

**VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA ALAM CURUG BAYAN  
DENGAN PENDEKATAN BIAYA PERJALANAN (*TRAVEL COST  
METHOD*) DI KABUPATEN BANYUMAS JAWA TENGAH**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**Oleh:**

**DEWI FATIMAH  
NIM. 214110201287**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Fatimah

NIM : 214110201287

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA ALAM CURUG  
BAYAN DENGAN PENDEKATAN BIAYA PERJALANAN  
(*TRAVEL COST METHOD*) DI KABUPATEN BANYUMAS  
JAWA TENGAH

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 17 Desember 2024

Saya yang menyatakan,



**Dewi Fatimah**

NIM. 214110201287

## LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA ALAM CURUG BAYAN DENGAN  
PENDEKATAN BIAYA PERJALANAN (TRAVEL COST METHOD) DI  
KABUPATEN BANYUMAS JAWA TENGAH**

Yang disusun oleh Saudara **DEWI FATIMAH NIM 214110201287** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin, 17 Februari 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Parno, S.E., M.S.I.

NIP. 19771128 201101 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Rini Meliana, S.E., M.Ak.

NIP. 19940713 202012 2 016

Pembimbing/Penguji

Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.

NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 24 Februari 2025

Mengesahkan

Dekan,



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**

NIP. 1921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di-  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

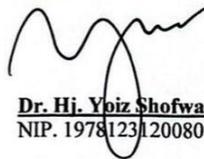
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Dewi Fatimah NIM. 214110201287 yang berjudul :

**VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA ALAM CURUG BAYAN  
DENGAN PENDEKATAN BIAYA PERJALANAN (*TRAVEL COST  
METHOD*) DI KABUPATEN BANYUMAS JAWA TENGAH**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 17 Desember 2024  
Pembimbing,



**Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.**  
NIP. 197812312008012027

**VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA ALAM CURUG BAYAN  
DENGAN PENDEKATAN BIAYA PERJALANAN (*TRAVEL COST  
METHOD*) DI KABUPATEN BANYUMAS JAWA TENGAH**

**Dewi Fatimah  
214110201287**

Email : [dewifatimah734@gmail.com](mailto:dewifatimah734@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Objek Wisata Alam Curug Bayan terletak di Desa Ketenger, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas. Wisata ini menjadi lokasi konservasi jenis flora dan direkomendasikan sebagai *Growth Oriental Strategy*. Dalam rangka membantu penambahan fasilitas dan peningkatan kualitas pariwisata pada Objek Wisata Alam Curug Bayan maka dibutuhkan adanya perhitungan potensial objek wisata yang diterapkan dalam *economic value* dengan pendekatan biaya perjalanan atau *Travel Cost Method (TCM)*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran biaya pengeluaran perjalanan dan besaran surplus konsumen wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis dan menjelaskan fenomena dengan data numerik tanpa mengevaluasi hipotesis tertentu. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yang dikombinasikan dengan *purposive sampling* melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 wisatawan. Analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, analisis *Travel Cost Method* dan analisis Regresi Biaya Perjalanan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai ekonomi Objek Wisata Alam Curug Bayan dengan pendekatan biaya perjalanan atau *Travel Cost Method (TCM)* sebesar Rp 225.361.732.876 per tahun dengan nilai surplus konsumen sebesar Rp 3.543.535 per individu per tahun dan nilai surplus konsumen per individu per kunjungan sebesar Rp 22.570. Hasil regresi menunjukkan negatif pada koefisien biaya perjalanan, hal ini menyatakan bahwa terjadi hubungan yang berlawanan antara jumlah kunjungan 100 responden dengan biaya perjalanan atau dengan kata lain, bahwa semakin besar jumlah kunjungan maka akan semakin sedikit biaya perjalanan rata-rata yang dikeluarkan wisatawan.

**Kata Kunci : Valuasi Ekonomi, Curug Bayan, *Travel Cost Method (TCM)***

**ECONOMIC VALUATION OF CURUG BAYAN NATURAL TOURIST  
ATTRactions WITH TRAVEL COST APPROACH (TRAVEL COST  
METHOD) IN BANYUMAS REGENCY, CENTRAL JAVA**

**Dewi Fatimah**  
**214110201287**

Email : [dewifatimah734@gmail.com](mailto:dewifatimah734@gmail.com)

Sharia Economics Study Program Department of Sharia Economics and Finance  
Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

Curug Bayan Natural Tourist Attraction is located in Ketenger Village, Baturaden District, Banyumas Regency. This tour is a flora conservation location and is recommended as a Growth Oriental Strategy. To help add facilities and improve the quality of tourism at the Curug Bayan Natural Tourist Attractions, it is necessary to calculate the potential of tourist objects that are applied in economic value with the travel cost approach or Travel Cost Method (TCM).

This research aims to determine the amount of travel expenses and the amount of surplus consumers for tourists of Curug Bayan Natural Tourist Attractions. The method used in this study is quantitative descriptive, which aims to describe, analyze, and explain phenomena with numerical data without evaluating certain hypotheses. Sampling is done with a non probability sampling technique combined with purposive sampling through interview and questionnaire distribution. The sample used in this study was 100 tourists. The data analysis used includes descriptive, Travel Cost Method and Travel Cost Regression analysis.

The results of this study show that the economic value of Curug Bayan Natural Tourist Attractions with the travel cost approach or Travel Cost Method (TCM) is Rp 225,361,732,876 per year with a consumer surplus value of Rp 3,543,535 per individual per year and a consumer surplus value per individual per visit of Rp 22,570. The regression result shows a negative on the travel cost coefficient, this states that there is an opposite relationship between the number of visits of 100 respondents and the cost of travel or, in other words, that the greater the number of visits, the less the average travel cost spent by tourists.

**Keywords: Economic Valuation, Curug Bayan, Travel Cost Method (TCM)**

## MOTTO

Ingatlah.. Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, tolong jangan kecewakan mereka. Simpan keluh kesahmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.

-Dewi Fatimah-

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

(QS. Al-Insyirah:5-6)

Terkadang kamu harus merasakan dahulu kesulitan dan kesedihan oleh ujian kehidupan yang berat serta bertubi-tubi menghantammu, untuk kamu dapat memetik hikmah, nikmat dan kebahagiaan setelah terlewati nantinya. Maka, bersyukurlah tentang apapun kondisimu saat ini. Nikmati dengan hati yang ikhlas, sabar dan lapang dada disetiap lembarannya. Terkhusus, tetap sayangi diri sendiri karena hanya kamulah yang mengetahui kondisi dirimu sampai kapanpun.

-Dewi Fatimah-



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

## 3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كراهة الولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta" marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة لفظر	Ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
-----------	---------	----------------------

## 4. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

## 5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
----	---------------	---------	---

	جاهلية	Ditulis	jahiliyyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تانس	Ditulis	tansā
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	karīm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	furūd

### 6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya" mati	Ditulis	Ai
	ب ي ن ك م	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a"antum
أعدت	Ditulis	u"iddat

### 8. Kata sandang alif + Iam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyas
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	As-sama
--------	---------	---------

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي النورض	Ditulis	Zawi al-furūd
------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

Puji Rabbi tuhan semesta alam, alhamdulillah robbil ‘alamin wabihi nasta’inu wa’alaa umuriddunya waddin. Washolatu wassalamu ‘alaa asyrofil anbiyai wal mursalin, wa’alaa alihi washohbihi ajma’in. Amma ba’du. Berkat rahmat dan ridho-Nya, taufik, hidayah, serta inayah-Nya selesai sudah tanggung jawab saya dalam penyelesaian tugas akhir skripsi. Shalawat serta salam senantiasa tersampaikan kepada junjungan kita Nabiullah Nabi Muhammad SAW., yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi seluruh umat dan senantiasa kita nantikan syafa’atnya di yaumul akhir kelak.

Dengan mengangkat penelitian yang berjudul “Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Bayan Dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah”, saya sadar betul dengan segala keterbatasan pengetahuan kiranya skripsi ini jauh dari kesempurnaan sehingga tanpa bantuan, arahan, serta dukungan penuh dari berbagai pihak maka akan sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kebesaran hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. H. Sochimim, Lc., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga selalu dalam perlindungan Allah SWT.
13. Gangsar Edi Laksono, M.Sc., selaku dosen mata kuliah Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan yang telah memberikan motivasi dan afirmasi positif kepada peneliti sehingga peneliti yakin untuk mengambil penelitian ini.
14. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta pengalamannya yang bermanfaat selama masa kuliah.
15. Koperasi Multi Pihak Mitra Jengala Sejahtera selaku pengelola Objek Wisata Alam Curug Bayan, atas kesempatannya peneliti dapat melakukan penelitian di Objek Wisata Alam Curug Bayan.
16. Bapak Purnomo selaku Direktur Utama beserta seluruh Staff Objek Wisata Alam Curug Bayan yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini.

17. Para pengunjung Objek Wisata Alam Curug Bayan yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang peneliti berikan.
18. Manusia terhebat, cinta pertama putrinya, sekaligus mentor hidup terbaik bagi peneliti ialah Bapak Tugino yang tidak pernah lelah mendo'akan, memberikan semangat, serta perhatian dan kasih sayangnya hingga mencurahkan seluruh tenaganya demi kedua putrinya agar bisa memiliki pendidikan yang layak.
19. Perempuan terbaik dengan senyum manis dan cinta kasihnya yang akan selalu menemani peneliti selama hidupnya, yang tak pernah lelah untuk memberikan kasih sayang kepada kedua putrinya sampai kapanpun. Bidadari tak bersayap tersebut ialah Ibu Kusniah tersayang.
20. Adik perempuan peneliti, Zahra Nurlaela yang senantiasa mendukung dan mendoakan serta menemani dalam keadaan apapun ialah kebanggaan keluarga sejak kecil hingga saat ini.
21. Teman-teman seperjuangan, Ekonomi Syariah F Angkatan 2021, PBM, PPL dan KKN beserta teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu terima kasih telah menjadi tempat berproses dibangku perkuliahan ini.
22. Teman-teman Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto masa jabatan 2023/2024 dan 2024/2025 terima kasih telah menjadi rumah bagi peneliti untuk terus berproses dan meningkatkan potensi diri.
23. Teman-teman Komunitas Studi Ekonomi Islam (KSEI) Periode 2024/2025 terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan peneliti untuk aktif berorganisasi di lingkup kampus.
24. Teman-teman seperjuangan, penghuni Kost Pak Warsun yang selalu menjadi penghibur dikala peneliti sedang jenuh dengan pengerjaan skripsi ini.
25. Teman keluh kesah selama menghadapi semester akhir sekaligus kebersamai peneliti ialah Eka Fitri Nur Cahyani, Evita Nadya Inggita, Berlian Anas Zain, Hana Pratiwi, Nia Nurmayanti, Aisyatussilma Munawaroh, Laela Sabilla Arrohmah dan Siti Aisyah teman baik yang selalu memberi support, senantiasa membantu, mendo'akan dan memotivasi dalam proses menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

26. Manusia baik berinisial RDTP yang peneliti kenal di bulan Juli 2024 tepatnya saat peneliti sedang melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Terima kasih telah senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti, selalu memberikan support, mendo'akan dan memotivasi dalam proses penyelesaian penyusunan skripsi ini.
27. Manusia spesial yang Allah tetapkan untuk menjadi anak perempuan pertama yang tangguh, hebat, sabar dan periang yang berusaha menutupi segala bentuk kesedihannya dan menunjukkan kepada dunia bahwa ia bisa, ia percaya bahwa pertolongan Allah itu nyata maka bersama kesulitan ada kemudahan ialah peneliti sendiri Dewi Fatimah.

Sebagai penutup, kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini, maupun yang telah membantu saya dari awal perkuliahan hingga saat ini, semoga segala hal baik selalu mengikuti. Peneliti mengucapkan syukur yang tiada terhingga kepada Allah SWT atas segala campur tangan-Nya. Selesai sudah penulisan skripsi ini, segala kritik dan saran sangat terbuka lebar, karena sangat disadari bahwa skripsi masih terdapat banyak salah dan kurang. Akhir kata, semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti dan siapapun yang membutuhkan.

Purwokerto, 17 Desember 2024



**Dewi Fatimah**

NIM. 214110201287

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Kajian Pustaka .....	11
B. Kerangka Penelitian .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Jenis Penelitian .....	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
C. Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	36
B. Karakteristik Responden .....	41
C. Hasil Penelitian.....	50

D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>83</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Curug Bayan Baturaden.....	4
Tabel 1. 2 Pendapatan Desa Atas Kontribusi Curug Bayan.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator .....	31
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	41
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	44
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jarak Tempuh.....	44
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	45
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Akses Jalan .....	46
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Keindahan Alam .....	46
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Fasilitas .....	47
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Informasi.....	48
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Transportasi .....	48
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan .....	49
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Biaya Perjalanan.....	51
Tabel 4. 15 Perhitungan Nilai Surplus Konsumen.....	52
Tabel 4. 16 Nilai Total Ekonomi ( <i>Total Economic Value</i> ).....	53

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Pengunjung Mancanegara.....	2
Grafik 1. 2 Pengunjung Lokal Nusantara.....	2
Grafik 1. 3 Jumlah Wisatawan Curug Bayan.....	4
Grafik 2. 1 Kurva Surplus Konsumen.....	25



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Klasifikasi Valuasi Non-Pasar ( <i>Non-Market</i> ).....	19
Bagan 2. 2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	26
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Objek Wisata Alam Curug Bayan.....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PEDOMAN WAWANCARA .....	67
Lampiran 2 OBSERVASI.....	68
Lampiran 3 KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI .....	71
Lampiran 4 TABULASI DATA .....	74
Lampiran 5 SURPLUS KONSUMEN .....	77
Lampiran 6 SURAT OBSERVASI PENDAHULUAN.....	80
Lampiran 7 SURAT TELAH MELAKUKAN RISET .....	81
Lampiran 8 SURAT RISET INDIVIDUAL .....	82



## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia sebagai negara kepulauan, mempunyai beberapa sektor pariwisata potensial yang dapat ditingkatkan. Sebagai salah satu sektor baru, pariwisata memiliki kemampuan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi di berbagai bidang seperti keseimbangan pendapatan, kesempatan kerja dan pengembangan sektor produksi lainnya di negara-negara yang memiliki wisata (Sochimim, 2019). Pariwisata Indonesia sangat banyak dan beragam, sehingga memiliki ciri khas yang membuat penduduk lokal maupun orang asing sangat ingin mengunjunginya (Abidin dkk., 2022). Banyak potensi industri pariwisata Indonesia yang sumber daya alamnya belum sepenuhnya direalisasikan. Pariwisata bertujuan untuk peningkatan pembangunan ekonomi, perbaikan kesejahteraan masyarakat, pengentasan kemiskinan dan pengangguran, pelestarian alam, pendorong kemajuan budaya untuk menumbuhkan kebanggaan nasional dan penguatan hubungan persahabatan antar bangsa (Mufidah, 2019).

Teknik yang digunakan untuk penilaian ekonomi atau penilaian nilai layanan lingkungan dicirikan sebagai daya tarik alami yang berfungsi sebagai tempat untuk tujuan rekreasi dengan pendekatan metode biaya perjalanan yang disebut sebagai *Travel Cost Method* (TCM) (Fauzi, 2016). Pendekatan biaya perjalanan melibatkan pemanfaatan data informasi mengenai pengeluaran biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan yang bertujuan untuk menentukan manfaat yang dihasilkan dari perubahan kualitas situs rekreasi yang dikunjungi. Metode ini menentukan *Total Economic Value* atau nilai ekonomi total yang berdasarkan nilai yang diberikan oleh wisatawan mengenai manfaat lingkungan yang tidak tahan lama seperti biaya transportasi, biaya penginapan dan makanan, biaya akomodasi, biaya tak terduga dan sebagainya.

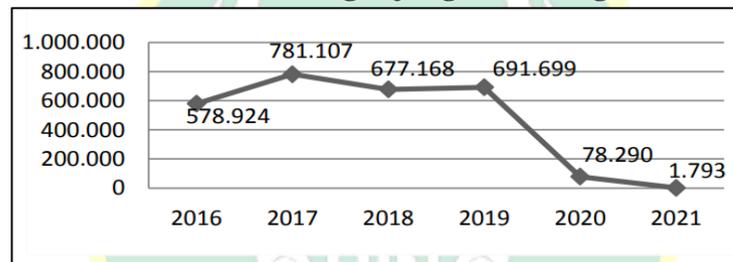
Dalam ajaran agama Islam, pariwisata dianjurkan bagi setiap Muslim untuk merefleksikan diri dan melakukan perjalanan untuk menambahkan keimanan mereka. Sebagaimana didalam Al-Qur'an:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِّبِينَ

Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), “jelajahilah bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.” (QS. Al-Anam [6]:11).

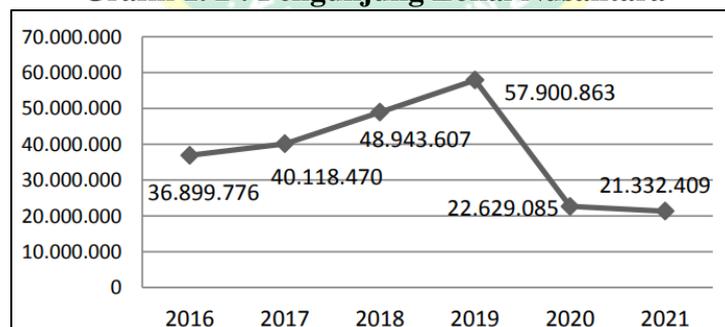
Sebagaimana diartikulasikan pada Al-Qur’an yang disebutkan diatas, sesungguhnya umat manusia dianugerahi kewajiban oleh Allah SWT., untuk memulai perjalanan mereka melintasi bumi agar memahami apa yang telah Allah timpakan terhadap peradaban sebelumnya, khususnya mereka yang telah menolak dan tidak percaya kepada Rasul-Nya, mereka akan menghadapi konsekuensi berat sebagai akibat dari pelanggaran mereka baik di dunia maupun di akhirat.

**Grafik 1.1 : Pengunjung Mancanegara**



Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah

**Grafik 1.2 : Pengunjung Lokal Nusantara**



Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah

Berdasarkan data grafik 1 dan 2 yang bersumber dari Draft Statistik Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, total pengunjung pada tahun 2022 yang berwisata ke Jawa Tengah diperkirakan sejumlah 28.638.933 pengunjung, termasuk 129.718 pengunjung mancanegara dan 28.441.688 wisatawan

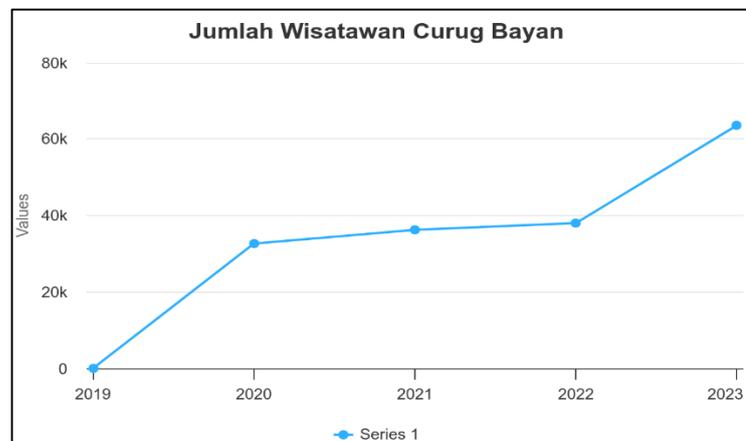
nusantara. Sebanyak 102.154 wisatawan yaitu Kabupaten Batang menjadi 5 terbesar wilayah utama yang banyak didatangi oleh pengunjung non lokal (mancanegara), Kabupaten Magelang sebanyak 47.545 wisatawan, Kabupaten Klaten sebanyak 34.863 wisatawan, Kabupaten Jepara sebanyak 2.452 wisatawan dan Kota Semarang sebanyak 2.355 wisatawan. Selain itu, terdapat 5 terbesar wilayah yang banyak didatangi oleh pengunjung nusantara seperti Kota Semarang yang didatangi sebanyak 3.640.591 wisatawan, Kabupaten Klaten sebanyak 3.303.423 wisatawan, Kabupaten Magelang sebanyak 1.889.177 wisatawan, Kabupaten Banyumas sebanyak 1.795.352 wisatawan dan Kabupaten Semarang sebanyak 1.746.076 wisatawan (Dinas Kepemudaan, 2022).

