

**ANALISIS NILAI EKONOMI OBYEK WISATA ALAM KARANG SEWU
DI KAWASAN TAMAN NASIONAL BALI BARAT,
KABUPATEN JEMBRANA, BALI BARAT**

***ANALYSIS OF THE ECONOMIC VALUE OF KARANG SEWU NATURAL
TOURISM OBJECT IN THE WEST BALI NATIONAL PARK AREA,
JEMBRANA REGENCY, WEST BALI***

Nadhira Juniati Semarang¹, Troice Elsy Siahaya^{2*}, Mersiana Sahureka³

^{1,2,3} Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura, Ambon
Jalan. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka – Ambon, 97233

^{*)}Email Korespondensi: troicesiahaya@gmail.com

ABSTRAK

Peningkatan minat masyarakat terhadap wisata berbasis alam mendorong pentingnya pemahaman yang lebih mendalam mengenai nilai ekonomi dari destinasi wisata, khususnya yang berada di kawasan konservasi. Salah satu tantangan utama dalam pengelolaan wisata alam adalah menjaga keseimbangan antara pelestarian sumber daya alam dan pemanfaatan ekonominya untuk kesejahteraan masyarakat sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk 1). Mengetahui karakteristik Pengunjung dalam kunjungan ke Objek Wisata Alam Karang Sewu, 2). Menghitung dan mengevaluasi nilai ekonomi Obyek Wisata Alam Karang Sewu melalui penerapan *Travel Cost Method* (TCM). Hasil penelitian menunjukkan Karakteristik pengunjung mempengaruhi intensitas maupun motivasi pengunjung dalam melakukan wisata ke Objek Wisata Karang Sewu di antaranya jenis kelamin, usia, jarak tempat tinggal, tingkat pendidikan, tingkat pekerjaan, tingkat pendapatan, sumber informasi, tujuan wisata, cara melakukan kunjungan, kendaraan yang digunakan, waktu tempuh, intensitas kunjungan dan biaya perjalanan. bahwa rata-rata biaya perjalanan per orang per kunjungan adalah Rp285.525. Berdasarkan rata-rata jumlah kunjungan sebanyak 80 orang per bulan, diperoleh estimasi nilai ekonomi sebesar Rp22.842.000 per bulan atau sekitar Rp274.104.000 per tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa Karang Sewu merupakan destinasi wisata yang terjangkau dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Hasil kajian ini diharapkan menjadi acuan dalam merancang strategi pengelolaan wisata berbasis konservasi yang berkelanjutan dan inklusif, serta mendorong keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi wisata.

Kata Kunci: Nilai Ekonomi, Obyek Wisata, Biaya Perjalanan, Taman Nasional Bali Barat.

ABSTRACT

The increasing public interest in nature-based tourism encourages the importance of a deeper understanding of the economic value of tourist destinations, especially those located in conservation areas. One of the main challenges in managing nature tourism is maintaining a balance between the preservation of natural resources and their economic use for the welfare of the surrounding community. This study aims 1) To know the characteristics of visitors in visiting the Karang Sewu Natural Tourism Object, 2). To analyse the economic value of the Karang Sewu Nature Tourism Object located in the West Bali National Park area, Jembrana Regency, through the Travel Cost Method (TCM) approach.. The results of the study show that visitor characteristics influence the intensity and motivation of visitors in visiting Karang Sewu Tourism Object, including gender, age, distance from residence, education level, employment level, income level, source of information, tourist destination, method of visiting, vehicle used, travel time, intensity of visits and travel costs. The average travel cost per person per visit was IDR 285,525. Based on an average number of visits of 80 people per month, an estimated economic value of IDR 22,842,000 per month or around IDR 274,104,000 per year was obtained. These findings indicate that Karang Sewu is an affordable tourist destination and contributes significantly to the local economy. The results of this study are expected to be a reference in designing sustainable and inclusive conservation-based tourism management strategies, as well as encouraging local community involvement in managing tourist destinations.

Keywords: Economic Value, Tourist Attraction, Travel Cost, West Bali National Park.

PENDAHULUAN

Bentuk pemanfaatan jasa lingkungan hutan yang semakin berkembang adalah pariwisata alam, yang tidak hanya memberikan pengalaman rekreasi dan relaksasi yang bernilai, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar kawasan hutan. Pariwisata alam berbasis hutan memanfaatkan kekayaan lanskap alami, keanekaragaman hayati, serta fungsi ekologis hutan sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Pendekatan ini menciptakan sinergi antara konservasi dan pemanfaatan, dengan tetap memperhatikan keberlanjutan lingkungan. (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2023), manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan ekosistem tetap terjaga, pengembangan jasa lingkungan hutan, termasuk pariwisata alam, memerlukan dukungan melalui upaya perlindungan dan pengamanan hutan.

Taman Nasional Bali Barat (TNBB) ialah daerah perlindungan yang mempunyai potensi pariwisata alam yang sangat kaya, mulai berasal ekosistem hutan hujan tropis, savana, terumbu karang, hingga hutan mangrove. Keanekaragaman ekosistem tersebut memberikan nilai strategis pada pengembangan wisata alam yang berbasis konservasi (Irwanto et al., 2020).

Wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di kawasan Taman Nasional Bali Barat adalah Pantai Karang Sewu yang terletak di Teluk Gilimanuk. Objek wisata ini tidak hanya memberikan manfaat ekologis, seperti perlindungan terhadap ekosistem pantai dan hutan mangrove, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan melalui pengembangan sektor pariwisata berbasis masyarakat. Pantai Karang Sewu menawarkan kombinasi estetika lanskap alam yang indah serta aksesibilitas yang mudah, sehingga menjadikannya sebagai destinasi wisata yang memiliki daya tarik tinggi dan letak yang strategis untuk dikunjungi.

Pengembangan pariwisata alam yang berkelanjutan dan bertanggung jawab memerlukan pemahaman yang mendalam mengenai nilai ekonomi dari jasa pariwisata. Nilai ekonomi dari jasa wisata merupakan salah satu faktor kunci yang dipertimbangkan dalam perencanaan jenis layanan yang akan disediakan, dan fasilitas yang akan ditawarkan oleh pengelola objek wisata. Pendekatan yang tepat dan menyeluruh terhadap penilaian nilai ekonomi dapat dilakukan melalui metode pengukuran tidak langsung, seperti Travel Cost Method (TCM) atau metode biaya perjalanan. Metode ini bertujuan utama untuk memperkirakan nilai guna (use value) dari sumber daya alam, terutama dalam konteks pariwisata, dengan mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk memperoleh manfaat dari layanan yang disediakan oleh sumber daya alam tersebut. (Fauzi, 2010).

Dalam melakukan perjalanan wisata, karakteristik pengunjung merupakan faktor utama yang mempengaruhi kunjungan di objek wisata dalam berbagai dimensi. Karakteristik pengunjung sangat

penting diketahui dalam menentukan bentuk dan kegiatan wisata yang sesuai karakter pengunjung yang datang berkunjung di obyek wisata tersebut (Novianty et al dalam Siahaan dkk 2022). Sedangkan menurut (Pitana, 2005), karakteristik pengunjung merupakan hal yang penting terkait suatu objek wisata. Pemahaman akan karakter dan tipologi pengunjung suatu wisata akan berpengaruh dalam melakukan perencanaan serta strategi pengembangan obyek wisata Karakteristik pengunjung merupakan salah satu komponen yang berpengaruh untuk menyusun rencana pengelolaan suatu objek pariwisata. Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini bertujuan : 1). Mengetahui karakteristik Pengunjung dalam melakukan kunjungan ke Objek Wisata Alam Karang Sewu, 2). Menghitung dan mengevaluasi nilai ekonomi Obyek Wisata Alam Karang Sewu melalui penerapan *Travel Cost Method* (TCM).

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Obyek Wisata Alam Karang Sewu. Lokasi penelitian termasuk dalam kawasan Taman Nasional Bali Barat, Kabupaten Jembrana, Bali Barat. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November-Desember 2024 di Obyek Wisata Alam Karang Sewu sebagai areal penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Lokasi Penelitian Obyek Wisata Alam Karang Sewu

Alat dan Objek Penelitian

Peralatan yang dimanfaatkan dalam penelitian ini meliputi: 1) lembar pertanyaan (kuisisioner); 2) perlengkapan tulis untuk mencatat informasi dari responden; dan 3) kamera sebagai alat dokumentasi. Adapun objek dalam penelitian ini mencakup: 1) pengunjung yang melakukan

kunjungan ke Obyek Wisata Alam Karang Sewu; serta 2) daya tarik wisata yang dimiliki oleh Obyek Wisata Alam Karang Sewu.

Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini tentang Obyek Wisata Alam Karang Sewu, digunakan data primer dan sekunder untuk mengumpulkan informasi yang relevan. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pengunjung, yang mencakup informasi terkait identitas responden, seperti nama, usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Kuesioner juga mencakup pertanyaan mengenai biaya perjalanan yang dikeluarkan dan frekuensi kunjungan sebelumnya. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui kajian literatur dari berbagai sumber, seperti artikel, laporan, dan dokumen yang terkait dengan Obyek Wisata Alam Karang Sewu, serta informasi lainnya yang mendukung tujuan penelitian ini (Creswell, 2014).

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik Accidental Sampling, yaitu metode pemilihan sampel yang bergantung pada kebetulan atau peristiwa yang tidak direncanakan (Sugiyono, 2017). Responden dalam penelitian Obyek Wisata Alam Karang Sewu terdiri atas 80 orang pengunjung yang dipilih secara insidental di lokasi, terdiri dari 70 pengunjung domestik dan 10 pengunjung mancanegara.

Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017), teknik pengumpulan data dalam penelitian, baik kuantitatif maupun kualitatif, memegang peranan penting dalam memperoleh informasi yang valid dan relevan. Dalam konteks penelitian ini, teknik pengumpulan data diterapkan secara terstruktur untuk memahami karakteristik serta perilaku pengunjung di Obyek Wisata Alam Karang Sewu. Adapun metode yang digunakan meliputi observasi langsung, wawancara terstruktur, penyebaran kuesioner, serta studi literatur.

