2005, penurunan jumlah tersebut terus berlanjut hingga tahun 2007 sebesar 41,74%. Sedangkan pada tahun 2006 jumlah total wisatawan yang berkunjung ke seluruh obyek Kabupaten Pandeglang mengalami penurunan sebesar 56,10% dibandingkan tahun 2005. Bahkan pada tahun 2007 tren penurunan jumlah total wisatawan Kabupaten Pandeglang tersebut masih tetap berlangsung namun tidak setajam tahun sebelumnya, sebesar penurunan 29,96%. Hal ini disebabkan dibangunnya banyak obyek wisata yang baru dengan berbagai macam tema dan fasilitas yang lebih lengkap disamping kemudahan akses mencapai lokasi tersebut.

Proporsi wisatawan Cikromoy terhadap jumlah wisatawan obyek wisata tirta di Kabupaten Pandeglang pada tahun 2005 adalah 16,28%; tahun 2006 sebesar 33,58% dan tahun 2007 sebesar 25,02%. Sedangkan proporsi wisatawan Cikromoy terhadap jumlah total wisatawan di Kabupaten Pandeglang pada tahun 2005 adalah 2,04%; tahun 2006 sebesar 8,89% dan tahun 2007 sebesar 5,51%.

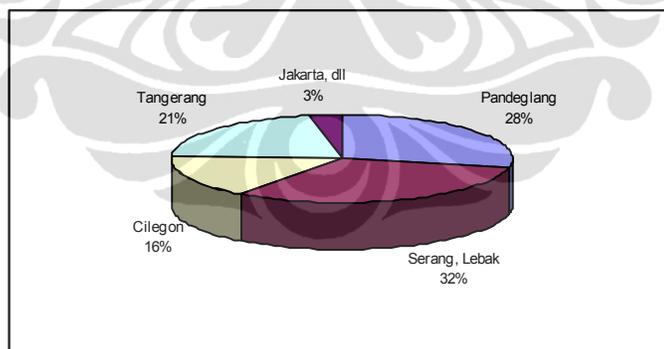
## BAB V

### KARAKTERISTIK PENGUNJUNG, PERSEPSI PENGUNJUNG DAN FREKUENSI KUNJUNGAN WISATA KE CIKOROMOY

Informasi penting yang perlu diketahui dalam rangka memetakan persoalan wisata Cikoromoy untuk pengelolaan ke depan adalah informasi mengenai karakteristik dan persepsi pengunjung wisata Cikoromoy. Berikut ini akan diuraikan karakteristik dan persepsi pengunjung wisata Cikoromoy yang diperoleh dari survei terhadap 197 orang responden pengunjung wisata Cikoromoy pada minggu II hingga minggu III bulan Agustus 2008.

#### 5.1. Karakteristik Pengunjung

Pengunjung obyek wisata Cikoromoy dibagi menurut zona asal tempat tinggalnya terdiri dari 5 zona. Zona 1 adalah Kabupaten Pandeglang; Zona 2 adalah Kabupaten Serang, Kota Serang dan Kabupaten Lebak; Zona 3 adalah Kota Cilegon; Zona 4 adalah Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang dan Zona 5 berasal dari Jakarta dan wilayah di propinsi Jawa Barat. Pengunjung terbanyak berasal dari zona 2 dengan jumlah 62 orang atau 32 %. Informasi selengkapnya dapat dilihat dalam gambar berikut ini:

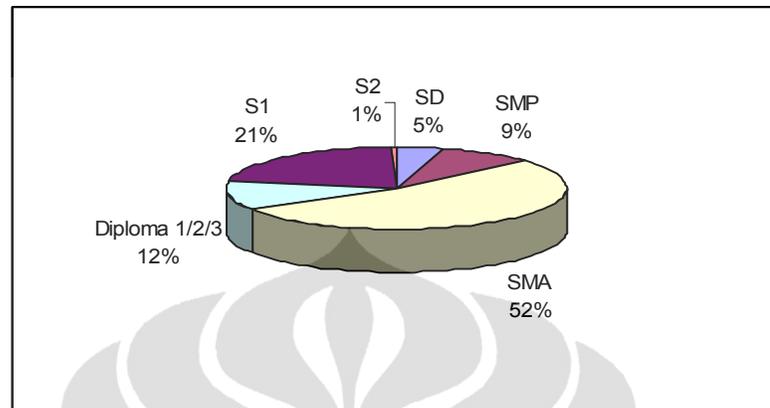


Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.1. Grafik Pengelompokan Responden Cikoromoy Berdasarkan Zona Asal

Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden berdasarkan tingkat pendidikan adalah sebagai berikut : berpendidikan SD atau setara, SMP atau setara, SMA atau setara, Diploma 1 atau 2 atau 3,

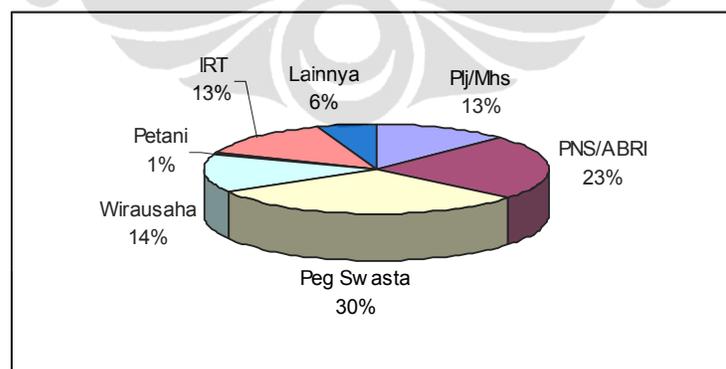
Sarjana Strata 1, dan Sarjana Strata 2. Responden terbanyak adalah yang berpendidikan SMA atau setara berjumlah 103 orang atau 52,3%. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.2. Grafik Pengelompokan Responden Cikoromoy Berdasarkan Tingkat Pendidikan

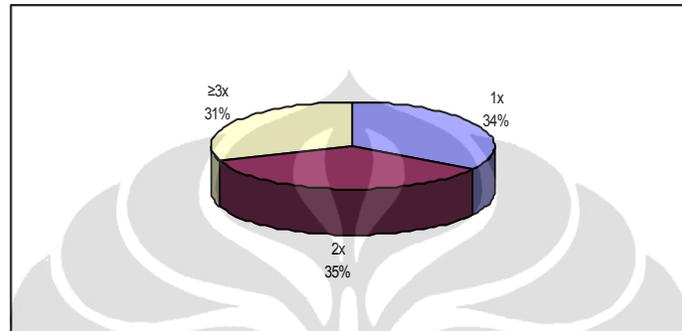
Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut : bekerja sebagai pegawai swasta, sebagai PNS atau ABRI, wirausaha, ibu rumah tangga, pelajar atau mahasiswa, petani, dan kelompok pekerjaan lainnya (pensiunan, pengangguran dan pembantu rumah tangga). Responden terbanyak berprofesi sebagai pegawai swasta, berjumlah 60 orang atau 30,5%. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.3. Grafik Pengelompokan Responden Cikoromoy Berdasarkan Profesi

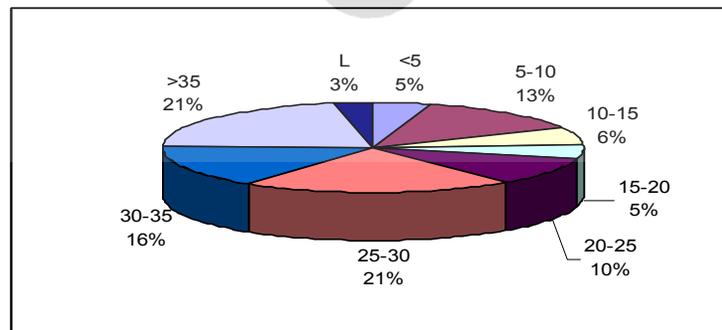
Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden berdasarkan jumlah kunjungan ke obyek wisata Cikoromoy dalam setahun adalah sebagai berikut : datang sekali dalam setahun atau baru pertama kali datang, datang 2 kali dalam setahun, dan datang 3 kali atau lebih dalam setahun. Kelompok terbesar adalah yang datang 2 kali dalam setahun, berjumlah 69 orang atau 35%. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.4. Grafik Jumlah Kunjungan per Tahun Responden Cikoromoy

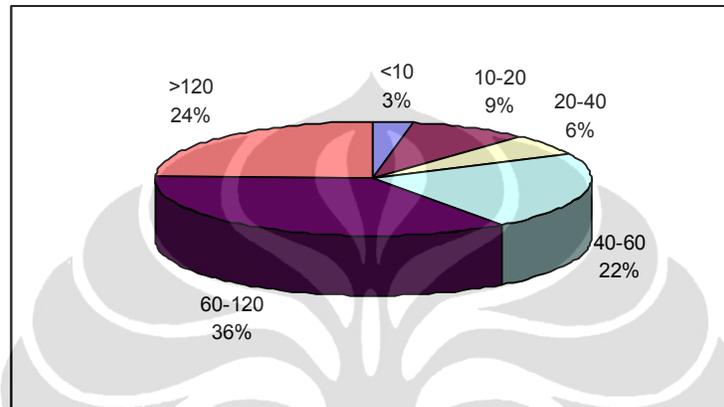
Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden berdasarkan jarak antara rumah tinggal dengan obyek wisata Cikoromoy dalam satuan kilometer adalah sebagai berikut : jarak kurang dari 5 KM, jarak 5-10 KM, jarak 11-15 KM, jarak 16-20 KM, jarak 21-25 KM, jarak 26-30 KM, jarak 31-35 KM, jarak lebih dari 35 KM, dan jarak lainnya (>100 KM). Responden terbanyak adalah kelompok dengan jarak lebih dari 35 KM berjumlah 42 orang atau 21,3 %. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.5. Grafik Pengelompokan Responden Cikoromoy Berdasarkan Jarak (kilometer)

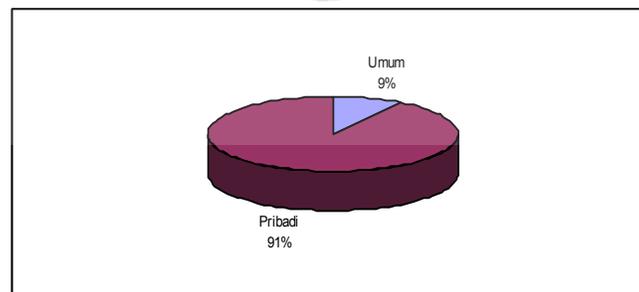
Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden berdasarkan waktu tempuh perjalanan dari rumah ke Cikoromoy adalah sebagai berikut : waktu tempuh kurang dari 10 menit, 10-20 menit, 20-40 menit, 40-60 menit, 60-120 menit, dan lebih dari 120 menit. Responden terbanyak adalah dengan waktu tempuh 60-120 menit berjumlah 70 orang atau 36%. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.6. Grafik Pengelompokan Responden Cikoromoy Berdasarkan Waktu Perjalanan (menit)

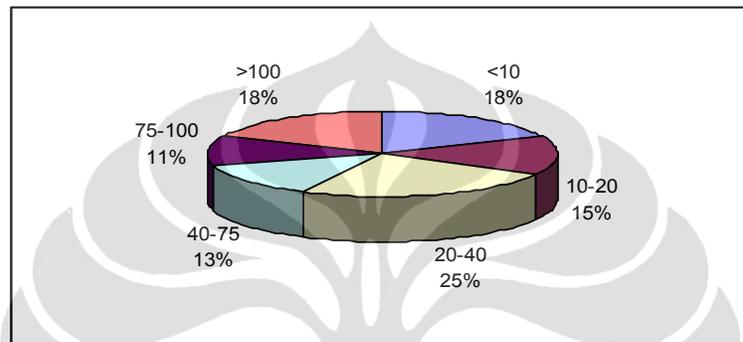
Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden berdasarkan kendaraan yang dipergunakan sebagai sarana transportasi dari rumah menuju obyek wisata Cikoromoy adalah sebagai berikut : pengguna kendaraan pribadi (mobil atau motor) berjumlah 179 orang atau 90,9%; dan pengguna kendaraan umum berjumlah 18 orang atau sebesar 9,14%. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.7. Grafik Pengelompokan Cikoromoy Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan

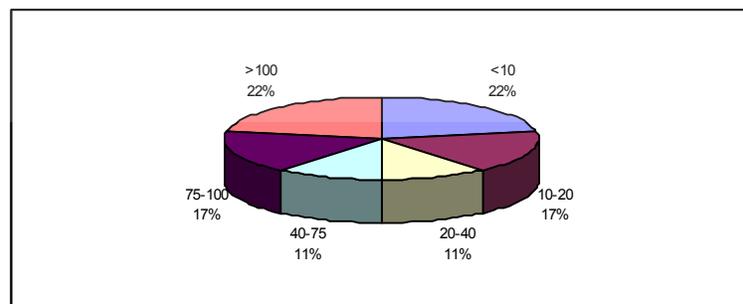
Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden pengguna kendaraan pribadi berdasarkan besaran biaya transportasi (beaya BBM, biaya tol dan parkir) adalah sebagai berikut : biaya tranportasi Rp 10.000 – Rp 20.000; Rp 20.000 – Rp 40.000; Rp 40.000 – Rp 75.000; Rp 75.000 – Rp 100.000; lebih dari Rp 100.000. Responden terbanyak adalah kelompok dengan biaya tranportasi Rp 20.000 – Rp 40.000 sebanyak 44 orang atau 22,34%. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.8. Grafik Pengelompokan Responden Cikoromoy Pengguna Kendaraan Pribadi Berdasarkan Biaya Transportasi (\*Rp 000)

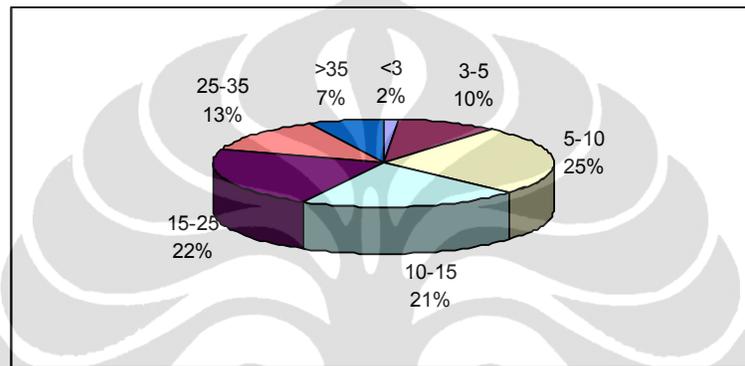
Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden pengguna kendaraan umum (18 orang) berdasarkan besaran biaya transportasi adalah sebagai berikut : biaya tranportasi kurang dari Rp 10.000; Rp 10.000 – Rp 20.000; Rp 20.000 – Rp 40.000; Rp 40.000 – Rp 75.000; Rp 75.000 – Rp 100.000; lebih dari Rp 100.000. Responden terbanyak adalah kelompok dengan biaya tranportasi kurang dari Rp 10.000sebanyak 4 orang atau 2,03%. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.9. Grafik Pengelompokan Responden Cikoromoy Pengguna Kendaraan Umum Berdasarkan Biaya Transportasi (\*Rp 000)

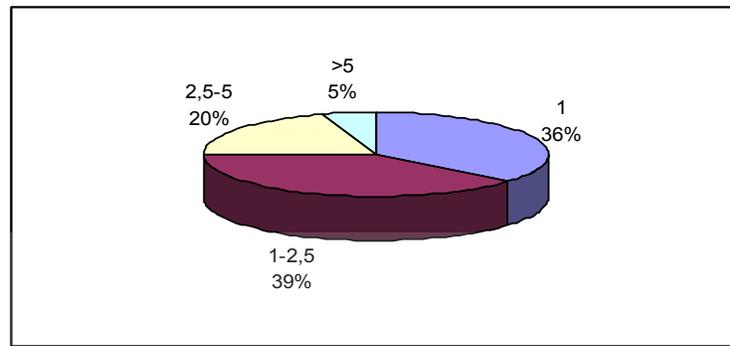
Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden berdasarkan pengeluaran rata-rata per bulan adalah sebagai berikut : pengeluaran kurang dari Rp 300.000; Rp 300.000 – Rp 500.000; Rp 500.000 – Rp 1.000.000; Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000; Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000; Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000; dan pengeluaran lebih dari Rp 3.500.000. Responden terbesar adalah kelompok dengan pengeluaran Rp 500.000 – Rp 1.000.000 berjumlah 50 orang atau 25,38%. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.10. Grafik Pengelompokan Responden Cikoromoy Berdasarkan Pengeluaran Total per Bulan (\*Rp 00.000)

Pengelompokan pengunjung obyek wisata Cikoromoy yang menjadi responden berdasarkan ketersediaan alokasi pendapatan untuk berwisata adalah sebagai berikut : alokasi rekreasi kurang dari Rp 100.000/bulan; Rp 100.000/bulan – Rp 250.000/bulan; Rp 250.000/bulan – Rp 500.000/bulan; lebih dari Rp 500.000/bulan. Responden terbanyak adalah kelompok dengan alokasi pendapatan untuk rekreasi Rp 100.000/bulan – Rp 250.000/bulan berjumlah 77 orang atau 39,09%. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.11. Grafik Pengelompokan Responden Cikoromoy Berdasarkan Alokasi Belanja Wisata per Bulan (\*Rp 00.000)

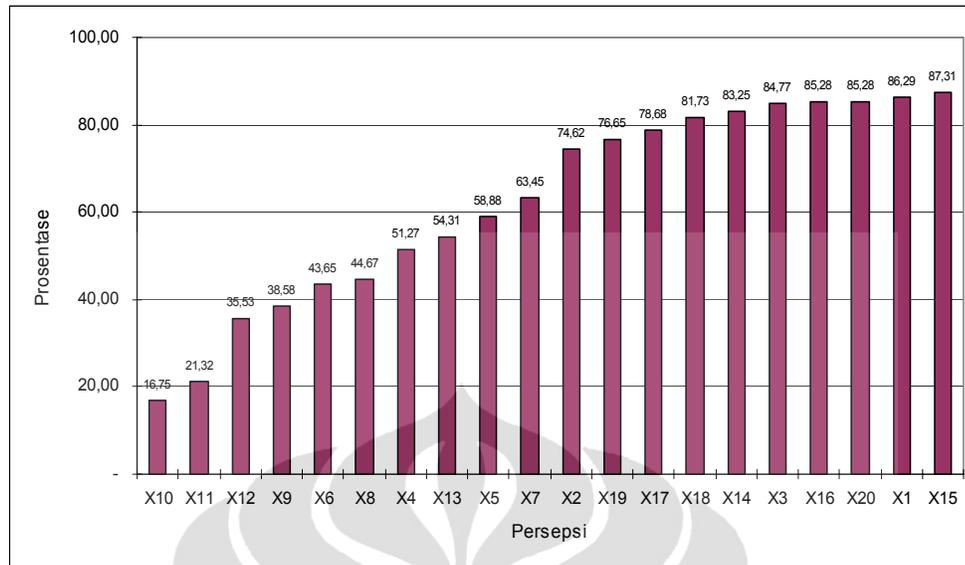
Dari informasi mengenai karakteristik pengunjung Cikoromoy dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan berasal dari luar Kabupaten Pandeglang, berpendidikan SMA/setara, berprofesi sebagai pegawai swasta. Mereka lebih menyukai datang berombongan, menempuh jarak lebih dari 35 KM, dengan waktu tempuh 60-120 menit menggunakan kendaraan pribadi, membutuhkan biaya transportasi antara Rp 20.000-Rp 40.000, dengan frekuensi kunjungan terbanyak 2 kali/tahun. Mayoritas dari wisatawan tersebut memiliki pengeluaran rata-rata per bulan antara Rp 500.000-Rp 1.000.000; alokasi belanja wisata Rp 100.000/bulan-Rp 250.000/bulan.

Dengan mempertimbangkan karakteristik pengunjung Cikoromoy, implikasi yang memungkinkan dapat dilakukan adalah perbaikan dan peningkatan mutu jalan yang merupakan akses utama menuju Cikoromoy. Hal ini perlu dilakukan agar calon-calon wisatawan Cikoromoy dapat menyingkat waktu perjalanan, mengurangi jarak tempuh, mengurangi alokasi biaya perjalanan, sehingga pada akhirnya frekuensi kunjungan akan meningkat. Perlu penyelenggaraan trayek angkutan umum dari ibukota Pandeglang-Cikoromoy atau Kecamatan Labuan-Cikoromoy. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan frekuensi kunjungan wisata penduduk yang tidak memiliki kendaraan pribadi. (Hasil survey: 179 dari 197 responden datang menggunakan kendaraan pribadi). Komposisi jalan yang memadai dan kapasitas lahan parkir akan saling mendukung untuk menampung jumlah kendaraan wisatawan, mengingat mereka lebih menyukai datang berombongan dengan frekuensi kunjungan 2-3 kali/tahun.

Cikoromoy merupakan destinasi wisata yang lebih disukai oleh wisatawan berpenghasilan menengah cenderung ke bawah, (pendapatan Rp 500.000-Rp 1.000.000 per bulan; berpendidikan maksimal SMA/setara; berprofesi sebagai pegawai swasta). Promosi wisata lebih tepat dilakukan di luar Kabupaten Pandeglang melalui media televisi, karena segmentasi konsumen adalah usia produktif, 20-39 tahun, maka promosi dikemas sesuai dengan kebutuhan pada usia tersebut. Kemasan seperti acara jalan-jalan, “*on vacation*”, “*on the weekend*”, jelajah negeri atau kemasan bergaya “anak muda”.

## **5.2. Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Cikoromoy**

Pada tahap penggalian informasi tentang persepsi pengunjung, responden diberikan opsi jawaban sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju atau sangat tidak setuju. Persepsi pengunjung yang digali mengenai daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian, sarana rekreasi, udara yang bersih dan segar, menu kuliner, kepadatan jumlah pengunjung mempengaruhi kepuasan berwisata dan ketersediaan fasilitas penunjang (kamar ganti, toilet, tempat parkir, tempat sampah, tempat ibadah), fungsi-fungsi bagi keberlanjutan ekosistem. Selain itu pengunjung akan digali informasinya mengenai pengetahuan obyek wisata tirta lain selain Cikoromoy. Tabel persepsi selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 1. Berikut ini adalah grafik persepsi pengunjung yang menyatakan sangat setuju dan setuju tentang Cikoromoy.



Sumber : Data Primer, 2008.