Kabupaten Banyumas menduduki sebagai kabupaten kota ke-4 yang objek wisatanya banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara. Hutan, sungai, telaga, air terjun dan berbagai keunikan dan keindahan alam lainnya mulai ditawarkan di lereng barat Gunung Slamet Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Pariwisata yang berbasis alam di Banyumas banyak diminati oleh masyarakat nusantara maupun mancanegara salah satunya yakni Objek Wisata Alam Curug Bayan yang terletak di Kabupaten Banyumas, Kecamatan Baturaden, Desa Ketenger. Sekitar 13,6 Km dari kota Purwokerto dengan memakan waktu 25 menit. Objek Wisata Alam Curug Bayan merupakan air terjun yang tidak terlalu tinggi dengan banyaknya bebatuan serta memiliki keunikan tersendiri karena terletak dibawah lereng Gunung Slamet. Dengan potensi wisata yang beragam di Kabupaten Banyumas khususnya di Baturaden, daya tarik pariwisata semakin meningkat. Keberagaman budaya, wisata alam dan buatan menjadi magnet bagi pengunjung, terutama pengunjung Muslim yang kini semakin memperhatikan destinasi wisata halal (Shafrani, 2024).

Wisata Alam Curug Bayan telah bekerjasama dengan Perhutani sejak diadakannya penandatanganan mengenai Pemanfaatan Jasa Lingkungan Wisata Alam Kalipagu yakni Perjanjian Kerja Sama (PKS) bersama Perhutani KPH (Kesatuan Pemangkuan Hutan) Banyumas Timur dan LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) Desa Ketenger Kecamatan Baturaden Kabupaten

Banyumas. Curug Bayan termasuk Objek Wisata Alam Kalipagu selain Curug Jenggala dan Bukit Pandang Munggang yang masuk ke dalam wilayah kerja RPH (Resort Pemangkuan Hutan) Baturaden, KPH (Kesatuan Pemangkuan Hutan) Banyumas Timur dan BKPH (Bagian Kesatuan Pemangkuan Hutan) Gunung Slamet Barat. Diadakannya penandatanganan perjanjian kerjasama agar bisa memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan meningkatkan pendapatan baik untuk Perhutani maupun LMDH (Perhutani, 2022).

**Grafik 1.3 : Jumlah Wisatawan Curug Bayan**



Sumber: Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata

**Tabel 1.1**

**Jumlah Wisatawan Curug Bayan Baturaden**

No	Tahun	Banyaknya Pengunjung (Orang)
1	2020	32.648
2	2021	36.259
3	2022	38.008
4	2023	63.598
<b>Jumlah</b>		<b>170.513</b>

Sumber: Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata

Menurut data yang disajikan pada Grafik 3 dan Tabel 1 yang dipaparkan oleh DISPARPORA (Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata) jumlah total wisatawan yang sering mengunjungi Objek Wisata Alam Curug

Bayan tercatat sebesar 32.648 orang pada tahun 2020, diikuti oleh 36.259 individu pada tahun 2021, 38.008 individu pada tahun 2022, dan memuncak pada 63.598 individu pada tahun 2023. Kemudian, total jumlah wisatawan dalam 4 tahun terakhir sebanyak 170.513 orang. Hal ini menunjukkan bahwasannya jumlah wisatawan pada Objek Wisata Alam Curug Bayan mengalami kenaikan yang terbilang sangat stabil. Tetapi tidak menutup kemungkinan dari banyaknya pengunjung tersebut banyak yang belum nyaman atau memuaskan dengan fasilitas dan kualitas yang tersedia. Peningkatan ini mencerminkan daya tarik Objek Wisata Alam Curug Bayan sebagai destinasi wisata alam yang populer. Selain itu, keberadaan Objek Wisata Alam Curug Bayan telah membuka berbagai peluang ekonomi bagi masyarakat setempat, seperti usaha makanan dan minuman. Namun, meskipun terdapat pertumbuhan jumlah pengunjung dan kontribusi ekonomi yang signifikan, belum banyak penelitian yang mengukur nilai ekonomi spesifik dari Objek Wisata Alam Curug Bayan.

**Tabel 1. 2**  
**Pendapatan Desa Atas Kontribusi Curug Bayan**

<b>Tahun</b>	<b>Harga</b>	<b>Terjual</b>	<b>Pendapatan</b>	<b>Kontribusi 2%</b>
2016	3000	42.936	229.284.000	4.586.000
2017	4000	21.661	108.305.000	2.166.000
2018	5000	8915	35.660.000	713.000
2019	5000	6466	19.398.000	388.000

Sumber: (Pratama & Hanafi, 2021)

Dari data Tabel 1.2 menggambarkan mengenai pendapatan retribusi Objek Wisata Alam Curug Bayan yang diperoleh dari hasil penjualan tiket masuk per tahunnya yang di mana 2% kontribusinya untuk pendapatan desa. Temuan penilaian dampak ekonomi deskriptif yang berfokus pada potensi untuk meningkatkan prospek pekerjaan, menghasilkan skor 33 disertai dengan presentase 47% menandakan bahwa dampak ekonomi pariwisata pada komunitas masyarakat sekitar di Objek Wisata Alam Curug Bayan

dikategorikan sebagai “moderat” (Pratama & Hanafi, 2021). Kemudian selaras dengan mengukur tingkat pertumbuhan zakat baik kontribusi dan dampak selanjutnya terhadap pembangunan sosial ekonomi masyarakat (R Hadi, 2024). Tidak diragukan lagi, beberapa inisiatif pemerintah yang akan melaksanakan kebijakan-kebijakan untuk membangkitkan pertumbuhan industri pariwisata, khususnya di wisata yang berpotensi meningkat (Hilyatin, 2019). Semakin banyaknya bukti empiris yang menunjukkan bahwa modal sosial berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan ekonomi regional, modal sosial dianggap sebagai sumber daya bagi pembangunan ekonomi (Y Shafrani, 2024).

Berdasarkan pemaparan tersebut, mengulas secara singkat bahwa Objek Wisata Alam Curug Bayan sebagai salah satu pariwisata yang berpotensi memiliki peningkatan dan pengembangan objek wisata di Indonesia. Objek Wisata Alam Curug Bayan menjadi lokasi konservasi jenis flora dan direkomendasikan sebagai *Growth Oriental Strategy* yang menunjukkan bahwa lembaga berada dalam keadaan optimal, sehingga memfasilitasi pembangunan berkelanjutan untuk memaksimalkan pertumbuhan dan kemajuan dengan fokus pada membantu penyerapan tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di Desa Ketenger. Pada dasarnya, tujuan pelayanan yang baik adalah untuk membangun hubungan konsumen, meningkatkan konsumen dan mendorong niat konsumen untuk mengunjungi kembali (Warsito, 2021).

Secara teoritis, pendekatan ini berakar pada konsep ekonomi kesejahteraan (*welfare economics*) yang menilai bagaimana individu mengalokasikan sumber daya mereka. Dalam hal ini, waktu dan biaya perjalanan untuk menikmati manfaat dari sumber daya alam yang tidak memiliki harga pasar langsung. Penelitian John Hicks (1904-1989) dan Nicholas Kaldor (1908-1986) menyatakan bahwa kebijakan dianggap meningkatkan kesejahteraan jika manfaat total lebih besar daripada biaya total, meskipun tidak semua orang mendapatkan manfaat langsung.

Dalam rangka membantu penambahan fasilitas dan peningkatan kualitas pariwisata dibutuhkan adanya perhitungan potensial objek wisata tersebut. Adapun pendekatan yang diterapkan dalam menilai *economic value* pariwisata

adalah *Travel Cost Method* (TCM) atau Metode Biaya Perjalanan yang secara efektif menentukan manfaat atau nilai yang didapat pengunjung terhadap Objek Wisata Alam Curug Bayan. Metode biaya perjalanan diterapkan untuk menilai *economic value* objek wisata yang di mana lokasi wisatanya berada dikawasan desa (*rural location*). Dengan mengaplikasikan *Travel Cost Method* (TCM) pada Objek Wisata Alam Curug Bayan, penelitian ini menambah literatur empiris mengenai penggunaan Metode Biaya Perjalanan di berbagai konteks lokal. Hal ini membantu memahami bagaimana biaya perjalanan, pendapatan dan frekuensi kunjungan berinteraksi dalam menentukan nilai ekonomi suatu objek wisata tertentu dengan mengukur surplus konsumen per individu per kunjungan dan per tahun, memberikan wawasan tentang seberapa besar manfaat ekonomi yang dirasakan oleh pengunjung dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan. Temuan ini dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran dan pengelolaan destinasi wisata yang lebih efektif. Adapun hubungan negatif antara biaya perjalanan dan jumlah kunjungan akan menantang asumsi linearitas sederhana dan menunjukkan bahwa wisatawan yang lebih sering berkunjung cenderung mengeluarkan biaya perjalanan rata-rata yang lebih rendah.

Penelitian ini menggunakan metode *Individual Travel Cost Method* (ITCM) dengan mendasarkan beberapa aspek penting bahwa ITCM lebih sesuai untuk menganalisis individu dibandingkan kelompok, memungkinkan estimasi kurva permintaan rekreasi lebih akurat dibandingkan dengan metode *Zona Travel Cost Method* (ZTCM), ITCM lebih tepat untuk menangkap nilai ekonomi wisata ini dari sudut pandang individu dibandingkan dengan pendekatan ZTCM yang mungkin kurang menggambarkan pola kunjungan yang spesifik karena ITCM fleksibilitasnya terdapat dalam menangkap perilaku perjalanan individu dan ITCM lebih cocok untuk objek wisata dengan cakupan pengunjung yang luas dan bervariasi. Guna mendukung peningkatan kualitas, memberikan rekomendasi dan memaksimalkan potensi dari Objek Wisata Alam Curug Bayan dengan perhitungan valuasi ekonomi TCM (*Travel Cost Method*) atau pendekatan biaya perjalanan. Maka penulis mengambil judul penelitian

**“Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Bayan Dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah”.**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan yang telah disebutkan, hal yang akan diteliti peneliti sebagai berikut:

Bagaimana besaran nilai ekonomi wisata di Objek Wisata Alam Curug Bayan yang ditunjukkan dengan pendekatan melalui metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*)?

**C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

Untuk menganalisa pengaruh besaran biaya pengeluaran perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan.

b. Tujuan Khusus

Untuk menganalisa surplus konsumen melalui frekuensi kunjungan wisata dan mengetahui besaran *economic value* Objek Wisata Alam Curug Bayan melalui pendekatan biaya perjalanan atau TCM (*Travel Cost Method*).

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Peneliti bertujuan untuk menyediakan sumber bacaan ilmiah yang tidak hanya menambah dan memberikan penambahan literatur ilmiah yang ada tetapi juga berfungsi sebagai referensi bagi seseorang yang ingin mendorong dan mengembangkan studi penelitian di bidang terkait.

b. Bagi Pengelola Wisata

Peneliti bertujuan untuk memberikan wawasan yang signifikan kepada pengelola pariwisata, sehingga dapat meningkatkan faktor penelitian yang digunakan untuk pengembangan strategi promosi yang efektif dalam mempromosikan prospek perencanaan jangka panjang administrasi Objek Wisata Alam Curug Bayan.

c. Bagi Pemerintah

Bagi pihak pemerintah atau lembaga terkait, penelitian ini berperan sebagai sumber informasi dan musyawarah dalam perencanaan strategis dan administrasi Objek Wisata Alam Curug Bayan yang memfasilitasi pembentukan kebijakan pengelolaan pariwisata alam. Hasil penelitian empiris akan membantu dalam perumusan strategi jangka panjang tata kelola Objek Wisata Alam Curug Bayan.

**D. Sistematika Pembahasan**

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini memuat mengenai cakupan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan pengaturan sistematika tulisan yang termasuk dalam pendahuluan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini memuat kajian pustaka terkait dengan teori yang signifikan, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir termasuk dalam landasan teori.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat pendekatan yang digunakan untuk pemaparan aspek operasional proses penelitian yang dimasukkan dalam metodologi penelitian. Jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi, sampel, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data dibahas dalam bab ini.

**BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini memuat mengenai pembahasan, gambaran umum tempat penelitian, objek penelitian serta hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini memuat penutup yang dimana dibagi menjadi dua sub-bab yang mencakup kesimpulan dan saran penulis berdasarkan temuan pada penelitian.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Pustaka

#### 1. Peneliti Terdahulu

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil	Perbedaan
1	Amalia Huda, Zainal Abidin dan Novi Rosanti (2022). Valuasi Ekonomi Pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui, Kabupaten Way Kanan dengan Metode Biaya Perjalanan ( <i>Travel Cost Method</i> ).	Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel biaya perjalanan, usia, sarana prasarana dan hari kunjungan mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata. Berbeda dengan variabel pendapatan dan pendidikan tidak mempengaruhi frekuensi kunjungan wisata.	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian dan dalam penelitian saya menggunakan beberapa indikator penelitian untuk memengaruhi variabel metode biaya perjalanan.
2	Lisa Mutia, Ali M. Muslih dan Hairul Basri (2023). Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam di Air Terjun Suhom Desa Tunong Krueng Kala,	Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel biaya perjalanan dipengaruhi oleh keindahan alam, sarana prasarana, jarak	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian dan dalam penelitian saya hanya berfokus pada satu variabel yakni pendekatan biaya

	Kecamatan Lhoong, Kabupaten Aceh Besar dengan Metode Biaya Perjalanan.	tempuh dan aksesibilitas.	perjalanan ( <i>Travel Cost Method</i> ).
3	Anggi Galih Pratama dan Fahrudin Hanafi (2021). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Curug Bayan dalam Meningkatkan Perekonomian Desa Ketenger Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.	Penelitian ini menghasilkan bahwa dalam pengembangannya menggunakan penerapan strategi SWOT yang berpengaruh positif signifikan dengan wisatawan Obyek Wisata Alam Curug Bayan.	Terdapat perbedaan di dalam penelitian yakni penelitian saya berfokus pada pendekatan biaya perjalanan sedangkan penelitian ini berfokus pada analisis kuantitatif metode SWOT.
4	Hadi Mahmudi, Abdul Manan, Taufik Handika Putra dan Rahman (2023). Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Air Terjun Benang Stokel dan Benang Kelambu Dusun Pemotoh Desa Aik Berig Batukliang Lombok Tengah.	Penelitian ini menghasilkan bahwa adanya pengaruh secara simultan variabel independen umur, lama pendidikan, penghasilan, jarak dan waktu tempuh, waktu dilokasi, biaya perjalanan dan lama mengetahui lokasi terhadap jumlah kali kunjungan.	Terdapat perbedaan dalam lokasi penelitian dan dalam penelitian saya tidak menggunakan pendekatan <i>Willingness to Pay</i> (WTP) melainkan hanya berfokus pada pendekatan biaya perjalanannya.

5	Elma Ajo, Sisilia M. Parinusa dan Siti Aisah Bauw (2022). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pulau Mansinam Kabupaten Manokwari dengan Pendekatan Biaya Perjalanan ( <i>Travel Cost Method</i> ).	Penelitian ini menghasilkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap jumlah kunjungan, diantaranya variabel usia, pendapatan, biaya perjalanan, jarak dan durasi kunjungan (jam).	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian dan dalam penelitian saya menggunakan beberapa indikator penelitian untuk memengaruhi variabel metode biaya perjalanan.
6	Ivani Febranadya, Juwarin Pancawati dan Nanang Krisdianto (2022). Valuasi Nilai Ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi Menggunakan Metode Biaya Perjalanan.	Penelitian ini menghasilkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel biaya perjalanan, pendapatan, pendidikan, usia, jarak tempuh dan daya tarik terhadap jumlah kunjungan.	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian dan dalam penelitian saya menggunakan beberapa indikator penelitian untuk memengaruhi variabel metode biaya perjalanan.

Sumber: Artikel Jurnal (Data sekunder diolah, 2024)

## 2. Kajian Teori

### a. Pariwisata

Hall dan Williams (2019) menegaskan bahwa pariwisata merupakan penggabungan beragam kegiatan, layanan dan industri yang secara umum memfasilitasi pengalaman perjalanan, meliputi: transportasi, penginapan, tempat makan, toko ritel, hiburan, fasilitas

rekreasi dan serangkaian layanan perhotelan lainnya yang dapat diakses oleh individu atau kelompok yang melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggal mereka. Definisi ini mencakup semua penyedia layanan yang terkait dengan pengunjung dan pengalaman pengunjung. Walker (2017) menyatakan bahwa pariwisata mencakup seluruh jumlah pengeluaran yang dilakukan oleh pelancong dalam batas-batas suatu negara atau entitas politiknya, serta zona ekonomi yang terkait dengan transit dari negara atau negara tetangga. Persepsi finansial ini memperhitungkan efek fluktuasi pengeluaran wisatawan terhadap ekonomi lokal.

Ekonomi Indonesia berkembang sebagian besar melalui sektor pariwisata yang sebagian besar menguntungkan masyarakat lokal di sekitar lokasi wisata. Pariwisata dicirikan sebagai keterlibatan individu yang pindah sementara dalam waktu yang terbatas untuk menjelajahi tujuan di luar tempat tinggal dan pekerjaan mereka. Pariwisata merupakan hal penting dari kebutuhan mendasar masyarakat makmur, serta masyarakat kecil di negara-negara kurang berkembang. Motivasi, sikap dan dampak terhadap wisatawan berkaitan dengan kegiatan pariwisata (Vincent G. Citra, 2023).

Secara etimologinya mengungkapkan bahwa istilah pariwisata diambil dari bahasa Sanskerta dengan suku kata majemuk “pari” yang berarti banyak, bulat dan meluas. Selain itu, sebutan “wisata” yang berkaitan dengan perjalanan dan memiliki akar kajian yang sama dengan istilah perjalanan dalam bahasa Inggris. Akibatnya, dapat ditafsirkan bahwa pariwisata mencakup perjalanan berulang dari tempat ke tempat yang lain. Teori perjalanan memiliki arti beda dengan pariwisata, karena tidak semua perjalanan harus mencakup kegiatan rekreasi, tetapi semua kunjungan yang dikategorikan sebagai kegiatan wisata dilakukan selama periode rekreasi. Definisi lain pariwisata adalah, seperti yang dinyatakan oleh Fahmi Thohiri (2023), “*Travel for pleasure*”.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) mengartikan pariwisata sebagai upaya perjalanan yang mengharuskan seseorang untuk tinggal di luar lingkungan dan domisili terdekat mereka, selagi tidak monoton selama setahun terus menerus, berbisnis, bertujuan lain atau tidak melakukan kegiatan bekerja di tempat yang sedang dikunjungi tersebut (Mufidah, 2019). Disimpulkan juga bahwa pariwisata merupakan aktivitas yang dilakukan seseorang atau kelompok diluar tempat tinggalnya untuk mengunjungi suatu tempat agar mendapatkan kebutuhan rekreasi atau hiburan seperti memanfaatkan potensi alam, lingkungan dan waktu (Safitri, 2023).

