



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

# SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00201851750, 29 Oktober 2018

## Pencipta

Nama : **Drs. Bernard Hasibuan, MMSI., Ph.D, Dr. Ninin Gusdini, ST., MT., , dkk**  
Alamat : Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran, Jakarta Selatan, Dki Jakarta, 12870  
Kewarganegaraan : Indonesia

## Pemegang Hak Cipta

Nama : **Drs. Bernard Hasibuan, MMSI., Ph.D, Dr. Ninin Gusdini, ST., MT., , dkk**  
Alamat : Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran, Jakarta Selatan, 7, 12870  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Ciptaan : **Laporan Penelitian**  
Judul Ciptaan : **Model Pengembangan Terintegrasi Dan Berkelanjutan Kawasan Wisata Pangandaran**  
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 29 Oktober 2018, di Jakarta  
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.  
Nomor pencatatan : 000122459

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL



Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.  
NIP. 196611181994031001

**LAMPIRAN PENCIPTA**

No	Nama	Alamat
1	Drs. Bernard Hasibuan, MMSI., Ph.D	Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran
2	Dr. Ninin Gusdini, ST., MT	Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran
3	Lisa Ratnasari, ST., MT	Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran
4	Dr. Dra. Themotia Titi Widaningsih, M.Si	Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran

**LAMPIRAN PEMEGANG**

No	Nama	Alamat
1	Drs. Bernard Hasibuan, MMSI., Ph.D	Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran
2	Dr. Ninin Gusdini, ST., MT	Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran
3	Lisa Ratnasari, ST., MT	Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran
4	Dr. Dra. Themotia Titi Widaningsih, M.Si	Jl. Prof. Dr. Soepomo, SH No. 84, Tebet, Pancoran





**Bidang Unggulan : Pariwisata  
Kode>Nama Rumpun Ilmu : 699/Kepariwisataan**

**LAPORAN AKHIR**

**PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



**JUDUL**

**MODEL PENGEMBANGAN TERINTEGRASI DAN  
BERKELANJUTAN KAWASAN WISATA PANGANDARAN**

**TIM PENGUSUL**

Drs. Bernard Hasibuan, MMSI., Ph.D (0307116902)  
Lisa Ratnasari, ST., MT (0315107202)  
Ninin Gusdini, ST., MT (0028087401)  
Dr. Dra. Themotia Titi Widaningsih, M.Si (0524016301)

**UNIVERSITAS SAHID JAKARTA  
OKTOBER 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Model Pengembangan Terintegrasi dan Berkelanjutan  
Kawasan Wisata Pangandaran

**Peneliti/Pelaksana**  
Nama Lengkap : BERNARD HASIBUAN, S.Pd, Ph.D, M.M.S.I  
Perguruan Tinggi : Universitas Sahid  
NIDN : 0307116902  
Jabatan Fungsional : Lektor  
Program Studi : Manajemen  
Nomor HP : 081927091582  
Alamat surel (e-mail) : bernard\_ukm@yahoo.com


**Anggota (1)**  
Nama Lengkap : LISA RATNASARIS.T, M.T  
NIDN : 0315107202  
Perguruan Tinggi : Universitas Sahid

**Anggota (2)**  
Nama Lengkap : NININ GUSDINI ST., MT  
NIDN : 0028087401  
Perguruan Tinggi : Universitas Sahid

**Anggota (3)**  
Nama Lengkap : Dr. Dra THEMOTIA TITI WIDANINGSIH M.Si  
NIDN : 0524016301  
Perguruan Tinggi : Universitas Sahid

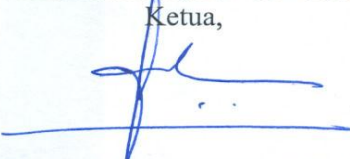
**Institusi Mitra (jika ada)**  
Nama Institusi Mitra : -  
Alamat : -  
Penanggung Jawab : -  
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun  
Biaya Tahun Berjalan : Rp 100,000,000  
Biaya Keseluruhan : Rp 451,270,000

Mengetahui,  
Direktur Sekolah Pascasarjana Sahid

  
(Prof. Dr. Ir. Kholil, M.Kom)  
NIP/NIK 19880045



Jakarta Selatan, 30 - 10 - 2017  
Ketua,

  
( BERNARD HASIBUAN, S.Pd, Ph.D,  
M.M.S.I)  
NIP/NIK

Menyetujui,  
Kepala LPPM

  
(Prof. Dr. Ir. Giyatmi, M.Si)  
NIP/NIK 19940236



## RINGKASAN

Kawasan wisata Pangandaran mempunyai potensi alam yang indah untuk dikembangkan sebagai suatu destinasi wisata yang terkenal dan dikunjungi banyak wisatawan. Dalam melakukan aktivitas pariwisata tersebut banyak hal yang terkena dampak yaitu ekonomi, ekologi dan sosial. Pengembangan suatu destinasi wisata bertujuan untuk mendapatkan nilai ekonomi yang maksimum dengan tidak mengorbankan aspek ekologi dan sosial yang ada. Sebaliknya usaha melestarikan alam atau ekologi secara umum dan nilai sosial yang ada jangan menghambat kreativitas untuk pertumbuhan ekonomi secara optimal. Untuk itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap Kawasan Wisata Pangandaran dengan menggunakan metode TCM pada Kawasan Wisata Pangandaran.

Analisis pengelolaan preferensi konsumen Kawasan Wisata Pangandaran yang dilakukan dengan menggunakan metode *Travel cost method* (TCM).

Berdasarkan hasil analisis diperoleh faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap kunjungan wisatawan ke KWPP adalah biaya total ( $X_1$ ), pendapatan ( $X_3$ ), lama kunjungan ( $X_4$ ) dan umur ( $X_7$ ), sedang yang bernilai negatif adalah jarak ( $X_2$ ), tingkat pendidikan ( $X_5$ ), transportasi ( $X_6$ ) dan jumlah anggota ( $X_8$ ). Preferensi konsumen dengan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) didapati bahwa nilai *consumer surplus* untuk tiap konsumen atau wisatawan adalah sebesar Rp. 3.109.800 dengan nilai ekonomi gunaan Kawasan Wisata Pangandaran sebesar 26 milyar rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa potensi ekonomi Kawasan Wisata Pangandaran masih besar untuk dikembangkan.

Kata kunci: wisata berkelanjutan, *carrying capacity*, TCM, MDS, ISM

## PRAKATA

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia Nya, sehingga laporan kemajuan Hibah Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi yang berjudul **“Model Pengembangan Terintegrasi dan Berkelanjutan Kawasan Wisata Pangandaran”**.

Terwujudnya penelitian ini merupakan atas dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bupati Kepala Daerah Administratif Kabupaten Pangandaran
2. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran
3. Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi
4. Rektor Universitas Sahid Jakarta
5. Kepala LPPM Universitas Sahid Jakarta
6. Semua pihak, yang telah membantu memberikan kontribusi dan semangat sehingga Riset ini bisa diselesaikan.

Kami sangat mengharapkan kritik dan saran dalam rangka penyempurnaan riset ini. Harapan kami, semoga hasil riset ini mampu memberikan kontribusi pada pengembangan pariwisata berkelanjutan khususnya bagi Kawasan Wisata Pangandaran, dunia pendidikan serta kepariwisataan di Indonesia.