Gambar 5.12. Grafik Prosentase Persetujuan Terhadap Persepsi Mengenai Cikoromoy

Keterangan :

- X1 = Daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian
- X2 = Daya tarik utama Cikoromoy adalah rekreasi/jalan-jalan
- X3 = Daya tarik utama Cikoromoy adalah udara yang bersih dan segar
- X4 = Daya tarik utama Cikoromoy adalah menu makanan
- X5 = Kepadatan pengunjung akan mempengaruhi Anda untuk mengunjungi Cikoromoy
- X6 = Fasilitas penunjang yang tersedia di Cikoromoy dan terjaga kebersihannya (toilet, kamar ganti, tempat parkir, tempat sampah, tempat ibadah) merupakan daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke Cikoromoy
- X7 = Fasilitas seperti toilet, tempat parkir, tempat sampah, tempat ibadah cukup tersedia di Cikoromoy
- X8 = Kebersihan, keamanan dan kenyamanan cukup baik di Cikoromoy
- X9 = Penjual / toko oleh-oleh khas Cikoromoy cukup banyak pilihan
- X10 = Informasi yang mudah diakses / leaflet serta pemandu wisata cukup tersedia di Cikoromoy
- X11 = Pengawasan penjaga terhadap pembuat kotor / perusakan di Cikoromoy cukup ketat
- X12 = Tarif masuk Cikoromoy menurut anda terlalu murah
- X13 = Meningkatkan tarif masuk Cikoromoy dapat membantu perbaikan fasilitas Cikoromoy
- X14 = Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air
- X15 = Cikoromoy mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya
- X16 = Cikoromoy penting sebagai warisan bagi generasi yang akan datang
- X17 = Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor
- X18 = Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi dalam mengurangi polusi
- X19 = Ekosistem G.Karang (didalamnya Cikoromoy) membantu mengurangi *global warming*
- X20 = Ekosistem G.Karang (didalamnya Cikoromoy) merupakan daerah tangkapan air

Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian (X1) berjumlah 170 atau 86,29%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai daya tarik utama Cikoromoy adalah sarana aktivitas rekreasi (X2) berjumlah 147 atau 74,62%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai daya tarik utama Cikoromoy adalah udara yang

bersih dan segar (X3) berjumlah 167 atau 84,77%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai daya tarik utama Cikoromoy adalah menu kuliner (X4) berjumlah 101 atau 51,27%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai kepadatan pengunjung Cikoromoy akan mempengaruhi kunjungan berikutnya (X5) berjumlah 116 atau 58,88%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai fasilitas penunjang yang tersedia di Cikoromoy dan terjaga kebersihannya (toilet, kamar ganti, tempat parkir, tempat sampah, tempat ibadah) akan mempengaruhi kepuasan berwisata (X6) berjumlah 86 atau 43,65%.

Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai fasilitas seperti toilet, tempat sampah, tempat ibadah cukup tersedia di Cikoromoy (X7) berjumlah 125 atau 63,45%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai kebersihan, keamanan dan kenyamanan cukup baik di Cikoromoy (X8) berjumlah 88 atau 44,67%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai penjual/toko oleh-oleh khas Cikoromoy cukup banyak pilihan (X9) berjumlah 76 atau 38,58%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai informasi mudah diakses/ ketersediaan leaflet atau pemandu wisata cukup tersedia di Cikoromoy (X10) berjumlah 33 atau 16,75%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai pengawasan terhadap pembuat kotor/ kerusakan di Cikoromoy cukup ketat (X11) berjumlah 42 atau 21,32%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai tarif masuk ke Cikoromoy terlalu murah saat ini (X12) berjumlah 70 atau 35,53%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai peningkatan tarif masuk Cikoromoy dapat membantu perbaikan fasilitas Cikoromoy (X13) berjumlah 107 atau 54,31%.

Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air (X14) berjumlah 164 atau 83,25%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai Cikoromoy mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya (X15) berjumlah 172 atau 87,31%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai Cikoromoy

merupakan warisan bagi generasi mendatang (X16) berjumlah 168 atau 85,28%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai Cikoromoy sebagai bagian ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor (X17) berjumlah 155 atau 78,68%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai Cikoromoy sebagai bagian ekosistem Gunung Karang berfungsi dalam mengurangi polusi (X18) berjumlah 161 atau 81,73%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai ekosistem Gunung Karang termasuk di dalamnya adalah Cikoromoy membantu mengurangi efek *global warming* (X19) berjumlah 151 atau 76,65%. Responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap persepsi mengenai ekosistem Gunung Karang termasuk di dalamnya adalah Cikoromoy merupakan daerah tangkapan air (X20) berjumlah 168 atau 85,28%.

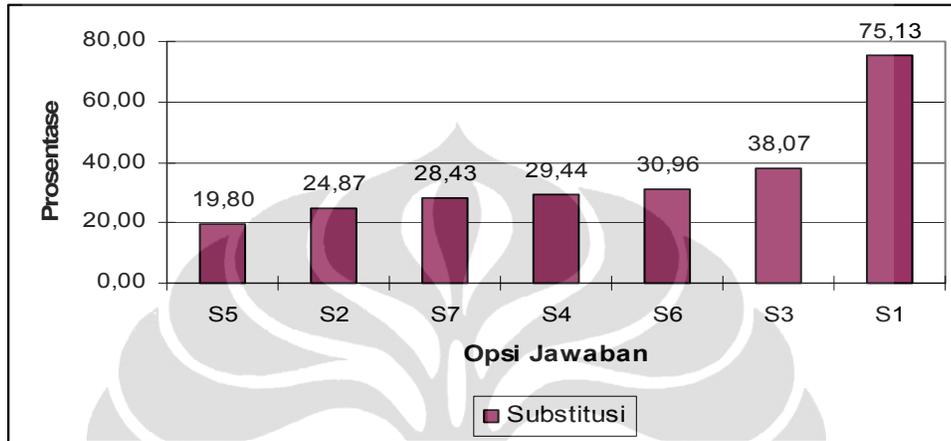
Pada perhitungan prosentase diatas terdapat beberapa persepsi yang nilai persetujuannya dibawah angka 50%, yaitu persepsi tentang fasilitas penunjang dan terjaganya kebersihan fasilitas tersebut akan mempengaruhi kepuasan pengunjung melakukan aktivitas wisatanya (43,65%); persepsi mengenai kebersihan, keamanan dan kenyamanan cukup baik di Cikoromoy (44,67%); persepsi mengenai ketersediaan penjual / toko oleh-oleh khas Cikoromoy cukup banyak pilihan (38,58%); persepsi mengenai informasi yang mudah diakses/ leaflet serta pemandu wisata cukup tersedia di Cikoromoy (16,75%); persepsi pengawasan atau penjagaan terhadap pembuat kotor/perusakan di Cikoromoy cukup ketat (21,32%); serta persepsi mengenai tarif masuk Cikoromoy saat ini terlalu murah (35,53%). Perlu dilakukan tindakan yang tepat untuk mengantisipasi persepsi yang demikian rendah agar minat dan kepuasan wisatawan melakukan aktivitas wisatanya tidak terganggu. Pertama adalah pengelola menyediakan informasi jelas dan mudah diakses seperti papan penunjuk jalan, peta lokasi, leaflet atau selebaran lain; perlu personil khusus menangani masalah pengawasan kebersihan dan menghindari kerusakan lingkungan dalam kawasan Cikoromoy; perlu dilakukan peninjauan kembali atas tarif yang berlaku saat ini, pihak pengelola perlu menyediakan kios-kios penjualan oleh-oleh khas Cikoromoy yang lebih bervariasi dalam pilihan barang maupun jumlah kios yang disediakan. Selain

itu pihak pengelola diharapkan lebih tanggap dalam menyediakan fasilitas penunjang seperti tempat parkir, tempat sampah, tempat ibadah, kamar ganti dan kamar mandi/toilet; serta mengontrol kebersihan fasilitas-fasilitas penunjang tersebut.

Pada perhitungan prosentase persetujuan diatas terdapat tiga (3) persepsi yang perlu segera mendapat penanganan agar kepuasan wisatawan dalam melakukan aktivitas wisatanya tidak terganggu, yaitu persepsi mengenai daya tarik utama Cikoromoy adalah menu makanan (51,27%); persepsi mengenai kepadatan pengunjung akan mempengaruhi kepuasan berwisata di Cikoromoy (58,88%); dan persepsi mengenai meningkatkan tarif masuk Cikoromoy dapat membantu perbaikan fasilitas Cikoromoy (54,31%). Pada prosentase yang berkisar 50%-60% ini pihak pengelola perlu segera mengambil tindakan tepat agar nilai persepsi tersebut tidak menurun, yang pada akhirnya akan mengurangi frekuensi kunjungan ke Cikoromoy. Tindakan tersebut antara lain memodifikasi menu-menu yang berbahan dasar ikan air tawar sehingga dapat memenuhi permintaan pasar dan menambah jenis menu masakan selain ikan air tawar. Oleh karena jumlah pengunjung sedemikian besar pada akhir minggu atau hari libur pengelola perlu lebih kreatif membuat acara agar tidak semua aktivitas wisatawan terpusat di kolam pemandian seperti diadakan atraksi kesenian tradisional atau modern, perlu ada taman bermain anak-anak, perlu penambahan jumlah kolam anak-anak dan kolam dewasa beserta sarana permainan air. Dengan demikian kepadatan pengunjung akan tersebar, waktu melakukan aktivitas wisata menjadi lebih lama, akan menambah kepuasan wisatawan dan pada akhirnya jumlah uang yang dibelanjakan oleh wisatawan menjadi lebih besar. Pendapat responden mengenai daya tarik natural Cikoromoy dan fungsi-fungsi ekologisnya memperoleh nilai yang tinggi, karena secara umum responden telah menyadari pentingnya menjaga kelestarian alam agar keberlanjutan siklus hidrologi dan rantai makanan tetap terjaga.

Informasi penting lain yang perlu disajikan adalah persepsi pengunjung tentang perbandingan Cikoromoy dengan obyek wisata tirta lain. Informasi tersebut meliputi pengetahuan responden tentang obyek wisata tirta lain, perbandingan tentang kebersihan, jumlah fasilitas penunjang, kepadatan

pengunjung, pelayanan, informasi yang disediakan pengelola dan daya tarik utamanya. Tabel persepsi tentang substitusi Cikoromoy selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 2 dan lampiran 3. Berikut ini adalah grafik persepsi pengunjung tentang substitusi Cikoromoy yang dinyatakan dalam opsi jawaban sangat setuju dan setuju.



Sumber: Data primer, 2008. Diolah

Gambar 5.13. Grafik Prosentase Pengetahuan Tentang Substitusi Cikoromoy

Keterangan :

- S1 = Anda mengenal baik obyek wisata tirta lain selain Cikoromoy
- S2 = Keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya
- S3 = Cikoromoy mempunyai lebih banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan dibanding obyek wisata tirta lain
- S4 = Fasilitas Cikoromoy (seperti toilet, tempat parkir, tempat sampah, tempat beribadah, dll) lebih banyak dan terpelihara dibandingkan dengan fasilitas yang sama di obyek wisata tirta lain
- S5 = Leaflet/informasi/peta yang disediakan oleh Dinas Pariwisata Kab. Pandeglang tentang Cikoromoy lebih lengkap dibanding obyek wisata tirta lainnya
- S6 = Pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung ke obyek wisata tirta lain
- S7 = Pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan di obyek wisata tirta lain

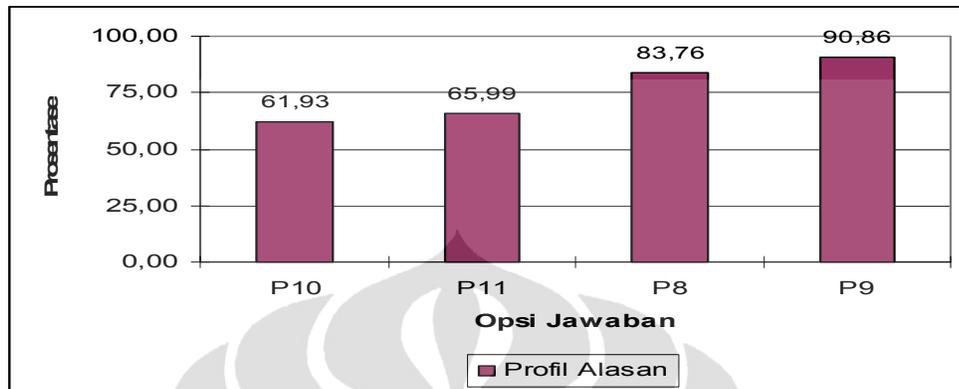
Grafik diatas menunjukkan bahwa responden yang menyatakan persetujuan atas persepsi memiliki pengetahuan tentang obyek wisata tirta lain selain Cikoromoy (S1) berjumlah 148 orang atau 75,13%. Responden yang menyatakan persetujuan atas persepsi keberadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lain (S2) berjumlah 49 orang atau 24,87%. Responden yang menyatakan persetujuan atas persepsi Cikoromoy memiliki lebih banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan dibandingkan obyek wisata tirta lain (S3) berjumlah 75 orang atau 38,07%. Responden yang menyatakan persetujuan atas persepsi fasilitas penunjang Cikoromoy seperti toilet, tempat sampah, tempat parkir dan tempat ibadah lebih banyak dan lebih terpelihara dibandingkan obyek

wisata tirta lain (S4) berjumlah 58 orang atau 29,44%. Responden yang menyatakan persetujuan atas persepsi informasi yang disediakan Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang tentang Cikoromoy lebih lengkap dibandingkan informasi tentang obyek wisata tirta lain (S5) berjumlah 39 orang atau 19,80%. Responden yang menyatakan persetujuan atas persepsi pengunjung Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung obyek wisata tirta lain (S6) berjumlah 61 orang atau 30,96%. Responden yang menyatakan persetujuan atas persepsi pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan pada obyek wisata tirta lain (S7) berjumlah 56 orang atau 28,43%.