#### 1) Jenis-Jenis Wisata

Pariwisata menjadi tempat tujuan wisatawan untuk berwisata yang dinilai layak atau tidak untuk dikembangkan jenis sarana dan prasarannya. Adapun beberapa jenis-jenis pariwisata, diantaranya:

##### a) Pariwisata dalam menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Pariwisata mencakup seseorang yang berangkat dari tempat tinggal mereka untuk tujuan rekreasi dan eksplorasi dalam mengejar suasana yang menyegarkan, mengurangi stress secara psikologis, menghargai keindahan lingkungan alam atau terlibat dalam kegiatan rekreasi di daerah perkotaan dalam kerumunan masyarakat.

##### b) Pariwisata dalam rekreasi (*recreation tourism*)

Pariwisata ini berkaitan dengan seseorang yang memanfaatkan periode liburan mereka untuk meremajakan kesehatan fisik dan mental mereka. Biasanya, seseorang yang terlibat dalam bentuk perjalanan ini lebih memilih tujuan yang mencakup wilayah pesisir, daerah pegunungan atau bahkan penginapan lokal untuk kegiatan santai mereka.

##### c) Pariwisata dalam kebudayaan (*cultural tourism*)

Wisata budaya melibatkan seseorang yang berusaha untuk memperoleh pengetahuan tentang narasi sejarah, didorong oleh

keinginan untuk mempelajari tradisi, kerangka kelembagaan, artefak sejarah dan sisa-sisa peradaban kuno.

d) Pariwisata dalam olahraga (*sports tourism*)

Pariwisata ini berkaitan dengan seseorang yang terlibat dalam kegiatan fisik yang bertujuan untuk menarik perhatian penggemar olahraga maupun seseorang yang berpartisipasi dalam kegiatan atletik itu sendiri.

e) Pariwisata dalam urusan perdagangan (*business tourism*)

Pariwisata bisnis mencakup seseorang yang memanfaatkan peluang untuk terlibat dalam perjalanan secara formal, sehingga memanfaatkan waktu luang mereka untuk menjelajahi berbagai tempat menarik.

f) Pariwisata dalam urusan konferensi (*convention tourism*)

Pariwisata ini berkaitan dengan seseorang yang terlibat dalam konferensi nasional dan internasional atau kegiatan yang berhubungan dengan pertemuan. Adanya minat yang signifikan di antara orang-orang dari negara-negara asing untuk berpartisipasi dalam kategori pariwisata khusus ini.

2) Adapun macam-macam objek wisata, meliputi:

a) Objek wisata alam, seperti; cagar alam, pemandangan alam, kawasan lindung, flora dan fauna yang langka, danau, sungai, gunung, pantai, laut dan lainnya.

b) Objek wisata budaya, seperti; adat istiadat lokal, museum, festival budaya, struktur sejarah, upacara kelahiran, cagar budaya dan lainnya.

c) Objek wisata buatan, seperti; taman rekreasi, berkuda, sarana dan prasarana olahraga, pentas komedi dan lainnya (Ermayanti, 2012).

b. Valuasi Ekonomi

Hasibuan (2014) menyatakan bahwa dalam penilaian ekonomi mengacu pada pemberian nilai yang dikaitkan dengan barang dan jasa

yang diberikan oleh lingkungan dan sumber daya alam yang dapat dinilai melalui pendekatan berbasis pasar atau non-pasar. Penilaian ekonomi sumber daya alam berfungsi sebagai instrumen ekonomi penting dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan yang memfasilitasi estimasi *economic value* barang dan jasa melalui pendekatan valuasi khusus. Pelaksanaan penilaian ekonomi menjelaskan keterkaitan sumber daya alam dan lintasan pembangunan ekonomi. Diperkuat dengan penelitian oleh Pearce dan Turner (1990) dalam buku mereka "*Economics of Natural Resources and the Environment*" menjelaskan bahwa penilaian ekonomi atau valuasi ekonomi adalah upaya untuk memberikan nilai terhadap barang atau jasa, terlepas dari apakah barang dan jasa tersebut memiliki harga pasar atau tidak. Selain itu, penelitian oleh Amelia (2016) menyatakan bahwa *Willingness to Pay* adalah harga tertinggi yang bersedia dibayarkan oleh seseorang (konsumen) untuk mendapatkan suatu manfaat, baik berupa barang atau jasa, dan menjadi tolak ukur seberapa besar konsumen menghargai barang atau jasa tersebut. Dalam konteks *Travel Cost Method (TCM)*, biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung digunakan sebagai proksi untuk mengukur *Willingness to Pay* mereka terhadap manfaat yang diperoleh dari objek wisata.

Tujuan valuasi ekonomi adalah untuk memastikan sejauh mana TEV (*Total Economic Value*) yang terkait dengan pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan. TEV dibentuk oleh Nilai Guna (*Use Value*) yang mencakup nilai yang didapati dari pengelolaan langsung sumber daya alam dan lingkungan yang sedang diteliti. Nilai guna berkaitan dengan valuasi yang terkait dengan sumber daya alam yang bersangkutan, kemudian berkorelasi dengan perusahaan komersial, kegiatan subsisten, kegiatan rekreasi dan upaya lainnya. Nilai Guna Tak Langsung (*In Direct Use Value*) merupakan keterkaitan dengan fasilitasi atau peningkatan kegiatan ekonomi yang didukung oleh sumber daya alam tertentu. Sebaliknya, Nilai Guna Langsung (*Direct Use Value*)

tidak mencakup pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan yang mencakup Nilai Keberadaan (*Existence Value*) total atau Nilai Warisan (*Bequest Value*). Selanjutnya, Nilai Pilihan (*Option Use Value*) menandakan nilai guna yang mungkin diperoleh dari sumber daya alam dan lingkungan di jangka panjang (Fahrudin & Sadelie, 2022).

Secara luas, ada banyak pendekatan untuk mengevaluasi manfaat ekonomi dari biaya lingkungan yang terkait dengan sumber daya alam dan lingkungan yang didasarkan pada pendekatan berorientasi pasar seperti yang digambarkan di bawah ini:

1) Pendekatan Berorientasi Pasar

- a) *Actual based market method* (pemanfaatan pada harga pasar aktual barang dan jasa) sebagai penilaian yang akan digunakan.
- b) Adanya *change in productivity* (perubahan nilai dalam hasil produksi).
- c) Adanya *loss of earning methods* (metode kehilangan penghasilan).

2) Pendekatan Penilaian Biaya

Pendekatan ini menggunakan penilaian harga pasar aktual untuk input mengenai menjaga lingkungan, yang meliputi:

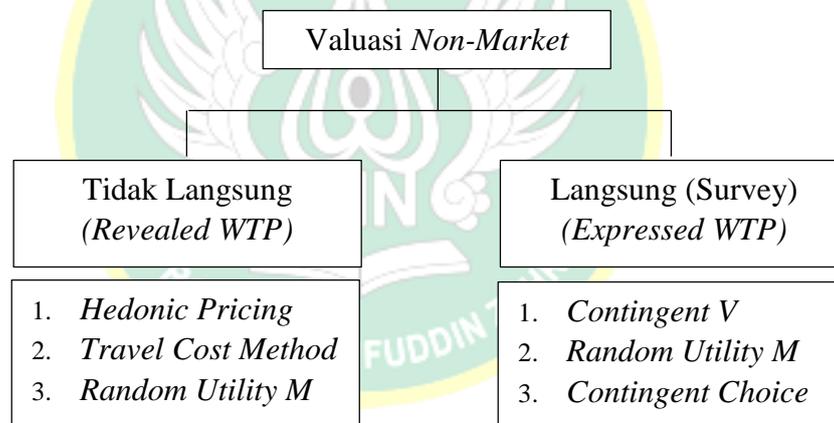
- a) *Averted defensif expenditure methods* (pengeluaran pencegahan)
- b) *Replacement cost* (pengeluaran pengganti)
- c) *Shadow project methods* (proyek bayangan)
- d) Menganalisis biaya efektif

3) Pendekatan Pasar Pengganti

- a) Pengganti lingkungan dengan menggunakan barang yang dapat dipasarkan.
- b) Melalui nilai kepemilikan
- c) Melalui nilai tanah
- d) Melalui biaya perjalanan (*travel cost method*)
- e) Melalui *wage differential methods* (perbedaan upah)
- f) Penerimaan kompensasi

Penilaian dalam valuasi ekonomi sumber daya alam non-pasar terbagi menjadi dua kategori. *Pertama*, pendekatan valuasi yang hanya menunjukkan harga peluang dimana *Willingness to Pay* dapat diamati melalui metode yang telah dikembangkan atau yang saat ini sedang digunakan. Terdapat beberapa metode lain, seperti *Travel Cost Method*, *Hedonic Pricing* dan *Random Utility Model* yang termasuk dalam skala *Willingness to Pay*. *Kedua*, metode valuasi yang didasarkan pada angket di mana responden menjawab pertanyaan tentang kesediaan mereka untuk membayar. Metode yang biasanya digunakan untuk menghitung *economic value* adalah menggunakan metode *Contingent Valuation Method*, *Hedonic Pricing* dan *Travel Cost Method*.

**Bagan 2. 1**  
**Klasifikasi Valuasi Non-Pasar (*Non-Market*)**



Sumber: (Fauzi, 2016)

Teknik valuasi ekonomi dapat dikategorikan ke dalam klasifikasi manfaat tidak langsung dan klasifikasi manfaat langsung. Penelitian yang berkaitan dengan manfaat tidak langsung digambarkan sebagai berikut:

a) *Travel Cost Method* (TCM)

*Travel Cost Method* (TCM) merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi fenomena ekonomi secara tidak langsung. *Travel Cost Method* (TCM) sering digunakan untuk meneliti

permintaan kegiatan rekreasi alam terbuka. Prinsip dasar *Travel Cost Method* (TCM) ini digunakan untuk mengevaluasi semua biaya yang dikeluarkan oleh individu sehubungan dengan pemanfaatan fasilitas rekreasi.

b) *Random Utility Model*

*Random Utility Model* menempatkan penekanan yang lebih besar pada keputusan yang terkait dengan tujuan wisata alternatif, mirip dengan *Travel Cost Method* (TCM) namun itu tidak hanya berkonsentrasi pada frekuensi kunjungan rekreasi pada waktu tertentu. Sebaliknya, ia mempertimbangkan ketersediaan faktor pengganti yang berkaitan dengan lokasi, sehingga memungkinkan pengukuran nilai yang dikaitkan dengan karakteristik satu lokasi dibandingkan dengan yang lain.

c) *Hedonic Pricing*

*Hedonic Pricing* merupakan pendekatan untuk mengevaluasi lingkungan melalui analisis variasi harga sewa perumahan atau harga sewa lahan, yang dianggap mencerminkan perbedaan dalam kualitas lingkungan. Pendekatan ini digunakan secara tidak langsung untuk memperkirakan nilai ekonomi dari perubahan kualitas lingkungan, memfasilitasi penentuan kesediaan untuk membayar.

c. Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Kusdianti (2020) menegaskan bahwa untuk mengevaluasi dampak lingkungan dari lokasi wisata, seseorang menggunakan biaya transportasi atau pengeluaran perjalanan. Pendekatan ini menyatakan bahwa biaya dan durasi perjalanan yang dikeluarkan pengunjung untuk mengunjungi tujuan wisata dianggap sebagai nilai lingkungan di mana mereka siap untuk mengeluarkan “biaya keuangan” serta “biaya waktu.” Biaya waktu bergantung pada biaya peluang yang diwakili oleh penghasilan per jam. Diperkuat dengan penelitian Blackwell (2007) dalam penelitiannya "*The Value of a Recreational Beach Visit: An*

*Application to Mooloolaba Beach and Comparisons with Other Outdoor Recreation Sites"* menggunakan *Travel Cost Method* (TCM) untuk mengestimasi nilai ekonomi dari kunjungan rekreasi ke pantai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Travel Cost Method* (TCM) efektif dalam mengukur nilai ekonomi dari aktivitas rekreasi di alam terbuka. Dengan demikian, *Travel Cost Method* (TCM) telah diakui secara luas dalam literatur sebagai metode yang andal untuk mengestimasi nilai ekonomi dari sumber daya alam yang digunakan untuk rekreasi, terutama ketika tidak ada harga pasar yang tersedia untuk sumber daya tersebut.

*Travel Cost Method* (TCM) merupakan metode yang menggabungkan pengeluaran waktu dan biaya perjalanan yang diminta pengunjung untuk menghitung perjalanan mereka, termasuk biaya akses untuk masuk ke objek wisata. Metode ini memiliki keuntungan sebagai penilaian dari barang non-pasar, daerah dengan batas geografis yang lemah, terutama yang digunakan untuk penggunaan kembali secara kreatif seperti rekreasi. Kemudian, karena nilai pasar yang dimiliki oleh destinasi wisata tersebut kecil, maka perlu mempertimbangkan alternatif yang dapat meningkatkan nilainya suatu objek wisata. Metode biaya perjalanan berfungsi untuk memastikan sejauh mana waktu atau sumber daya ekonomi di mana pengunjung bersedia untuk mengalokasikan biaya perjalanan ke lokasi tertentu. *Travel Cost Method* (TCM) memiliki beberapa kelemahan yang sering menjadi perdebatan dalam literatur akademik. *Travel Cost Method* (TCM) mengasumsikan bahwa semakin tinggi biaya perjalanan, semakin rendah jumlah kunjungan. Namun, dalam kenyataannya faktor-faktor lain seperti preferensi individu, daya tarik wisata atau motivasi perjalanan juga berpengaruh terhadap jumlah kunjungan yang tidak selalu mengikuti hubungan linear. *Travel Cost Method* (TCM) hanya menghitung biaya eksplisit seperti transportasi, tiket masuk dan konsumsi, tetapi tidak mempertimbangkan biaya waktu atau manfaat lain yang diperoleh

wisatawan. *Travel Cost Method* (TCM) sering menggunakan zona geografis untuk memperkirakan biaya perjalanan, tetapi batasan zona ini sering kali bersifat subjektif dan mempengaruhi hasil valuasi ekonomi.

*Contingent Valuation Method* (CVM) dapat mengatasi kelemahan dari *Travel Cost Method* (TCM). *Contingent Valuation Method* (CVM) bertujuan untuk mengukur kesediaan membayar wisatawan *Willingness to Pay* (WTP) melalui survei langsung dan dapat menangkap nilai non-pasar seperti kepuasan estetika dan konservasi lingkungan. Adapun kelemahannya yakni rentan terhadap bias jawaban karena responden mungkin memberikan jawaban yang tidak mencerminkan preferensi sebenarnya. Selain itu, *Hedonic Pricing Method* juga dapat mengatasi kelemahan dari *Travel Cost Method* (TCM). Metode ini menganalisis bagaimana karakteristik suatu tempat wisata seperti keindahan alam, fasilitas atau aksesibilitas dapat mempengaruhi harga properti atau pengeluaran wisatawan. *Hedonic Pricing Method* dapat memungkinkan terjadinya analisis lebih dalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai ekonomi wisata. Akan tetapi, membutuhkan data yang lebih kompleks dan sering kali sulit diterapkan pada objek wisata alam yang tidak memiliki transaksi pasar langsung. Kusdianti (2020) mengartikulasikan bahwa biaya perjalanan dapat dikonseptualisasikan dengan cara berikut:

$$BPT = BTr + BTM + BKr + BAm + BSw + BSv + BL$$

BPT = Biaya Perjalanan Total (Total Cost)

BTr = Biaya Transportasi

BTM = Biaya Tiket Masuk

BKr = Biaya Konsumsi Selama Rekreasi

BAm = Biaya Akomodasi

BSw = Biaya Sewa

BSv = Biaya Souvenir

BL = Biaya Lain-lain (Parkir/Toilet)

Tiga pendekatan yang digunakan untuk mengatasi masalah melalui Metode Biaya Perjalanan digambarkan sebagai berikut:

1) Pendekatan Memanfaatkan Zona Biaya Perjalanan (*A Simple Zona Travel Cost Approach*)

Pendekatan ini bergantung pada data sekunder yang diperoleh dari wisatawan berdasarkan wilayah tempat tinggal mereka. Data yang diperlukan dalam kerangka kerja ZTCM meliputi pengeluaran perjalanan, zona asal pengunjung, frekuensi kunjungan dan berbagai macam sosial ekonomi. Informasi analisis dan data yang diperoleh dari pengunjung yang dihasilkan digunakan untuk melakukan analisis pada jumlah kunjungan yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan faktor sosial ekonomi. Persamaan yang digunakan dalam metode ini direpresentasikan sebagai berikut:

$$Q_i = TC, X_1, X_2, \dots X_n$$

Keterangan:

$Q_i$  = Tingkat kunjungan ((jumlah pengunjung dari zona I per 1000 penduduk zona i)

$TC_i$  = Biaya Perjalanan

$X_n$  = Variabel sosial ekonomi

2) Pendekatan Dengan Biaya Perjalanan Individu (*An Individual Travel Cost Approach*)

Pendekatan ini menggunakan data survei yang dikumpulkan dari masing-masing wisatawan rekreasi. Metode ini memerlukan proses pengumpulan data yang meluas dan analisis yang kompleks untuk menghasilkan temuan yang lebih akurat. Data yang digunakan mencerminkan pendekatan ZTCM di mana hubungan antara frekuensi kunjungan, biaya perjalanan dan variabel terkait lainnya dapat diperkirakan. Persamaan dalam pendekatan ini menyajikan fungsi permintaan untuk jumlah pengunjung rata-rata. Selanjutnya, area di bawah kurva permintaan mewakili surplus konsumen rata-

rata. Persamaan dalam metode ini umumnya diartikulasikan sebagai berikut (Kusdianti, 2020):

$$V_{ij} = f(C_{ij}, X_i)$$

Keterangan:

- $V_{ij}$  = Jumlah kunjungan per tahun dari individu  $i$  ke tempat rekreasi  $j$
- $C_{ij}$  = Biaya perjalanan individu  $i$  ke tempat rekreasi  $j$
- $X_i$  = Faktor-faktor yang menentukan kunjungan individu  $i$

### 3) *Random Utility*

*Random utility* dicapai melalui survei, pengumpulan data tambahan dan penerapan teknik statistik yang lebih kompleks.

Kelebihan *Travel Cost Method (TCM)* ini digarisbawahi oleh dua alasan utama untuk pemilihannya dalam penilaian:

- a) Lokasi memiliki signifikansi besar bagi individu sebagai tujuan wisata. Tidak ada spesies langka atau unik yang akan membuat “nilai non-penggunaan” di lokasi ini signifikan.
- b) Alokasi keuangan untuk inisiatif yang bertujuan melestarikan lokasi ini relatif sederhana. Penerapan *Travel Cost Method (TCM)* relatif ekonomis, membuatnya sangat menarik.