Jakarta, 30 Oktober 2017  
Ketua peneliti,

Drs. Bernard Hasibuan, MMSI., Ph.D

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I     PENDAHULUAN	1
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III   TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	10
BAB III   MOTODE PENELITIAN	11
BAB V     HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	13
BAB VI    RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	26
BAB VII   KESIMPULAN DAN SARAN	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1. Jumlah wisatawan ke Pantai Pangandaran tahun 2017	14
Tabel 5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	15
Tabel 5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	16
Tabel 5.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	16
Tabel 5.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	17
Tabel 5.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	17
Tabel 5.7. Model Summary	19
Tabel 5.8. ANOVA(b)	19
Tabel 5.9. Coefficients(a)	19
Tabel 6.1. Baku Kategori status Pariwisata Pangandaran	27



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta jalan klaster penelitian Kepariwisata dan Kewirausahaan	2
Gambar 2.1. <i>Roadmap</i> Penelitian	9
Gambar 4.1. Tahapan Penelitian	11
Gambar 5.1. Peta Kabupaten Pangandaran	13
Gambar 5.2. Fungsi permintaan kunjungan ke KWPP	23
Gambar 6.1. Tahapan Analisis Keberlanjutan dengan MDS	26
Gambar 6.2. Tahapan Proses ISM	28

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Hasil Kuesioner

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. LATAR BELAKANG**

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang berkembang pesat selain agenda strategis pembangunan lainnya seperti energi, pangan, infrastruktur. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan beberapa Indikator Kinerja Utama seperti kontribusi sektor pariwisata terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional, kontribusi kepariwisataan terhadap kuantitas dan kualitas tenaga kerja nasional, investasi di sektor pariwisata, penerimaan devisa dan pengeluaran wisatawan di Indonesia, dan lain-lain. Kontribusi pariwisata secara makro pada tahun 2016 terhadap PDB nasional sebesar 10%, devisa yang dihasilkan mencapai US\$ 1 juta, dan tenaga kerja pariwisata sebanyak 11,3 juta orang, sedangkan kondisi mikro jumlah wisatawan mancanegara (wisman) sebanyak 10,4 juta wisman dan wisatawan nusantara (wisnus) sebanyak 255 juta perjalanan. (Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata, 2016)

Pembangunan pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development*) berlandaskan pada upaya pemberdayaan dalam aspek ekonomi, sosial dan budaya yang merupakan suatu model pariwisata yang mampu merangsang tumbuhnya ekonomi masyarakat, kualitas sosio kultural, dan menjamin kelestarian lingkungan. Dalam implementasinya perlu dilakukan pendekatan yang holistik dan berimbang, artinya tidak boleh ada satu aspek yang berkembang jauh tetapi mengorbankan aspek lainnya. Indonesia kaya dengan potensi alam yang indah dan warisan sosial budaya yang bernilai tinggi, sangat relevan untuk mengadopsi konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan. Destinasi wisata diharapkan dapat dikelola sehingga meningkatkan nilai ekonomi di sekitar daerah kawasan, menjaga kelestarian dan keindahan alam serta mengaktualisasikan dan memelihara nilai sosial budaya.

Kawasan Wisata Pantai Pangandaran (KWPP) adalah salah satu wisata alam yang memiliki potensi besar dalam perspektif pembangunan berkelanjutan yang meliputi fungsi ekonomi, ekologi dan sosial. Lokasi KWPP yang strategis dapat diakses melalui jalur darat dari kota besar Jakarta, Bandung, Yogyakarta membuat daya tarik KWPP menjadi tinggi, khususnya sebagai wisata alam yang cukup

lengkap variasinya. Di KWPP terdapat beberapa aktivitas ekonomi seperti jasa penginapan, penjualan cinderamata, lelang perikanan dan lain-lain. Dalam perspektif ekologi terdapat hutan lindung, pasir putih, hutan pantai, hutan dataran rendah yang harus diperhatikan kelestariannya. Kehidupan sosial masyarakat KWPP juga ikut berperan dalam aktivitas perekonomian yang ada baik secara langsung maupun tidak langsung. Yang menjadi pertanyaan adalah sejauh mana aktivitas di KWPP dapat maju dalam ketiga aspek secara komprehensif yaitu ekonomi, ekologi dan sosial.

Berdasarkan latar belakang di atas perlu dilakukan penelitian secara komprehensif untuk mengkaji model pengembangan terintegrasi dan berkelanjutan di KWPP. Hal ini sejalan dengan pola ilmiah pokok Universitas Sahid yaitu kepariwisataan dan kewirausahaan yang menjadi ciri khusus untuk berpartisipasi dalam pembangunan nasional. Rencana penelitian ini merupakan implementasi dari Rencana Induk Penelitian Universitas Sahid 2014-2023 dalam kluster pariwisata dan kewirausahaan yang bertujuan mengkonstruksi konsep pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis daya saing. Peta jalan penelitian kluster kewirausahaan dan kepariwisataan dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Peta jalan kluster penelitian Kepariwisatan dan Kewirausahaan

Sumber : Rencana Induk Penelitian Universitas Sahid 2014-2023

## **1.2. PERMASALAHAN**

Berdasarkan latar belakang seperti yang dipaparkan diatas, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut berapa nilai ekonomi KWPP berbasis preferensi konsumen yang mampu memberikan manfaat bagi semua *stakeholders* secara berkelanjutan, dan dapat digunakan sebagai rekomendasi bagi pemerintah kota Jakarta dalam mengembangkan kawasan wisata kota tua.

## **1.3. TUJUAN KHUSUS**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas dan perumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian adalah mendapatkan berapa besar nilai ekonomi KWPP berbasis preferensi konsumen yang diharapkan mampu memberikan manfaat bagi *stakeholders*.

## **1.4. LUARAN PENELITIAN**

Keluaran produk dari penelitian ini nantinya adalah rekomendasi sistem kebijakan strategi pengembangan KWPP yang diharapkan dapat diimplementasikan secara menyeluruh pada pengelolaan ekowisata.

Hasil luaran dari penelitian ini nantinya akan didesiminasikan dalam bentuk karya ilmiah lain, yaitu pada prosiding seminar nasional atau jurnal internasional. Sebagai luaran tambahan dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bahan ajar dari peneliti.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. SUSTAINBLE TOURISM**

*Sustainable tourism* yang didefinisikan oleh *The World Tourism Organization* (UNWTO) adalah pariwisata yang memperhitungkan secara penuh dampak ekonomi, sosial dan lingkungan sekarang dan yang akan datang, menjawab kebutuhan pengunjung, industri (pariwisata), lingkungan dan komunitas tuan rumah (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014:29).

Tujuan dari *sustainable tourism* adalah untuk mengurangi kemiskinan, dengan menghormati keotentikan sosial-budaya, dan penggunaan sumberdaya lingkungan secara bertanggung-jawab, dan tidak hanya mendorong melainkan juga memfasilitasi serta melakukan pemberdayaan terhadap komunitas agar mereka mampu berperan serta dalam proses produksi serta mendapat berbagai manfaat langsung dari kegiatan pariwisata (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2012:33-34).

Menurut Sharpley (2006:36), tujuan dasar *sustainable development* adalah tercapainya keseimbangan antara lingkungan pariwisata, kebutuhan lokal masyarakat dan kebutuhan wisatawan. Dengan kata lain, tujuan pencapaian, *sustainable development* adalah:

1) Tujuan pembangunan

Berfokus pada pertumbuhan ekonomi melalui pendekatan akar rumput untuk pembangunan yang berfokus pada kepuasan kebutuhan dasar masyarakat.

2) Tujuan lingkungan/berkelanjutan

Melestarikan dan melindungi lingkungan, terutama melestarikan sumber daya tak terbarukan.

Pedoman dan praktek pengelolaan pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) dapat diterapkan pada semua bentuk pariwisata dalam semua jenis destinasi, dan berbagai segmen. Prinsip-prinsip keberlanjutan mengacu keseimbangan terhadap aspek-aspek lingkungan, ekonomi dan sosio budaya (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2012:33). Mengingat kegiatan pariwisata merupakan kegiatan yang multi sektor maka perlu digalang persamaan pandang dari *stakeholder* terhadap prinsip utama dari *sustainable tourism*, yang

diharapkan dapat memberikan orientasi pengembangan yang sama. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

### **2.1.1. *Community Based Tourism***

*Community Based Tourism* bertujuan untuk menciptakan industri pariwisata lebih berkelanjutan yang berfokus pada masyarakat setempat dalam hal perencanaan dan mempertahankan pembangunan pariwisata (Beaton, 2006:55). Jika strategi pariwisata menjadi berkelanjutan maka pengembangan dan pemberdayaan masyarakat harus dikembangkan sebagai tujuan utama dari kemitraan itu sendiri. Bukan hanya dalam hubungannya dengan publik, atau melalui partisipasi publik, tetapi sebagai bentuk pembangunan masyarakat sekitarnya (Hughes, 1995: 59 dalam Richards & Hall, 2000:91).