Pengolahan dan Analisis Data

Penilaian nilai ekonomi objek wisata Karang Sewu penting untuk mengetahui kontribusi ekonomi terhadap masyarakat. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah Travel Cost Method (Fauzi, 2010).

Menurut (Ward dan Beal, 2000), Travel Cost Method mengukur nilai ekonomi wisata berdasarkan pengeluaran pengunjung. Tahapannya sebagai berikut:

1. Menghitung Biaya Perjalanan Rata-rata (BPR)

$$BPR=BT+BK+BS+BL$$

Keterangan: BT = biaya transportasi, BK = biaya konsumsi, BS = biaya sewa, BL = biaya lainnya.

2. Menghitung Nilai Ekonomi (NE)

$$NE = BPR \times JP$$

Keterangan: JP = jumlah pengunjung.

Metode ini mencerminkan nilai manfaat wisata dari sudut pandang pengunjung melalui biaya yang rela mereka keluarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Taman Nasional Bali Barat secara administratif meliputi dua kabupaten, yakni Buleleng dan Jembrana, yang terletak di Provinsi Bali. Secara geografis, kawasan ini berada di antara 114° 26'00' - 114° 56' 30" BT dan 8° 17' 20" LS, dengan luas wilayah yang meliputi pantai pesisir hingga pegunungan. Taman Nasional Bali Barat memiliki total luas sebesar 19.026,97 hektar. (Statistik Balai Taman Nasional Bali Barat 2018). Lokasi kegiatan ini berada di Kawasan Taman Nasional Bali Barat yakni Objek Wisata Alam Karang Sewu yang berlokasi di Kelurahan Gilimanuk, Kecamatan Melaya, Kabupaten Jembrana. Obyek Wisata Alam Karang Sewu adalah salah satu destinasi wisata populer di Kabupaten Jembrana, yang dikelola oleh Taman Nasional Bali Barat.

Karakteristik Pengunjung

Karakteristik responden merupakan profil responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi responden dalam melakukan kunjungan. Karakteristik tersebut diantaranya jenis kelamin, usia, tempat tinggal pengunjung, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, sumber informasi, tujuan wisata, cara melakukan kunjungan, kendaraan yang digunakan, waktu tempuh, intensitas kunjungan, dan biaya perjalanannya. Adapun karakteristik pengunjung ini dilihat dari beberapa dimensi anatar lain

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik pengunjung Obyek Wisata Alam Karang Sewu diperoleh melalui observasi terhadap 80 responden. Gambaran tentang jenis kelamin dapat dilihat dari Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah Responden	Jumlah Responden	Presentase %
Perempuan	58	72
Laki - Laki	22	28
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer (2024)

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa dari 80 responden, sebanyak 58 responden (72%) adalah perempuan, sementara 22 responden (28%) adalah laki-laki. Perempuan cenderung lebih sering melakukan perjalanan wisata dibandingkan laki-laki, dengan alasan bahwa berwisata merupakan hobi pengunjung, sementara laki-laki lebih banyak menghabiskan waktu untuk bekerja (Hudiono, 2022). Tingginya angka partisipasi perempuan saat pengambilan data juga dapat disebabkan karena banyak perempuan memanfaatkan waktu luang untuk berwisata sebagai bentuk self-reward maupun rekreasi keluarga, sehingga secara alami keterlibatan pengunjung dalam kegiatan wisata lebih besar. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil yang diperoleh responden dengan kelompok usia 21-30 tahun memiliki jumlah terbanyak, yaitu 49 orang atau 61% dari total responden. Sedangkan, kelompok usia di atas 50 tahun mencatatkan jumlah responden terbanyak, yaitu 0 orang, yang berarti tidak ada responden dalam kelompok usia tersebut. (Hudiono, 2022) juga mendukung hasil ini, dengan mengemukakan bahwa kelompok usia muda memiliki kecenderungan lebih besar untuk terlibat dalam aktivitas wisata dan perjalanan dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Pengunjung lebih memilih destinasi wisata yang menawarkan pengalaman baru dan menyenangkan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Presentase %
16-20Tahun	13	16
21-30Tahun	49	61
31-40Tahun	16	20
40-50Tahun	2	3
>50	0	0
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer (2024)

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Pengunjung

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa responden dengan jumlah terbanyak berasal dari wilayah Gilimanuk, yaitu sebanyak 32 orang atau 40% dari total responden dan jumlah pengunjung terendah berasal dari Banyuwangi, dengan jumlah responden hanya 2 orang atau 3% dari total responden. Wilayah yang secara geografis lebih dekat dengan destinasi wisata, seperti Gilimanuk, cenderung memberikan kontribusi jumlah kunjungan yang lebih tinggi. Menurut (Husein dan Palupiningdyah, 2014), faktor letak geografis yang strategis berperan besar dalam keputusan pengunjung untuk memilih suatu destinasi. Oleh karena itu, temuan penelitian ini yang menunjukkan dominasi pengunjung dari Gilimanuk sangat tepat dan sesuai dengan teori. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Asal Pengunjung