### d. Surplus Konsumen

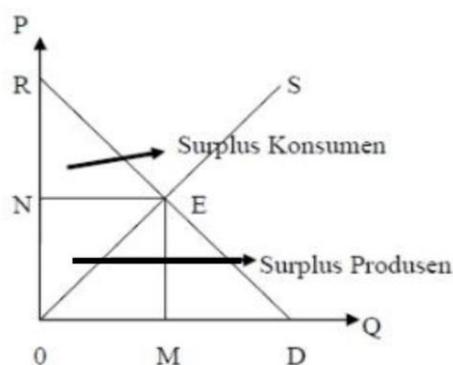
Dijjono (2002) mengartikan secara sederhana bahwa surplus konsumen seperti bidang yang ditemukan antara kurva permintaan dan garis harga. Surplus konsumen didefinisikan sebagai perbedaan antara jumlah yang dikeluarkan oleh konsumen untuk ketersediaan suatu produk. Surplus konsumen muncul karena fakta bahwa konsumen memperoleh manfaat melebihi pembayaran mereka yang menghasilkan surplus yang didasarkan pada prinsip utilitas marginal yang berkurang. Selain itu, surplus konsumen terwujud karena konsumen mengirimkan pembayaran untuk setiap unit berdasarkan nilai yang dikaitkan dengan unit terakhir. Diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Mankiw et al.,

(2014) menyatakan bahwa surplus konsumen mengacu pada keuntungan yang dialami konsumen dengan memiliki kapasitas untuk memperoleh semua jumlah barang yang diinginkan pada tingkat harga yang lebih rendah dari kesediaan maksimum mereka untuk membayar.

Surplus konsumen memiliki kualitas yang lebih abstrak (*intangible*) dibandingkan dengan bentuk surplus lainnya. Konsep ini dapat mengurangi kesediaan seseorang untuk membayar barang atau jasa yang berasal dari sumber daya alam. Pada intinya, surplus konsumen mewakili keuntungan yang diberikan kepada masyarakat umum dari konsumsi sumber daya alam yang kemudian diimbangi oleh pengeluaran yang dilakukan untuk memperoleh barang-barang tersebut.

Kesediaan untuk membayar terletak di bawah kurva permintaan yang berfungsi sebagai kerangka untuk mengukur dan membatasi harga yang siap dibayar konsumen untuk setiap unit yang diperoleh. Seluruh area di bawah kurva permintaan OREA mewakili utilitas kumulatif yang berasal dari barang, berfungsi sebagai indikator total kesediaan untuk membayar. Total ini dihitung dengan menyatukan nilai marjinal Q dari 0 ke A kemudian mengurangi biaya barang konsumen (ONEM). Surplus konsumen diwakili oleh area segitiga NRE yang dapat mengukur kesediaan untuk membayar yang di mana dalam hal ini kaitannya dengan pengeluaran kas untuk dikonsumsi (Djijono, 2002).

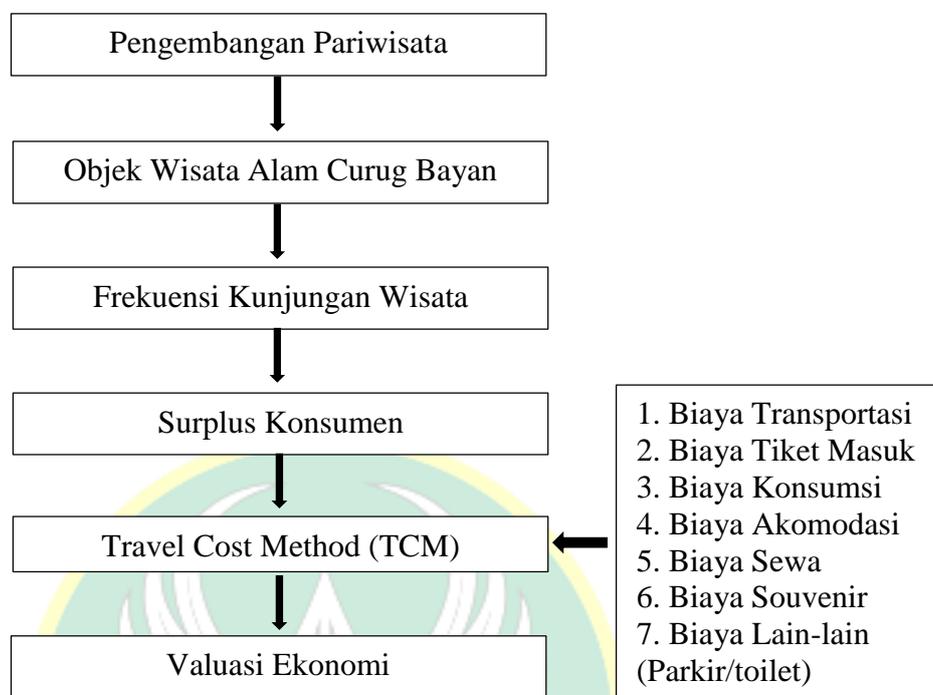
**Grafik 2. 1: Kurva Surplus Konsumen**



Sumber: (Djijono, 2002)

## B. Kerangka Penelitian

**Bagan 2. 2**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



Sumber: (Amalia Huda dkk., 2022)

### Keterangan:

Kerangka pemikiran di atas menunjukkan bahwa untuk pengembangan pariwisata dalam memperbaiki fasilitas dan menambahkan kualitas dengan potensi yang dimiliki Objek Wisata Alam Curug Bayan, maka dibutuhkan perhitungan frekuensi kunjungan wisata atau rata-rata biaya perjalanan dan perhitungan surplus konsumen untuk mengetahui besaran biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) yang termasuk hasil akhir dari valuasi ekonomi.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif yang sesuai dengan variabel penelitian atau membahas masalah dunia nyata dan fenomena saat ini, kemudian selanjutnya menyajikan temuan penelitian dalam bentuk gambaran numerik yang signifikan (Sugiyono, 2019). Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan nilai ekonomi objek wisata Curug Bayan dengan pendekatan biaya perjalanan, bukan untuk menguji hubungan kausal yang lebih kompleks. Pendekatan kuantitatif memungkinkan perhitungan nilai ekonomi yang lebih terukur melalui biaya perjalanan dan surplus konsumen sehingga dapat memastikan nilai-nilai variabel independen, tanpa terlibat dalam analisis komparatif atau membangun hubungan dengan variabel tambahan. Disimpulkan juga bahwa penelitian deskriptif kuantitatif berfungsi untuk menggambarkan, menganalisis dan menjelaskan fenomena yang menggunakan data numerik dalam bentuk yang melekat, tanpa tujuan untuk mengevaluasi hipotesis tertentu.

### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Objek Wisata Alam Curug Bayan yang terletak di Desa Ketenger, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Pengumpulan data dilakukan pada tahun 2023 sampai dengan Desember 2024.

#### **1. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **a. Populasi**

Populasi diartikan sebagai penggabungan kolektif dari unsur-unsur yang berbentuk sebagai peristiwa, objek atau individu yang menunjukkan karakteristik sebanding yang berfungsi sebagai titik fokus penelitian. Populasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah para wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan pada tahun 2023 yaitu sebanyak 63.598 pengunjung.

b. Sampel

Penelitian ini menerapkan metode yang dikenal sebagai pengambilan *non probability sampling* yakni dengan metode *purposive sampling* yang berarti peneliti menetapkan serangkaian kriteria yang berkaitan dengan responden yang paling mungkin diidentifikasi dalam penelitian. *Non probability sampling* adalah metode pemilihan data yang tidak memberikan peluang yang sama pada setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Kemudian, metode *purposive sampling* adalah menentukan berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu. Kriteria atau pertimbangan untuk pengambilan sampel ini digambarkan sebagai berikut:

- 1) Responden berusia antara 15 hingga 55 tahun, menyatakan bahwa individu dalam rentang usia ini memiliki kedewasaan dan pemahaman yang cukup untuk menanggapi secara memadai setiap pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner penelitian.
- 2) Semua individu yang pernah atau sedang mengunjungi Objek Wisata Alam Curug Bayan yang berlokasi di Baturaden.
- 3) Pengunjung yang rela terlibat dalam menjawab setiap pertanyaan pada kuesioner yang telah disediakan secara umum dan menyeluruh.

Untuk meningkatkan akurasi estimasi nilai ekonomi, responden dapat dibagi ke dalam beberapa zona berdasarkan asal wisatawan:

- 1) Zona Lokal ( $\leq 20$  km dari lokasi wisata):
  - a) Wisatawan yang berasal dari wilayah sekitar Curug Bayan (misalnya Purwokerto, Baturaden).
  - b) Cenderung memiliki biaya perjalanan lebih rendah tetapi frekuensi kunjungan lebih tinggi.
- 2) Zona Regional (20–100 km):
  - a) Wisatawan dari kota atau kabupaten lain di Jawa Tengah (misalnya Cilacap, Purbalingga, Banjarnegara).
  - b) Memiliki biaya perjalanan sedang dan frekuensi kunjungan menengah.

3) Zona Nasional (>100 km):

- a) Wisatawan dari luar provinsi atau luar pulau
- b) Memiliki biaya perjalanan tinggi tetapi frekuensi kunjungan rendah.

Batasan mengenai penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini diatur oleh batasan yang diuraikan dalam perhitungan sampel Slovin. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggabungkan dan memperkuat unsur-unsur tertentu untuk memperhitungkan potensi kesenjangan dan ketidakakuratan yang timbul dari kesalahan dalam proses pengambilan sampel yang dianggap dapat diterima. Nilai toleransi diartikulasikan sebagai persentase 10%. Faktor insidental yang mempengaruhi pengambilan sampel hanya 10% dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Dengan populasi sebanyak 63.598 pengunjung dalam setahun, mengumpulkan data dari seluruh populasi akan sangat sulit dilakukan. Oleh karena itu, penggunaan sampel 10% dianggap cukup mewakili karakteristik populasi dengan tingkat kesalahan yang masih dapat diterima.
- 2) Penelitian dilakukan dalam jangka waktu terbatas, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan survei kepada seluruh populasi. Pemilihan sampel 100 responden merupakan strategi yang efisien untuk mendapatkan hasil yang representatif dalam waktu yang tersedia.
- 3) Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yang berarti pemilihan responden dilakukan berdasarkan kriteria tertentu, bukan secara acak. Karena tidak semua pengunjung memiliki karakteristik yang sesuai dengan penelitian, maka jumlah sampel yang lebih kecil tetapi relevan lebih diutamakan daripada jumlah yang besar tetapi kurang sesuai.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, penggunaan sampel 10% dalam penelitian ini adalah keputusan yang logis untuk

mendapatkan hasil yang akurat tanpa menghadapi kendala yang berlebihan. Maka, mengenai ketentuan-ketentuan yang terkait pada pendekatan Slovin, diartikulasikan sebagai berikut:

$$N = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel  
 N : Total populasi  
 e : Toleransi kesalahan (error tolerance)

Dengan digunakannya rumus dan persamaan Slovin, maka dapat diketahui sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= N / (1 + Ne^2) \\ &= 63.598 / (1 + 63.598 (0,1)^2) \\ &= 63.598 / (1 + 63.598 (0,01)) \\ &= 63.598 / 1 + 635,98 \\ &= 63.598 / 636,98 \\ &= 99,843 \\ &= 100 \text{ (pembulatan dari 99,8)} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang disebutkan di atas, ukuran sampel yang dihasilkan untuk memudahkan penelitian ini digenapkan pada 100. Persyaratan minimum ditetapkan pada 100 responden sehingga sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden di Objek Wisata Alam Curug Bayan yang mewakili populasi yang lebih luas.

## 2. Variabel dan Indikator Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif menggunakan kerangka kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan dengan akurat. Lebih lanjut diartikulasikan bahwa penelitian deskriptif kuantitatif tidak dirancang untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya untuk menggambarkan karakteristik yang berkaitan dengan variabel tertentu. Dengan demikian, penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mengamati, memeriksa dan mengetahui secara gambaran numerik subjek

penelitian sebagaimana adanya dan untuk menarik kesimpulan berdasarkan fenomena yang diamati selama periode penelitian dilakukan. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah yang memengaruhi terjadinya biaya perjalanan. Jenis ini meliputi beberapa indikator penelitian, diantaranya:

- a. Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)
- b. Nilai Total Ekonomi
- c. Surplus Konsumen

**Tabel 3. 1**  
**Variabel dan Indikator**

Nama Variabel	Pengukuran
Metode Biaya Perjalanan ( <i>Travel Cost Method</i> )	$BPT = BTr + BTM + BKr + BAm + BSw + BSv + BL$ <p>BPT : Biaya Perjalanan Total (Total Cost)            BTr : Biaya Transportasi            BTM : Biaya Tiket Masuk            BKr : Biaya Konsumsi Selama Rekreasi            BAm : Biaya Akomodasi            BSw : Biaya Sewa            BSv : Biaya Souvenir            BL : Biaya Lain-lain (Parkir/Toilet)</p>
Rata-Rata Biaya Perjalanan	$ATC = \frac{\Sigma BPT}{n}$ <p>ATC : Rata-rata biaya perjalanan pengunjung            BPT : Jumlah total biaya perjalanan pengunjung            n : Jumlah responden</p>
Nilai Total Ekonomi	<p>Nilai Total Ekonomi =            Surplus konsumen x Frekuensi kunjungan wisata</p>

Surplus Konsumen (Per Individu Per Tahun)	$SK = \frac{X^2}{2\beta}$ <p>X : Jumlah kunjungan responden (kali/tahun)  <math>\beta</math> : Koefisien dari biaya perjalanan</p>
Surplus Konsumen (Per Individu Per Kunjungan)	$SK' = \frac{SK/\sum V}{n}$ <p>SK : Surplus konsumen per individu per tahun  V : Jumlah kunjungan  n : Jumlah responden</p>

### 3. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Metode yang tepat untuk menganalisis dan menentukan perilaku yakni observasi atau metode pengamatan. Jika metode ini digunakan, maka metode ini memerlukan penggunaan mata dan telinga sebagai metode pengumpulan data bagi peneliti (Suwanto, 2004). Untuk mengetahui kondisi lingkungan, peneliti melakukan observasi dengan mengunjungi Objek Wisata Alam Curug Bayan yang terletak di Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

#### b. Kuesioner

Metode ini melibatkan pengajuan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang kemudian akan diberi kesempatan untuk menanggapi dengan informasi yang mereka butuhkan sebelum diberikan data oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Kuesioner pada penelitian ini diberikan kepada para wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan. Kemudian, kuesioner diberikan kepada 100 responden yang merupakan pengunjung Objek Wisata Alam Curug Bayan.

#### c. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data-data berupa catatan dan dokumen lain yang berkaitan dengan permasalahan

yang akan dianalisis. Letak geografis, struktur organisasi dan data-data lain yang menjadi kekuatan penelitian ini merupakan data yang dirahasiakan untuk umum.

d. Wawancara

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Metode ini digunakan peneliti untuk mengumpulkan data informasi mengenai Objek Wisata Alam Curug Bayan dan informasi lain yang berhubungan atau berkaitan dengan objek wisata alam tersebut. Wawancara pada penelitian ini akan berkolaborasi dengan koordinator Objek Wisata Alam Curug Bayan.

e. Literatur Pustaka

Metode literatur pustaka melibatkan proses perolehan informasi melalui platform online seperti internet dan literatur dalam bentuk artikel ilmiah. Pendekatan ini memungkinkan pengguna mengakses informasi atau data secara online dengan cepat, nyaman dan efektif.

### C. Teknik Analisis Data

Dalam menghitung teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui besaran biaya perjalanan, adapun beberapa indikatornya sebagai berikut:

1. Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)

Pendekatan ini digunakan untuk menghitung pengeluaran perjalanan yang dikeluarkan oleh seorang pelancong atau pengunjung selama perjalanan ke tujuan wisata. Biaya perjalanan dapat ditentukan dengan menggunakan rumus yang diusulkan oleh Effendi (2015) sebagai berikut:

$$BPT = BTr + BTM + BKr + BAm + BSw + Bsv + BL$$

Keterangan:

BPT : Biaya Perjalanan Total (Total Cost)

BTr : Biaya Transportasi

BTM : Biaya Tiket Masuk

BKr : Biaya Konsumsi Selama Rekreasi

BAm : Biaya Akomodasi

BSw : Biaya Sewa

BSv : Biaya Souvenir

BL : Biaya Lain-lain (Parkir/Toilet)

Biaya rata-rata yang terkait dengan perjalanan wisatawan atau pengunjung dapat dihitung menggunakan rumus yang ditetapkan oleh Ekwarso (2010) sebagaimana dikutip dalam Effendi (2015). Rumus untuk memastikan biaya rata-rata perjalanan digambarkan sebagai berikut:

$$ATC = \frac{\Sigma BPT}{n}$$

Keterangan:

ATC : Rata-rata biaya perjalanan pengunjung

BPT : Jumlah total biaya perjalanan pengunjung

n : Jumlah responden

## 2. Nilai Total Ekonomi

Nilai ekonomi Objek Wisata Alam Curug Bayan yaitu nilai total manfaat yang diterima oleh seluruh wisatawan atau pengunjung. Perhitungan nilai ekonomi mengacu pada penelitian Zulpikar, dkk (2018), sebagai berikut:

Nilai Total Ekonomi = Surplus konsumen x Frekuensi kunjungan wisata

## 3. Surplus Konsumen

Metode biaya perjalanan berfungsi sebagai instrumen analisis untuk memperkirakan nilai ekonomi dengan menghitung surplus konsumen setiap tahun. Perhitungan surplus konsumen per individu per tahun berasal dari penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2014), sebagai berikut:

$$SK = \frac{X^2}{2\beta}$$

Keterangan:

X : Jumlah kunjungan responden (kali/tahun)

$\beta$  : Koefisien dari biaya perjalanan

Dalam menghitung nilai surplus konsumen dengan rumus yang digunakan oleh penelitian Fauzi (2014) menggunakan  $\beta$  sebagai koefisien dari biaya perjalanan. Kemudian, untuk menemukan koefisien biaya perjalanan maka harus menggunakan analisis regresi yang nantinya akan menemukan X Variable 1 dinyatakan sebagai koefisien biaya perjalanan. Meskipun penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif deskriptif, tidak menutup kemungkinan untuk membatasi penelitian menggunakan perhitungan analisis regresi, karena perhitungan analisis regresi ini sangat dibutuhkan untuk dapat menentukan nilai surplus konsumen. Selanjutnya, untuk menghitung surplus konsumen per individu per kunjungan maka menggunakan rumus perhitungan yang dilakukan oleh Fauzi (2014), sebagai berikut:

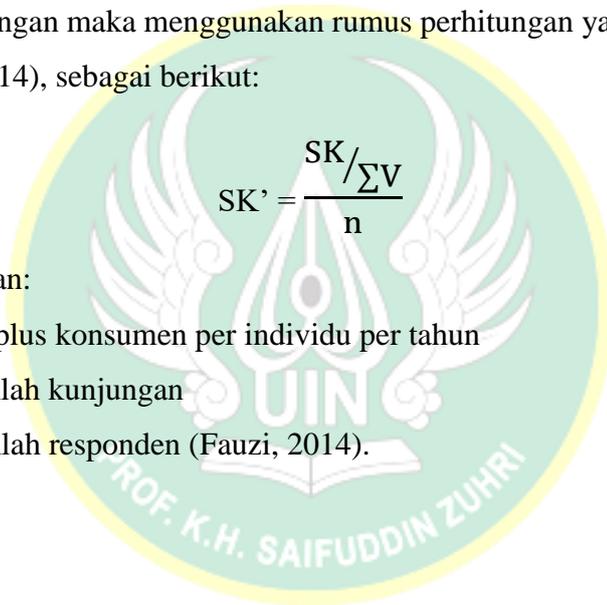
$$SK' = \frac{SK/\Sigma V}{n}$$

Keterangan:

SK : Surplus konsumen per individu per tahun

V : Jumlah kunjungan

n : Jumlah responden (Fauzi, 2014).