Pada grafik diatas terdapat beberapa persepsi yang nilai persetujuannya dibawah angka 50%, yaitu: persepsi mengenai kebersihan Cikoromoy dibandingkan obyek wisata tirta lain (24,87%); persepsi mengenai Cikoromoy memiliki lebih banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan dibandingkan obyek wisata tirta lain (38,07%); persepsi mengenai fasilitas penunjang Cikoromoy seperti toilet, tempat sampah, tempat parkir dan tempat ibadah lebih banyak dan lebih terpelihara dibandingkan obyek wisata tirta lain (29,44%); persepsi mengenai informasi yang disediakan Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang tentang Cikoromoy lebih lengkap dibandingkan informasi tentang obyek wisata tirta lain (19,80%); persepsi mengenai pengunjung Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung obyek wisata tirta lain (30,96%); dan persepsi mengenai pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan pada obyek wisata tirta lain (28,43%). Persepsi perbandingan Cikoromoy dengan obyek wisata tirta lain diatas dapat menjelaskan kepada pengelola tentang kebutuhan / permintaan wisatawan. Kebutuhan akan kebersihan, kebutuhan akan peningkatan jumlah fasilitas penunjang dan pemeliharaannya, kebutuhan atas ketersediaan informasi yang mudah diakses dan kebutuhan akan pelayanan yang lebih baik. Pemenuhan atas permintaan konsumen merupakan hal penting untuk segera dilakukan supaya nilai kepuasan wisatawan tidak menurun.

Informasi lain yang penting disajikan adalah alasan-alasan yang membuat responden akan meningkatkan frekuensi kunjungan ke Cikoromoy. Alasan tersebut dapat diasumsikan sebagai syarat-syarat wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan dan pengelola seharusnya dapat mewujudkannya. Selanjutnya akan

disajikan grafik tentang preferensi responden mengenai profil alasan peningkatan frekuensi kunjungan ke Cikoromoy yang dinyatakan dalam opsi jawaban sangat setuju dan setuju.



Sumber: Data primer, 2008. Diolah

Gambar 5.14. Grafik Profil Alasan Peningkatan Frekuensi Kunjungan ke Cikoromoy

Keterangan:

- P8 = Informasi yang lebih banyak atau jelas akan membantu dalam memutuskan untuk pergi ke obyek wisata tirta yang mana
- P9 = Anda akan lebih sering mengunjungi Cikoromoy jika fasilitas umum yang tersedia lebih banyak dan lebih bersih
- P10 = Anda akan lebih sering mengunjungi Cikoromoy jika tujuan wisata atau daya tarik utama selalu terjaga keadaannya
- P11 = Anda akan lebih sering mengunjungi Cikoromoy jika tidak terlalu padat pengunjungnya

Responden yang menyatakan persetujuan atas profil mengenai ketersediaan informasi yang jelas dan lengkap dapat membuat keputusan akan mengunjungi obyek wisata tirta yang mana (P8) berjumlah 165 orang atau 83,76%. Responden yang menyatakan persetujuan atas profil pertanyaan akan lebih sering berkunjung ke Cikoromoy jika fasilitas umum yang tersedia lebih banyak dan lebih bersih (P9) berjumlah 179 orang atau 90,86%. Responden yang menyatakan persetujuan atas profil pertanyaan akan lebih sering mengunjungi Cikoromoy jika daya tarik utamanya tetap terjaga (P10) berjumlah 122 orang atau 61,93%. Responden yang menyatakan persetujuan atas profil pertanyaan akan lebih sering mengunjungi Cikoromoy jika tidak terlalu padat pengunjungnya (P11) berjumlah 130 orang atau 65,99%.

Profil yang menjadi alasan tersebut mendapatkan nilai tinggi yaitu pengetahuan responden tentang keberadaan obyek wisata tirta lain selain

Cikoromoy, informasi yang jelas dan lengkap dapat membantu mengambil keputusan untuk berwisata, akan lebih sering mengunjungi Cikoromoy jika fasilitas yang bisa dimanfaatkan lebih banyak dan lebih bersih, daya tarik utama Cikoromoy tetap terjaga dan pengunjung tidak terlalu padat. Informasi ini memberikan gambaran kepada pengelola untuk tetap menjaga faktor-faktor yang diminati wisatawan.

### **5.3. Hubungan Antara Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Dengan Karakteristik dan Persepsi Responden**

Berkaitan dengan pendekatan *Travel Cost Method* yang akan digunakan untuk menganalisis valuasi ekonomi sumber daya Cikoromoy, maka berikut ini disajikan informasi mengenai hubungan antara frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir dengan beberapa jenis karakteristik responden dan hubungan antara frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir dengan beberapa jenis persepsi responden. Informasi tersebut disajikan dalam bentuk tabel kontingensi, yaitu tabel berisi data dengan ukuran baris dan kolom yang diperoleh dari sampel. Jumlah kunjungan aktual ke Cikoromoy oleh responden dalam setahun terakhir nilai paling rendah adalah 1x (sekali) dan paling tinggi 9x (sembilan kali). Untuk lebih memudahkan penilaian frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir dibuat kategori 1x, 2x dan  $\geq 3x$ .

#### **5.3.1. Hubungan Antara Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Dengan Karakteristik Responden**

Pada hubungan antara frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir dengan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa kelompok responden berpendidikan setara SMA yang paling banyak melakukan kegiatan wisata di Cikoromoy dengan frekuensi kunjungan sebanyak 2x (dua kali) setahun dengan nilai prosentase 36,6% atau berjumlah 37 orang. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 5.1  
Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Berdasarkan Pendidikan

Frek		Edu	SD	SMP	SMA	D1/2/3	S1	S2	Jml
1x	orang		4	6	31	11	14	1	67
	%		44,4	30,0	30,7	45,8	33,3	100,0	34,0
2x	orang		4	7	<b>37</b>	4	17	0	69
	%		44,4	35,0	<b>36,6</b>	16,7	40,5	0,0	35,0
≥3x	orang		1	7	33	9	11	0	61
	%		11,1	35,0	32,7	37,5	26,2	0,0	31,0
Jml	orang		9	20	101	24	42	1	197
	%		100	100	100	100	100	100	100

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Pada hubungan antara frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir dengan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa kelompok responden yang paling sering pergi berwisata ke Cikoromoy adalah kelompok pegawai swasta dengan jumlah kunjungan satu kali. Kelompok ini memiliki nilai prosentase sebesar 51,7% atau sebanyak 31 orang. Informasi selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 5.2  
Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Frek		Job	Plj/Mhs	PNS	PS	WU	Petani	IRT	L	Jumlah
1x	orang		3	14	<b>31</b>	6	0	10	3	67
	%		12,0	30,4	<b>51,7</b>	22,2	0,0	38,5	27,3	34,0
2x	orang		15	17	16	8	0	10	3	69
	%		60,0	37,0	26,7	29,6	0,0	38,5	27,3	35,0
≥3x	orang		7	15	13	13	2	6	5	61
	%		28,0	32,6	21,7	48,1	100,0	23,1	45,5	31,0
Jumlah	orang		25	46	60	27	2	26	11	197
	%		100	100	100	100	100	100	100	100

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Ket : Plj/Mhs = Pelajar atau Mahasiswa PNS = Pegawai Negeri Sipil PS = Pegawai Swasta  
WU = Wirausaha IRT = Ibu Rumah Tangga L = Pekerjaan Lainnya

Pada hubungan antara frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir dengan zona asal responden diperoleh nilai tertinggi adalah dari zona Serang yaitu sebesar 40,3% atau berjumlah 25 orang. Kategori zona terdiri dari: Zona 1 yaitu wilayah Kabupaten Pandeglang, Zona 2 meliputi Kabupaten Serang, Kota Serang dan Kabupaten Lebak, Zona 3 yaitu Kota Cilegon, Zona 4 meliputi Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang dan Zona 5 meliputi wilayah DKI Jakarta dan beberapa wilayah Propinsi Jawa Barat. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 5.3  
Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Berdasarkan Zona

Zona		Pandeglang	Serang	Cilegon	Tangerang	Jakarta dll	Jumlah
1x	orang	9	<b>25</b>	11	18	4	67
	%	16,1	<b>40,3</b>	35,5	42,9	66,7	34,0
2x	orang	18	23	8	19	1	69
	%	32,1	37,1	25,8	45,2	16,7	35,0
≥3x	orang	29	14	12	5	1	61
	%	51,8	22,6	38,7	11,9	16,7	31,0
Jumlah	orang	56	62	31	42	6	197
	%	100	100	100	100	100	100

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Pada hubungan antara frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir dengan pendapatan per bulan menunjukkan bahwa kelompok terbesar yang melakukan kegiatan wisata ke Cikoromoy adalah kelompok berpendapatan rata-rata Rp 750.000,- per bulan, dengan frekuensi kunjungan dalam setahun adalah ≥3x (sama dengan atau lebih dari tiga kali). Kelompok ini memiliki nilai prosentase sebesar 36% atau berjumlah 18 orang. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 5.4.  
Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Berdasarkan *Income* per Bulan

Income		<Rp 300.000	Rp 300.000 s/d Rp 500.000	Rp 500.001 s/d Rp 1 juta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1,5 juta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2,5 juta	Rp 2.500.001 s/d Rp 3,5 juta	>Rp 3.500.001	Jumlah
1x	orang	1	6	16	15	17	10	2	67
	%	33,3	33,3	32,0	34,9	38,6	40,0	14,3	34,0
2x	orang	0	6	16	20	13	8	6	69
	%	0,0	33,3	32,0	46,5	29,5	32,0	42,9	35,0
≥3x	orang	2	6	<b>18</b>	8	14	7	6	61
	%	66,7	33,3	<b>36,0</b>	18,6	31,8	28,0	42,9	31,0
Jumlah	orang	3	18	50	43	44	25	14	197
	%	100	100	100	100	100	100	100	100

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Pada hubungan antara frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir dengan biaya perjalanan menunjukkan bahwa kelompok dengan biaya perjalanan rata-rata Rp 30.000,- yang paling besar jumlahnya, dengan frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir sebanyak 2x (dua kali). Nilai prosentase kelompok ini adalah 39,1% atau sebanyak 18 orang responden. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 5.5  
Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Berdasarkan Biaya Perjalanan

Bea Pjln		<Rp10.000	Rp10.000 s/d Rp20.000	Rp20.001 s/d Rp40.000	Rp40.001 s/d Rp 75.000	Rp75.001 s/d Rp 100.000	>Rp100.000	Jumlah
1x	orang	9	10	11	11	9	17	67
	%	24,3	34,5	23,9	42,3	39,1	47,2	34,0
2x	orang	9	9	<b>18</b>	9	11	13	69
	%	24,3	31,0	<b>39,1</b>	34,6	47,8	36,1	35,0
≥3x	orang	19	10	17	6	3	6	61
	%	51,4	34,5	37,0	23,1	13,0	16,7	31,0
Jumlah	orang	37	29	46	26	23	36	197
	%	100	100	100	100	100	100	100

