

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Undang-Undang nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataan disebutkan bahwa usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha barang pariwisata dan usaha lain yang terkait dengan bidang tersebut. Pariwisata termasuk semua aktifitas dan dampak yang terjadi bagi wisatawan liburan, baik internasional maupun domestik (Hadinoto, 1996). Sektor pariwisata sebagai industri jasa merupakan salah satu bidang yang dapat memberikan andil yang cukup besar dalam pembangunan. Kegiatan pariwisata yang dikelola dengan baik dapat menjadi salah satu penyumbang pendapatan yang potensial dalam pertumbuhan ekonomi nasional maupun daerah. Pariwisata bukan hanya sebagai sumber devisa tetapi juga dapat memperluas kesempatan kerja yang ditimbulkan dari sejumlah keterkaitan sektor-sektor lain.

Oleh karena itulah Kabupaten Pandeglang, dalam visinya tahun 2006-2010 menyatakan bahwa Pandeglang difungsikan sebagai daerah agribisnis dan tujuan wisata unggul di wilayah Propinsi Banten. Potensi Kabupaten Pandeglang sebagai tujuan wisata unggul didukung oleh topografi yang menguntungkan yaitu berada diantara pesisir pantai hingga pegunungan, dengan variasi ketinggian 0-1.788 M dpl (diatas permukaan laut), luas daratan 233.678,71 ha atau sekitar 85,07% dari luas total kabupaten, sisanya sebesar 14,93% adalah lautan. Perbedaan ketinggian daratan yang tajam mempengaruhi suhu mikro wilayah Kabupaten Pandeglang antara dingin hingga hangat. Suhu udara terdingin yaitu 22,5°C di Puncak Gunung Karang sedangkan suhu udara terhangat yaitu 27,9°C di sepanjang pesisir pantai Selat Sunda hingga pesisir selatan yang menghadap ke Samudera Indonesia. Kabupaten Pandeglang memiliki garis pantai sepanjang lebih kurang 230 km dengan pulau-pulau kecil yang tersebar atau berbentuk gugusan. Keunggulan inilah yang dijadikan dasar penentuan destinasi pariwisata Kabupaten Pandeglang. Daya tarik panorama alam merupakan dasar penentuan tujuan-tujuan wisata ini. Bentang ekosistem alam yang masih asri dan hijau,

udara segar, hawa dingin pegunungan, udara hangat pantai dan belum banyak campur tangan manusia merupakan daya tarik utama, kondisi ini berlawanan dengan kondisi pesisir Selat Sunda di Kota Cilegon dan sebagian pesisir utara Pulau Jawa di Kabupaten Serang Kota Serang dan Kabupaten Tangerang yang sudah padat dengan berbagai macam industri.

Kabupaten Pandeglang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Banten, dengan luas wilayah 274.689,91 ha atau 2.747 KM² terdiri dari 33 kecamatan pada tahun 2007. Sisi utara kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Serang, sisi barat dengan selat Sunda, sisi selatan dengan Samudera Indonesia dan sisi timur berbatasan dengan Kabupaten Lebak. Sejak Indonesia merdeka tahun 1945 hingga akhir tahun 2000 Kabupaten Pandeglang merupakan salah satu kabupaten di wilayah administrasi Provinsi Jawa Barat, namun sejak ditetapkan Undang-Undang nomor 23 tahun 2000 tentang Pembentukan Provinsi Banten Kabupaten Pandeglang masuk salah satu daerah otonom di wilayah administrasi Provinsi Banten bersama-sama dengan Kabupaten Serang, Kabupaten Lebak, Kabupaten Tangerang, Kota Cilegon, Kota Tangerang dan Kota Serang yang berdiri tahun 2007.

Menurut Undang-Undang nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan dinyatakan bahwa daerah tujuan wisata dikelompokkan menurut tema wisata, terdiri dari : Wisata Pantai Marina, Wisata Tirta, Wisata Sejarah dan Suaka Alam. Kabupaten Pandeglang memiliki semua jenis tema tersebut, 4 lokasi Wisata Pantai Marina dari 25 lokasi yang ada diseluruh Provinsi Banten; 5 lokasi Wisata Tirta dari 18 lokasi di seluruh Provinsi Banten, 56 lokasi Wisata Sejarah dari 107 lokasi di seluruh Provinsi Banten, meliputi Museum, Situs Purbakala, Bangunan Bersejarah dan Makam bersejarah. Kabupaten Pandeglang memiliki 1 lokasi suaka alam dari 10 suaka alam yang ada di seluruh Provinsi Banten, yaitu Taman Nasional Ujung Kulon sebagai tempat konservasi Badak Jawa (*Rhinoceros Sundaicus*). Data potensi wisata di Kabupaten Pandeglang dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jenis dan Jumlah Tujuan Wisata di Kabupaten Pandeglang
dan Provinsi Banten