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Tempat Penelitian**

##### **1. Letak Geografis**

Objek Wisata Alam Curug Bayan terletak di Desa Ketenger, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah dengan titik koordinat pada 7.4320' S dan 109.2845' E. Dari segi geografis, Curug Bayan berada di dasar Gunung Slamet, sekitar 25 km ke barat daya Purwokerto, ibukota administrasi Banyumas. Secara administrasi, Objek Wisata Alam Curug Bayan diklasifikasikan sebagai salah satu potensi alam yang melekat di desa wisata Ketenger dengan meliputi hamparan seluas 1.120,7 Ha yang terbagi menjadi tiga dusun yang berbeda, yaitu Karangpule, Ketenger dan Kalipagu.

##### **2. Sejarah Pengelolaan Objek Wisata Alam Curug Bayan**

Koperasi Multi Pihak (KMP) Mitra Jenggala Sejahtera meliputi lima objek wisata yakni Curug Bayan, Curug Jenggala, Curug Muntu, Bukit Pandang dan Bukit Cendana. Berawal dari Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) di mana sebagai pengelola hutan yang bekerjasama dengan Perhutani, dalam hal ini membutuhkan regulasi dan waktu yang sangat panjang, sejak tahun 2007 Koperasi Multi Pihak (KMP) secara lembaga bukan lembaga non profit melainkan lembaga profit yang memiliki kegiatan konservasi baik dalam aspek ekologi maupun ekonomi. Koperasi Multi Pihak (KMP) Mitra Jenggala Sejahtera berbeda dengan koperasi konvensional, karena bermula dari swadaya sosial dengan kemampuan dan keterbatasan sumber daya manusia yang ada. Kegiatan Koperasi Multi Pihak (KMP) melakukan kegiatan bagaimana pengurus, masyarakat dan anggota mencari situs budaya kearifan lokal sebagai penyanggah diri. Masyarakat lokal berinisiatif untuk mencari dan menjaga budaya peninggalan leluhur yang ada di wilayah Gunung Slamet, adanya regulasi yang diikuti sejak tahun 2007 hingga 2019 berskema Pengelolaan Hutan

Berbasis Masyarakat (PHBM) kemudian pada tahun 2020 diberi amanah oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) diperkuat dengan Surat Keputusan Pengakuan dan Perlindungan Kerja Sama Kehutanan (SK-Kulin KK). Proses yang dilakukan memiliki perbedaan skema dengan beda profit yang semula lembaga sosial menjadi lembaga komersial. Kemudian, pada tahun 2020 membentuk Badan Usaha yakni koperasi sebagai dasar pengelolaan lima objek yang ada di kawasan desa wisata sekitar.

### 3. Fasilitas dan Sarana Prasarana Objek Wisata Alam Curug Bayan

#### a. Pusat Informasi

Pusat informasi di Objek Wisata Alam Curug Bayan merupakan fasilitas penting yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan. Pusat informasi ini beroperasi sebagai sumber daya untuk memperoleh beragam informasi yang berkaitan dengan tempat wisata termasuk rute perjalanan, jam operasional dan situs alam yang ada di dekat Curug Bayan. Adanya pusat informasi, wisatawan dapat dengan mudah untuk mengakses peta geografis daerah tersebut, menemukan berbagai kegiatan rekreasi yang tersedia dan menerima panduan tentang tindakan pencegahan keselamatan yang berkaitan dengan lingkungan wisata. Selain itu, pusat informasi dikelola oleh pengelola yang ramah dan profesional, siap membantu dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan pengalaman perjalanan di Curug Bayan, menjadikannya lebih menyenangkan dan berkesan.

#### b. Gazebo

Gazebo di Objek Wisata Alam Curug Bayan adalah fasilitas yang dirancang untuk memberikan kenyamanan wisatawan yang ingin beristirahat sambil menikmati pemandangan alam yang indah di sekitarnya. Terletak strategis, gazebo ini menyediakan tempat yang teduh dan nyaman, sangat cocok untuk relaksasi setelah menikmati air terjun yang indah. Menampilkan desain yang sederhana namun fungsional, gazebo ini telah muncul sebagai lokasi favorit bagi

wisatawan untuk mengambil foto atau hanya untuk menikmati udara segar dan suara alam yang harmonis.

c. Mushola

Mushola di Objek Wisata Alam Curug Bayan adalah fasilitas penting yang didirikan untuk menawarkan kenyamanan spiritual bagi wisatawan yang ingin melaksanakan ibadah. Terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, mushola ini menyediakan lingkungan yang bersih dan tenang, sehingga wisatawan dapat beribadah dengan khusyuk setelah menikmati keindahan alam sekitar.

d. Toilet

Toilet di Objek Wisata Alam Curug Bayan berfungsi sebagai bagian sarana prasarana penting yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan selama mereka berada di area wisata. Dilengkapi dengan fasilitas yang bersih dan terawat dengan baik, pemeliharaan toilet ini sebagai upaya pengelola untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan bagi semua wisatawan.

e. Wisata Air Terjun

Air terjun di Objek Wisata Alam Curug Bayan merupakan daya tarik utama yang menawarkan keindahan alam yang menawan. Air terjun ini dikelilingi oleh pepohonan hijau, menciptakan suasana yang sejuk dan tenang. Dengan volume aliran air yang besar, Curug Bayan muncul sebagai lokasi yang ideal untuk menikmati pemandangan alam yang indah, mengambil foto atau bahkan berendam di kolam alami di sekitarnya.

f. Kelen Nang Kalen

Wahana Kelen Nang Kalen di Objek Wisata Alam Curug Bayan merupakan salah satu fasilitas unggulan yang dirancang untuk memberikan pengalaman unik dan menyenangkan bagi wisatawan. Wahana ini memfasilitasi perjalanan susur sungai yang menyegarkan, di mana wisatawan dapat melintasi sungai yang jernih di tengah lingkungan alam yang indah dan tenang. Diperkuat oleh infrastruktur

yang memadai, termasuk jalur sungai yang aman, petunjuk arah dan peralatan keselamatan seperti pelampung dan pemandu, wahana ini cocok untuk segala usia.

g. *Bayan Village*

*Bayan Village* merupakan akomodasi yang tersedia di Objek Wisata Alam Curug Bayan, menawarkan pengalaman penginapan yang nyaman di tengah-tengah keindahan alam yang asri. Penginapan ini dirancang dengan konsep tradisional yang menyatu dengan lingkungan sekitar, memberikan suasana yang tenang dan otentik kepada wisatawan. *Bayan Village* dilengkapi dengan berbagai kamar yang bersih dan nyaman, area bersantai serta pelayanan yang ramah. Dengan pemandangan alam yang menakjubkan dan udara pegunungan yang menyegarkan, Curug Bayan muncul sebagai pilihan ideal bagi wisatawan yang menginginkan liburan yang santai, sekaligus mengeksplorasi pesona Curug Bayan dengan mudah.

h. Warung dan Tempat Makan

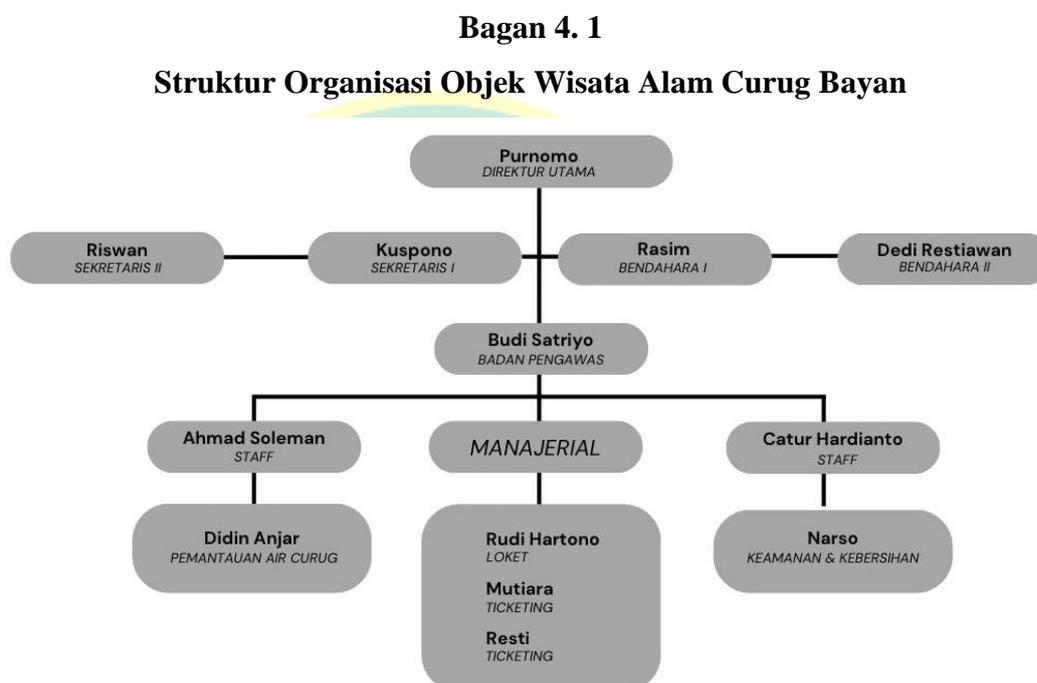
Objek Wisata Alam Curug Bayan menawarkan berbagai fasilitas dan sarana prasarana, termasuk warung dan tempat makan yang menyajikan beragam hidangan lezat untuk meningkatkan pengalaman wisata. Berbagai macam menu tradisional dan makanan ringan tersedia untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, baik setelah mengunjungi curug maupun sekedar bersantai menikmati suasana. Tempat makan ini dirancang dengan konsep sederhana namun nyaman, beberapa diantaranya menawarkan pemandangan langsung ke alam sekitar. Wisatawan dapat menyantap hidangan sambil menikmati udara pegunungan yang menyegarkan, sehingga dapat membuat pengalaman kuliner lebih berkesan.

i. Lahan Parkir

Objek Wisata Alam Curug Bayan menyediakan fasilitas parkir yang luas dan aman untuk kenyamanan para wisatawan. Area parkir ini dirancang dengan baik untuk menampung berbagai kendaraan, mulai dari sepeda

motor hingga mobil dan menawarkan akses langsung dari pintu masuk utama. Pengelolaan lahan parkir dilakukan dengan baik, dilengkapi petugas yang siap membantu mengatur ketertiban kendaraan. Lokasinya menguntungkan secara strategis dekat fasilitas yang lain, seperti warung, tempat makan dan tempat istirahat sekaligus memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk menikmati perjalanan rekreasi tanpa khawatir dengan keamanan kendaraannya.

#### 4. Struktur Organisasi Objek Wisata Alam Curug Bayan



#### 5. Jam Operasional dan Harga Tiket Objek Wisata Alam Curug Bayan

Objek Wisata Alam Curug Bayan memiliki jam operasional yaitu buka setiap hari mulai pukul 07.30-16.30 WIB. Setiap wisatawan diwajibkan untuk membeli tiket masuk terlebih dahulu sebelum memasuki area Objek Wisata Alam Curug Bayan. Adapun mengenai rincian harga tiket masuk, fasilitas dan sarana prasana sebagai berikut:

- a. Harga tiket masuk setiap hari/hari libur Rp 15.000
- b. Harga wahana Kelen Neng Kalen Rp 10.000
- c. Harga penginapan *Bayan Village*:

- 1) *Single Room* Lt 1 Rp 350.000
  - 2) *Single Room* Lt 2 Rp 500.000
  - 3) *Single Room* Lt 3 Rp 500.000
  - 4) *Superior Room* A Rp 1.500.000
  - 5) *Superior Room* B Rp 1.500.000
  - 6) *Hall* Rp 500.000
- d. Harga makanan bervariasi mulai dari Rp 5.000 - Rp 25.000
- e. Biaya parkir:
- 1) Motor Rp 2.000
  - 2) Mobil Rp 5.000
- f. Biaya toilet Rp 2.000

## B. Karakteristik Responden

**Tabel 4. 1**  
**Hasil Penyebaran Kuesioner**

Keterangan	Jumlah
Kuesioner diterima	100
Kuesioner yang memenuhi syarat	100
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat (tidak pernah berkunjung ke Objek Wisata Alam Curug Bayan)	0

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa ada sebanyak 100 kuesioner yang diperoleh dalam penelitian ini. Seluruh kuesioner yang diterima dan seluruh kuesioner yang memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut sejumlah 100 dan dengan tidak adanya kuesioner yang dinyatakan tidak memenuhi syarat. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden yang mengisi kuesioner pernah berkunjung ke Objek Wisata Alam Curug Bayan, sejalan dengan kriteria penelitian yang telah ditentukan.

**Tabel 4. 2**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	24	24%
2	Perempuan	76	76%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui jenis kelamin responden dengan total 100 orang atau sebanyak 100% menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan jumlah 76 orang atau sebanyak 76% dari total responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 24 orang atau sebanyak 24% dari total responden.

**Tabel 4. 3**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

No	Kelompok Usia (Tahun)	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	15-25	98	98%
2	26-35	2	2%
3	36-45	0	0%
4	46-55	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui rentang usia responden dengan total 100 orang atau sebanyak 100% menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 15-25 tahun dengan jumlah 98 orang atau sebanyak 98% dari total responden. Sementara itu, responden pada rentang usia 26-35 tahun hanya berjumlah 2 orang atau sebanyak 2% dari keseluruhan. Kemudian,

tidak adanya responden yang termasuk dalam rentang usia 36-45 tahun maupun 45-55 tahun dengan persentase masing-masing sebesar 0%.

**Tabel 4. 4**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa	88	88%
2	Pegawai	1	1%
3	Karyawan Swasta/Wiraswasta	3	3%
4	Guru	2	2%
5	Magang	1	1%
6	Freelance	1	1%
7	Ibu Rumah Tangga	1	1%
8	Honoror Non ASN	1	1%
9	Perawat	1	1%
10	Entrepreneur	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui beberapa kategori pekerjaan responden dengan total 100 orang atau sebanyak 100% yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa dengan jumlah 88 orang atau sebanyak 88% dari total responden. Kategori pekerjaan lainnya memiliki jumlah yang jauh lebih kecil diantaranya bekerja sebagai pegawai, magang, freelance, ibu rumah tangga, honoror non-ASN, perawat dan entrepreneur yang masing-masingnya berjumlah 1 orang atau sebesar 1% dari keseluruhan. Sementara itu, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta/wiraswasta berjumlah 3 orang atau sebanyak 3% dan sejumlah 2 orang atau sebanyak 2% yang bekerja sebagai guru.

**Tabel 4. 5**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan**

No	Pendapatan	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	<Rp 500.000	57	57%
2	Rp 500.001 – Rp 1.000.000	25	25%
3	Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000	12	12%
4	>Rp 2.000.001	6	6%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui beberapa kategori pendapatan responden dengan total 100 orang atau sebanyak 100% yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan kurang dari Rp500.000 yaitu sebanyak 57 orang atau 57% dari total responden. Sebanyak 25 orang atau 25% memiliki pendapatan antara Rp500.001 hingga Rp1.000.000 sedangkan 12 orang atau 12% memiliki pendapatan antara Rp1.000.001 hingga Rp2.000.000. Kemudian, responden dengan pendapatan lebih dari Rp2.000.001 berjumlah 6 orang atau sebanyak 6% dari keseluruhan.

**Tabel 4. 6**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jarak Tempuh**

No	Jarak Tempuh	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	<10 km	20	20%
2	11-20 km	37	37%
3	21-30 km	14	14%
4	31-40 km	9	9%
5	>41 km	20	20%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui jarak tempuh responden dengan total 100 orang atau sebanyak 100% menunjukkan bahwa mayoritas yang menempuh jarak antara 11-20 km untuk mencapai lokasi Objek Wisata Alam Curug Bayan yaitu sebanyak 37 orang atau 37% dari total responden. Responden yang menempuh jarak kurang dari 10 km berjumlah 20 orang atau 20%, begitu pula dengan responden yang menempuh jarak lebih dari 41 km dengan jumlah 20 orang atau 20%. Sebanyak 14 orang atau 14% responden menempuh jarak antara 21-30 km, sementara 9 orang atau 9% menempuh jarak antara 31-40 km.

**Tabel 4. 7**

**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan**

No	Jumlah Kunjungan	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	1 kali	60	60%
2	2 kali	25	25%
3	3 kali	9	9%
4	4 kali	4	4%
5	>4 kali	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui jumlah kunjungan responden dengan total 100 orang atau sebanyak 100% yang menunjukkan bahwa mayoritas responden hanya pernah berkunjung 1 kali yaitu sebanyak 60 orang atau 60% dari total responden. Responden yang pernah berkunjung sebanyak 2 kali berjumlah 25 orang atau 25%, sedangkan yang berkunjung 3 kali mencapai 9 orang atau 9%. Sebanyak 4 responden atau 4% pernah berkunjung sebanyak 4 kali, sementara responden yang telah berkunjung lebih dari 4 kali berjumlah 2 orang atau 2%.

**Tabel 4. 8**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Akses Jalan**

No	Persepsi Responden (Akses Jalan)	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	Sangat Baik	21	21%
2	Baik	35	35%
3	Biasa	28	28%
4	Kurang Baik	15	15%
5	Sangat Kurang Baik	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui persepsi responden mengenai akses jalan dengan total 100 orang atau sebanyak 100% yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan kategori baik yaitu sebanyak 35 orang atau 35% dari total responden. Sebanyak 28 responden atau 28% menyatakan kategori biasa, sementara 21 responden atau 21% menyatakan sangat baik. Sebanyak 15 responden atau 15% memberikan pernyataan kurang baik dan hanya 1 responden atau 1% yang memberikan pernyataan sangat kurang baik.

**Tabel 4. 9**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Keindahan Alam**

No	Persepsi Responden (Keindahan Alam)	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	Sangat Indah	25	25%
2	Indah	47	47%
3	Biasa	16	16%
4	Kurang Indah	9	9%
5	Sangat Kurang Indah	3	3%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui persepsi responden mengenai keindahan alam dengan total 100 orang atau sebanyak 100% yang menunjukkan bahwa sebagian besar menyatakan keindahan alam di Objek Wisata Alam Curug Bayan berkategori indah yaitu sebanyak 47 orang atau 47% dari total responden. Sebanyak 25 responden atau 25% memberikan pernyataan sangat indah, sementara 16 responden atau 16% menyatakan keindahan alam dalam kategori biasa. Kemudian, sebanyak 9 responden atau 9% memberikan pernyataan kurang indah dan 3 responden atau 3% menyatakan keindahan alam dalam kategori sangat kurang indah.