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Pada hubungan antara frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir dengan waktu perjalanan menunjukkan bahwa kelompok terbesar yang melakukan kegiatan wisata di Cikoromoy adalah kelompok dengan waktu perjalanan rata-rata 90 menit, dengan frekuensi kunjungan dalam setahun terakhir adalah 1x (sekali). Kelompok ini memiliki nilai prosentase sebesar 40% atau sebanyak 28 orang. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 5.6  
Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir  
Berdasarkan Waktu Perjalanan

menit		<10	10-20	20-40	40-60	60-120	>120	jumlah
1x	orang	1	2	0	18	<b>28</b>	18	67
	%	16,7	11,8	0,0	40,9	<b>40,0</b>	37,5	34,0
2x	orang	1	6	3	9	27	23	69
	%	16,7	35,3	25,0	20,5	38,6	47,9	35,0
≥3x	orang	4	9	9	17	15	7	61
	%	66,7	52,9	75,0	38,6	21,4	14,6	31,0
jumlah	orang	6	17	12	44	70	48	197
	%	100	100	100	100,0	100	100	100

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Informasi diatas saling terkait antara jenis pekerjaan responden, zona asal responden, pendidikan maksimal, jenis pekerjaan, waktu perjalanan dan *income* per bulan. Secara umum memang diketahui bahwa konsumen terbesar Cikoromoy adalah kelompok berpenghasilan menengah cenderung rendah, dengan keterbatasan tersebut pemenuhan akan kebutuhan berekreasi disediakan oleh Cikoromoy. Wilayah Serang, Cilegon dan Tangerang merupakan daerah pertumbuhan industri dan jasa yang menyerap banyak tenaga kerja dengan ketrampilan sedang. Mayoritas pekerja sektor industri dan jasa memilih tempat

tinggal yang relatif dengan dengan tempat kerjanya, tetap berada di wilayah Serang. Untuk memenuhi kebutuhan wisata, mereka cenderung mencari obyek wisata berbasis panorama alam yang terjangkau oleh penghasilannya, misalnya berwisata ke Cikoromoy. Jarak antara pusat kota Serang dengan Cikoromoy  $\pm$  45 kilometer dapat ditempuh dengan waktu rata-rata 60 menit dengan menggunakan kendaraan pribadi. Melakukan aktivitas wisata di Cikoromoy disamping tiket masuknya murah, juga membutuhkan biaya perjalanan yang relatif sedikit dan belanja wisata yang relatif sedikit pula karena ketersediaan aneka jasa layanan wisata dan barang-barang wisata seperti souvenir sangat terbatas .

### 5.3.2. Hubungan Antara Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Dengan Persepsi Responden Tentang Fungsi Ekologi Cikoromoy

Pada persepsi responden opsi jawaban terdiri dari 5 (lima) opsi yaitu: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kelima opsi jawaban tersebut selanjutnya dikategorikan menjadi 3 (tiga) kategori yaitu sangat setuju dan setuju; netral; serta tidak setuju dan sangat tidak setuju. Persepsi responden tentang fungsi ekologi Cikoromoy bahwa daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian alam, yang menyatakan sangat setuju dan setuju sebanyak 170 responden. 62 diantara 170 responden tersebut mengunjungi Cikoromoy sebanyak 2x (dua kali) setahun. Frekuensi kunjungan 2x (dua kali) setahun tersebut merupakan frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kebutuhan akan wisata alam (khususnya berenang di alam terbuka) akan semakin tinggi pula frekuensi kunjungan ke Cikoromoy. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.7

Daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian alam

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	54	8	5	67
2X	62	3	4	69
$\geq 3X$	54	6	1	61
Jumlah	170	17	10	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Persepsi responden tentang fungsi ekologi Cikoromoy bahwa daya tarik utama Cikoromoy adalah udara yang bersih dan segar, yang menyatakan sangat

setuju dan setuju sebanyak 167 responden. 62 responden diantaranya mengunjungi Cikoromoy sebanyak 2x (dua kali) setahun. Frekuensi kunjungan 2x (dua kali) setahun tersebut merupakan frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kebutuhan akan udara yang bersih dan segar akan semakin tinggi pula frekuensi kunjungan ke Cikoromoy. Cikoromoy tidak hanya menyediakan udara yang bersih dan segar namun perjalanan menuju Cikoromoy menyajikan panorama alam yang indah, kesejukan suasana dan keanekaragaman flora dan fauna pegunungan. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.8  
Daya tarik utama Cikoromoy adalah udara yang bersih dan segar

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	56	7	4	67
2X	62	7	0	69
≥3X	49	8	4	61
Jumlah	167	22	8	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Persepsi responden tentang fungsi ekologi Cikoromoy bahwa Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air, yang menyatakan sangat setuju dan setuju sebanyak 164 responden. 60 responden diantaranya mengunjungi Cikoromoy sebanyak 2x (dua kali) setahun. Frekuensi kunjungan 2x (dua kali) setahun tersebut merupakan frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kebutuhan akan air bersih maka kesadaran untuk menjaga ekosistem wilayah hulu Cikoromoy (Gunung Karang) akan semakin tinggi. Hal ini juga dimungkinkan akan terkait dengan kesadaran menjaga kebersihan didalam wilayah obyek wisata Cikoromoy semakin tinggi pula. Cikoromoy tidak semata-mata menyediakan air bersih bagi rumah-rumah tangga penduduk sekitarnya, tetapi juga merupakan sumber mata air utama yang dikelola oleh PDAM Kabupaten Pandeglang; menyediakan air irigasi pertanian dan air untuk perikanan darat wilayah Kecamatan Cimanuk, Kecamatan Cipeucang, Kecamatan Menes, Kecamatan Cisata dan sebagian wilayah Kecamatan Jiput. Sawah di wilayah kecamatan-kecamatan tersebut dapat ditanami padi sepanjang tahun. Kecamatan Cimanuk merupakan sentra produksi beras di Kabupaten Pandeglang. Sebagian hulu Gunung Karang merupakan daerah tangkapan air bagi sungai Cidanau yang pada bagian hilir dibendung untuk menyuplai air bagi industri baja

Krakatau Steel dan kelompok usahanya di wilayah Kota Cilegon. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.9.  
Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	55	8	4	67
2X	60	8	1	69
≥3X	49	7	5	61
Jumlah	164	23	10	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Persepsi responden tentang fungsi ekologi Cikoromoy bahwa Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor, yang menyatakan sangat setuju dan setuju sebanyak 155 responden. 58 responden diantaranya mengunjungi Cikoromoy sebanyak 2x (dua kali) setahun. Frekuensi kunjungan 2x (dua kali) setahun tersebut merupakan frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin luas pengetahuan tentang penyebab bahaya banjir dan tanah longsor maka kesadaran untuk menjaga ekosistem Gunung Karang sebagai wilayah hulu Cikoromoy akan semakin tinggi pula. Keberadaan Cikoromoy tidak bisa dilepaskan dari ekosistem Gunung Karang, selama ekosistem tersebut masih dijaga dengan baik, maka keberadaan Cikoromoy sebagai obyek wisata berbasis alam akan tetap diminati oleh wisatawan. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.10.  
Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	53	7	7	67
2X	58	10	1	69
≥3X	44	9	8	61
Jumlah	155	26	16	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Persepsi responden tentang fungsi ekologi Cikoromoy bahwa Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi dalam mengurangi polusi, yang menyatakan sangat setuju dan setuju sebanyak 161 responden. 59 responden diantaranya mengunjungi Cikoromoy sebanyak 2x (dua kali) setahun. Frekuensi kunjungan 2x (dua kali) setahun tersebut merupakan

frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin luas pengetahuan tentang penyebab polusi udara maka kesadaran untuk menjaga ekosistem Gunung Karang sebagai wilayah hulu Cikoromoy akan semakin tinggi pula. Seperti diketahui sebelumnya bahwa wilayah Serang, Cilegon dan Tangerang merupakan sentra industri dan jasa, dimana pada titik-titik tertentu merupakan *poluter* udara yang tinggi, udara sekitarnya menjadi panas dan tidak segar lagi. Penduduk yang mukim atau bekerja di wilayah tersebut diatas cenderung memilih wisata berbasis alam untuk memenuhi kebutuhannya. Cikoromoy mampu menyediakan kebutuhan tersebut. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.11.

Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi dalam mengurangi polusi

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	54	5	8	67
2X	59	10	0	69
$\geq 3X$	48	5	8	61
Jumlah	161	20	16	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Persepsi responden tentang fungsi ekologi Cikoromoy bahwa ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya adalah Cikoromoy berfungsi dalam mengurangi efek pemanasan global (*global warming*), yang menyatakan sangat setuju dan setuju sebanyak 151 responden. 56 responden diantaranya mengunjungi Cikoromoy sebanyak 1x (sekali) setahun. Frekuensi kunjungan 1x (sekali) setahun tersebut merupakan frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin luas pengetahuan tentang penyebab *global warming* maka kesadaran untuk menjaga ekosistem Gunung Karang sebagai wilayah hulu Cikoromoy akan semakin tinggi pula. Pemasalahan pemanasan global tidak hanya dialami oleh negara-negara industri tetapi juga seluruh dunia, kesadaran untuk mengurangi efek tersebut saat ini sedang dikampanyekan oleh setiap negara melalui penanaman pohon pada lahan gundul, kampanye *back to nature*, penyadaran dini pada anak-anak sekolah, sosialisasi 4 R (*reuse, reduce, replace dan recycle*), atau konsep jasa lingkungan atau isu lingkungan terkini yaitu pembayaran atas reduksi karbon, dimana negara atau industri yang menghasilkan

karbon diatas nilai ambang batas akan *men-support* dengan memberikan kompensasi berupa dana bagi negara atau masyarakat yang tetap menjaga hutannya (tidak memanfaatkan kayu dan keanekaragaman flora fauna di dalam hutan). Hutan yang terjaga ekosistemnya diharapkan mereduksi (menyerap) karbon yang dihasilkan di wilayah dunia yang lain. Nilai ekonomi hutan dikonversi tidak hanya dari produksi kayu dan non kayu tetapi dari nilai jasa mereduksi karbon demi mengurangi efek pemanasan global. Hutan alam di Gunung Karang saat ini masih relatif terjaga. Pemanfaatan hasil kayu masih terbatas pada hutan rakyat. Informasi lengkap tentang Ekosistem Gunung Karang (didalamnya Cikoromoy) membantu mengurangi *global warming* dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.12.  
Ekosistem Gunung Karang (didalamnya Cikoromoy) membantu mengurangi *global warming*

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	56	11	0	67
2X	55	10	4	69
≥3X	40	11	10	61
Jumlah	151	32	14	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

### 5.3.3. Hubungan Antara Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Dengan Pengetahuan Responden Tentang Substitusi Cikoromoy