Asal Pengunjung	Jumlah Responden	Presentase %
Banyuwangi	2	3
Gilimanuk	32	40
Singaraja	13	16
Denpasar	8	10
Negara	10	13
Melaya	15	19
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer (2024)

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan terbanyak berasal dari jenjang S1, yaitu sebanyak 32 orang atau 40% dari total responden. Sementara itu, tingkat pendidikan terendah berasal dari jenjang SMA/SMK, dengan jumlah 6 orang atau 7% dari keseluruhan responden. Tingkat pendidikan memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap dan keputusan yang diambil oleh individu. Hal ini didukung oleh pendapat (Kotler et al., 2017) Yang mengemukakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin rumit pula kebutuhan yang dimilikinya. dan preferensi wisatanya, karena ia lebih memahami manfaat psikologis dan sosial dari kegiatan wisata. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase %
SMA/SMK	6	7
Perguruan tinggi/Akademi	21	26
S1	32	40
S2	11	14
D3	10	13
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer (2024)

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan jumlah responden terbanyak adalah dari kalangan Pengusaha/Wiraswasta, yaitu sebanyak 23 orang atau 29% dari total responden. Sebaliknya, jumlah responden terendah berasal dari kalangan TNI/POLRI, yaitu sebanyak 8 orang atau 10%. Tingginya partisipasi dari kelompok pengusaha/wiraswasta dapat dikaitkan dengan fleksibilitas waktu dan kebebasan dalam mengatur jadwal pribadi, sehingga pengunjung lebih leluasa dalam merencanakan kunjungan wisata. Penjelasan ini sejalan dengan temuan (Poluan dan Karuntu, 2021), yang menyatakan bahwa jenis pekerjaan seseorang berpengaruh

langsung terhadap keputusan berwisata, baik dari sisi waktu, anggaran, maupun kebebasan dalam mobilitas. Oleh karena itu, dominasi responden dari kalangan wiraswasta dalam data ini menggambarkan bahwa kebebasan waktu dan kemandirian finansial memainkan peran penting dalam aktivitas wisata. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase %
Pelajar	15	19
Mahasiswa	11	14
PNS	13	16
TNI/POLRI	8	10
Pegawai Swasta	10	12
Pengusaha/Wiraswasta	23	29
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer 2024

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendapatan Pencapaian tertinggi dimiliki oleh responden yang memiliki pendapatan di atas Rp2.000.000 yaitu sebanyak 32%, sedangkan yang terendah berada pada kategori kurang dari Rp500.000, yaitu 12% dari total responden. Temuan ini sejalan dengan data sebelumnya bahwa responden terbanyak berasal dari kalangan pengusaha/wiraswasta (29%), yang secara umum memiliki kapasitas ekonomi lebih stabil dan pendapatan yang cenderung lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan latar belakang wiraswasta lebih mampu mengalokasikan dana untuk kebutuhan wisata, baik secara pribadi maupun dalam konteks bisnis rekreatif. Menurut (Imtiyaz, 2021), yang menunjukkan bahwa faktor jumlah pengunjung wisata dan faktor ekonomi, termasuk pendapatan masyarakat, memiliki pengaruh berpengaruh besar terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan latar belakang wiraswasta lebih mampu mengalokasikan dana untuk kebutuhan wisata, baik secara pribadi maupun dalam konteks bisnis rekreatif. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Jumlah Responden	Presentase %
<500.000	10	12
500.000-1.000.000	13	16
1.000.000-1.500.000	15	19
1.500.000-2.000.000	17	21
>2.000.000	25	32
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer 2024

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa sumber informasi tertinggi yang memengaruhi kunjungan pengunjung berasal dari Teman/Keluarga, yaitu sebanyak 54 orang atau 54% pada tahun kedua, sedangkan yang paling rendah berasal dari media cetak seperti koran atau majalah, yaitu hanya 5 orang atau 5% pada tahun pertama. Pernyataan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Fatimah dan Wibowo, 2020), yang menyatakan bahwa keputusan berkunjung pengunjung sangat dipengaruhi oleh rekomendasi dari lingkungan sosial, baik secara langsung maupun melalui media digital. Rekomendasi interpersonal dianggap lebih kredibel karena berdasarkan pengalaman pribadi, sedangkan media sosial dan elektronik dinilai efektif dalam menjangkau khalayak luas secara cepat. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Sumber Informasi	Jumlah Responden	Presentase %
Teman/keluarga	43	54
Media Cetak (surat kabar / majalah)	5	6
Media Elektronik (radio, tv, Internet)	32	40
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer 2024