**Tabel 4. 10**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Fasilitas**

No	Persepsi Responden (Penambahan Fasilitas)	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	Sangat Perlu	60	60%
2	Perlu	38	38%
3	Tidak Perlu	2	2%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui persepsi responden mengenai penambahan fasilitas dengan total 100 orang atau sebanyak 100% yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat perlu dengan jumlah 60 orang atau 60% dari total responden. Sebanyak 38 orang atau 38% menyatakan perlu dalam penambahan fasilitas. Sedangkan, hanya 2 responden atau 2% yang menyatakan bahwa tidak perlu adanya penambahan fasilitas.

**Tabel 4. 11**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Informasi**

No	Informasi Tempat Wisata	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	Media Sosial	54	54%
2	Media Elektronik	1	1%
3	Media Cetak	0	0%
4	Teman	44	44%
5	Lainnya	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui informasi tempat wisata yang diperoleh oleh responden dengan total 100 orang atau sebanyak 100% yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memperoleh informasi melalui media sosial dengan jumlah 54 orang atau 54% dari total responden. Sebanyak 44 responden atau 44% memperoleh informasi dari teman, sementara 1 responden atau 1% mengetahui informasi melalui media elektronik dan 1 responden lainnya melalui sumber lain. Kemudian, tidak adanya atau 0% responden yang memperoleh informasi melalui media cetak.

**Tabel 4. 12**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Transportasi**

No	Alat Transportasi ke Tempat Wisata	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	Motor	90	90%
2	Mobil	6	6%
3	Kendaraan Umum	4	4%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui alat transportasi responden untuk perjalanan wisata ke Objek Wisata Alam Curug Bayan dengan total 100 orang atau sebanyak 100% yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan motor dengan jumlah 90 orang atau 90% dari total responden. Sebanyak 6 responden atau 6% menggunakan mobil dan 4 responden atau 4% menggunakan kendaraan umum.

**Tabel 4. 13**

**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan**

No	Biaya Perjalanan (Rupiah)	Responden	
		Frekuensi	Persentase
1	<Rp 50.000	15	15%
2	Rp 50.000- Rp 100.000	50	50%
3	Rp 100.001-Rp 200.000	19	19%
4	Rp 200.001-Rp 300.000	2	2%
5	Rp 300.001-Rp 400.000	2	2%
6	Rp 400.001-Rp 500.000	5	5%
7	>Rp 500.000	7	7%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah dan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui biaya perjalanan responden dengan total 100 orang atau sebanyak 100% menunjukkan bahwa mayoritas responden mengeluarkan biaya sebesar Rp50.000 hingga Rp100.000 dengan jumlah 50 orang atau 50% dari total responden. Sebanyak 15 responden atau 15% mengeluarkan biaya kurang dari Rp50.000 dan 19 responden atau 19% mengeluarkan biaya antara Rp100.001 hingga Rp200.000. Responden yang mengeluarkan biaya sebesar Rp200.001 hingga Rp300.000 dan biaya sebesar Rp300.001 hingga Rp400.000 masing-masing berjumlah 2 responden atau 2%. Kemudian, sebanyak 5 responden atau 5% mengeluarkan biaya antara

Rp400.001 hingga Rp500.000 dan 7 responden atau 7% mengeluarkan biaya lebih dari Rp500.000.

## C. Hasil Penelitian

### 1. *Travel Cost Method (TCM)*

Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya tiket masuk, biaya konsumsi selama rekreasi, biaya akomodasi, biaya sewa, biaya souvenir dan biaya lain-lain (parkir/toilet) yang sudah dijumlahkan. Hasil dari perhitungan biaya perjalanan keseluruhan yakni sebesar Rp 16.149.000 dengan rincian total biaya transportasi sebesar Rp 5.320.000, total biaya tiket masuk sebesar Rp 1.280.000, total biaya konsumsi selama rekreasi sebesar Rp 3.509.000, total biaya akomodasi sebesar Rp 5.000.000, total biaya sewa sebesar Rp 390.000, total biaya souvenir sebesar Rp 420.000 dan total biaya lain-lain (parkir/toilet) sebesar Rp 230.000 seluruhnya dari jumlah pengeluaran 100 responden.

Kemudian, dari total biaya perjalanan tersebut ditentukan nilai rata-rata biaya perjalanan sebesar Rp 161.490 per individu per kunjungan dengan rincian total rata-rata biaya transportasi sebesar Rp 53.200, total rata-rata biaya tiket masuk sebesar Rp 12.800, total rata-rata biaya konsumsi selama rekreasi sebesar Rp 35.090, total rata-rata biaya akomodasi sebesar Rp 50.000, total rata-rata biaya sewa sebesar Rp 3.900, total rata-rata biaya souvenir sebesar Rp 4.200 dan total rata-rata biaya lain-lain (parkir/toilet) sebesar Rp 2.300 dari hasil perhitungan rata-rata total pengeluaran biaya perjalanan 100 responden. Dalam hal ini tertera pada lampiran 4.

### 2. Rata-Rata Biaya Perjalanan

$$\begin{aligned} ATC &= \frac{\Sigma BPT}{n} \\ &= Rp 16.149.000/100 \\ &= Rp 161.490 \end{aligned}$$

Rata-rata biaya perjalanan wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan adalah Rp 161.490 per individu per kunjungan. Alokasi biaya

perjalanan terbesar terdapat pada biaya transportasi sebesar Rp 53.200 atau 32.94% dari total biaya perjalanan. Kemudian, alokasi biaya terendah sebesar Rp 2.300 atau 1.42% dari total biaya perjalanan terdapat pada biaya lain-lain baik biaya parkir ataupun biaya toilet.

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Analisis Regresi Biaya Perjalanan**

SUMMARY OUTPUT					
<i>Regression Statistics</i>					
Multiple R					0,12602156
R Square					0,015881433
Adjusted R Square					0,005839407
Standard Error					0,88791862
Observations					100

ANOVA					
	<i>Df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	1,246851342	1,246851342	1,581497	0,21153372
Residual	98	77,26314866	0,788399476		
Total	99	78,51			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>
Intercept	1,644056347	0,106544883	15,43064572
X Variable 1	-4,58582E-07	3,64655E-07	-1,25757581

Tabel 4.14 menunjukkan analisis regresi biaya perjalanan dengan menggunakan software Microsoft Excel untuk menentukan X Variable 1 sebagai koefisien biaya perjalanan untuk pelengkap menghitung surplus konsumen.

### 3. Surplus Konsumen

**Tabel 4. 15**  
**Perhitungan Nilai Surplus Konsumen**

Surplus konsumen per individu per tahun	Rp 3.543.535
Surplus konsumen per individu per kunjungan	Rp 22.570

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan hasil perhitungan rata-rata surplus konsumen dari 100 responden dimana didapatkan hasil nilai surplus konsumen pada hasil analisis regresi dengan pendekatan biaya perjalanan sebesar Rp 3.543.535 per individu per tahun dibuktikan dengan rincian perhitungan surplus konsumen pada lampiran 5. Kemudian, untuk mengetahui rata-rata surplus konsumen dalam jumlah kunjungan 100 responden yakni sebanyak 157 kali kunjungan, maka dihasilkan surplus konsumen dalam 157 kunjungan sebesar Rp 22.570 per individu per kunjungan.

### 4. Nilai Total Ekonomi

Nilai total ekonomi diperoleh dengan mengkalikan rata-rata surplus konsumen yang telah ditentukan dengan frekuensi kunjungan wisata pada tahun 2023 sebesar 63.598 wisatawan per tahun. Untuk memperoleh nilai total ekonomi, maka dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai Total Ekonomi} &= \text{Surplus konsumen} \times \text{Frekuensi kunjungan wisata} \\
 &= \text{Rp } 3.543.535 \times 63.598 \\
 &= \text{Rp } 225.361.732.876 \text{ /tahun}
 \end{aligned}$$

Sehingga, dapat diketahui bahwa nilai total ekonomi dari Objek Wisata Alam Curug Bayan sebesar Rp 225.361.732.876 /tahun. Kemudian, perhitungan nilai ekonomi Objek Wisata Alam Curug Bayan dapat di simpulkan dengan rincian yang tertera pada Tabel 4.16.

**Tabel 4. 16**  
**Nilai Total Ekonomi (*Total Economic Value*)**

Nilai $\beta$	-4,58582E-07
Jumlah Pengunjung Pada Tahun 2023	63.598
Surplus Konsumen/Individu/Tahun	Rp 3.543.535
Surplus Konsumen/Individu/Kunjungan	Rp 22.570
Nilai Ekonomi	Rp 225.361.732.876
Rata-Rata Kunjungan (Per Individu)	1,57
Rata-Rata Biaya Perjalanan	Rp 161.490

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan menjadi responden dalam penelitian ini, dimana 100 wisatawan harus mengisi kuesioner yang telah dibagikan dalam bentuk *google form*. Setelah 100 responden telah menjawab maka diperoleh data yang akan direkapitulasi dan diolah menggunakan *Google Spreadsheet* dan *Software SPSS* untuk menganalisis data secara terstruktur. Berikut pembahasan mengenai penerapan indikator penelitian dengan hasil lapangan yang bersifat realitas:

##### **1. *Travel Cost Method (TCM)***

Biaya perjalanan merupakan biaya yang harus dikeluarkan seseorang atau kelompok orang yang sedang melakukan perjalanan dalam hal ini wisatawan. Menurut Kusdianti (2020), bahwa untuk mengevaluasi dampak lingkungan dari lokasi wisata, maka seseorang akan menggunakan biaya transportasi atau pengeluaran perjalanannya. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya tiket masuk, biaya konsumsi selama rekreasi, biaya akomodasi, biaya sewa, biaya souvenir dan biaya lain-lain baik parkir ataupun toilet. Total biaya perjalanan Objek Wisata Alam Curug Bayan keseluruhan sebesar Rp 16.149.000 merupakan total dari biaya pengeluaran atau biaya yang dihabiskan oleh 100 wisatawan, dimana mayoritas wisatawan menghabiskan Rp 50.000 – Rp 100.000 pada tiap kunjungannya. Hal ini selaras dengan pengamatan yang diperoleh dari data kuesioner

bahwasanya mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Alam Curug Bayan merupakan wisatawan yang memiliki jarak tempuh 11-20 km, karena berasal dari kabupaten yang sama dengan Objek Wisata Alam Curug Bayan. Oleh karena itu, banyak dari mereka yang memilih untuk pulang-pergi di bandingkan harus mengeluarkan biaya untuk sewa akomodasi atau penginapan. Menurut Becker et al (2005), jarak tempuh memiliki pengaruh kuat terhadap tingkat kunjungan perkapita dibandingkan dengan variabel sosial ekonomi lainnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, sebesar 60% menyatakan bahwa kunjungan yang sedang dilakukan merupakan kunjungan pertama dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

Nilai biaya perjalanan Objek Wisata Alam Curug Bayan terbilang tinggi dibandingkan dengan total biaya perjalanan Curug Gangsa yang dilakukan oleh Amalia Huda, dkk (2022) sebesar Rp 8.235.630. Penelitian tersebut dilaksanakan pada tahun 2022, dimana masih kurangnya daya tarik wisatawan untuk berwisata ke Curug Gangsa baik berupa wahana, fasilitas ataupun sarana dan prasarana. Dinyatakan apabila sarana dan prasarana wisata Curug Gangsa meningkat lebih baik, maka dalam kurun waktu 1 tahun akan lebih tinggi menaikkan frekuensi kunjungan wisata dibandingkan dengan sarana dan prasarana yang kurang baik. Tarif yang ditetapkan terbilang masih rendah, mulai dari penginapan hanya Rp 125.000 berbeda dengan akomodasi yang ada di Objek Wisata Alam Curug Bayan yakni mulai dari Rp 350.000 – Rp 1.500.000 dan dinyatakan bahwa mayoritas wisatawan mengetahui keberadaan Curug Gangsa melalui teman yang tinggal di sekitar curug.

Berdasarkan hasil observasi yang diperoleh dari pengamatan lapangan dan tanggapan yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden, dapat disimpulkan bahwa besarnya pengeluaran perjalanan memberikan pengaruh yang menguntungkan karena banyak faktor yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam perjalanan, seperti teori ekonomi pariwisata, yang terutama berkaitan dengan kegiatan yang terkait dengan *refreshing* atau rekreasi, eksplorasi pengalaman maupun hal-hal baru,

budaya yang beragam dan menikmati keindahan alam. Hasil penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan prinsip-prinsip yang diartikulasikan dalam teori ekonomi pariwisata. Mengingat bahwa tindakan berlibur atau bepergian sering merupakan manifestasi dari keinginan spiritual atau kepuasan kebutuhan batin, sangat penting bagi seseorang untuk mengambil bagian dalam kegiatan seperti itu setelah mengalami kelelahan dari rutinitas sehari-hari mereka, sehingga mengarah ke keadaan di mana tidak semua wisatawan memperlakukan tingkat biaya perjalanan selama ini sepadan dengan kemampuan keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa tantangan yang ditimbulkan oleh kenaikan biaya perjalanan dapat diatasi oleh keinginan besarnya seseorang untuk bepergian, terlepas dari apakah biaya yang dikeluarkan besar atau kecil, asalkan tujuan menyeluruh dari perjalanan terpenuhi. Hubungan antara pengeluaran perjalanan dan jumlah kunjungan wisata ke Objek Wisata Alam Curug Bayan dapat dijelaskan bahwa daya tarik dan keuntungan yang disajikan oleh tempat wisata tersebut sepadan dengan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan. Wisatawan yang sebelumnya baru pertama kali berkunjung akan merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk mengunjungi kembali.

## 2. Rata-rata Biaya Perjalanan

Diketahui bahwa rata-rata biaya perjalanan wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan adalah Rp 161.490 per individu per kunjungan merupakan hasil pembagian dari total biaya perjalanan keseluruhan sebesar Rp 16.149.000 dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Alokasi rata-rata biaya perjalanan terbesar terdapat pada rata-rata biaya transportasi sebesar Rp 53.200 atau 32.94% dari total biaya perjalanan. Berdasarkan pengamatan yang diperoleh dari data kuesioner mayoritas wisatawan lebih banyak mengeluarkan biaya transportasi untuk kebutuhan isi bahan bakar kendaraan yang setiap perjalanannya menghabiskan biaya minimal Rp 30.000 – Rp 40.000 dan sebagian mayoritas berada di luar provinsi yang dimana sebagai alat transportasi menuju ke Objek Wisata Alam Curug Bayan yakni menggunakan kendaraan umum seperti bus ataupun kereta.

Oleh karena itu, biaya transportasi merupakan pengeluaran biaya perjalanan yang paling banyak dikeluarkan. Nilai ini terbilang rendah dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia Huda, dkk (2022) pada valuasi ekonomi Curug Gangsa yakni terdapat pada rata-rata biaya konsumsi sebesar Rp 58.232 atau 54.06% dari total biaya perjalanan. Hal ini karena pada penelitian tersebut, mayoritas wisatawan Curug Gangsa berasal dari kabupaten yang sama dimana tidak akan mengeluarkan banyak biaya untuk biaya transportasi. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Firman Zulpikar, dkk (2017) pada valuasi ekonomi Pantai Batu Karas bahwa alokasi rata-rata biaya perjalanan terbesar terdapat pada rata-rata biaya transportasi sebesar Rp 82.648 atau 42% dari total biaya perjalanan.

Kemudian, alokasi rata-rata biaya perjalanan terendah sebesar Rp 2.300 atau 1.42% dari total biaya perjalanan terdapat pada biaya lain-lain baik biaya parkir ataupun biaya toilet. Berdasarkan pengamatan yang diperoleh dari data kuesioner maupun observasi di lapangan langsung, dibenarkan bahwa biaya parkir ataupun biaya toilet merupakan biaya terendah yang ditarifkan oleh pengelola yakni sebesar Rp 2.000 – Rp 5.000 dimana toilet hanya digunakan untuk wisatawan yang memiliki kebutuhan pribadi dan tidak semua wisatawan akan mengunjungi toilet yang tersedia di Objek Wisata Alam Curug Bayan. Begitupun dengan parkir, tidak semua wisatawan menggunakan fasilitas parkir karena ada sebagian wisatawan yang tidak membawa kendaraan pribadi melainkan dengan menggunakan kendaraan umum untuk mengunjungi Objek Wisata Alam Curug Bayan. Nilai ini terbilang tinggi dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia Huda, dkk (2022) pada valuasi ekonomi Curug Gangsa yakni terdapat pada rata-rata biaya kamar mandi sebesar Rp 1.363 atau 1.27% dari total biaya perjalanan. Hal ini karena pada penelitian tersebut, tarif yang ditetapkan oleh pengelola Curug Gangsa masih terbilang murah dibandingkan dengan objek wisata lainnya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Firman Zulpikar, dkk (2017) pada valuasi ekonomi Pantai Batu Karas bahwa alokasi rata-rata biaya perjalanan terendah terdapat pada

rata-rata biaya penginapan sebesar Rp 15.742 atau 8% dari total biaya perjalanan. Hal ini karena pada penelitian tersebut dinyatakan bahwa pada umumnya pengunjung hanya berwisata selama satu hari dan tidak menginap di Batu Karas karena keterbatasan hotel yang tersedia.

### 3. Nilai Total Ekonomi

Diketahui bahwa nilai total ekonomi sebesar Rp 225.361.732.876 /tahun merupakan hasil perkalian dari nilai surplus konsumen sebesar Rp 3.543.535 per individu per tahun dengan jumlah kunjungan pada tahun 2023 sebesar 63.598 kunjungan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan melalui literatur pustaka bahwasanya nilai total ekonomi Objek Wisata Alam Curug Bayan merupakan nilai yang cukup tinggi dikarenakan wisatawan yang menikmati keindahan sumberdaya dapat mempengaruhi tinggi rendahnya nilai ekonomi dari suatu wilayah. Hal ini berkaitan dengan tingkat kepuasan yang diperoleh wisatawan sehingga nilai ekonomi wisata dicerminkan dari seberapa besar wisatawan bersedia mengeluarkan biaya untuk memperoleh kepuasan berwisata. Nilai ini terbilang sangat tinggi dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ivani Febranadya, dkk (2022) pada valuasi ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi sebesar Rp 2.465.900.000 /tahun. Pada penelitian tersebut, dinyatakan bahwa kawasan Agrowisata Bukit Waruwangi memiliki nilai ekonomi yang relatif tinggi. Pemanfaatan kawasan tersebut perlu dipertahankan bahkan bisa lebih ditingkatkan untuk mendapatkan nilai yang lebih tinggi agar bisa menciptakan kualitas yang lebih baik lagi. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Susan Novita, dkk (2022) pada valuasi ekonomi Wisata Taman Keanekaragaman Hayati sebesar Rp 993.850.777.736 /tahun. Pada penelitian tersebut, terbilang sangat tinggi dibandingkan dengan penelitian Objek Wisata Alam Curug Bayan, hal ini dikarenakan pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati menyatakan bahwa kepuasan terhadap sarana dan prasana yang tersedia di objek wisata tersebut dapat dirasakan lebih besar dari apa yang diharapkan. Hal ini disebabkan karena banyaknya manfaat yang diperoleh dari wisata Taman Keanekaragaman Hayati tidak sebanding

dengan harga tiket sebesar Rp 10.000, maka itu menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Taman Keanekaragaman Hayati kembali. Oleh karena itu, Objek Wisata Alam Curug Bayan masih perlu pengelolaan lebih baik dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan serta peningkatan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Keberadaan Objek Wisata Alam Curug Bayan memberikan pengaruh yang sangat positif pada kemajuan ekonomi masyarakat sekitarnya. Banyak individu yang memperoleh penghasilan karena keberadaan Objek Wisata Alam Curug Bayan. Penduduk setempat mampu mendirikan warung dan tempat makan yang menawarkan beragam barang dagangan, mulai dari olahan makanan khas Banyumas hingga souvenir barang-barang antik. Hasil penelitian ini dapat berperan penting dalam pengembangan objek wisata. Peningkatan jumlah pengunjung akan meningkatkan nilai ekonomi, sehingga mempercepat dana yang dibutuhkan untuk kemajuan terhadap aspek lingkungan. Selain itu, peningkatan jumlah kunjungan pada suatu objek wisata dapat menghasilkan dampak positif dengan berkontribusi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) di suatu wilayah. Penambahan kunjungan ke Objek Wisata Alam Curug Bayan berpotensi meningkatkan PAD Banyumas, sekaligus mendorong ekonomi masyarakat sekitar. Selaras dengan teori ekonomi oleh Zaei (2013) bahwa sektor pariwisata merupakan sektor ekonomi yang dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan ekonomi suatu wilayah.