Sama seperti diatas pada pengetahuan responden tentang substitusi Cikoromoy opsi jawaban terdiri dari 5 (lima) opsi yaitu: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kelima opsi jawaban tersebut selanjutnya dikategorikan menjadi 3 (tiga) kategori yaitu sangat setuju dan setuju; netral; tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pengetahuan responden tentang substitusi Cikoromoy bahwa keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya, yang menyatakan sangat setuju dan setuju sebanyak 76 responden. 30 diantara 76 responden tersebut mengunjungi Cikoromoy sebanyak 1x (sekali) per tahun. Frekuensi kunjungan 1x (sekali) per tahun tersebut merupakan frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi Cikoromoy relatif lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya, semakin bersih kondisi suatu obyek wisata, wisatawan akan semakin merasa nyaman,

kepuasannya meningkat maka frekuensi kunjungannya juga akan meningkat. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.13.  
Keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	30	17	20	67
2X	27	18	24	69
$\geq 3X$	19	24	18	61
Jumlah	76	59	62	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Pengetahuan responden tentang substitusi Cikoromoy bahwa Cikoromoy memiliki lebih banyak fasilitas yang bisa dimanfaatkan dibandingkan obyek wisata tirta lainnya, yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 70 responden. 28 diantara 70 responden tersebut mengunjungi Cikoromoy sebanyak 2x (dua kali) per tahun. Frekuensi kunjungan 2x (dua kali) per tahun tersebut merupakan frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi Cikoromoy tidak banyak memiliki fasilitas yang bisa dimanfaatkan dibandingkan obyek wisata tirta lainnya. Wisatawan pada umumnya kebutuhannya tidak hanya terbatas pada berenang atau menikmati panorama alam tetapi juga memiliki kebutuhan lain seperti acara piknik/makan bersama keluarga atau teman di alam terbuka, taman bermain anak, arena permainan air, atraksi wisata atau lainnya. Fasilitas ini tidak dapat dipenuhi oleh Cikoromoy saat ini, permasalahan ini dapat menjadi masukan bagi pengelola Cikoromoy agar kebutuhan wisatawan terpenuhi sehingga frekuensi kunjungan akan meningkat. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.14  
Cikoromoy mempunyai lebih banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	14	27	26	67
2X	17	24	28	69
$\geq 3X$	18	27	16	61
Jumlah	49	78	70	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Pengetahuan responden tentang substitusi Cikoromoy bahwa fasilitas Cikoromoy (seperti toilet, tempat parkir, tempat sampah, tempat beribadah, dan

lain-lain) lebih banyak dan terpelihara dibandingkan dengan fasilitas yang sama di obyek wisata tirta lain, yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 101 responden. 39 diantara 101 responden tersebut mengunjungi Cikoromoy sebanyak 2x (dua kali) per tahun. Frekuensi kunjungan 2x (dua kali) per tahun tersebut merupakan frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi fasilitas penunjang Cikoromoy seperti tempat parkir, toilet, kamar ganti, tempat sampah dan tempat ibadah jumlahnya lebih sedikit dan tidak terpelihara dibandingkan fasilitas serupa di obyek wisata tirta lain. Komposisi fasilitas penunjang dengan jumlah wisatawan terasa sangat timpang saat puncak kunjungan wisata seperti pada akhir minggu atau hari libur. Kondisi ini diperparah dengan kondisi fasilitas penunjang yang tidak terawat, kotor, sampah berserakan, cat dinding kamar mandi sudah mengelupas atau pudar, beberapa diantaranya sudah berlumut dan jarang dibersihkan. Permasalahan ini merupakan bahan masukan bagi pengelola Cikoromoy agar memperbaiki kekurangan-kekurangan tersebut. Kepuasan wisatawan berkaitan erat dengan frekuensi kunjungan wisata. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.15.

Fasilitas Cikoromoy (seperti toilet, tempat parkir, tempat sampah, tempat beribadah, dll) lebih banyak dan terpelihara dibandingkan dengan fasilitas yang sama di obyek wisata tirta lain

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	13	22	32	67
2X	13	17	39	69
≥3X	13	18	30	61
Jumlah	39	57	101	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Pengetahuan responden tentang substitusi Cikoromoy bahwa pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung ke obyek wisata tirta lain, yang menyatakan netral sebanyak 75 responden, yang menyatakan setuju-sangat setuju dan tidak setuju-sangat tidak setuju sama-sama berjumlah 61 orang responden. Frekuensi kunjungan tertinggi adalah 1x (sekali) per tahun pada reponden yang menyatakan tidak setuju-sangat tidak setuju sebanyak 28 jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah wisatawan Cikoromoy tidak lebih banyak dibandingkan jumlah wisatawan pada obyek wisata tirta sejenis. Jumlah wisatawan dan frekuensi kunjungan dapat tingkatkan apabila

pengelola menambah fasilitas penunjang dan menjaga kebersihannya, serta bisa menambah fasilitas lain yang mampu meningkatkan kepuasan wisatawan seperti tempat untuk acara piknik/makan bersama keluarga di alam terbuka, taman bermain anak, arena permainan air atau atraksi wisata lainnya. Apabila kepuasan wisatawan meningkat maka jumlah waktu berwisata akan menjadi lebih banyak, jumlah uang yang dibelanjakan lebih besar dan frekuensi kunjungan akan meningkat pula. Pada konsumen/ pangsa pasar yang sama dengan obyek wisata tirta sejenis, menambahkan beberapa fasilitas di Cikoromoy akan membuat wisatawan merubah pilihan keputusan wisatanya. Kepuasan wisatawan meningkat maka volume kunjungan wisata ke Cikoromoy akan meningkat pula. Informasi lengkap dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.16.  
Pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung ke obyek wisata tirta lain

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	15	24	28	67
2X	25	26	18	69
≥3X	21	25	15	61
Jumlah	61	75	61	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Pengetahuan responden tentang substitusi Cikoromoy bahwa pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan di obyek wisata tirta lain, yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 69 responden. 27 diantara 69 responden tersebut mengunjungi Cikoromoy sebanyak 2x (dua kali) per tahun. Frekuensi kunjungan 2x (dua kali) per tahun tersebut merupakan frekuensi kunjungan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa jenis layanan wisata dan kualitas layanan tersebut lebih buruk bila dibandingkan pada obyek wisata tirta lain. Layanan wisata meliputi penyediaan informasi, layanan transportasi, layanan penyediaan makanan-minuman, souvenir, layanan jasa keuangan, persewaan peralatan dan lain-lain. Permasalahan ini merupakan masukan yang berharga bagi pengelola Cikoromoy. Pada wisatawan yang kurang/tidak puas pada pelayanan di Cikoromoy masih mau berkunjung 2x (dua kali) setahun apalagi jika wisatawan puas terhadap berbagai layanan di Cikoromoy. Bisa diharapkan frekuensi kunjungan wisatanya akan meningkat. Aneka jenis layanan wisata

hendaknya menyesuaikan dengan perkembangan kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan saat ini cenderung praktis, informasi mudah diakses, sarana transportasi mudah diperoleh, pelayanan makanan cepat saji, tersedia aneka cinderamata dan praktis dalam sistem pembayaran. Informasi lengkap tentang pelayanan wisata Cikoromoy dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.17.  
Pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan di obyek wisata tirta lain

Frekuensi Kunjungan	Sangat Setuju dan Setuju	Netral	Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju	Jumlah
1X	18	23	26	67
2X	22	20	27	69
$\geq 3X$	18	27	16	61
Jumlah	58	70	69	197

Sumber: data primer, 2008. Diolah

#### 5.4. Uji Independensi Menggunakan Chi Square Antara Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Dengan Karakteristik dan Persepsi Responden

Uji independensi merupakan uji dua arah antara dua variabel yaitu variabel dalam kolom dan variabel dalam baris atau tabel kontingensi. Tabel-tabel yang sudah disajikan diatas akan diuji dengan menggunakan uji Chi Square untuk melihat hubungan antara dua variabel tersebut. Seperti sudah dituliskan dalam Bab 3.2.5. tentang hipotesis biaya perjalanan, maka akan kita lakukan pembuktian kebenaran hipotesis yang sudah kita tentukan.

##### 5.4.1. Uji Independensi Menggunakan Chi-Square Antara Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Dengan Karakteristik Responden

Nilai Chi-Square pada data tabel kontingensi tentang karakteristik responden Cikoromoy diatas dihitung dengan menggunakan *software* SPSS 12.0. Hasil perhitungan nilai Chi-Square disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.18.  
 Nilai Chi Square Variabel Bebas yang Dipergunakan pada *Travel Cost Method*

No	Variabel bebas	$\chi^2$ hitung	df	$\chi^2$ tabel pada $\alpha=10\%$	p-value
1	Tingkat Pendidikan	9.257	10	15.987	0,508
2	Jenis pekerjaan	26.922	12	18.549	0,008
3	Zona asal	26.854	8	13.362	0,001
4	Biaya Perjalanan	18.505	10	15.987	0,047
5	Pendapatan	10.237	12	21.064	0,595
6	Waktu Perjalanan	34.418	10	15.987	0,000

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan tingkat pendidikan adalah:

H<sub>0</sub> = Tingkat pendidikan tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Tingkat pendidikan memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 9,257 < Chi-Square tabel = 15,987 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak H<sub>1</sub> atau menerima H<sub>0</sub>. Hal ini berarti tingkat pendidikan tidak memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya. Tingkat pendidikan memiliki sebaran yang hampir merata pada setiap tingkat frekuensi kunjungan ke Cikoromoy.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan jenis pekerjaan adalah:

H<sub>0</sub> = Jenis pekerjaan tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Jenis pekerjaan memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 26,922 > Chi-Square tabel = 18,549 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menerima H<sub>1</sub> atau menolak H<sub>0</sub>. Hal ini berarti jenis pekerjaan memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy dipengaruhi oleh jenis pekerjaannya. Pada jenis-jenis pekerjaan tertentu seperti pekerja pabrik atau pekerja sektor jasa kebutuhan akan wisata berbasis alam cukup tinggi mengingat kondisi lingkungan kerja atau lingkungan pemukiman mereka sudah tidak alamiah. Pada lokasi-lokasi industri tertentu memiliki tingkat pencemaran udara dan air tanah yang sudah melebihi nilai ambang batas. Pada kelompok pelajar dan mahasiswa pilihan berwisata ke Cikoromoy dimungkinkan oleh tarif masuk yang murah dan biaya perjalanan yang relatif rendah.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan zona asal responden adalah:

$H_0$  = Zona asal responden tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

$H_1$  = Zona asal responden memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 26,854 > Chi-Square tabel = 13,362 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menerima  $H_1$  atau menolak  $H_0$ . Hal ini berarti zona asal responden memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy dipengaruhi oleh zona asalnya. Zona asal responden berbanding terbalik dengan frekuensi kunjungan. Semakin jauh zona asal responden maka frekuensi kunjungan ke Cikoromoy akan semakin turun. Zona asal responden seperti Serang memiliki tingkat permintaan wisata berbasis alam yang cukup tinggi. Dengan biaya perjalanan yang relatif murah responden dapat menikmati panorama keindahan alam. Permintaan wisata alam yang cukup tinggi pada responden yang berasal pada zona di atas dimungkinkan juga oleh kondisi lingkungan pemukiman mereka yang sudah tidak alamiah.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan biaya perjalanan adalah:

$H_0$  = Biaya perjalanan tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

$H_1$  = Biaya perjalanan memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 18,505 > Chi-Square tabel = 15,987 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menerima  $H_1$  atau menolak  $H_0$ . Hal ini berarti biaya perjalanan memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy dipengaruhi oleh biaya perjalanannya. Biaya perjalanan berbanding terbalik dengan frekuensi kunjungan. Semakin besar biaya perjalanan yang harus dikeluarkan maka frekuensi kunjungan ke Cikoromoy akan semakin rendah. Biaya perjalanan juga berkaitan dengan zona asal responden.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan pendapatan per bulan adalah:

$H_0$  = Pendapatan tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

$H_1$  = Pendapatan memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 10,237 < Chi-Square tabel = 21,064 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak  $H_1$  atau menerima  $H_0$ . Hal ini berarti pendapatan per bulan tidak berhubungan dengan frekuensi

kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh pendapatannya. Pendapatan bulanan responden memiliki sebaran yang hampir merata pada kelompok pendapatan Rp500.000,- s/d Rp Rp1.000.000,-; Rp Rp1.000.001,- s/d Rp1.500.000,- dan Rp1.500.000,- s/d Rp2.500.000,-. Pada teori mikro ekonomi konsumsi barang dan jasa berbanding lurus dengan *income*. Permintaan wisata merupakan fungsi dari konsumsi. Semakin besar *income* seseorang maka akan semakin besar pula konsumsi wisatanya. Permintaan wisata responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi *income* responden karena semakin besar *incomenya* responden memiliki lebih banyak alternatif /pilihan tujuan wisata. Semakin besar *income* seseorang, kepuasan wisata yang diminta juga semakin besar, dimana kepuasan tersebut dapat ia peroleh pada obyek-obyek wisata lain yang merupakan substitusi Cikoromoy. Pada akhirnya semakin tinggi *income* responden justeru frekuensi kunjungan ke Cikoromoy akan semakin turun.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan waktu perjalanan adalah:

H<sub>0</sub> = Waktu perjalanan tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Waktu perjalanan memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 34,418 > Chi-Square tabel = 15,987 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menerima H<sub>1</sub> atau menolak H<sub>0</sub>. Hal ini berarti waktu perjalanan memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy dipengaruhi oleh waktu perjalanannya. Waktu perjalanan berbanding terbalik dengan frekuensi kunjungan. Semakin besar waktu perjalanan yang harus ditempuh maka frekuensi kunjungan ke Cikoromoy akan semakin rendah. Waktu perjalanan juga berkaitan dengan zona asal responden dan biaya perjalanan.