Ada banyak manfaat potensial apabila masyarakat yang tinggal atau bekerja di tujuan wisata ikut terlibat dalam perencanaan pariwisata karena akan meningkatkan politik legitimasi anggota masyarakat. Hal ini berarti anggota masyarakat memiliki pengaruh yang lebih besar dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka (Benveniste, 1989 dalam Richards & Hall, 2000:26).

### **2.1.2. *Conservation Oriented***

Kawasan konservasi merupakan wilayah daratan dan atau di laut terutama diperuntukkan bagi perlindungan dan pemeliharaan keanekaragaman hayati, dan sumberdaya alam serta sumberdaya budayanya dalam jangka panjang yang dikelola melalui cara-cara legal atau cara-cara efektif lainnya (*International Union for Conservation of Nature and Natural*, 2008:8). *Sustainable tourism* berkomitmen untuk melindungi dan bertanggungjawab terhadap integritas lingkungan alam dan budaya dengan melakukan perencanaan serta pengelolaan lingkungan dan sosial budaya (Genot, 1995 dalam Weaver, 2006:113).

Orientasi konservasi, terdiri dari: 1) Konservasi terhadap lingkungan alam, ekosistem dan keanekaragaman hayati; 2) Konservasi dan mengurangi energi, limbah dan polutan; membantu perkembangan praktek tanggung jawab; 3) Menghormati dan mendukung tradisi lokal, budaya dan masyarakat.

### 2.1.3. *Carrying Capacity*

Kapasitas adalah daya atau kapasitas perusahaan untuk menggunakan sumber daya yang diintegrasikan dengan tujuan untuk mencapai tujuan akhir yang diinginkan (Hitt, Ireland & Hoskisson *et.al*, 2007:112).

Daya dukung mengantisipasi dampak negatif pengembangan pariwisata, maka perlu pendekatan pengelolaan pariwisata dimana tingkat kunjungan, kegiatan dan aktivitas wisatawan pada satu lokasi dikelola dengan batas-batas yang dapat diterima. Tidak semua lokasi disatu wilayah dapat diperlakukan sama untuk pengembangan pariwisata. Faktor kerentanan ekosistem beserta kelangkaan flora dan faunanya, ketahanan budaya lokal, serta luas kawasan wisata menjadi ukuran penting dalam menentukan batas kewajaran pengembangan sarana dan prasarana, jumlah pengunjung, aktivitas pendukung, serta jenis atraksi yang diperbolehkan dalam penyelenggaraan pariwisata (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata & WWF Indonesia, 2009:7).

Daya dukung (*carrying capacity*) merupakan suatu konsep yang mengukur tingkat penggunaan pengunjung terhadap terjaminnya keberlangsungan sebuah destinasi. Beberapa konsep daya dukung yang bermanfaat dalam perencanaan pariwisata, yaitu:

- 1) *Management capacity*, yaitu kemampuan jumlah wisatawan yang dapat dikelola oleh manajemen kawasan wisata tanpa menimbulkan masalah administratif, manajemen, ekonomis, serta pelayanan terhadap wisatawan.
- 2) *Physical capacity*, yaitu kapasitas fisik termasuk sarana dan prasarana yang mampu mengakomodasi jumlah wisatawan tanpa menimbulkan masalah dari segi kelancaran wisatawan dalam menikmati kawasan wisata baik kualitas fisik maupun luasnya sarana dan prasarana.
- 3) *Enviromental capacity*, yaitu jumlah wisatawan yang dapat diakomodasi sehingga tidak menimbulkan kerusakan lingkungan dan ekosistem.
- 4) *Economic capacity*, jumlah wisatawan yang bisa didatangkan sebelum masyarakat lokal mulai merasakan masalah ekonomi yang ditimbulkan, misalnya kenaikan harga tanah dan rumah.
- 5) *Social capacity*, jumlah penduduk maksimal, dimana jumlah yang lebih banyak bisa menyebabkan kerusakan budaya yang sulit dipulihkan kembali.

- 6) *Infrastructur capacity*, jumlah wisatawan yang dapat diakomodasi oleh infrastruktur suatu destinasi.
- 7) *Perceptual capacity*, jumlah orang yang bisa dilayani oleh suatu destinasi sebelum pengalaman berwisata berkurang (Dewi, 2011:110-112).

#### **2.2.4. Pendidikan dan Pelatihan**

Perbedaan penting antara bentuk *sustainable tourism* dan pariwisata konvensional terletak pada unsur aktivitas pendidikan atau pelatihan. Hal ini bukan berarti bahwa diperlukan tingkat akademik yang tinggi untuk menjadi seorang turis yang berkelanjutan; namun pemahaman yang lebih alami tentang bagaimana manusia dan lingkungan bekerja dan melakukan aktifitas untuk mencapai tujuan (Mowforth & Munt, 2003:111). Penekanan pendidikan ataupun pelatihan mengenai *sustainable tourism* adalah memberikan informasi teknis tentang bagaimana melakukan ekowisata yang benar (Whelan, 1991:4 dalam Mowforth & Munt, 2003:112).

Dari perspektif pengelolaan pariwisata pendidikan dan pelatihan sangat dibutuhkan tidak saja untuk para pelaku yang terkait dengan pengembangan pariwisata, tetapi juga wisatawan yang melakukan kunjungan ke daerah wisata. Diklat bagi pelaku bertujuan agar dalam melaksanakan secara profesional dalam penyelenggaraan pariwisata sedangkan untuk wisatawan dimaksudkan untuk meningkatkan kepedulian, kesadaran dan apresiasi terhadap pentingnya pelestarian lingkungan alam dan budaya dari daerah yang dikunjunginya (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata & WWF Indonesia, 2009:6).

#### **2.2.5. Promosi**

Awalnya disebut promosi dan saat ini populer disebut sebagai komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran mencakup semua alat yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, karyawan dan *stakeholder* lainnya (Bowie & Buttle, 2004:28). Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan tidak cukup hanya dengan melakukan pengembangan produk dan harga yang atraktif tetapi juga harus mengkomunikasikan proposisi nilai kepada pelanggan. Keseluruhan elemen komunikasi harus direncanakan, dibaur dan diintegrasikan ke dalam program komunikasi pemasaran (Kotler *et.al*, 2010:358). Pada marketing *sustainable tourism*, selain memperkenalkan, mensosialisasikan, dan mengkampanyekan pariwisata berkelanjutan yang ditetapkan disuatu kawasan wisata tujuan promosi adalah untuk

meningkatkan kesadaran *stakeholder* akan prinsip-prinsip pariwisata yang berkelanjutan. Termasuk didalamnya mempromosikan tingkah laku wisatawan yang sesuai dengan perilaku masyarakat setempat, untuk mencegah perilaku yang bisa mengakibatkan kerugian-kerugian non material terhadap kehidupan generasi masa depan. Promosi tersebut juga meminimalkan benturan kepentingan antar *stakeholder* dalam penggunaan sumber daya alam maupun budaya, serta pembangunan sarana dan prasarana pariwisata (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2012:30).