#### 4. Surplus Konsumen

Dalam upaya penelitian ini, penilaian ekonomi dihitung menggunakan Metode Biaya Perjalanan Individu (*An Individual Travel Cost Approach*) khususnya dengan menghitung nilai ekonomi tahunan yang dikaitkan per individu. Hasil analisis regresi yang berkaitan dengan hubungan antara variabel yang terkait dengan jumlah kunjungan Objek Wisata Alam Curug Bayan (Y) dan variabel bebas biaya perjalanan Objek Wisata Alam Curug Bayan (X1) yang menghasilkan model yang menggambarkan permintaan

kunjungan, selanjutnya akan digunakan untuk menghitung dan memastikan nilai surplus konsumen.

Fauzi (2004) mengemukakan bahwa surplus konsumen dapat diperoleh dengan mengambil kuadrat dari jumlah kunjungan dan dibagi dengan dua kali koefisien biaya perjalanan. Berdasarkan tabel 14 didapatkan nilai koefisien dari biaya perjalanan sebesar  $-4,58582E-07$ . Arti tanda negatif pada koefisien biaya perjalanan menyatakan bahwa hubungan yang berlawanan antara jumlah kunjungan 100 responden dengan biaya perjalanan, atau dengan kata lain bahwa semakin besar jumlah kunjungan maka akan semakin sedikit biaya perjalanan rata-rata yang dikeluarkan wisatawan. Dalam penelitian ini terdapat 100 responden yang digunakan dalam menghitung nilai surplus konsumen. Pada tabel 15 menunjukkan perhitungan nilai surplus konsumen per individu per tahun dan nilai surplus konsumen per individu per kunjungan. Hasil dari perhitungan surplus konsumen yang melibatkan 100 responden kemudian dirata-ratakan, diperoleh melalui hasil analisis regresi dengan pendekatan biaya perjalanan sebesar Rp 3.543.535 per individu per tahun dan Rp 22.570 per individu per kunjungan. Mayoritas wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan memiliki pendapatan sebesar kurang dari Rp 500.000 dengan aktivitas sebagai mahasiswa yang belum memiliki penghasilan sendiri melainkan masih dibantu oleh orang tua termasuk alokasi anggaran untuk tujuan wisata. Nilai ini menunjukkan bahwa nilai manfaat atau kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan melebihi biaya yang mereka keluarkan. Selaras dengan teori ekonomi mengenai surplus konsumen ialah selisih antara jumlah maksimum seseorang yang bersedia membayar atau mengeluarkan biaya untuk menikmati suatu barang atau jasa dengan jumlah yang benar-benar dibayar. Nilai surplus konsumen ini terbilang sangat rendah dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firman Zulpikar, dkk (2017) pada valuasi ekonomi Pantai Batu Karas sebesar Rp 311.734 per individu per kunjungan dimana pada penelitian tersebut mayoritas wisatawan memiliki pendapatan sebesar kurang dari Rp

1.000.000 dengan aktivitas sebagai mahasiswa namun tidak dipungkiri bahwa berbanding tipis dengan wisatawan yang berusia produktif dan telah memiliki pekerjaan sendiri. Hal ini dikonfirmasi bahwa pangsa pasar untuk wisata Pantai Batu Karas adalah masyarakat kelas menengah ke bawah.

Berdasarkan pengamatan dari tanggapan kuesioner yang diberikan kepada responden, dimana mereka bersuka rela mengeluarkan biaya yang cukup besar hanya untuk berlibur dan menikmati keindahan Objek Wisata Alam Curug Bayan. Salah satunya dengan menyewa akomodasi atau penginapan yang tersedia di Objek Wisata Alam Curug Bayan. Adapun rincian mengenai perhitungan surplus konsumen dapat ditemukan di lampiran 5. Dari analisis surplus konsumen, ditentukan bahwa manfaat ekonomi yang diperoleh konsumen khususnya wisatawan Objek Wisata Alam Curug Bayan secara signifikan melebihi pengeluaran rata-rata sebesar Rp 161.490 per individu per kunjungan. Dapat disimpulkan bahwa pengunjung atau wisatawan memperoleh manfaat yang lebih besar dari jasa lingkungan daripada biaya perjalanan yang dikeluarkan untuk berwisata ke Objek Wisata Alam Curug Bayan. Oleh karena itu, maka nilai total ekonomi diperoleh dengan mengalikan nilai surplus konsumen per individu per tahun yang diperoleh sebelumnya dengan jumlah kunjungan pada tahun 2023 sebesar 63.598 kunjungan.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata biaya perjalanan wisatawan ke Objek Wisata Alam Curug Bayan adalah Rp 161.490 per individu per kunjungan, dengan biaya transportasi sebagai komponen biaya terbesar (Rp 53.200 atau 32,94%) dan biaya lain-lain sebagai biaya yang terendah (Rp 2.300 atau 1,42%).
2. Surplus konsumen per individu per tahun sebesar Rp 3.543.535, sedangkan per kunjungan sebesar Rp 22.570 menunjukkan bahwa manfaat yang diperoleh wisatawan jauh melebihi biaya yang mereka keluarkan.
3. Nilai ekonomi total Objek Wisata Alam Curug Bayan berdasarkan metode *Travel Cost Method (TCM)* adalah Rp 225.361.732.876 per tahun.

### **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian, analisis data dan merumuskan kesimpulan dari hasil penelitian. Adapun saran-saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Wisata  
Pengelola diharapkan berinovasi dengan menambah wahana, unsur budaya, dan seni untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Perbaiki fasilitas dan infrastruktur, seperti akses jalan, penerangan, serta transportasi umum, perlu dilakukan secara berkala guna meningkatkan kenyamanan pengunjung.
2. Bagi Pemerintah  
Pemerintah diharapkan mendukung pengembangan fasilitas wisata, termasuk pusat perbelanjaan oleh-oleh untuk meningkatkan ekonomi lokal. Selain itu, promosi wisata melalui media sosial perlu diperluas agar Curug Bayan lebih dikenal wisatawan luar kota maupun luar provinsi.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian mendatang disarankan untuk menggunakan metode lain, seperti *Willingness to Pay (WTP)* atau menggabungkannya dengan *Travel Cost Method (TCM)* agar analisis lebih komprehensif. Penambahan beberapa variabel dan beberapa analisis perlu di sinkronkan agar menjadi literatur yang sempurna. Kemudian, jumlah sampel serta peninjauan dari segi zona wilayah juga diperlukan untuk memperoleh hasil yang lebih representatif.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Huda, A., & Rosanti, N. (2022). Valuasi Ekonomi Pada Wisata Alam Curug Gangsa di Kecamatan Kasui, Kabupaten Way Kanan dengan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(3), 1259. <https://doi.org/10.25157/jimag.v9i3.8394>
- Ajoi, E., Parinusa, S., & Bauw, S. A. (2022). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pulau Mansinam Kabupaten Manokwari dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost Method). *Lensa Ekonomi*, 15(02), 216. <https://doi.org/10.30862/lensa.v15i02.194>
- Alonso-Almeida, M. del M. et al. (2018) 'Sustainability in small tourist business: The link between initiatives and performance', *Current Issues in Tourism*, 21(1), pp. 1-20. doi: 10.1080/13683500.2015.1066764.
- Batubara, I. K., E. Yulinda and T. Warningsih. 2020. "Economic Valuation of Tourism Pasumpahan Island West Sumatera with Travel Cost Method." *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 430 (1).
- Becker, N., Inbar, M., Bahat, O., Choresh, Y., BenNoon, G., & Yaffe, O. (2005). Estimating the Economic Value of Viewing Griffon Vultures *Gyps fulvus*: a Travel Cost Model Study at Gamla Nature Reserve, Israel. *Oryx*, 39 (4), 429-434.
- Ceballos-Lascurain, Hector. 1991. "Tourism, Ecotourism and Protected Areas." *Parks* 2 (3): 31-35.
- Dinas Kepemudaan, O. d. (2022). *Statistik Pariwisata Jawa Tengah dalam Angka Tahun 2022*. Retrieved from Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah: <https://disporapar.jatengprov.go.id/content/ppid/438/STATISTIK>
- Djijono. (2002). *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Method Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Provinsi Lampung*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Effendi, A., Bakri, S., & Rusita. (2015). Nilai Ekonomi Jasa Wisata Pulau Tangkil Provinsi Lampung dengan Pendekatan Biaya Perjalanan. *Jurnal Sylva Lestari*, 3(3), 71-84.
- Ermayanti, F. (2012). *Valuasi Ekonomi Objek Wisata Ndayu Park Dengan Metod Biaya Perjalanan dan Metode Valuasi Kontingensi*. Skripsi.
- Fahmi Thohiri, d. (2023, Maret). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata di Danau Teloko Kayuagung. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, Vol. 3, No. 1, 130-136.

- Fauzi, A. (2014). *Valuasi Ekonomi dan Penilaian Kerusakan Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT Penerbit IPB Press. Bogor.
- Fauzi, A. (2016). *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Febranadya, I., Pancawati, J., & Krisdianto, N. (2022). Valuasi Nilai Ekonomi Agrowisata Bukit Waruwangi Menggunakan Metode Biaya Perjalanan: Economic Valuation of Bukit Waruwangi Agrotourism Using the Travel Cost Method. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(2), 89–101. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.2.89-101>
- Hall, C. M. and Williams, A. M. (2019) *Tourism and Innovation*, Tourism and Innovation. Routledge. doi : 10.4324/9781315162836.
- Hasibuan, B. (2014). Valuasi Ekonomi Lingkungan Nilai Gunaan Langsung dan Tidak Langsung Komoditas Ekonomi. *Jurnal Signifikan* 3(2), 115.
- Hilyatin, D. L. (2019). Preferensi Permodalan Pedagang Pasar Wage Purwokerto, Penguatan Destinasi Keuangan Dan Perbankan Syariah Vis A Vis Rentenir Di Pasar Tradisional. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 215-235. <https://doi.org/10.24090/Ej.V7i2.3453>
- Kusdianti, E. M. (2020). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Watu Pecak di Kabupaten Lumajang Dengan Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost). *Skripsi*, 14.
- Mahmudi, H., Manan, A., Putra, T. H., & Rahman. (2023). Valuasi Ekonomi Kawasan Wisata Air Terjun Benang Stokel dan Benang Kelambu Dusun Pemotoh Desa Aik Berig Batukliang Lombok Tengah. *Journal of Economics and Business*, 9(1), 69–96. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v9i1.131>
- Mufidah, d. (2019). Valuasi Ekonomi Dengan Pendekatan Biaya Perjalanan Individual dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata di Bukit Sikunir Dieng Kabupaten Wonosobo. *Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo*, 61.
- Mutia, L., Muslih, A. M., & Basri, H. (2023). Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam di Air Terjun Suhom Desa Tunong Krueng Kala, Kecamatan Lhoong, Kabupaten Aceh Besar dengan Metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 8(1), 507–513. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v8i1.22815>
- Nguyen, T. Q. T. et al. (2019) 'Conceptualising networks in sustainable tourism development', *Tourism Management Perspectives*. Elsevier B. V. doi: 10.1016/j.tmp.2019.100575.

- Novita, S., Abidin, Z., & Kasymir, E. (2022). Valuasi Ekonomi Dengan Metode Travel Cost Pada Wisata Taman Keanekaragaman Hayati Kabupaten Mesuji. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(2), 217-224.
- Pratama, A. G., & Hanafi, F. (2021). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Curug Bayan dalam Meningkatkan Perekonomian Desa Ketenger Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas*.
- R Hadi, Y Shafrani, D Hilyatin, S Riyadi, B Basrowi. *International Journal of Data and Network Science* 8(1), 597-608, 2024.
- Safitri, F. K. (2023). Mekanisme Penerapan Wisata Halal Dalam Menunjang Operasional Kerja di Wyndham Sundancer Resort Lombok. *Hotelier Journal*, Vol. 9, No. 1, 43.
- Sochimin, S. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pariwisata. *el-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 255-278.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono (2022). *M Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- UNWTO (2008) Glossary of tourism terms. Available at: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (Accessed: 5 January 2021).
- Utomo, Fikri Nugroho, Dika Supyandi, Nur Syamsiyah and Ernah. 2020. "Economic Value of Bandung Orchid Forest, West Java." *Sustinere: Journal of Environment and Sustainability* 4 (2): 79-93.
- Vincent G. Citra, d. (2023, Maret). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Produk Domestik Regional Bruto di Sulawesi Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23, No. 3, 111.
- Warsito, C. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*. <https://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/12521>
- Wibowo, Muhammad Teguh, Zainal Abidin and Lina Marlina. 2021. "Economic Valuation With Travel Cost Method (TCM) Slanik Waterpark South Lampung District." *Journal of Community Based Environmental Engineering and Management* 5 (1): 1-8.

- Wildan, N. M. K. (2024). Analisis Peran Bank Syariah Melalui Pelayanan Qris Dalam Pengembangan Pariwisata Halal. *JOMI: Jurnal Organisasi dan Manajemen Indonesia*, 3(1), 1-10.
- Y Shafrani, R Hadi, A Isna, A Amaludin, B Basrowi. *Uncertain Supply Chain Management* 12(2), 1053-1064, 2024.
- Zaei, M. (2013). The Impact of Tourism Industry on Host Community. *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 12-21.
- Zulpikar, F., Prasetyo, D. E., Shelvatis, T. V., Komara, K. K., & Pramudawardhani, M. 2017. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pengandaran. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 1(1), 53-63.
- Zulpikar, F., Tambunan, L.A, Utami, S.R., dan Kiyat, W.El. (2018). Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method (Case Study: Untung Jawa Island, Indonesia). *Journal Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island*, 1(14): 28-35.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### PEDOMAN WAWANCARA

- A. Wawancara dengan Direktur Utama Pengelola Objek Wisata Alam Curug Bayan
1. Bagaimana letak geografis Objek Wisata Alam Curug Bayan?
  2. Bagaimana sejarah pengelolaan Objek Wisata Alam Curug Bayan?
  3. Bagaimana struktur organisasi pengelola Objek Wisata Alam Curug Bayan?
  4. Apa saja fasilitas dan sarana prasana yang ada di Objek Wisata Alam Curug Bayan?
  5. Bagaimana Objek Wisata Alam Curug Bayan dapat mempertahankan eksistensinya dari tahun ke tahun?
- B. Wawancara dengan Staff Ticketing Objek Wisata Alam Curug Bayan
1. Bagaimana jam operasional dan harga tiket masuk dan sarana prasana di Objek Wisata Alam Curug Bayan?
  2. Wahana apa saja yang ada di Objek Wisata Alam Curug Bayan?
  3. Hal apa yang menjadi pengunjung tertarik untuk bisa datang kembali ke Objek Wisata Alam Curug Bayan?



Bersama Staff Ticketing Objek Wisata Alam Curug Bayan



Bersama Direktur Utama Objek Wisata Alam Curug Bayan

### OBSERVASI



Loket



Gazebo



Pendopo



Wahana Kelen Nang Kalen





Mushola



Toilet



Area Bermain Air



Curug Bayan



Area Jagongan



Warung dan Tempat Makan (Atas)



*Bayan Village*



Kamar Ganti dan Toilet Bawah



Warung dan Tempat Makan (Bawah)



Lahan Parkir



Lampiran 3

**KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI**  
**VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA ALAM CURUG BAYAN**  
**DENGAN PENDEKATAN BIAYA PERJALANAN (*TRAVEL COST***  
***METHOD*) DI KABUPATEN BANYUMAS JAWA TENGAH**

---

Kepada Yth. Responden

Di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, berkenaan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Bayan dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost Method) di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah, Saya:

Nama : Dewi Fatimah  
 NIM : 214110201287  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Memohon kesediaan Pengunjung Objek Wisata Alam Curug Bayan untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan. Penelitian ini tidak menimbulkan akibat yang merugikan bagi responden, semua informasi akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kesediaan dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat saya,



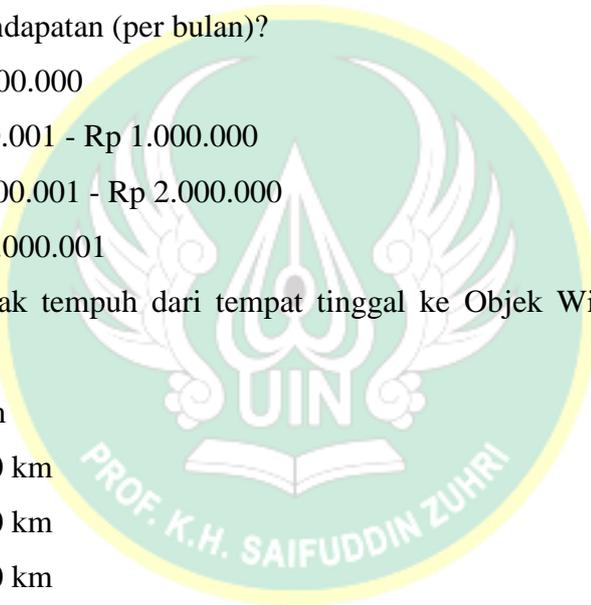
Dewi Fatimah

## KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

### A. Profil Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Perempuan
  - b. Laki-laki
3. Usia :
4. Pekerjaan :
5. Alamat :

### B. Informasi Umum

1. Berapa pendapatan (per bulan)?
    - a. < Rp 500.000
    - b. Rp 500.001 - Rp 1.000.000
    - c. Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
    - d. > Rp 2.000.001
  2. Berapa jarak tempuh dari tempat tinggal ke Objek Wisata Alam Curug Bayan?
    - a. <10 km
    - b. 11 – 20 km
    - c. 21 – 30 km
    - d. 31 – 40 km
    - e. >41 km
  3. Berapa jumlah kunjungan ke Objek Wisata Alam Curug Bayan?
    - a. 1 kali
    - b. 2 kali
    - c. 3 kali
    - d. 4 kali
    - e. >4 kali
  4. Bagaimana akses jalan ke Objek Wisata Alam Curug Bayan?
    - a. Sangat Baik
    - b. Baik
- 