#### **5.4.2. Uji Independensi Menggunakan Chi Square Antara Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Dengan Persepsi Responden**

Nilai Chi-Square pada data tabel kontingensi tentang persepsi fungsi-fungsi ekologi Cikoromoy diatas dihitung dengan menggunakan *software* SPSS 12.0. Hasil perhitungan nilai Chi-Square disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.19.  
 Nilai Chi Square Persepsi Fungsi Ekologi Cikoromoy  
 yang Dipergunakan pada *Travel Cost Method*

No	Persepsi Fungsi Ekologi Cikoromoy	$\chi^2$ hitung	df	$\chi^2$ tabel pada $\alpha=10\%$	p-value
1	Daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian	5,050	4	7,779	0,282
2	Daya tarik utama Cikoromoy adalah udara yang bersih dan segar	5,006	4	7,779	0,287
3	Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air	3,258	4	7,779	0,516
4	Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor	7,272	4	7,779	0,122
5	Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi dalam mengurangi polusi	10,867	4	7,779	0,028
6	Ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya adalah Cikoromoy membantu mengurangi efek <i>global warming</i>	16,145	4	7,779	0,003

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan persepsi daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian adalah:

$H_0$  = Persepsi daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

$H_1$  = Persepsi daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 5,050 < Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak  $H_1$  atau menerima  $H_0$ . Hal ini berarti persepsi daya tarik utama Cikoromoy adalah kolam pemandian tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh persepsi tersebut. Walaupun Cikoromoy dikenal dengan kolam pemandian alam namun alasan responden mendatangi Cikoromoy tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan berenang saja. Alasan lain yang mendasari responden berwisata ke Cikoromoy adalah menikmati keindahan panorama alam atau menikmati kesejukan udara pegunungan atau hanya ingin makan siang bersama keluarga di alam terbuka.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan persepsi daya tarik utama Cikoromoy adalah udara yang bersih dan segar adalah:

H<sub>0</sub> = Persepsi daya tarik utama Cikoromoy adalah udara yang bersih dan segar tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Persepsi daya tarik utama Cikoromoy adalah udara yang bersih dan segar memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 5,006 < Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak H<sub>1</sub> atau menerima H<sub>0</sub>. Hal ini berarti persepsi daya tarik utama Cikoromoy adalah udara yang bersih dan segar tidak memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh persepsi tersebut. Responden yang memiliki pengetahuan lebih luas cenderung akan memiliki lebih banyak alternatif tujuan wisata yang memiliki keunggulan udara yang bersih dan segar. Bila menggunakan standar bahwa daya tarik obyek wisata adalah udara yang bersih dan segar, kepuasan responden akan meningkat dengan mengunjungi obyek wisata lain karena hasrat keingintahuan akan hal yang baru juga terpenuhi. Semakin luas pengetahuan responden, semakin banyak alternatif tujuan wisata maka frekuensi kunjungan ke Cikoromoy justru akan semakin turun.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan persepsi Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air adalah:

H<sub>0</sub> = Persepsi Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Persepsi Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 3,258 < Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak H<sub>1</sub> atau menerima H<sub>0</sub>. Hal ini berarti persepsi Cikoromoy berfungsi sebagai sumber mata air tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh persepsi tersebut. Gunung Karang yang terletak pada wilayah Kabupaten Pandeglang dan Kabupaten Serang memiliki ekosistem hutan tropis yang relatif masih terjaga. Cikoromoy bukan satu-satunya mata air yang di lereng Gunung Karang yang telah diusahakan secara ekonomis. Lereng Gunung Karang memiliki banyak mata air dan sumber air panas yang

telah diusahakan sebagai obyek wisata konvensional dan untuk memenuhi kebutuhan air bersih bagi penduduk sekitar mata air tersebut. Lihat halaman 3 tentang pengembangan pariwisata Gunung Karang di Kabupaten Pandeglang. Responden yang memiliki pengetahuan lebih luas cenderung akan memiliki lebih banyak alternatif tujuan wisata. Dengan biaya perjalanan yang relatif sama dengan biaya perjalanan pergi ke Cikoromoy responden memiliki banyak pilihan tujuan wisata yang sama-sama berbasis wisata tirta. Semakin luas pengetahuan responden, semakin banyak alternatif tujuan wisata maka frekuensi kunjungan ke Cikoromoy justru akan semakin turun.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan persepsi Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor adalah:

H<sub>0</sub> = Persepsi Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Persepsi Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 7,272 < Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak H<sub>1</sub> atau menerima H<sub>0</sub>. Hal ini berarti persepsi Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi sebagai pengendali banjir/longsor tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh persepsi tersebut. Obyek wisata yang berbasis alam memiliki ketergantungan yang kuat terhadap ekosistem wilayah sekitarnya atau wilayah hulu. Semakin terjaga ekosistemnya maka keindahan, keasrian panorama alam tersebut akan semakin lama bisa dinikmati. Hal-hal seperti ini seringkali tidak terpikirkan oleh wisatawan karena tujuan mereka berwisata ke obyek wisata alam semata-mata hanya memenuhi kebutuhan rekreasinya, tanpa memikirkan bahwa sarana pemenuhan kebutuhan wisata berkaitan dengan hal lain. Permintaan wisata tidak berhubungan dengan pengetahuan seseorang dengan asumsi pengetahuan setara dengan tingkat pendidikan. Lihat halaman 63 tentang hubungan antara frekuensi kunjungan ke Cikoromoy dengan tingkat pendidikan responden.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan persepsi Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi dalam mengurangi polusi adalah:

H<sub>0</sub> = Persepsi Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi dalam mengurangi polusi tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Persepsi Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi dalam mengurangi polusi memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 10,867 > Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menerima H<sub>1</sub> atau menolak H<sub>0</sub>. Hal ini berarti persepsi Cikoromoy sebagai bagian dari ekosistem Gunung Karang berfungsi dalam mengurangi polusi memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy dipengaruhi oleh persepsi tersebut. Permintaan wisata ini dimungkinkan oleh kebutuhan lingkungan yang alamiah atau pengetahuan tentang responden tentang mereduksi polusi. Seperti telah diketahui di atas bahwa frekuensi kunjungan ke Cikoromoy tertinggi berasal dari zona Serang dan kelompok pekerjaan pegawai swasta. Lingkungan pemukiman atau tempat bekerja yang sudah terpolusi akan membuat responden cenderung memilih tujuan wisatanya kepada obyek wisata berbasis alam. Semakin besar kesadaran responden untuk “*back to nature*” maka akan semakin besar pula frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan persepsi ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya adalah Cikoromoy membantu mengurangi efek *global warming* adalah:

H<sub>0</sub> = Persepsi ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya adalah Cikoromoy membantu mengurangi efek *global warming* tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Persepsi ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya adalah Cikoromoy membantu mengurangi efek *global warming* memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 16,145 > Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menerima H<sub>1</sub> atau menolak H<sub>0</sub>. Hal ini berarti persepsi ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya adalah Cikoromoy membantu mengurangi efek *global warming* memiliki hubungan

dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy dipengaruhi oleh persepsi tersebut. Kampanye tentang pengurangan efek pemanasan global telah membuka wawasan masyarakat untuk lebih memilih produk yang alamiah. Bertambahnya wawasan responden tentang pemanasan global mampu mempengaruhi keputusan yang dibuat untuk lebih cermat dalam konsumsi barang dan jasa. Hutan yang terjaga ekosistemnya selain memberikan manfaat keberlangsungan siklus hidrologi, keanekaragaman hayati, mata rantai makanan, memberikan kesejukan dan kesegaran udara juga kemampuan tanaman dalam mereduksi karbon (gas buang yang diproduksi oleh pembakaran bahan-bakar fosil pada mesin-mesin statis atau dinamis). Gas buang yang berkumpul pada lapisan atmosfer bumi yang akan membuat suhu bumi semakin hangat. Semakin besar kesadaran responden tentang pemanasan global, responden akan cenderung memilih produk barang dan jasa yang alamiah maka akan semakin besar pula permintaan wisata berbasis alam, yang pada akhirnya pilihan untuk berwisata ke Cikoromoy akan meningkat pula frekuensinya.

#### **5.4.3. Uji Independensi Menggunakan Chi Square Antara Frekuensi Kunjungan Dalam Setahun Terakhir Dengan Pengetahuan Responden Tentang Substitusi Cikoromoy**

Nilai Chi-Square pada data tabel kontingensi mengenai pengetahuan responden tentang substitusi Cikoromoy diatas dihitung dengan menggunakan *software* SPSS 12.0. Hasil perhitungan nilai Chi-Square disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.20.  
 Nilai Chi Square Pengetahuan Responden Tentang Substitusi Cikoromoy  
 yang Dipergunakan pada *Travel Cost Method*

No	Pengetahuan Tentang Substitusi Cikoromoy	$\chi^2$ hitung	df	$\chi^2$ tabel pada $\alpha=10\%$	p-value
1	Keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya	6,157	4	7,779	0.188
2	Cikoromoy mempunyai banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan	4,527	4	7,779	0.339
3	Fasilitas Cikoromoy (seperti toilet, tempat parkir, tempat sampah, tempat beribadah, dll) lebih banyak dan terpelihara dibandingkan dengan fasilitas yang sama di obyek wisata tirta lain	4,412	4	7,779	0.353
4	Pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung pada obyek wisata tirta lain	6,541	4	7,779	0.162
5	Pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan di obyek wisata tirta lain	3,654	4	7,779	0.455

Sumber: data primer, 2008. Diolah

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan penilaian bahwa keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya adalah:

$H_0$  = Penilaian keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

$H_1$  = Penilaian keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 6,157 < Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak  $H_1$  atau menerima  $H_0$ . Hal ini berarti penilaian keadaan Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lainnya tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh penilaian tersebut. Adalah suatu kenyataan bahwa keadaan Cikoromoy lebih kotor dibandingkan obyek wisata tirta lain, namun Cikoromoy tetap diminati oleh segmen pasar tersendiri. Kalangan konsumen tersebut tetap bersedia berwisata ke Cikoromoy karena harga tiket masuk yang relatif murah dan derajat kepuasan yang konsumen minta disediakan oleh Cikoromoy.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan penilaian bahwa Cikoromoy mempunyai banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan adalah:

H<sub>0</sub> = Penilaian keadaan Cikoromoy mempunyai banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Penilaian keadaan Cikoromoy mempunyai banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 4,527 < Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak H<sub>1</sub> atau menerima H<sub>0</sub>. Hal ini berarti penilaian keadaan Cikoromoy mempunyai banyak fasilitas yang dapat dimanfaatkan tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh penilaian tersebut. Cikoromoy memiliki fasilitas yang sangat minim, namun justru kondisi yang minim ini menguntungkan bagi konsumen yang memiliki keterbatasan alokasi biaya rekreasi. Minimnya pilihan fasilitas membuat konsumen tersebut merasa telah dipenuhi kebutuhan wisatanya tanpa harus mengeluarkan dana yang lebih besar. Cikoromoy telah membentuk segmen pasarnya sendiri, walaupun konsumen mengetahui adanya obyek wisata tirta lain namun mereka tidak memiliki cukup alokasi biaya untuk berkunjung ke substitusi Cikoromoy.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan penilaian bahwa fasilitas penunjang Cikoromoy (seperti toilet, tempat parkir, tempat sampah, tempat beribadah, dan lain-lain) lebih banyak dan terpelihara dibandingkan dengan fasilitas yang sama di obyek wisata tirta lain adalah:

H<sub>0</sub> = Penilaian kondisi fasilitas penunjang Cikoromoy lebih banyak dan terpelihara dibandingkan dengan fasilitas yang sama di obyek wisata tirta lain tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Penilaian kondisi fasilitas penunjang Cikoromoy lebih banyak dan terpelihara dibandingkan dengan fasilitas yang sama di obyek wisata tirta lain memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 4,412 < Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak H<sub>1</sub> atau menerima H<sub>0</sub>. Hal ini berarti penilaian keadaan fasilitas penunjang Cikoromoy lebih banyak dan terpelihara dibandingkan dengan fasilitas yang sama di obyek wisata tirta lain tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan

responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh penilaian tersebut. Seperti telah diuraikan pada halaman 73 yang menyatakan bahwa 101 dari 197 responden menyatakan tidak setuju-sangat tidak setuju jika fasilitas penunjang Cikoromoy (seperti toilet, tempat parkir, tempat sampah, tempat beribadah, dan lain-lain) lebih banyak dan terpelihara dibandingkan dengan fasilitas yang sama di obyek wisata tirta lain, hal ini berarti fasilitas-fasilitas penunjang tersebut tersedia dalam jumlah yang sedikit dan kondisinya tidak terpelihara. Jumlah fasilitas penunjang terasa sangat timpang pada saat puncak waktu liburan seperti akhir minggu atau hari libur. Kondisi yang terbatas ini ternyata tidak menurunkan minat konsumen untuk tetap berwisata ke Cikoromoy. Wisatawan yang tetap memilih berwisata ke Cikoromoy karena sesuai dengan jangkauan pendapatannya.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan penilaian bahwa pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung pada obyek wisata tirta lain adalah:

$H_0$  = Penilaian bahwa pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung pada obyek wisata tirta lain tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

$H_1$  = Penilaian bahwa pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung pada obyek wisata tirta lain memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 6,541 < Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak  $H_1$  atau menerima  $H_0$ . Hal ini berarti penilaian bahwa pengunjung di Cikoromoy lebih banyak dibandingkan pengunjung pada obyek wisata tirta lain tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh penilaian tersebut. Pengunjung Cikoromoy tidak sepadat pengunjung obyek wisata tirta lain, justeru hal ini menguntungkan wisatawan karena bisa mendapatkan kepuasan berwisata secara optimal. Jika volume pengunjung padat maka kepuasan berwisata akan menurun karena harus berdesakan atau berbagi tempat yang sempit dengan pengunjung yang lain.

Hipotesis frekuensi kunjungan dengan penilaian tentang pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan di obyek wisata tirta lain adalah:

H<sub>0</sub> = Penilaian tentang pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan di obyek wisata tirta lain tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan

H<sub>1</sub> = Penilaian tentang pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan di obyek wisata tirta lain memiliki hubungan dengan frekuensi kunjungan

Nilai Chi-Square hitung = 3,654 < Chi-Square tabel = 7,779 pada selang kepercayaan 10%. Terdapat cukup bukti untuk menolak H<sub>1</sub> atau menerima H<sub>0</sub>. Hal ini berarti penilaian tentang pelayanan di Cikoromoy lebih baik dibandingkan pelayanan di obyek wisata tirta lain tidak berhubungan dengan frekuensi kunjungan atau frekuensi kunjungan responden ke Cikoromoy tidak dipengaruhi oleh penilaian tersebut. Jenis layanan wisata dan kualitas layanan wisata yang tersedia saat ini di Cikoromoy memang sangat terbatas, terutama pada layanan informasi, ketersediaan cinderamata dan layanan jasa keuangan. Jika dilihat segmen pasar Cikoromoy saat ini layanan tersebut belum menjadi kebutuhan wisatawan. Kondisi pelayanan wisata yang minim ini ternyata tidak menurunkan minat konsumen untuk tetap berwisata ke Cikoromoy, seperti yang dibutuhkan oleh kelompok masyarakat modern.. Wisatawan yang tetap memilih berwisata ke Cikoromoy karena sesuai dengan jangkauan pendapatannya.

### 5.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Dengan menggunakan penghitungan *Chi-Square* pada tabulasi silang karakteristik responden yang mempengaruhi pada analisis *Travel Cost Method* adalah zona asal tempat tinggal responden, biaya perjalanan, waktu perjalanan, *income* per bulan, jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan. Frekuensi kunjungan ke Cikoromoy berbanding terbalik dengan zona asal responden karena semakin jauh tempat tinggal responden maka semakin kecil frekuensi kunjungannya ke Cikoromoy. Frekuensi kunjungan ke Cikoromoy berbanding terbalik dengan biaya perjalanan karena semakin besar biaya perjalanan yang dikeluarkan responden maka semakin kecil frekuensi kunjungannya ke Cikoromoy. Frekuensi kunjungan ke Cikoromoy berbanding terbalik dengan waktu perjalanan karena

semakin lama waktu perjalanan yang dibutuhkan maka semakin kecil frekuensi kunjungannya ke Cikoromoy. Frekuensi kunjungan ke Cikoromoy berbanding terbalik dengan *income* responden karena semakin besar *income* responden, semakin banyak pilihan tujuan wisata, maka semakin kecil frekuensi kunjungannya ke Cikoromoy. Frekuensi kunjungan ke Cikoromoy dipengaruhi oleh jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan responden karena semakin luas pengetahuan responden, semakin banyak pilihan tujuan wisata, maka semakin kecil frekuensi kunjungannya ke Cikoromoy.

Sedangkan pada tabulasi silang persepsi responden yang mempengaruhi pada analisis *Travel Cost Method* adalah daya tarik natural dan fungsi ekologisnya. Daya tarik Cikoromoy sebagai sarana rekreasi yang berupa kolam pemandian alami dan menyediakan udara yang bersih dan segar. Semakin besar persepsi responden tentang daya tarik natural tersebut, maka frekuensi kunjungan ke Cikoromoy semakin tinggi. Fungsi ekologi yang menjadi keunggulan Cikoromoy adalah sebagai sumber mata air, ekosistem Gunung Karang pengendali banjir dan longsor, berfungsi dalam mengurangi polusi, ekosistem Gunung Karang termasuk didalamnya Cikoromoy membantu mengurangi efek *global warming*. Semakin luas pengetahuan dan persepsi responden tentang fungsi ekologi suatu ekosistem alam, penghargaan untuk menjaga kelestarian alam semakin besar maka frekuensi kunjungan ke Cikoromoy semakin tinggi.

Pada tabulasi silang pengetahuan responden tentang substitusi obyek wisata Cikoromoy yang mempengaruhi adalah kondisi Cikoromoy lebih bersih dibandingkan obyek wisata tirta lain, Cikoromoy memiliki banyak fasilitas yang dimanfaatkan, pengunjung Cikoromoy lebih banyak daripada obyek wisata tirta lain, pelayanan di Cikoromoy lebih baik daripada obyek wisata tirta lain dan fasilitas penunjang di Cikoromoy seperti toilet, tempat parkir, tempat sampah, tempat ibadah tersedia lebih banyak dan lebih terpelihara daripada fasilitas sejenis pada obyek wisata lain. Semakin luas pengetahuan responden tentang keberadaan obyek wisata lain yang merupakan substitusi Cikoromoy, makin banyak pilihan tujuan wisata yang menawarkan kepuasan / utilitas yang sama yang diberikan Cikoromoy, maka frekuensi kunjungan ke Cikoromoy semakin turun.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan berwisata pengunjung obyek wisata Cikoromoy adalah mengenai sikap dan pandangan responden secara obyektif mengenai kualitas lingkungan pada obyek wisata Cikoromoy. Persepsi responden tentang fasilitas penunjang seperti tempat parkir, toilet, kamar ganti, tempat sampah, tempat ibadah berhubungan positif dengan volume kunjungan ke Cikoromoy, artinya jika semakin baik kondisi dan semakin proporsional jumlah fasilitas penunjang diatas dengan jumlah pengunjung maka akan mempengaruhi responden untuk datang pada waktu berikutnya. Persepsi pengunjung tentang kebersihan, keamanan dan kenyamanan di Cikoromoy berhubungan positif dengan kunjungan berikutnya. Kesan subyektif yang timbul pada diri pengunjung setelah menjalankan wisatanya di Cikoromoy akan berakibat pada seberapa besar kepuasan yang diperoleh sehingga akan menumbuhkan keinginan-keinginan untuk datang kembali pada waktu yang akan datang. Persepsi tentang keberadaan penjual oleh-oleh khas Cikoromoy juga berpengaruh positif terhadap kunjungan ke Cikoromoy artinya secara umum seseorang yang melakukan aktivitas wisata tidak hanya menyediakan dana untuk tiket wisata dan biaya perjalanan wisata saja tetapi juga menyediakan dana untuk belanja wisata. Keberadaan stan penjualan souvenir dan oleh-oleh ini memenuhi kebutuhan belanja wisata tersebut. Semakin besar jumlah dan variasi penjualan souvenir dan oleh-oleh maka nilai kepuasan yang diperoleh pengunjung. Persepsi mengenai informasi keberadaan Cikoromoy berpengaruh positif terhadap kunjungan ke Cikoromoy, artinya semakin mudah informasi yang diperoleh mengenai Cikoromoy baik dari iklan atau reklame atau papan penunjang jalan atau cerita pengalaman orang lain berwisata Cikoromoy maka akan meningkatkan keinginan untuk berwisata ke Cikoromoy. Persepsi pengunjung mengenai pengawasan terhadap pembuat kotor / kerusakan lingkungan di Cikoromoy berhubungan positif dengan kunjungan ke Cikoromoy. Jika ada pengawasan terhadap aksi-aksi yang menyebabkan penurunan kualitas lingkungan Cikoromoy maka keindahan alam Cikoromoy tetap terjaga dan pada akhirnya akan meningkatkan frekuensi kunjungan ke Cikoromoy. Persepsi mengenai harga tiket masuk saat ini terlalu murah sangat subyektif pada seseorang, hal ini didasari oleh pandangan nilai nominal uang, tingkat kepuasan

yang diperoleh, besarnya *income*, besarnya biaya perjalanan yang dikeluarkan untuk sampai ke Cikoromoy dan tingkat kesadaran menghargai alam.

Pada analisis *Travel Cost Method* zona asal responden secara umum semakin dekat zona asal responden maka frekuensi kunjungan ke Cikoromoy semakin besar. Namun ternyata responden terbanyak yang berwisata ke Cikoromoy justru berasal dari Serang yang berjarak sekitar 25-30 km. Penulis memperkirakan hal ini karena Serang dan sekitarnya yang merupakan daerah pertumbuhan manufaktur dan jasa, kebanyakan berpendidikan menengah, berpenghasilan terbatas, berprofesi sebagai buruh pabrik atau pegawai swasta, keterbatasan pengetahuan tentang substitusi Cikoromoy sehingga walaupun memakan waktu dan biaya yang cukup banyak namun frekuensi kunjungan wisata tetap tinggi. Bukan kolam pemandian alamnya yang menjadi tujuan utama, namun suasana perjalanan sendiri sudah memberikan kepuasan yang besar karena jalur perjalanan melewati perbukitan dan pengunungan yang asri, sawah-sawah yang produktif sepanjang tahun, udara sejuk dan segar, hutan-hutan yang rindang dan hijau, tampilan kebudayaan masyarakat setempat yang berbeda dengan komunitas asal pengunjung, panorama seperti inilah yang justru memberikan kepuasan tersendiri dalam perjalanan wisata. Zona asal responden berkaitan erat dengan waktu perjalanan dan besaran biaya perjalanan.