Lokasi		Pandeglang	Banten
Wisata Pantai Marina		4	25
Wisata Tirta		5	18
Wisata Sejarah	Museum	1	1
	Situs Purbakala	13	25
	Bangunan Bersejarah	21	28
	Makam bersejarah	22	53
Suaka Alam		1	10

sumber : BPS Prov. Banten, 2005

Pada lokasi-lokasi wisata tersebut jumlah wisatawan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan terutama pada wisata tirta.

Tabel 1.2
Data Wisatawan di Kabupaten Pandeglang dan Provinsi Banten
tahun 2000-2006

Tahun	Jumlah Wisatawan			Jumlah Wisatawan pada Wisata Tirta		
	Pandeglang (orang)	% Pandeglang terhadap Banten	Banten (orang)	Pandeglang (orang)	% Pandeglang terhadap Banten	Banten (orang)
2000	1.321.228	53,46	2.471.301	25.349	17,43	145.457
2001	640.802	25,91	2.473.378	41.530	28,55	145.457
2002	370.005	64,54	573.265	46.842	69,69	67.214
2003	91.247	47,96	190.271	64.876	61,00	106.352
2004	68.008	4,80	1.417.626	65.634	38,90	168.714
2005	5.455.311	53,46	10.203.903	685.065	66,14	1.035.844
2006	2.394.645	64,55	3.709.701	633.878	61,00	1.039.125

Sumber : BPS Provinsi Banten 2001-2007, diolah

Dalam dokumen Rencana Tata Ruang dan Wilayah Kabupaten Pandeglang tahun 2003-2013, wilayah pengembangan pariwisata di Kabupaten Pandeglang saat ini berbasis pada panorama alam yang terbagi dalam 7 (tujuh) kawasan, yaitu :

1. Kawasan Pariwisata Gunung Karang

Kawasan pariwisata Gunung Karang terdiri atas tujuan-tujuan wisata berikut:
Sumur Tujuh, Makam Simpeureun, Pariwisata Kota Pandeglang, Pemandian

Air Panas Cisolong, Batu Lingga, Air Panas Wariang, Agrowisata Cihunjuran, Peziarahan Cibulakan, Batu Qur'an, Pemandian Cikoromoy dan Batu Tapak Pasir Peuteuy.

2. Kawasan Pariwisata Cikedal

Kawasan pariwisata Cikedal terdiri atas tujuan-tujuan wisata berikut: Situ Cikedal, Peziarahan Cikadueun, Batu Ranjang, Batu Tongtrong, Kerajinan Emping, Prasasti Muruy, Batu Goong, Sanghyang Dengdek, Batu Saketeng dan Batu Tapak.

3. Kawasan Pariwisata Carita

Kawasan pariwisata Carita terdiri atas tujuan-tujuan wisata berikut: Pantai Carita, Perkemahan Perhutani, Taman Rekreasi Karangsari, Taman Rekreasi Perhutani, air terjun /Curug Gendang, Peziarahan Kyai Caringin dan Masjid Caringin.

4. Kawasan Pariwisata Bama

Kawasan pariwisata Bama terdiri atas tujuan-tujuan wisata berikut: Pantai Bama, Pantai Pulau Popole dan Pantai Panimbang.

5. Kawasan Pariwisata Tanjung Lesung

Kawasan pariwisata Tanjung Lesung terdiri atas tujuan-tujuan wisata berikut: Pantai dan Resort Tanjung Lesung, Pulau Liwungan, Desa Wisata Cikadu, Pantai Cipanon, Pantai Cimahpar, Pantai/ Muara Cijalarang dan Pantai Mega Camara.

6. Kawasan Pariwisata Taman Nasional Ujung Kulon

Kawasan pariwisata Taman Nasional Ujung Kulon terdiri atas tujuan-tujuan wisata berikut: Taman Nasional Ujung Kulon, Pulau Handeuleum, Pulau Panaitan, Tanjung Sanghyang Sirah, Agrowisata Gunung Honje, Pantai Ciputih, Resort Pulau Umang, Desa Wisata Kertamukti dan Arca Ganesha.