8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Wisata

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa tujuan wisata dengan jumlah responden terbanyak adalah sebagai tujuan utama (penelitian/pengetahuan dan berlibur), sebanyak 43 orang atau 54% dari total responden menyatakan hal tersebut. Di sisi lain, 37 orang atau 46% pengunjung mengunjungi lokasi ini sebagai tempat singgah untuk menikmati pemandangan. Persentase yang lebih tinggi pada tujuan utama mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki motivasi yang lebih kuat untuk menjadikan lokasi ini sebagai destinasi utama dalam perjalanan pengunjung, baik untuk keperluan edukatif maupun rekreasi. Temuan ini mencerminkan pentingnya daya tarik destinasi dalam memberikan pengalaman wisata yang bermakna dan mendalam. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh (Sihombing dan Siregar, 2021), yang menyatakan bahwa faktor seperti motivasi, persepsi nilai pengalaman, dan karakteristik destinasi mempengaruhi keputusan pengunjung dalam menentukan tujuan perjalanan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Tujuan Wisata

Tujuan Wisata	Jumlah Responden	Presentase %
Tujuan Utama (Peneliti/Pengetahuan dan Berlibur)	43	54
Tujuan Persinggahan (Menikmati Pemandangan)	37	46
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer 2024

9. Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Melakukan Kunjungan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung melakukan kunjungan Sendiri, yaitu sebanyak 37 orang atau 37% pada tahun kedua, diikuti dengan kunjungan Berpasangan sebanyak 25%, Berkelompok sebesar 24%, dan yang paling sedikit adalah kunjungan dalam bentuk Rombongan Keluarga sebanyak 14%. Preferensi untuk berwisata sendiri mencerminkan peningkatan tren wisata mandiri yang lebih banyak dipilih oleh pengunjung yang menginginkan kebebasan dalam merencanakan perjalanan pengunjung, baik dari segi waktu, aktivitas, maupun pengeluaran. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian yang disampaikan oleh (Sihombing dan Siregar, 2021), yang menunjukkan bahwa keputusan untuk berkunjung sangat dipengaruhi oleh daya tarik wisata, ketersediaan fasilitas, dan aksesibilitas, yang pada akhirnya memungkinkan individu untuk lebih fleksibel dan mandiri dalam mengatur kunjungan wisata mereka. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Cara Melakukan Kunjungan

Cara Melakukan Kunjungan	Jumlah Responden	Presentase %
Sendiri	30	37
Berkelompok	19	24
Rombongan Keluarga	11	14
Berpasangan	20	25
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer 2024

10. Karakteristik Responden Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung menggunakan kendaraan pribadi untuk menuju destinasi wisata, yaitu sebanyak 50% dari total responden. Sementara itu, penggunaan Jalan Kaki mencatatkan angka yang cukup tinggi, yakni 20%, diikuti oleh penggunaan Kendaraan Umum sebesar 15%, Kendaraan Kantor sebanyak 8%, dan yang paling sedikit adalah penggunaan Kendaraan Sewa/Carteran yang hanya mencatatkan 7%. Tingginya penggunaan kendaraan pribadi menunjukkan bahwa banyak pengunjung yang lebih memilih kenyamanan dan kebebasan dalam perjalanan pengunjung, tanpa tergantung pada jadwal transportasi umum atau layanan sewa. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putra dan Nugroho, 2021), yang menyebutkan bahwa faktor kenyamanan, kemudahan akses, serta kebebasan waktu menjadi pertimbangan utama bagi pengunjung dalam memilih moda transportasi. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan

Kendaraan yang digunakan	Jumlah Responden	Presentase %
Kendaraan Pribadi	40	50
Kendaraan Sewa/Carteran	6	7

Kendaraan yang digunakan	Jumlah Responden	Presentase %
Kendaraan Umum	12	15
Kendaraan Kantor	6	8
Jalan Kaki	16	20
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer 2024

11. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Tempuh

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas responden menghabiskan waktu tempuh kurang dari 1 jam untuk mencapai destinasi wisata, yaitu sebanyak 60% dari total responden. Sementara itu, 29% responden menghabiskan waktu tempuh antara 1 hingga 3 jam, dan hanya 11% responden yang memerlukan waktu tempuh antara 4 hingga 5 jam. Tingginya persentase responden dengan waktu tempuh kurang dari 1 jam menunjukkan bahwa destinasi wisata yang dikunjungi relatif dekat dan mudah diakses oleh pengunjung, yang memungkinkan pengunjung untuk melakukan perjalanan singkat. Hasil temuan ini sesuai dengan penelitian yang diungkapkan oleh (Sihombing dan Siregar, 2021), yang menjelaskan bahwa durasi perjalanan yang singkat menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih destinasi wisata. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Waktu Tempuh

Waktu Tempuh	Jumlah Responden	Presentase %
<1 Jam	48	60
1 Jam – 3 Jam	23	29
4 Jam – 5 Jam	9	11
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer 2024

12. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar responden melakukan kunjungan sebanyak 1 kali ke destinasi wisata, yaitu sebanyak 34% dari total responden. Kunjungan 2 kali mencatatkan angka 27%, diikuti oleh kunjungan 3 kali sebanyak 16%, lebih dari 5 kali sebanyak 15%, jumlah kunjungan yang paling sedikit adalah kunjungan sebanyak 4 kali, dengan persentase 8%. Tingginya persentase responden yang mengunjungi destinasi hanya 1 kali menunjukkan bahwa destinasi wisata ini mungkin lebih bersifat sebagai objek wisata yang menarik bagi pengunjung baru atau pengunjung yang hanya berkunjung dalam waktu singkat. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sari dan Nuraini, 2022), yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan pengunjung dapat meningkatkan intensitas kunjungan pengunjung ke destinasi yang sama, terutama jika destinasi tersebut mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan.