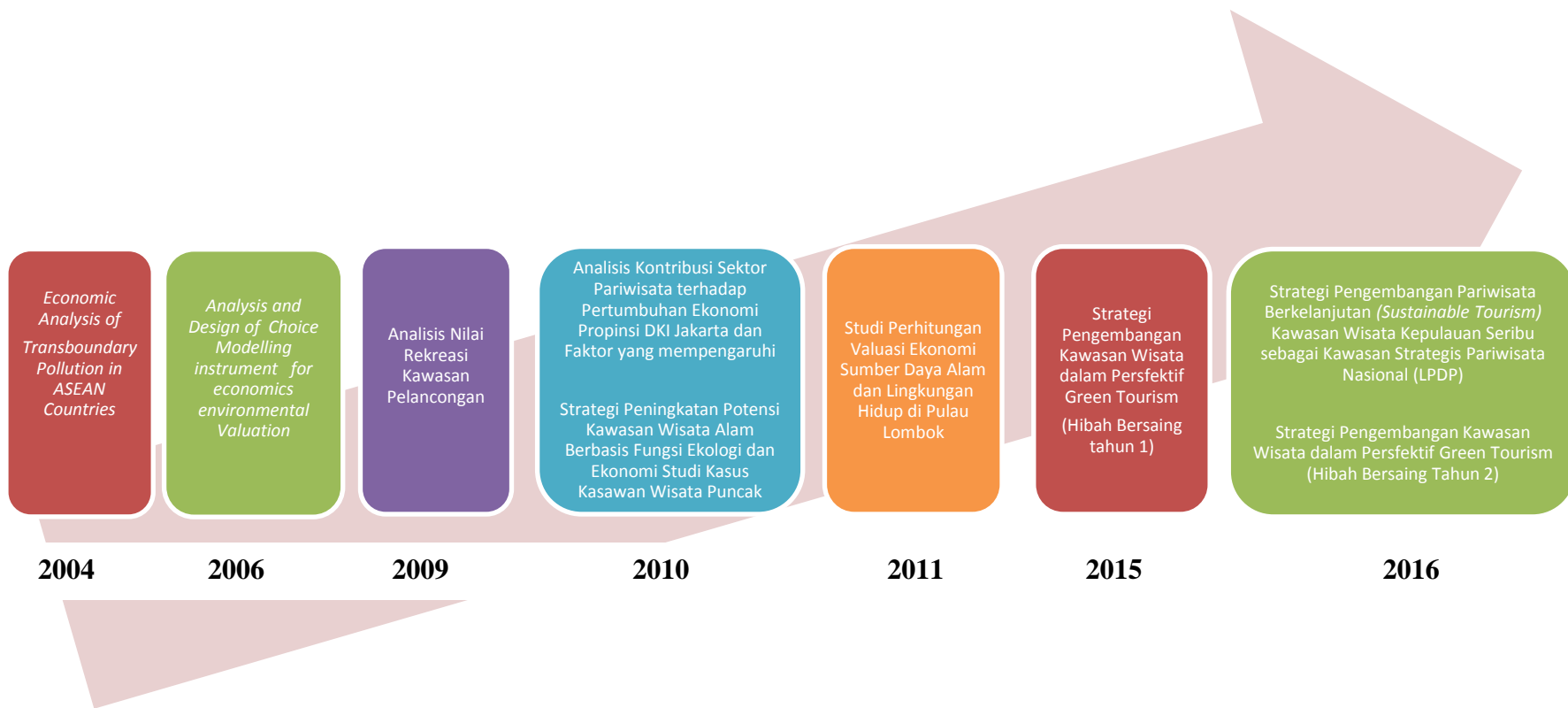
#### **2.1.6. Pemantauan dan Evaluasi**

Pemantauan dilakukan oleh para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam suatu wadah yang dibentuk bersama terhadap tahap perencanaan yang mencakup tujuan-tujuan dan jadwal serta pemantauan tahap pelaksanaan. Dalam proses pemantauan ini diarahkan untuk mengawasi prinsip-prinsip *sustainability tourism* agar dilaksanakan secara konsekwen dan konsisten. Oleh karena itu dibutuhkan suatu sistem informasi. Sistem informasi merupakan proses yang menjalankan fungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan, menganalisis, menyebarkan informasi untuk tujuan tertentu. Sistem informasi tidak harus terkomputerisasi, walaupun kebanyakan memang terkomputerisasi (Turban *et.al*, 2010:8-9).

## **2.2. ROADMAP PENELITIAN**

Penelitian yang sudah dilakukan untuk mendukung penelitian yang akan diusulkan dapat dilihat pada gambar berikut:





**Gambar 2.1. Roadmap Penelitian**

## **BAB III**

### **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **1.1. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas dan perumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian diarahkan pada:

1. Pemetaan daya dukung (*carrying capacity*) KWPP potensi dan permasalahannya secara komprehensif dari aspek ekonomi, ekologi dan sosial.
2. Model pengembangan KWPP yang terintegrasi dan berkelanjutan antara faktor daya dukung dan preferensi konsumen.
3. Rancangan kebijakan yang mengakomodir implementasi strategi pengembangan KWPP yang terintegrasi dan berkelanjutan.

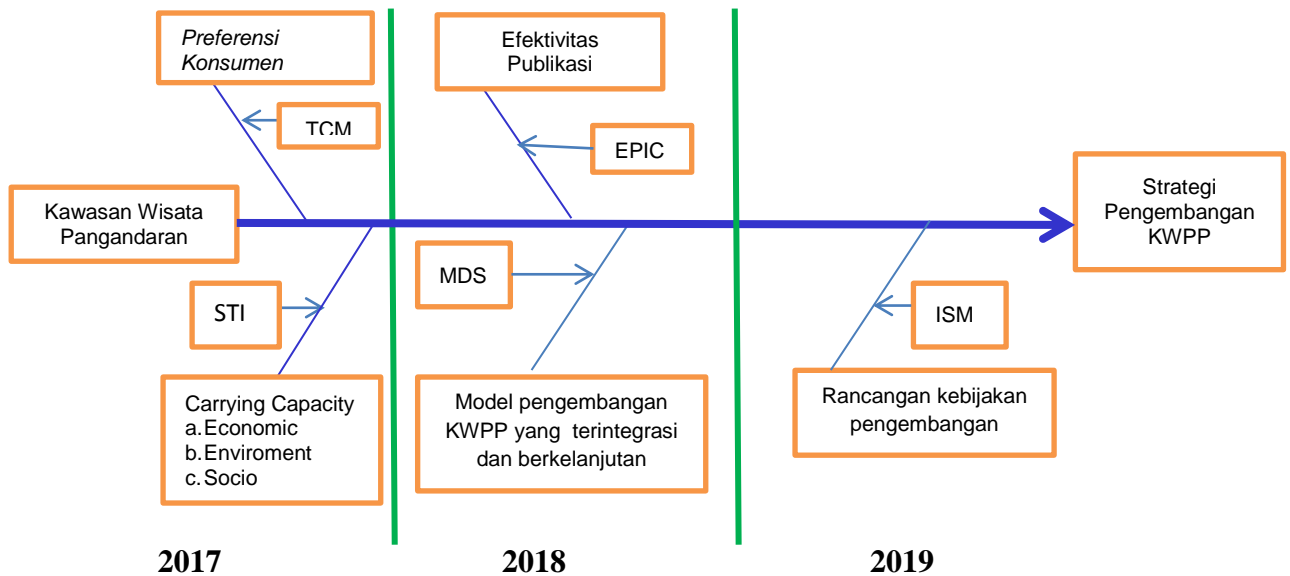
#### **3.2. MAANFAAT PENELITIAN**

Indonesia memiliki banyak kawasan wisata alam yang indah menakjubkan, salah satunya adalah KWPP. Pembangunan suatu kawasan wisata alam memiliki masalah secara umum yaitu penurunan kualitas alam dan daya dukung suatu kawasan, serta kurangnya partisipasi dan keterlibatan masyarakat setempat dalam kegiatan pariwisata yang ada. Hal ini berarti kurangnya metode pembangunan suatu destinasi wisata yang terintegrasi dan berkelanjutan yang dapat mengakomodir kepentingan ekonomi, ekologi dan sosial. Kepentingan berbagai pihak yang terkesan atau terlihat berseberangan harus sudah mulai diselaraskan secara sinergis. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk merancang suatu model pengembangan KWPP yang terintegrasi dan berkelanjutan yang dapat mengakomodir semua kepentingan pihak yang terkait. Kajian ini diharapkan dapat mengeksplorasi aspirasi atau preferensi semua pihak yang berkepentingan dan mengkompilasi dalam suatu model yang cukup jelas dan dapat dipahami serta dilaksanakan dengan mudah.

## BAB IV METODE PENELITIAN

### 4.1. TAHAPAN PENELITIAN

Penelitian direncanakan dilaksanakan dalam 3 (tiga) tahun, tahapan penelitian secara rinci adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1. Tahapan Penelitian

Pada pelaksanaan penelitian tahun pertama pekerjaan yang dilakukan meliputi Kajian preferensi konsumen terhadap KWPP dengan menggunakan metode TCM.