7. Kawasan Pariwisata Pantai Selatan

Kawasan pariwisata Pantai Selatan terdiri atas tujuan-tujuan wisata berikut: Peziarahan Mantiung, Pantai Tanjungan, Pulau Tinjil, Pantai Cikiruh Wetan, Agrowisata Kutakarang, Wisata Pantai Citeluk, Pantai Sindangkerta dan Pulau Deli.

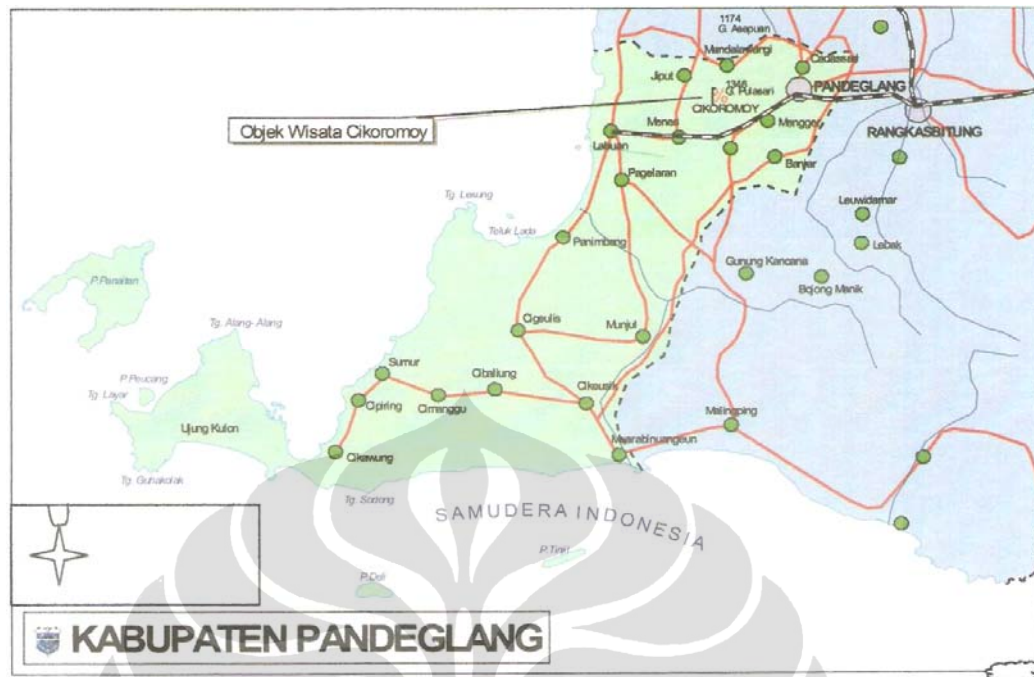
Obyek Wisata Cikoromoy masuk golongan obyek wisata tirta, yaitu suatu obyek wisata yang aktivitas wisata utamanya berada pada perairan darat, dapat berbentuk mata air, danau/situ/telaga, bendungan, air terjun, kolam pemandian alam, kolam pemandian buatan manusia dan danau mini buatan manusia. Selain Cikoromoy terdapat beberapa obyek wisata tirta lain di Pandeglang seperti situ Cikedal, Sumur Tujuh, pemandian air panas Cisolong, mata air panas Wariang, peziarahan Cibulakan, Batu Qur'an, peziarahan Cikadueun, air terjun /Curug Gendang, kolam pemandian alam yang berada di dekat Prasasti Muruy. Berikut ini adalah data wisatawan di Cikoromoy dan wisatawan total di Pandeglang tahun 2005 -2006.

Tabel 1.3
Data Wisatawan di Cikoromoy dan Seluruh Pandeglang Tahun 2005-2006

Tahun	Jumlah Wisatawan				
	Cikoromoy (orang)	% Cikoromoy terhadap Wisata Tirta Pandeglang	Wisata Tirta (orang)	% Wisata Tirta terhadap Total Wisatawan Pandeglang	Pandeglang (orang)
2005	111.523	16,28	685.065	12,56	5.455.311
2006	212.834	33,58	633.878	26,47	2.394.645