Tabel 12. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan

Intensitas Kunjungan	Jumlah Responden	Presentase %
1	27	34
2	22	27
3	13	16
4	6	8
> 5	12	15
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer 2024

13. Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas responden mengeluarkan biaya perjalanan dalam kisaran Rp100.000–Rp500.000, yaitu sebanyak 43% dari total responden. Sementara itu, jumlah responden yang menghabiskan biaya perjalanan lebih dari Rp1.500.000 hanya sebesar 3%. Tingginya persentase pada kategori biaya menengah menunjukkan bahwa pengunjung cenderung memilih destinasi yang terjangkau dan mudah diakses, baik dari segi lokasi maupun kebutuhan anggaran. Seperti yang disampaikan oleh (Susanto, 2015), pengeluaran biaya perjalanan merupakan salah satu faktor krusial dalam menentukan nilai ekonomi dari wisata berbasis alam, serta memengaruhi preferensi dan keputusan pengunjung terhadap kunjungan, khususnya dalam konteks wisata domestik. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan

Biaya Perjalanan	Jumlah Responden	Presentase %
< 100.000	30	38
100.000 - 500.000	34	43
500.000 - 1.000.000	9	11
1.000.000 - 1.500.000	5	6
> 1.500.000	2	3
Jumlah	80	100

Sumber data: Data primer 2024

Nilai Ekonomi pada Obyek Wisata Alam Karang Sewu

Nilai ekonomi suatu objek wisata dapat dihitung dengan menggunakan Travel Cost Method (TCM) adalah pendekatan yang digunakan untuk mengukur manfaat ekonomi. berdasarkan total pengeluaran yang dilakukan pengunjung. Pengeluaran yang diperhitungkan meliputi biaya transportasi, konsumsi makanan dan minuman, tiket masuk, akomodasi yang disewa, serta biaya tambahan lainnya. Pada Obyek Wisata Alam Karang Sewu, nilai ekonomi ini diukur dengan mengakumulasi pengeluaran pengunjung yang menggambarkan kontribusi ekonomi terhadap pengembangan destinasi tersebut secara lebih terukur dan nyata. Hasil pengukuran dapat dilihat pada

Tabel 14, yang menunjukkan kontribusi ekonomi pengunjung terhadap perekonomian lokal. Penelitian oleh (Susanto, 2015) menunjukkan bahwa metode TCM efektif digunakan untuk menghitung nilai ekonomi dan menganalisis dampak ekonomi sektor pariwisata terhadap daerah wisata, terutama di kawasan konservasi.

Tabel 14. Rekapitulasi Data Pengunjung Domestik OWA Karang Sewu Berdasarkan Total Biaya Perjalanan

No.	Daerah Asal	Jumlah Responden	Biaya Transportasi (Rp)	Biaya Konsumsi (Rp)	Biaya Tiket (Rp)	Biaya Sewa (Rp)	Biaya Lainnya (Rp)	Total Biaya Perjalanan (Rp)	Biaya Perjalanan Rata-rata (Rp)
1	Banyuwangi	2	300.000	115.000	145.000	60.000	60.000	680.000	340.000
2	Gilimanuk	31	375.000	516000	1415000	195.000	261000	2.762.000	89.096
3	Singaraja	11	2.475.000	610.000	1.805.000	190.000	393.000	5.473.000	421.000
4	Denpasar	2	800.000	120.000	200.000	60.000	50.000	1.230.000	1.053.000
5	Negara	8	1.545.000	686.000	1.365.000	90.000	241.000	3.927.000	392.700
6	Melaya	16	225.000	327.000	725.000	75.000	267.000	1.619.000	101.187
	Jumlah	70	5.720.000	2.374.000	5.655.000	670.000	1.272.000	15.691.000	2.307.887

Sumber data: Data primer 2024

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang disajikan dalam Tabel 15, terlihat bahwa pengunjung domestik Obyek Wisata Alam (OWA) Karang Sewu dengan tingkat pengeluaran yang bervariasi. Total biaya perjalanan seluruh responden mencapai Rp15.691.000 dengan rata-rata pengeluaran sebesar Rp2.307.887 per orang. Mayoritas pengunjung berasal dari daerah yang berada dekat dengan lokasi wisata, seperti Gilimanuk dan Melaya, sehingga biaya perjalanan dari daerah-daerah tersebut cenderung lebih rendah dibandingkan daerah lain yang lebih jauh. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh (Panjaitan et al, 2019), yang menyatakan bahwa jumlah biaya perjalanan menuju suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain jarak dari tempat asal pengunjung, ketersediaan aksesibilitas, fasilitas yang tersedia, serta daya tarik destinasi wisata itu sendiri. Dalam penelitian ini, biaya perjalanan dihitung dengan mempertimbangkan lima komponen utama, yaitu biaya transportasi, biaya konsumsi, tiket masuk, biaya sewa, serta biaya tambahan lainnya.