### 4.2. Metode Analisis

Berdasarkan target dan tujuan penelitian pada tahun pertama, dilakukan analisis kinerja kondisi eksisting pengelolaan Kawasan Wisata Pangandaran. Analisis yang dilakukan meliputi *Travel cost method* (TCM). Detail analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

#### *Travel Cost Method*

Pendekatan *travel cost* digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata

dengan menggunakan berbagai variabel. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel biaya perjalanan pengunjung (transportasi, tiket, parkir, konsumsi, dokumentasi, dll), biaya perjalanan ke objek wisata yang lain, pendapatan rata-rata keluarga perbulan, jarak, tujuan kunjungan dan tujuan kunjungan terhadap jumlah kunjungan. Persamaan regresi linear yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = f ( X_1, X_2 , X_3 , X_4 , X_5, X_6, X_7, X_8)$$

Keterangan:

Y : Frekuensi kunjungan wisata ke Pantai Pangandaran

X<sub>1</sub> : Biaya perjalanan ke kawasan wisata Pantai Pangandaran

X<sub>2</sub> : Jarak

X<sub>3</sub> : Pendapatan rata-rata keluarga per bulan

X<sub>4</sub> : Lama kunjungan

X<sub>5</sub> : Tingkat pendidikan

X<sub>6</sub> : Transportasi

X<sub>7</sub> : Umur

X<sub>8</sub> : Jumlah anggota

## BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

### 5.1. PROFIL KABUPATEN PANGANDARAN

Undang-undang nomor 21 tahun 2012 mendasari lahirnya kabupaten baru (DOB) yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 16 November tahun 2012. Kemudian diundangkan oleh Menteri Hukum dan HAM Amir Syamsudin pada tanggal 17 November tahun 2012, maka Pangandaran resmi menjadi Kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Dalam UU No. 21/2012 disebutkan, Kabupaten Pangandaran berasal dari sebagian wilayah Kabupaten Ciamis, yang terdiri dari : Kecamatan Parigi, Kecamatan Cijulang, Kecamatan Cimerak, Kecamatan Cigugur, Kecamatan Langkaplancar, Kecamatan Mangunjaya, Kecamatan Padaherang, Kecamatan Kalipucang, Kecamatan Pangandaran dan Kecamatan Sidamulih. Ibu Kota Kabupaten Pangandaran berkedudukan di Kecamatan Parigi.

Dengan potensi yang besar dibidang pariwisata maka misi Kabupaten Pangandaran yaitu “Kabupaten Pangandaran Pada tahun 2025 menjadi kabupaten pariwisata yang mendunia, tempat tinggal yang aman dan nyaman berlandaskan norma agama.

Luas wilayah Kabupaten Pangandaran yaitu 168.509 Ha dengan luas laut 67.340 Ha. Kabupaten Pangandaran memiliki panjang pantai 91 Km.



Gambar 5.1. Peta Kabupaten Pangandaran



## Pariwisata

Potensi terbesar yang dimiliki Kabupaten Pangandaran adalah pariwisata baik objek wisata pantai maupun sungai. Terdapat banyak objek wisata favorit baik oleh turis mancanegara maupun domestik. Objek wisata yang terdapat di Kabupaten Pangandaran yaitu : pantai pangandaran, taman wisata alam (cagar alam pananjung), pantai batu hiu, pantai batu karas, pantai madasari, pantai karapyak, dan wisata sungai yaitu cukang taneuh (green canyon), citumang, santirah. Tersedia fasilitas hotel dengan kelas yang bervariasi dan cukup lengkap, restoran dan tempat hiburan lainnya.

Tabel 5.1. Jumlah wisatawan ke Pantai Pangandaran tahun 2017

No	Bulan	Wisnus	Wisman	Jumlah
1	Januari	276.724	262	276.986
2	Februari	360.917	389	361.306
3	Maret	428.980	526	429.506
4	April	537.080	695	537.775
5	Mei	650.925	879	651.804
6	Juni	828.580	1.028	829.608

Sumber : Dinas Pariwisata Pangandaran

## 5.2. Perancangan Instrumen

### 5.2.1. Perancangan Kuesioner

Instrumen penelitian terdiri dari 3 (empat) bagian, yaitu: bagian satu Kunjungan Kawasan Wisata Pantai Pangandaran; bagian dua Biaya Perjalanan; bagian tiga Identitas data responden. Kuesioner secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 1.

### 5.2.2. Uji Instrumen

#### Uji Kecukupan Data

Berdasarkan data jumlah wisatawan dilakukan penentuan ukuran sampel. Rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel (n) adalah dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

di mana: n = Ukuran sampel.

N = Jumlah populasi.

e = % kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel, yaitu 10% atau (0,10)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{3.086.985}{1 + (3.086.985 \times (0,10)^2)}$$

$$= 99,99 \approx 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan didapat jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah 100 (seratus) responden.

### 5.3. Hasil Pengumpulan Data

#### 5.3.1. Demografi Responden

Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap responden yang merupakan wisatawan yang pernah berwisata ke KWPP. Jumlah kuesioner yang disebar kepada responden sebanyak 220 kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh karakteristik responden yang meliputi : jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan total pendapatan per bulan sebagai berikut :

Tabel 5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	154	70%
2.	Perempuan	66	30%
Total		220	100%

Sumber : Data kuesioner diolah (2017)

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 154 orang atau sebesar 70% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 198 orang atau sebesar 30%.

Tabel 5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 20 Tahun	7	3,2%
2.	20 - 29 Tahun	76	34,5%
3.	30 - 39 Tahun	51	23,2%
4.	40 - 49 Tahun	52	23,6%
5.	>50 Tahun	34	15,5%
Total		220	100%

Sumber : Data kuesioner diolah (2017)

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut usia, jumlah responden yang berusia di bawah 20 tahun sebanyak 7 orang atau sebesar 3,2%, responden yang berusia 20-29 tahun sebanyak 76 orang atau sebesar 34,5%, responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 51 orang atau sebesar 23,2%, responden yang berusia 40-49 tahun sebanyak 52 orang atau sebesar 23,6%, dan responden yang berusia di atas 50 tahun sebanyak 34 orang atau sebesar 15,5%.

Tabel 5.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMA/Sederajat	117	53,2%
2.	Diploma	12	5,5%
3.	Strata Satu (S1)	50	22,7%
4.	Strata Dua (S2)	9	4,1%
5.	Lainnya	32	14,5%
Total		220	100%

Sumber : Data kuesioner diolah (2017)

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut pendidikan terakhir, jumlah responden dengan tingkat pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 117 orang atau sebesar 53,2%, responden dengan tingkat pendidikan Diploma sebanyak 12

orang atau sebesar 5,5%, responden dengan tingkat pendidikan Strata Satu (S1) sebanyak 50 orang atau sebesar 22,7%, responden dengan tingkat pendidikan Strata Dua (S2) sebanyak 9 orang atau sebesar 4,1%, responden dengan tingkat pendidikan lainnya sebanyak 32 orang atau sebesar 14,5%.

Tabel 5.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pegawai Negeri Sipil	28	12,7%
2.	Pegawai Swasta	69	31,4%
3.	Wiraswasta	89	40,5%
4.	Profesional	11	5,0%
5.	Lainnya	23	10,5%
Total		220	100%

Sumber : Data kuesioner diolah (2017)

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut pekerjaan, jumlah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 28 orang atau sebesar 12,7%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 69 orang atau sebesar 31,4%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 89 orang atau sebesar 40,5%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai profesional sebanyak 11 orang atau sebesar 5,0%, sedangkan responden yang memiliki pekerjaan selain dari pegawai negeri sipil, pegawai swasta, profesional dan wiraswasta sebanyak 23 orang atau sebesar 10,5%.

Tabel 5.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan

No.	Penghasilan per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< Rp. 1.500.000	17	7,7%
2.	Rp.1.500.000 - Rp.2.900.0000	84	38,2%
3.	Rp.3.000.000 - Rp.4.500.000	52	23,6%
4.	>Rp.4.500.000	67	30,5%
Total		220	100%

Sumber : Data kuesioner diolah (2017)

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut penghasilan per bulan, jumlah responden dengan tingkat penghasilan kurang dari Rp.1.500.000 sebanyak 17

orang atau sebesar 7,7%, responden dengan tingkat penghasilan Rp.1.500.000-Rp.2.900.000 sebanyak 84 orang atau sebesar 38,2%, responden dengan tingkat penghasilan Rp.3.000.000-Rp.4.500.000 sebanyak 52 orang atau sebesar 23,6%, sedangkan responden yang memiliki tingkat penghasilan >Rp.4.500.000 sebanyak 67 orang atau sebesar 30,5%.