Sumber : BPS Pandeglang dan BPS Provinsi Banten, 2007

Obyek wisata Cikoromoy merupakan salah satu tujuan wisata yang berada dalam satu kawasan pariwisata Gunung Karang bersama-sama dengan tujuan wisata lain yaitu: mata air Sumur Tujuh, Makam Simpeureum, Pariwisata Kota Pandeglang, Pemandian air panas Cisolong, Batu Lingga, mata air panas Wariang, agrowisata Cihunjuran, peziarahan Cibulakan, Batu Qur'an, dan Batu Tapak Pasir. Secara administrasi obyek wisata Cikoromoy berada di wilayah Desa Kadubungbang, Kecamatan Cimanuk, Kabupaten Pandeglang. Berada diatas tanah seluas 43.020 M² merupakan tanah aset pemerintah daerah Kabupaten Pandeglang. Berikut ini adalah peta lokasi obyek wisata Cikoromoy.



Gambar 1. 1. Peta lokasi obyek wisata Cikoromoy

Saat ini kondisi obyek wisata Cikoromoy terkesan kurang terawat. Jalan akses masuk utama menuju lokasi terlihat rusak dan terjal. Fasilitas-fasilitas yang ada saat ini kurang memadai, lokasi parkir yang tidak teratur, bangunan-bangunan kios, warung-warung makan tidak tertata, jalan lingkungan pemukiman menyatu dengan jalan dalam lingkungan obyek wisata dan keadaannya menjadi licin dan becek saat hujan turun. Saung-saungan/gubug makan yang dibangun diatas kolam-kolam ikan air tawar justru menghalangi pemandangan ke arah lereng dan puncak Gunung Karang. Belum ada dinding pembatas kolam renang, kamar ganti dan kamar mandi terkesan sempit, kusam dan kumuh. Jumlah kamar ganti dan kamar mandi tidak proporsional dengan jumlah pengunjung terutama saat hari libur atau akhir minggu.

Oleh karena itu perlu dilakukan upaya peningkatan pelayanan baik mutu maupun kuantitasnya. Hal tersebut akan berakibat pada peningkatan kepuasan pengunjung/konsumen sehingga akan mendorong pengunjung/konsumen untuk mau membayar lebih daripada tarif yang ditetapkan saat ini. Pengunjung/konsumen yang merasa puas biasanya akan datang kembali atau menceritakan kepada orang lain sehingga akan meningkatkan jumlah kunjungan.

Biaya peningkatan pelayanan yang dibutuhkan dapat dicukupi dengan membebankannya pada pengunjung/konsumen melalui penentuan tarif baru atau mekanisme lainnya.

Namun sebelum pengelolaan dan penentuan tarif baru tersebut dilakukan, akan sangat membantu jika ada informasi tentang wisata Cikoromoy tersebut. Salah satu informasi yang sangat berguna adalah nilai ekonomi sumber daya Cikoromoy saat ini. Oleh karena itu diperlukan usaha untuk melakukan valuasi ekonomi sumber daya wisata Cikoromoy.

1.2 Perumusan Masalah

Sebagaimana diuraikan dalam latar belakang, penelitian ini dilakukan sebagai upaya memberikan informasi mengenai nilai ekonomi sumber daya wisata Cikoromoy. Pengertian nilai ekonomi dari sumber daya alam seperti wisata Cikoromoy memang bisa berbeda jika dilihat dari sudut pandang berbagai disiplin ilmu. Namun salah satu tolok ukur yang relatif mudah dan bisa dijadikan persepsi bersama berbagai disiplin ilmu tersebut adalah pemberian *price tag* (harga) pada barang dan jasa yang dihasilkan sumber daya alam dan lingkungan tersebut.

Persoalannya adalah seperti halnya sumber daya alam wisata lainnya yang nilai ekonominya tidak selalu bisa ditransaksikan dalam pasar, sehingga untuk menganalisis nilai sumber daya wisata Cikoromoy perlu dilakukan dengan pendekatan nilai ekonomi non-pasar (*non market valuation*). Inilah yang disebut nilai ekonomi sumber daya alam. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur nilai ekonomi sumber daya alam adalah dengan pendekatan *willingness to pay*, yaitu konsep kesediaan membayar seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan.

Oleh karena itu permasalahan yang ditelaah dalam penelitian ini adalah:

1. Berapa besar nilai ekonomi sumber daya wisata Cikoromoy?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nilai ekonomi wisata Cikoromoy tersebut?