Tabel 15. Rekapitulasi Data Pengunjung Mancanegara OWA Karang Sewu Berdasarkan Total Biaya Perjalanan

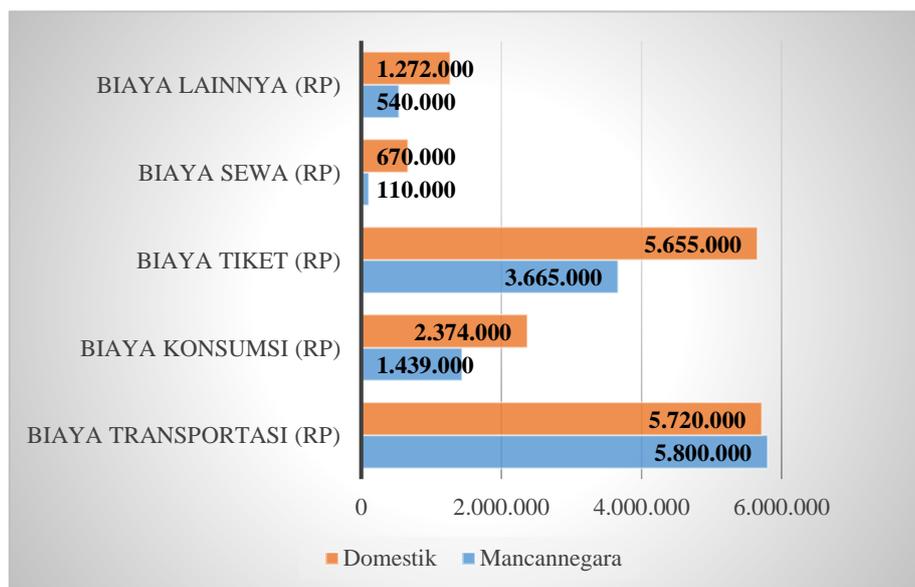
Daerah Asal	Jumlah Responden	Biaya Transportasi (Rp)	Biaya Konsumsi (Rp)	Biaya Tiket (Rp)	Biaya Sewa (Rp)	Biaya Lainnya (Rp)	Total Biaya Perjalanan (Rp)
Korea	3	2.200.000	550.000	1.425.000	30.000	150.000	4.355.000
Cina	2	1.150.000	260.000	620.000	30.000	130.000	2.190.000
Jerman	5	2.450.000	629.000	1.620.000	50.000	260.000	5.009.000
Jumlah		5.800.000	1.439.000	3.665.000	110.000	540.000	11.554.000
Rata-Rata		580.000	143.900	366.500	11.000	54.000	1.155.400

Sumber data: Data primer 2024

Tabel 16. Rekapitulasi Data Pengunjung Mancanegara dan Domestik OWA Karang Sewu Berdasarkan Total Biaya Perjalanan

Daerah Asal	Jumlah Responden	Biaya Transportasi (Rp)	Biaya Konsumsi (Rp)	Biaya Tiket (Rp)	Biaya Sewa (Rp)	Biaya Lainnya (Rp)	Total Biaya Perjalanan (Rp)
M mancanegara	10	5.800.000	1.439.000	3.665.000	110.000	540.000	11.554.000
Domestik	70	5.720.000	2.374.000	5.655.000	670.000	1.272.000	15.691.000
Jumlah		11.520.000	2.374.000	9.320.000	780.000	1.272.000	27.245.000
Rata-rata		117.750	39.425	98.875	9.125	20.350	285.525

Sumber data: Data primer 2024



Gambar 2. Grafik Total Biaya Perjalanan Pengunjung Mancanegara dan Domestik di OWA Karang Sewu

Berdasarkan hasil rekapitulasi pengeluaran dari 80 orang responden yang berkunjung ke Obyek Wisata Alam Karang Sewu, diperoleh total biaya perjalanan sebesar Rp27.245.000. Jumlah ini merupakan akumulasi dari lima kategori utama pengeluaran, yaitu transportasi, konsumsi, tiket masuk, penyewaan fasilitas, dan keperluan lainnya. Di antara seluruh komponen tersebut, biaya transportasi tercatat sebagai pengeluaran terbesar, mencerminkan pentingnya faktor aksesibilitas dan jarak tempuh dari tempat tinggal pengunjung ke lokasi wisata. Hal ini juga menunjukkan bahwa moda transportasi yang digunakan, baik kendaraan pribadi maupun sewa, sangat mempengaruhi besarnya biaya yang dikeluarkan.

Setiap pengunjung mengeluarkan biaya sebesar Rp285.525 untuk satu kali kunjungan. Angka ini menunjukkan bahwa Karang Sewu merupakan destinasi wisata alam yang cukup terjangkau namun tetap memberikan pengalaman yang bernilai bagi pengunjungnya.