### **5.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fungsi Permintaan**

Dalam pendekatan biaya perjalanan individual (ITCM), dapat dilakukan identifikasi suatu tempat rekreasi seperti KWPP dengan mengumpulkan data biaya perjalanan ke lokasi wisata dan karakter sosial ekonomi. Cara pengumpulan dengan melakukan survei kepada individu yang melakukan perjalanan wisata ke KWPP. Dalam penelitian ini, dibatasi hanya 8 faktor yang diduga mempengaruhi frekuensi kunjungan ke KWPP, yaitu biaya perjalanan ke kawasan wisata Pantai Pangandara, jarak, pendapatan rata-rata keluarga per bulan, lama kunjungan, tingkat pendidikan, transportasi, umur dan jumlah anggota.

Dari hasil regresi linier berganda, dapat dilakukan penafsiran mengenai koefisien setiap variabel. Jika tanda koefisien bernilai negatif, maka pengaruh dari variabel tersebut terhadap frekuensi kunjungan mempunyai arah yang berkebalikan. Artinya peningkatan variabel akan menurunkan frekuensi kunjungan responden. Begitu pula sebaliknya pada variabel yang mempunyai tanda positif. Peningkatan variabel juga akan mengakibatkan peningkatan frekuensi kunjungan.

### **5.3.3. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan ke KWPP**

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 5.8, dapat dilihat bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi kunjungan ke KWPP, hal ini terlihat dari nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan tabel 5.9 dapat dilihat dari 8 (delapan) variabel terdapat 4 (empat) variabel yang berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan ke KWPP dan 4 (empat) variabel yang berpengaruh negatif terhadap frekuensi kunjungan ke KWPP.

Tabel 5.7. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	R Square Change	F Change	df1	df2
1	,472(a)	,222	,193	1,04554	,222	7,540	8	211	,000

a Predictors: (Constant), Jumlah anggota, Biaya total, Umur, Jarak, Tingkat pendidikan, Lama kunjungan, Pendapatan, Transportasi

Tabel 5.8. ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65,941	8	8,243	7,540	,000(a)
	Residual	230,655	211	1,093		
	Total	296,595	219			

a Predictors: (Constant), Jumlah anggota, Biaya total, Umur, Jarak, Tingkat pendidikan, Lama kunjungan, Pendapatan, Transportasi

b Dependent Variable: Frekuensi kunjungan

Tabel 5.9. Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	2,551	,393		6,490	,000
	Biaya total	3,73E-007	,000	,128	1,956	,052
	Jarak	-,005	,001	-,300	-4,560	,000
	Pendapatan	,177	,082	,148	2,166	,031
	Lama kunjungan	,310	,123	,172	2,532	,012
	Tingkat pendidikan	-,024	,050	-,030	-,470	,639
	Transportasi	-,233	,086	-,203	-2,710	,007
	Umur	,232	,069	,229	3,374	,001
	Jumlah anggota	-,001	,004	-,016	-,214	,831

a Dependent Variable: Frekuensi kunjungan

Berdasarkan tabel 5.9 di atas, maka persamaan regresi frekuensi kunjungan ke KWPP terhadap 8 (delapan) variabel diperoleh sebagai berikut

$$Y = 2,55 + (3,7 \times 10^{-7})x_1 - 0,006 X_2 + 0,177x_3 + 0,31x_4 - 0,024x_5 - 0,233x_6 + 0,232x_7 - 0,001x_8$$

Dimana

Y : Frekuensi kunjungan wisata ke Pantai Pangandaran

X<sub>1</sub> : Biaya perjalanan ke kawasan wisata Pantai Pangandaran

X<sub>2</sub> : Jarak

X<sub>3</sub> : Pendapatan rata-rata keluarga per bulan

X<sub>4</sub> : Lama kunjungan

X<sub>5</sub> : Tingkat pendidikan

X<sub>6</sub> : Transportasi

X<sub>7</sub> : Umur

X<sub>8</sub> : Jumlah anggota

Adapun variabel yang berpengaruh secara positif terhadap frekuensi kunjungan ke KWPP terdapat 4 (empat) variabel, dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Biaya total perjalanan

Biaya perjalanan dapat diartikan sebagai biaya yang seluruhnya dikeluarkan oleh setiap pengunjung dalam satu kali melakukan perjalanan wisata. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, dokumentasi, konsumsi selama rekreasi, parkir, pembelian souvenir dan biaya lainnya tanpa biaya tiket masuk lokasi wisata. Variabel biaya perjalanan signifikan. Hal tersebut dapat disebabkan karena variabel biaya tersebut tidak dapat dipisahkan dengan frekuensi kunjungan seseorang. Nilai koefisien regresi peubah biaya perjalanan dalam model bertanda positif, artinya semakin besar biaya perjalanan maka akan meningkatkan frekuensi kunjungan individu ke lokasi rekreasi. Hal ini tidak sesuai dengan teori ekonomi, dimana jika harga semakin meningkat maka konsumen akan mengurangi jumlah barang yang dikonsumsinya.

b. Total Pendapatan

Variabel ini signifikan dan bernilai positif, hal tersebut dapat dikarenakan pendapatan merupakan hal yang penting yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi seperti halnya kegiatan rekreasi maka memerlukan uang atau dana yang berasal dari pendapatan. Koefisien variabel ini memiliki tanda positif, hal itu sesuai dengan teori ekonomi yang mengatakan dimana semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan

semakin tinggi pula konsumsinya. Jadi, apabila seseorang tingkat pendapatannya tinggi maka mereka cenderung akan meningkatkan rata-rata frekuensi kunjungannya ke tempat rekreasi. Besarnya koefisien variabel akan mengakibatkan peluang rata-rata frekuensi kunjungan mengalami kenaikan yang besar akibat naiknya pendapatan. Jadi, responden yang memiliki pendapatan lebih tinggi memungkinkan mereka mempunyai kesempatan rekreasi yang lebih tinggi dibandingkan responden yang berpendapatan rendah.

c. Lama kunjungan

Waktu yang dihabiskan di lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan. Variabel tersebut bernilai positif yang berarti semakin lama waktu yang dihabiskan wisatawan di lokasi rekreasi maka semakin meningkatkan peluang rata-rata wisatawan tersebut untuk berkunjung ke KWPP. Hal tersebut dapat disebabkan karena fasilitas rekreasi yang dirasa lengkap sehingga pengunjung menghabiskan waktu lama di lokasi.

d. Umur

Variabel umur dalam model berpengaruh secara signifikan dengan memiliki tanda positif. Oleh karena itu dalam kasus ini umur mempunyai pengaruh yang searah dengan frekuensi kunjungan. Artinya semakin dewasa umur seseorang maka akan meningkatkan peluang rata-rata frekuensi kunjungan. Hal ini dapat disebabkan karena orang yang lebih dewasa dengan beragam aktifitas membutuhkan waktu untuk berekreasi mengingat tujuan dari rekreasi adalah kembali ke kreatif.