Dengan menelaah dua persoalan tersebut, maka pengelolaan wisata Cikoromoy dan penetapan tarif baru ataupun mekanisme pengelolaan yang lain dapat dilakukan dengan berpedoman pada hasil riset ini.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengestimasi nilai ekonomi wisata Cikoromoy.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai ekonomi sumber daya wisata Cikoromoy tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi pemerintah daerah Kabupaten Pandeglang dapat dijadikan dasar alternatif pembuatan kebijakan dalam pengelolaan obyek wisata Cikoromoy yang lebih baik.
2. Bagi akademis dapat memperkaya khasanah penelitian tentang valuasi ekonomi sumber daya alam dan lingkungan.

1.5 Hipotesis

Diduga nilai ekonomi wisata Cikoromoy dipengaruhi oleh:

1. Faktor karakteristik obyek wisata:
 - Daya tarik utama
 - Kebersihan dan keamanan
 - Fasilitas penunjang
2. Faktor karakteristik wisatawan:
 - Besaran pendapatan
 - Biaya perjalanan
 - Biaya waktu perjalanan
 - Persepsi pengunjung
 - Zona asal pengunjung

1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Studi

Pada karya tulis ini akan dibahas mengenai valuasi ekonomi sumber daya dengan cara menghitung *willingness to pay* (WTP). Menurut Fauzi, 2004 *willingness to pay* dapat diartikan sebagai jumlah maksimal seseorang mau membayar untuk menghindari terjadinya penurunan terhadap sesuatu. Studi ini berbasis perilaku manusia (*behavioural models*). Dalam pengukuran WTP, Haab dan McConnel (2002) menyatakan bahwa pengukuran WTP yang dapat diterima (*reasonable*) harus memenuhi syarat:

1. WTP tidak memiliki batas bawah yang negatif
2. Batas atas WTP tidak boleh melebihi pendapatan
3. Adanya konsistensi antara keacakan (*randomness*) pendugaan dan keacakan perhitungan.

Sebagian barang dan jasa yang dihasilkan sumber daya alam dapat diukur nilainya karena diperdagangkan, namun ada sebagian barang dan jasa yang tidak diperdagangkan seperti keindahan pantai, kebersihan dan keaslian alam, sehingga sulit diukur nilainya, karena masyarakat tidak membayarnya secara langsung. Selain itu masyarakat tidak familier dengan cara pembayaran jasa seperti ini, keinginan membayar mereka juga sulit diketahui. Dalam pengukuran nilai sumber daya alam yang nilainya tidak selalu diperdagangkan dengan mengukur nilai moneterinya. Yang diperlukan adalah pengukuran seberapa besar kemampuan membayar (*purcasing power*) masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa dari sumber daya.

Studi tentang analisis valuasi ekonomi sumber daya dibatasi dengan *Travel Cost Method*. Penelitian penentuan estimasi kesediaan membayar (*willingness to pay/WTP*) pengunjung obyek wisata menggunakan *Travel Cost Method (TCM)*. *Travel Cost Method* merupakan pendekatan WTP dan dilakukan dengan menggunakan informasi tentang (1) jumlah uang yang dikeluarkan dan (2) waktu yang digunakan untuk mencapai kawasan wisata tersebut, untuk estimasi besarnya nilai manfaat dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari kawasan wisata yang dikunjungi. *Travel Cost Method* kebanyakan dipergunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka, seperti memancing, *hiking*, berburu, dan lain-lain. Metode ini mengkaji biaya yang

dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat rekreasi, sebagai contoh seorang konsumen akan mengorbankan biaya dalam bentuk waktu dan uang untuk mendatangi tempat rekreasi tersebut. Dengan mengetahui pola *ekspenditur* konsumen tersebut, bisa dikaji berapa nilai (*value*) yang diberikan konsumen kepada sumber daya alam dan lingkungan. Untuk menentukan nilai ekonomi sumber daya berdasarkan TCM digunakan dua teknik sederhana, yaitu pendekatan *zonasi* dan pendekatan *individual* TCM menggunakan data survei. Pendekatan TCM melalui zonasi adalah pendekatan yang relatif simpel dan murah karena data yang diperlukan relatif banyak mengandalkan data sekunder dan beberapa data sederhana dari responden pada saat survei. Pendekatan individual TCM secara prinsip sama dengan sistem zonasi, namun pada pendekatan ini analisis lebih didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei dan teknik statistik yang relatif kompleks. Kelebihan pendekatan individual TCM lebih akurat daripada metode zonasi.