Dalam konteks penilaian nilai ekonomi menggunakan pendekatan Travel Cost Method (TCM), total pengeluaran yang dilakukan oleh para pengunjung menjadi indikator utama dari nilai kegunaan langsung kawasan tersebut. Dengan mengasumsikan rata-rata kunjungan bulanan sebanyak 80 orang, total biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh seluruh responden mencapai Rp27.245.000. Jumlah ini berasal dari lima komponen utama, yaitu transportasi, konsumsi, tiket masuk, penyewaan fasilitas, dan pengeluaran lainnya. Dengan jumlah responden sebanyak 80 orang, diperoleh rata-rata biaya perjalanan per kunjungan sebesar Rp285.525. Nilai ini mencerminkan tingkat keterjangkauan wisata Karang Sewu bagi pengunjung, baik domestik maupun mancanegara.

Berdasarkan pendekatan Travel Cost Method (TCM), nilai ekonomi kawasan dihitung dengan mengalikan rata-rata biaya perjalanan per pengunjung (Biaya Perjalanan Rata-rata/BPR). sebesar Rp285.525 dengan jumlah kunjungan bulanan (JP) sebanyak 80 orang. Hasilnya, diperoleh estimasi nilai ekonomi bulanan sebesar Rp22.842.000. Jika diasumsikan tingkat kunjungan yang sama berlangsung secara konsisten selama satu tahun, maka nilai ekonomi tahunan kawasan wisata Karang Sewu mencapai Rp274.104.000.

KESIMPULAN

Karakteristik pengunjung merupakan hal yang penting terkait dengan suatu objek wisata yang dapat mempengaruhi pengunjung ke objek Wisata Alam Karang Sewu. Karakteristik tersebut adalah jenis kelamin, usia, jarak tempat tinggal, tingkat pendidikan, tingkat pekerjaan, tingkat pendapatan, sumber informasi, tujuan wisata, cara melakukan kunjungan, kendaraan yang digunakan, waktu tempuh, intensitas kunjungan dan biaya perjalanan. Obyek Wisata Alam Karang Sewu memiliki nilai ekonomi yang signifikan berdasarkan aktivitas kunjungan wisata. Total pengeluaran yang dikeluarkan oleh 80 responden selama kunjungan tercatat sebesar Rp22.842.000 per bulan, yang apabila dihitung untuk satu tahun, menghasilkan nilai ekonomi tahunan sebesar Rp274.104.000. Rata-rata biaya perjalanan per orang sebesar Rp285.525 menandakan bahwa destinasi ini cukup terjangkau, baik bagi pengunjung domestik maupun mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Fatimah, S., & Wibowo, A. 2020. *Pengaruh promosi media sosial, rekomendasi teman, dan persepsi terhadap keputusan berkunjung ke destinasi wisata*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 9(1), hlm. 1–12.

- Fauzi, A. 2010. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan: Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Putra, A. D., & Nugroho, A. 2021. Analisis Preferensi Moda Transportasi dan Inovasi Pelayanan dalam Industri Pariwisata. *Jurnal Ilmiah STTKD*, 8(1), 1–10.
- Hudiono, R. 2022. *Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia Terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19*. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(2), 123–128.
- Husein, U., & Palupiningdyah, P. 2014. Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan.
- Irwanto, I., Paembonan, S. A., Oka, N. P., & Maulany, R. I. 2020. *Growth characteristics of the mangrove forest at the raised coral island of Marsegu, West Seram, Maluku*. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(2), 245–251.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. 2023. *Perlindungan dan Pengamanan Hutan bagi Polisi Kehutanan*. Pusat Diklat SDM LHK.
- Kotler, P., Bowen, J. T., (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism (Edisi ke-7)*. Buku. Boston: Pearson Education, Inc.
- Imtiyaz, N. P. 2021. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Sektor Pariwisata di Provinsi Jawa Tengah*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Panjaitan, T., Wijaya Saputra, S., & Rudiyaniti, S. 2019. *Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Iboih Dengan Menggunakan Pendekatan Biaya Perjalanan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Sumberdaya Alam dan Lingkungan*, 9(2), 91–99.
- Pitana, I. G. dan Gayatri, P.G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta.
- Poluan, J. G., & Karuntu, M. M. 2021. *Pengaruh faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap keputusan berkunjung pengunjung luar daerah pada objek wisata di Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 30268.
- Sari, P. D., & Nuraini, R. 2022. *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum*. *Jurnal Ilmiah Pengembangan Kesehatan*, 4(2), 45–52.
- Siahaan S, Wulandari S. R, Nila E, 2002. *Karakteristik Pengunjung Wisata Bukit Salapar Di Desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang*, *JURNAL HUTAN LESTARI*, Vol. 10 (4): 813 – 82

Sihombing, R., & Siregar, M. 2021. *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari*. Jurnal Creative Research, 3(1), 12–20.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Buku ajar. Bandung: Alfabeta.

Ward, F. A., & Beal, D. 2000. *Valuing Nature with Travel Cost Models: A Manual*. Edward Elgar Publishing. Susanto, A. (2015). Travel Cost Method for Estimating Economic Value of Nature-Based Tourism in Protected Areas. *Journal of Environmental Economics*, 18(4), 221-233.