Adapun variabel yang berpengaruh secara negatif terhadap frekuensi kunjungan ke KWPP terdapat 4 (empat) variabel, dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Jarak Tempuh

Jarak tempuh merupakan jarak tempat tinggal pengunjung ke tempat rekreasi dihitung dalam satuan km. Variabel ini dalam model berpengaruh signifikan mempunyai tanda yang negatif. Berdasarkan hipotesis, jarak tempuh berpengaruh secara negatif karena semakin jauh jarak yang harus dilalui oleh seseorang ke tempat rekreasi maka akan semakin besar juga biaya perjalanan yang harus dikeluarkan. Jadi seseorang yang mempunyai jarak lebih dekat dengan KWPP cenderung akan meningkatkan peluang rata-rata frekuensi kunjungannya ke tempat tersebut.



b. Tingkat pendidikan

Variabel tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan mempunyai koefisien yang bertanda negative, yang berarti semakin tinggi pendidikan individu maka akan mengurangi peluang frekuensi kunjungan ke KWPP.

c. Transportasi

Transportasi merupakan sarana yang digunakan seseorang dari tempat tinggal mereka menuju ke tempat rekreasi yang biasanya tergantung dari bagus tidaknya kondisi jalan yang mereka lalui, trayek jalan yang dipakai dan situasi jalan yang dilalui, apakah sering terkena macet atau tidak. Variabel transportasi dalam model berpengaruh secara signifikan dan mempunyai hubungan yang negatif terhadap frekuensi kunjungan. Sehingga dapat dikatakan bahwa transportasi yang lebih lama maka akan menurunkan rata-rata frekuensi kunjungan individu ke destinasi wisata.

d. Jumlah anggota

Variabel jumlah anggota mempengaruhi frekuensi kunjungan secara signifikan. Koefisien variabel ini bernilai negatif yang artinya semakin banyak jumlah tanggungan individu maka akan menurunkan rata-rata frekuensi kunjungan individu tersebut. Hal tersebut disebabkan karena jumlah tanggungan keluarga berhubungan erat dengan biaya perjalanan yang harus dikeluarkan, artinya semakin banyak jumlah tanggungan keluarga pengunjung maka akan meningkatkan biaya perjalanan yang harus dikeluarkan. Sebaliknya bila jumlah tanggungan sedikit maka biaya yang harus dikeluarkan pun akan berkurang sehingga akan meningkatkan frekuensi kunjungan seseorang ke KWPP.

#### **5.3.4. Surplus Konsumen dan Nilai Ekonomi KWPP**

Surplus konsumen (*Consumer Surplus*) adalah faedah atau manfaat lebihan yang dirasakan konsumen atas harga suatu barang/komoditas yang ada. Manfaat dihitung dari selisih antara harga pasaran dengan harga maksimal yang ada di bawah fungsi permintaan.

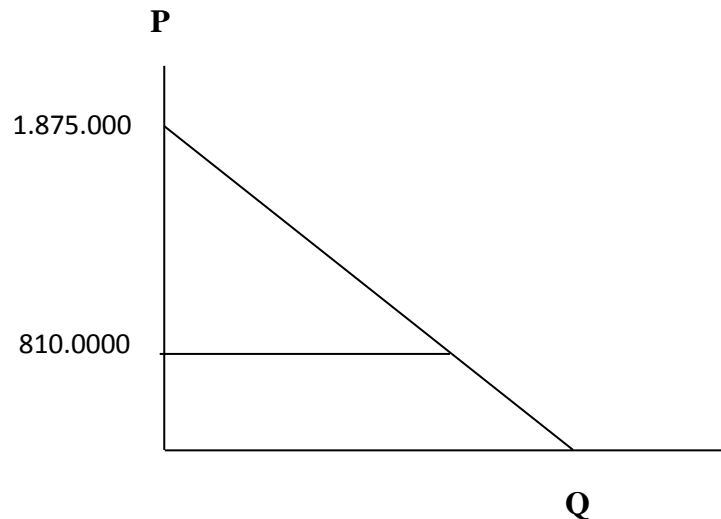
Nilai ekonomi adalah menggambarkan besar potensi ekonomi yang ada pada suatu lingkungan. Nilai ekonomi dapat diuraikan dalam nilai gunaan dan nilai bukan gunaan. Nilai gunaan itu sendiri terdiri dari nilai gunaan langsung dan nilai gunaan tidak langsung. Dalam penelitian ini nilai ekonomi yang dinilai adalah nilai gunaan

langsung destinasi wisata KWPP. Nilai ekonomi didapat dengan menghitung besar *consumer surplus* dari semua pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke KWPP. Wisatawan yang diperhitungkan dalam penilaian adalah pengunjung yang memiliki pendapatan, karena terkait dengan keputusan untuk mengunjungi KWPP. Persamaan regresi yang menggambarkan fungsi permintaan kunjungan ke KWPP didapati sebagai berikut:

$$Y = 2,92 + (3,34 \times 10^{-7}) x_1$$

dimana Y adalah frekuensi kunjungan ke KWPP dan  $X_1$  adalah besar biaya perjalanan menuju ke KWPP. Besar biaya perjalanan maksimum yang ada yaitu Rp. 1.875.000,00 dan biaya perjalanan rata-rata sebesar Rp.810.000,00.

Jika diplot dalam grafik maka kurva permintaan untuk biaya perjalanan ke KWPP adalah sebagai berikut:



Gambar 5.2. Fungsi permintaan kunjungan ke KWPP

Adapun *Consumer Surplus* atau lebih pengguna yang didapat dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}
 Y &= 2,92 + (3,34 \times 10^{-7}) \\
 &= \int_{810000}^{1875000} (2,92 + 3,34 \times 10^{-7}) \\
 &= 2,92 + (3,34 \times 10^{-7}) \Big]_{810.000}^{1875000} \\
 &= \{ 2,92 + (3,34 \times 10^{-7}) \times 1875000 \} - \{ 2,92 + (3,34 \times 10^{-7}) \times 810.000 \} \\
 &= 3.109.800,00
 \end{aligned}$$

*Consumer surplus* adalah faedah atau manfaat lebih yang dirasakan konsumen atas harga suatu barang /jasa yang ada. Faedah dihitung dari selisih antara harga pasaran dengan harga maksimal yang ada di bawah fungsi permintaan, Dalam penelitian ini didapatkan fungsi permintaan  $Y = 2,92 + (3,34 \times 10^{-7}) x_1$  harga pasaran 810.000 dan harga maksimal sebesar 1.875.000 Didapati besar *consumer surplus* sebesar Rp. 3.109.800,00 artinya bahwa konsumen mempunyai lebih sebesar sekitar 3,1 juta rupiah dalam menikmati kawasan wisata Pantai Pangandaran. Secara umum wisatawan yang datang ke KWPP masih memiliki kemampuan secara ekonomi untuk membelanjakan sejumlah uang rata-rata sebesar 3,1 juta rupiah untuk mendapatkan kepuasan dalam berwisata. Hal ini dapat juga dikatakan bahwa nilai harga yang ada pada beberapa obyek wisata di KWPP masih dalam kondisi *under value* dari nilai pasaran.

#### Nilai ekonomi

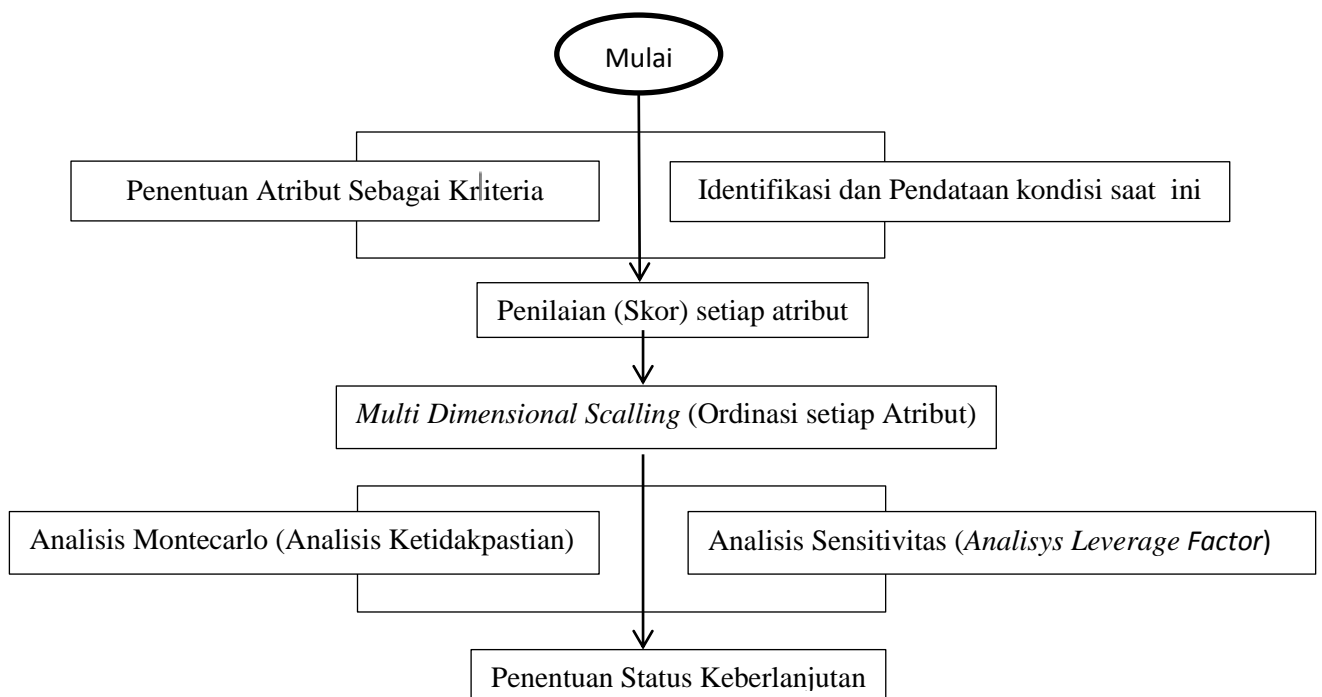
Nilai ekonomi menggambarkan besar potensi ekonomi yang ada pada suatu barang lingkungan, yang dalam penelitian adalah destinasi rekreasi KWPP. Nilai ekonomi dapat diuraikan dalam nilai gunaan dan nilai bukan gunaan. Nilai gunaan itu sendiri terdiri dari nilai gunaan langsung dan nilai gunaan tidak langsung. Dalam penelitian yang yang dinilai adalah nilai gunaan langsung destinasi wisata KWPP.