- c. Biasa
  - d. Kurang Baik
  - e. Sangat Kurang Baik
5. Bagaimana keindahan alam pada Objek Wisata Alam Curug Bayan?
    - a. Sangat Indah
    - b. Indah
    - c. Biasa
    - d. Kurang Indah
    - e. Sangat Kurang Indah
  6. Bagaimana penambahan fasilitas pada Objek Wisata Alam Curug Bayan?
    - a. Sangat Perlu
    - b. Perlu
    - c. Tidak Perlu
  7. Informasi mengenai Objek Wisata Alam Curug Bayan diperoleh melalui?
    - a. Media Sosial
    - b. Media Elektronik
    - c. Media Cetak
    - d. Teman
    - e. Lainnya
  8. Bagaimana harapan, kritik dan saran untuk kemajuan Objek Wisata Alam Curug Bayan :
  9. Apa alat transportasi yang digunakan untuk berwisata ke Objek Wisata Alam Curug Bayan :

**C. *Travel Cost Method (TCM)***

1. Berapa biaya transportasi pulang-pergi yang di keluarkan? (Rp)
2. Berapa biaya tiket masuk yang di keluarkan? (Rp)
3. Berapa biaya konsumsi selama rekreasi yang di keluarkan? (Rp)
4. Berapa biaya akomodasi/ penginapan yang di keluarkan? (Rp)
5. Berapa biaya sewa fasilitas/ wahana yang di keluarkan? (Rp)
6. Berapa biaya souvenir yang di keluarkan? (Rp)
7. Berapa biaya lain-lain (parkir/toilet) yang di keluarkan? (Rp)

## Lampiran 4

## TABULASI DATA

No	Biaya Transpor tasi	Biaya Tiket Masuk	Biaya Konsumsi Selama Rekreasi	Biaya Akomodasi	Biaya Sewa	Biaya Souvenir	Biaya Lain-lain (Parkir/Toilet)	=	Biaya Perjalanan
1	15.000	5.000	20.000	0	0	0	2.000		42.000
2	150.000	5.000	20.000	0	0	0	2.000		177.000
3	50.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000		97.000
4	20.000	5.000	20.000	0	0	0	2.000		47.000
5	15.000	5.000	5.000	0	10.000	20.000	2.000		57.000
6	40.000	5.000	25.000	0	0	0	2.000		72.000
7	30.000	5.000	25.000	0	10.000	0	2.000		72.000
8	15.000	15.000	35.000	0	0	0	2.000		67.000
9	50.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000		117.000
10	10.000	15.000	0	0	0	0	2.000		27.000
11	40.000	5.000	15.000	0	0	0	2.000		62.000
12	10.000	15.000	13.000	0	0	0	2.000		40.000
13	20.000	15.000	25.000	0	0	0	2.000		62.000
14	30.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000		97.000
15	110.000	15.000	50.000	0	10.000	20.000	2.000		207.000
16	10.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000		57.000
17	20.000	15.000	0	0	0	0	2.000		37.000
18	10.000	15.000	50.000	0	10.000	0	2.000		87.000
19	30.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000		77.000
20	50.000	15.000	100.000	350.000	20.000	20.000	2.000		557.000
21	200.000	15.000	100.000	0	0	10.000	5.000		330.000
22	20.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000		87.000
23	30.000	5.000	0	0	0	0	2.000		37.000
24	25.000	15.000	20.000	0	0	0	2.000		62.000
25	30.000	5.000	50.000	0	0	0	2.000		87.000
26	20.000	15.000	100.000	0	0	0	2.000		137.000
27	100.000	5.000	100.000	0	20.000	0	2.000		227.000
28	30.000	5.000	20.000	0	0	0	2.000		57.000
29	10.000	15.000	20.000	350.000	30.000	0	2.000		427.000
30	25.000	15.000	15.000	0	0	0	2.000		57.000
31	20.000	15.000	50.000	0	0	0	5.000		90.000
32	100.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000		167.000
33	30.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000		97.000
34	15.000	15.000	10.000	0	0	0	2.000		42.000
35	20.000	15.000	100.000	0	0	0	2.000		137.000
36	20.000	15.000	20.000	0	10.000	0	2.000		67.000
37	30.000	5.000	0	350.000	0	0	5.000		390.000
38	20.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000		67.000
39	10.000	15.000	65.000	0	0	0	2.000		92.000
40	15.000	15.000	10.000	0	0	0	2.000		42.000
41	30.000	5.000	50.000	350.000	30.000	50.000	2.000		517.000
42	20.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000		87.000
43	30.000	15.000	10.000	0	0	0	2.000		57.000

44	40.000	5.000	15.000	0	0	80.000	2.000	142.000
45	30.000	5.000	30.000	0	0	0	2.000	67.000
46	20.000	15.000	10.000	0	0	0	2.000	47.000
47	100.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000	167.000
48	20.000	15.000	15.000	0	0	0	2.000	52.000
49	15.000	15.000	20.000	500.000	20.000	50.000	2.000	622.000
50	40.000	15.000	56.000	0	0	0	2.000	113.000
51	20.000	15.000	25.000	0	0	0	5.000	65.000
52	50.000	15.000	50.000	0	30.000	0	2.000	147.000
53	30.000	5.000	50.000	0	0	0	2.000	87.000
54	30.000	15.000	60.000	0	0	0	5.000	110.000
55	20.000	5.000	0	0	0	0	2.000	27.000
56	20.000	15.000	0	0	0	0	2.000	37.000
57	20.000	15.000	20.000	0	0	0	5.000	60.000
58	30.000	15.000	0	0	0	0	2.000	47.000
59	15.000	15.000	15.000	0	0	0	2.000	47.000
60	10.000	15.000	30.000	0	10.000	0	2.000	67.000
61	100.000	15.000	50.000	0	20.000	0	2.000	187.000
62	30.000	15.000	20.000	0	0	0	2.000	67.000
63	30.000	15.000	20.000	0	0	0	2.000	67.000
64	15.000	15.000	50.000	0	20.000	0	2.000	102.000
65	25.000	15.000	40.000	0	0	0	2.000	82.000
66	20.000	15.000	30.000	0	0	0	5.000	70.000
67	30.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000	77.000
68	30.000	15.000	20.000	0	0	0	2.000	67.000
69	70.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000	117.000
70	20.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000	87.000
71	25.000	15.000	20.000	0	10.000	0	2.000	72.000
72	20.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000	67.000
73	15.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000	62.000
74	100.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000	167.000
75	10.000	15.000	20.000	0	10.000	0	2.000	57.000
76	30.000	15.000	35.000	0	0	0	2.000	82.000
77	15.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000	62.000
78	10.000	15.000	20.000	0	0	0	2.000	47.000
79	20.000	15.000	30.000	0	0	0	2.000	67.000
80	50.000	15.000	20.000	500.000	10.000	10.000	2.000	607.000
81	20.000	15.000	25.000	0	0	0	2.000	62.000
82	35.000	15.000	50.000	350.000	30.000	20.000	2.000	502.000
83	100.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000	167.000
84	50.000	15.000	50.000	0	0	0	2.000	117.000
85	20.000	15.000	50.000	0	10.000	10.000	2.000	107.000
86	40.000	5.000	10.000	0	0	0	2.000	57.000
87	30.000	5.000	100.000	0	0	0	2.000	137.000
88	20.000	15.000	50.000	350.000	10.000	10.000	2.000	457.000
89	20.000	15.000	35.000	0	0	0	2.000	72.000
90	20.000	15.000	35.000	0	0	0	2.000	72.000
91	30.000	15.000	20.000	0	0	0	2.000	67.000
92	30.000	15.000	35.000	0	0	0	2.000	82.000
93	1.000.000	15.000	50.000	350.000	20.000	50.000	2.000	1.487.000
94	25.000	15.000	50.000	350.000	0	0	5.000	445.000
95	50.000	5.000	50.000	350.000	10.000	30.000	5.000	500.000
96	20.000	5.000	20.000	0	0	0	2.000	47.000

97	1.000.000	5.000	100.000	500.000	20.000	10.000	5.000	1.640.000
98	20.000	15.000	25.000	0	10.000	30.000	2.000	102.000
99	25.000	15.000	50.000	350.000	0	0	2.000	442.000
100	15.000	15.000	20.000	0	0	0	2.000	52.000
<b>TOTAL</b>								
	5.320.000	1.280.000	3.509.000	5.000.000	390.000	420.000	230.000	16.149.000
<b>RATA-RATA</b>								
	53.200	12.800	35.090	50.000	3.900	4.200	2.300	161.490



Lampiran 5

**SURPLUS KONSUMEN**

Responden	Jumlah Kunjungan	Biaya Perjalanan (Rp)	Usia	Pendapatan	Jarak (km)	SK
1	1	42.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
2	1	177.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
3	3	97.000	22	500.001 - 1.000.000	>41 km	Rp 9.812.866
4	2	47.000	21	<500.000	21 - 30 km	Rp 4.361.274
5	3	57.000	21	<500.000	31 - 40 km	Rp 9.812.866
6	1	72.000	21	<500.000	21 - 30 km	Rp 1.090.318
7	2	72.000	20	<500.000	<10 km	Rp 4.361.274
8	2	67.000	21	500.001 - 1.000.000	<10 km	Rp 4.361.274
9	3	117.000	20	<500.000	21 - 30 km	Rp 9.812.866
10	1	27.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
11	1	62.000	20	<500.000	31 - 40 km	Rp 1.090.318
12	3	40.000	23	<500.000	<10 km	Rp 9.812.866
13	2	62.000	20	<500.000	11 - 20 km	Rp 4.361.274
14	2	97.000	23	>2.000.001	>41 km	Rp 4.361.274
15	1	207.000	22	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
16	1	57.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
17	1	37.000	20	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
18	1	87.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
19	2	77.000	23	>2.000.001	<10 km	Rp 4.361.274
20	1	557.000	21	<500.000	<10 km	Rp 1.090.318
21	1	330.000	18	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
22	2	87.000	23	1.000.001 - 2.000.000	<10 km	Rp 4.361.274
23	1	37.000	20	<500.000	<10 km	Rp 1.090.318
24	1	62.000	21	500.001 - 1.000.000	>41 km	Rp 1.090.318
25	1	87.000	21	500.001 - 1.000.000	<10 km	Rp 1.090.318
26	1	137.000	20	500.001 - 1.000.000	21 - 30 km	Rp 1.090.318
27	3	227.000	25	<500.000	>41 km	Rp 9.812.866
28	1	57.000	21	<500.000	>41 km	Rp 1.090.318
29	1	427.000	22	>2.000.001	<10 km	Rp 1.090.318
30	2	57.000	24	500.001 - 1.000.000	31 - 40 km	Rp 4.361.274
31	2	90.000	21	<500.000	>41 km	Rp 4.361.274
32	1	167.000	22	<500.000	<10 km	Rp 1.090.318
33	1	97.000	23	500.001 - 1.000.000	>41 km	Rp 1.090.318
34	1	42.000	22	<500.000	>41 km	Rp 1.090.318
35	1	137.000	22	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
36	1	67.000	20	500.001 - 1.000.000	21 - 30 km	Rp 1.090.318
37	1	390.000	18	500.001 - 1.000.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
38	2	67.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 4.361.274
39	1	92.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
40	2	42.000	21	500.001 - 1.000.000	21 - 30 km	Rp 4.361.274
41	1	517.000	21	<500.000	<10 km	Rp 1.090.318
42	1	87.000	21	1.000.001 - 2.000.000	21 - 30 km	Rp 1.090.318
43	4	57.000	21	<500.000	31 - 40 km	Rp 17.445.095
44	2	142.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 4.361.274
45	1	67.000	21	<500.000	>41 km	Rp 1.090.318
46	1	47.000	20	500.001 - 1.000.000	>41 km	Rp 1.090.318
47	1	167.000	21	500.001 - 1.000.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318

48	2	52.000	22	<500.000	<10 km	Rp 4.361.274
49	1	622.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
50	1	113.000	21	<500.000	>41 km	Rp 1.090.318
51	1	65.000	25	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
52	1	147.000	20	500.001 - 1.000.000	21 - 30 km	Rp 1.090.318
53	2	87.000	21	<500.000	>41 km	Rp 4.361.274
54	1	110.000	22	500.001 - 1.000.000	>41 km	Rp 1.090.318
55	5	27.000	22	<500.000	11 - 20 km	Rp 27.257.961
56	3	37.000	21	500.001 - 1.000.000	<10 km	Rp 9.812.866
57	2	60.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 4.361.274
58	1	47.000	22	<500.000	31 - 40 km	Rp 1.090.318
59	2	47.000	22	500.001 - 1.000.000	21 - 30 km	Rp 4.361.274
60	3	67.000	22	500.001 - 1.000.000	<10 km	Rp 9.812.866
61	1	187.000	23	>2.000.001	31 - 40 km	Rp 1.090.318
62	1	67.000	19	<500.000	<10 km	Rp 1.090.318
63	2	67.000	22	<500.000	11 - 20 km	Rp 4.361.274
64	1	102.000	21	500.001 - 1.000.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
65	1	82.000	21	500.001 - 1.000.000	31 - 40 km	Rp 1.090.318
66	5	70.000	22	<500.000	11 - 20 km	Rp 27.257.961
67	1	77.000	22	1.000.001 - 2.000.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
68	2	67.000	21	<500.000	21 - 30 km	Rp 4.361.274
69	1	117.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
70	2	87.000	22	1.000.001 - 2.000.000	11 - 20 km	Rp 4.361.274
71	2	72.000	21	1.000.001 - 2.000.000	21 - 30 km	Rp 4.361.274
72	1	67.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
73	1	62.000	22	<500.000	<10 km	Rp 1.090.318
74	2	167.000	21	1.000.001 - 2.000.000	21 - 30 km	Rp 4.361.274
75	1	57.000	22	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
76	1	82.000	22	500.001 - 1.000.000	>41 km	Rp 1.090.318
77	1	62.000	21	500.001 - 1.000.000	<10 km	Rp 1.090.318
78	1	47.000	22	<500.000	<10 km	Rp 1.090.318
79	1	67.000	20	1.000.001 - 2.000.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
80	2	607.000	24	<500.000	<10 km	Rp 4.361.274
81	1	62.000	21	<500.000	>41 km	Rp 1.090.318
82	3	502.000	19	500.001 - 1.000.000	31 - 40 km	Rp 9.812.866
83	1	167.000	20	1.000.001 - 2.000.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
84	1	117.000	21	500.001 - 1.000.000	>41 km	Rp 1.090.318
85	1	107.000	22	1.000.001 - 2.000.000	21 - 30 km	Rp 1.090.318
86	1	57.000	20	>2.000.001	11 - 20 km	Rp 1.090.318
87	2	137.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 4.361.274
88	2	457.000	21	500.001 - 1.000.000	11 - 20 km	Rp 4.361.274
89	1	72.000	20	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
90	4	72.000	21	<500.000	21 - 30 km	Rp 17.445.095
91	1	67.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
92	3	82.000	21	<500.000	11 - 20 km	Rp 9.812.866
93	1	1.487.000	26	>2.000.001	>41 km	Rp 1.090.318
94	2	445.000	22	1.000.001 - 2.000.000	>41 km	Rp 4.361.274
95	1	500.000	22	500.001 - 1.000.000	>41 km	Rp 1.090.318
96	1	47.000	20	1.000.001 - 2.000.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
97	1	1.640.000	22	1.000.001 - 2.000.000	>41 km	Rp 1.090.318
98	1	102.000	20	<500.000	11 - 20 km	Rp 1.090.318
99	1	442.000	35	<500.000	31 - 40 km	Rp 1.090.318
100	1	52.000	20	<500.000	<10 km	Rp 1.090.318

TOTAL					
	157	16.149.000			Rp 3.543.535



## Lampiran 6



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 2060/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/11/2024 19 November 2024  
 Lampiran : -  
 Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu Pimpinan Objek Wisata Alam Curug Bayan  
 Di  
 Ds. Ketenger, Kec. Baturaden, Kab. Banyumas - Jawa Tengah

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul **VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA ALAM CURUG BAYAN DENGAN PENDEKATAN BIAYA PERJALANAN (TRAVEL COST METHOD) DI KABUPATEN BANYUMAS JAWA TENGAH.**

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Observasi Pendahuluan kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : Dewi Fatimah  
 NIM : 214110201287  
 Prodi / Semester : S-1 Ekonomi Syariah / VII

Adapun Observasi Pendahuluan tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : Valuasi Ekonomi Dengan Pendekatan Travel Cost Method  
 Tempat Penelitian : Objek Wisata Alam Curug Bayan  
 Waktu Penelitian : 6 April 2024 s/d 15 Oktober 2024  
 Metode Penelitian : Observasi dan Wawancara

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wa'alaikumsalam Wr. Wb.*



a.n. Dekan,  
 Wakil Dekan I,

*[Signature]*  
 Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

Lampiran 7

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN RISET**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan dibawah ini, Direktur Utama Objek Wisata Alam Curug Bayan menerangkan bahwa :

Nama : Dewi Fatimah  
NIM : 214110201287  
Jenjang : S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah benar-benar melakukan penelitian pada tanggal 20 November 2024 - 31 Desember 2024 dengan judul :

**Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Bayan Dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Banyumas, 07 Desember 2024

Mengetahui,

Direktur Utama Curug Bayan



Lampiran 8



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 2066/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/11/2024 19 November 2024  
 Lampiran : -  
 Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu Pimpinan Objek Wisata Alam Curug Bayan  
 Di  
 Ds. Ketenger Kec. Baturaden Kab. Banyumas - Jawa Tengah

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul **VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA ALAM CURUG BAYAN DENGAN PENDEKATAN BIAYA PERJALANAN (TRAVEL COST METHOD) DI KABUPATEN BANYUMAS JAWA TENGAH.**

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : Dewi Fatimah  
 NIM : 214110201287  
 Prodi / Semester : S-1 Ekonomi Syariah / VII

Adapun Riset Individual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : Valuasi Ekonomi  
 Tempat Penelitian : Objek Wisata Alam Curug Bayan  
 Waktu Penelitian : 20 November 2024 s/d 31 Desember 2024  
 Metode Penelitian : Wawancara dan Kuantitatif Deskriptif

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wa'alaikumsalam Wr. Wb.*



a.n. Dekan,  
 Wakil Dekan I,

*[Signature]*  
 Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Dewi Fatimah
2. NIM : 214110201287
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 04 September 2002
4. Alamat Rumah : Ds. Jatimulya Rt. 002/003 Kec. Kosambi Kab.  
Tangerang, Banten
5. Nama Orang Tua
  - Nama Ayah : Tugino
  - Nama Ibu : Kusniah

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD : SDN Cengklong 2
  - b. SMP : SMPN 1 Kosambi
  - c. SMA : MAS Fathurrobbaniy Cisoka Tangerang
  - d. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Pondok Pesantren : YPI Pondok Pesantren Fathurrobbaniy Cisoka

### C. Pengalaman Organisasi

1. Divisi Pengajaran OSAFA (Organisasi Santri Aktif Fathurrobbaniy Cisoka) Periode 2019/2020
2. Bendahara Umum II GenBI Purwokerto Periode 2023/2024
3. Wakil Kepala Departemen *Public Relation* KSEI FEBI UIN SAIZU Periode 2024/2025
4. Bendahara Umum I GenBI Purwokerto Periode 2024/2025

Purwokerto, 15 Januari 2025



**Dewi Fatimah**  
NIM. 214110201287