Data yang dipergunakan dalam analisis nilai ekonomi sumber daya wisata Cikoromoy dengan metode TCM adalah data primer. Data diperoleh dengan cara survei menggunakan kuisioner pada wisatawan obyek wisata Cikoromoy pada minggu III- IV bulan Agustus 2008. Wisatawan yang dipilih sebagai responden ditetapkan secara acak namun memiliki pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Responden memiliki status sebagai pengunjung yang sedang melakukan kegiatan wisata, berumur minimal 18 (delapan belas) tahun, diharapkan sudah mampu membuat keputusan dengan logika yang sehat.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan karya tulis berjudul "Valuasi Ekonomi Obyek Wisata Cikoromoy di Kabupaten Pandeglang dengan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)" adalah sebagai berikut :

Bab 1 PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang
- 1.2. Perumusan Masalah
- 1.3. Tujuan Penelitian
- 1.4. Manfaat Penelitian

- 1.5. Hipotesis
- 1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Studi
- 1.7. Sistematika Penulisan
- Bab 2 TINJAUAN PUSTAKA
- 2.1. Konsep dan Falsafah Sumber Daya Pariwisata
- 2.2. Valuasi Ekonomi Sumber Daya Alam Pada Lokasi Wisata : Konsep dan Cara Perhitungannya
- Bab 3 METODOLOGI PENELITIAN
- 3.1. Kerangka Konseptual
- 3.2. Metode Analisis
- 3.2.1. Teknik Sampling
- 3.2.2. Kuisisioner
- 3.2.3. Analisis Deskriptif
- 3.2.4. Model Pendugaan Metode Biaya Perjalanan
- 3.2.5. Hipotesis Biaya Perjalanan
- 3.2.6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Ekonomi Sumber Daya Cikoromoy
- Bab 4 KONDISI UMUM LOKASI PENELITIAN
- 4.1. Kondisi Umum Sosial Ekonomi Kabupaten Pandeglang
- 4.2. Data Konsumsi Penduduk Kabupaten Pandeglang dan Daerah Sekitarnya
- 4.3. Cikoromoy Saat Ini
- Bab 5 KARAKTERISTIK PENGUNJUNG, PERSEPSI PENGUNJUNG DAN FREKUENSI KUNJUNGAN WISATA KE CIKOROMOY
- 5.1. Karakteristik Pengunjung
- 5.2. Persepsi Pengunjung
- 5.3. Hubungan Frekuensi Kunjungan Wisata Dalam Setahun Terakhir dengan Karakteristik dan Persepsi Pengunjung
- 5.3.1. Hubungan Frekuensi Kunjungan Wisata Dalam Setahun Terakhir dengan Karakteristik Pengunjung
- 5.3.2. Hubungan Frekuensi Kunjungan Wisata Dalam Setahun Terakhir dengan Persepsi Pengunjung tentang Fungsi Ekologi Cikoromoy
- 5.3.3. Hubungan Frekuensi Kunjungan Wisata Dalam Setahun Terakhir dengan Pengetahuan Pengunjung tentang Substitusi Cikoromoy

- 5.4. Uji Independensi Menggunakan Chi-Square Antara Frekuensi Kunjungan Wisata Dalam Setahun Terakhir dengan Karakteristik dan Persepsi Pengunjung
 - 5.4.1. Uji Independensi Menggunakan Chi-Square Antara Frekuensi Kunjungan Wisata Dalam Setahun Terakhir dengan Karakteristik Pengunjung
 - 5.4.2. Uji Independensi Menggunakan Chi-Square Antara Frekuensi Kunjungan Wisata Dalam Setahun Terakhir dengan Persepsi Pengunjung tentang Fungsi Ekologi Cikoromoy
 - 5.4.3. Uji Independensi Menggunakan Chi-Square Antara Frekuensi Kunjungan Wisata Dalam Setahun Terakhir dengan Pengetahuan Pengunjung tentang Substitusi Cikoromoy
- Bab 6 VALUASI EKONOMI SUMBER DAYA CIKOROMOY DENGAN MENGGUNAKAN *TRAVEL COST METHOD*
 - 6.1. *Travel Cost Method*
 - 6.2. Regresi Model *Travel Cost Method*
 - 6.3. Surplus Konsumen
- Bab 7 KESIMPULAN DAN SARAN
 - 7.1. Kesimpulan
 - 7.2. Saran