Nilai ekonomi didapat dengan menghitung besar *consumer surplus* dari semua pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke KWPP. Pengunjung yang diperhitungkan dalam penilaian di penelitian adalah pengunjung yang memiliki pendapatan, karena terkait dengan keputusan untuk mengunjungi KWPP. Dengan besar *consumer surplus* sekitar 3,1 juta rupiah dan jumlah populasi 8.500 didapati besar nilai ekonomi KWPP sebesar Rp 26 milyar. Hal ini berarti KWPP mempunyai potensi ekonomi sebesar 26 milyar rupiah jika dikelola dengan baik.

## BAB VI RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

### 6.1. Tahun Ke-2

Pada tahun ke-2 dilakukan analisis tingkat atau status keberlanjutan KWPP dengan menggunakan *Multidimensional Scalling* (MDS) dengan metode *Raptourism* (*Rapid Appraisal of Tourism*). Kavanagh (2001) merekomendasikan tahapan yang harus dilalui dalam prosedur *Rapfish/Raptourism*, seperti tertera pada Gambar 6.1.



**Gambar 6.1. Tahapan Analisis Keberlanjutan dengan MDS**

Sumber: Fauzi, 2012

Skor perkiraan setiap dimensi dinyatakan dengan skala terburuk (*bad*) 0% sampai yang terbaik (*good*) 100%. Adapun nilai skor yang merupakan nilai indeks berkelanjutan setiap dimensi dapat dilihat pada tabel 6.1.

**Tabel 6.1. Baku Kategori status Pariwisata Pangandaran**

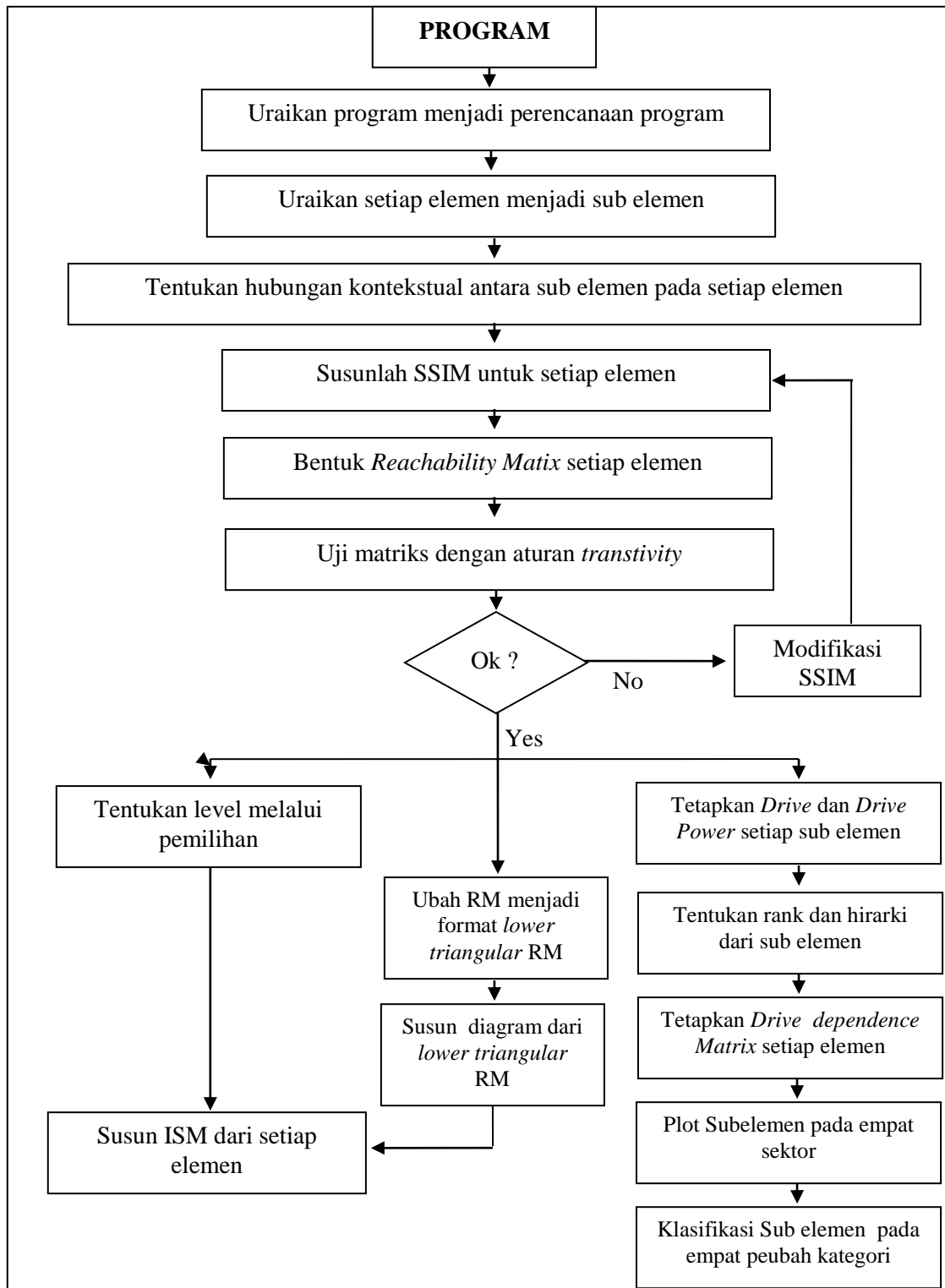
Nilai Indeks	Kategori
0,00 – 25,00	Buruk (Tidak Berlanjut)
25,01 – 50,00	Kurang (Kurang Berlanjut)
50,01 – 75,00	Sedang (Cukup Berlanjut)
75,01 – 100,00	Baik (Sangat Berlanjut)

Analisis untuk melihat atribut yang paling sensitif memberikan kontribusi terhadap indeks keberlanjutan dilakukan analisis sensitivitas. Analisis ini melihat bentuk perubahan *Root Mean Square* (RMS) ordinasi pada sumbu X. Semakin besar perubahan nilai RMS, maka atribut tersebut dikategorikan sensitif.

## 6.2. Tahun Ke-3

Pada tahun ke-3 dilakukan analisis *Interpretatif structural modelling* (ISM) untuk menyusun rekomendasi strategi untuk mengembangkan kawasan wisata Pangandaran menuju kawasan *green tourism*, agar kawasan wisata ini dapat berkelanjutan. ISM adalah metoda yang dapat membantu mengidentifikasi hubungan antara gagasan/ide dan struktur penentu dalam sebuah masalah yang kompleks. Menurut Marimin (2004) teknik permodelan ISM digunakan untuk merumuskan alternatif kebijakan dimasa yang akan datang.

Menurut Saxena (1992) dalam Marimin (2004) menyebutkan bahwa terdapat sembilan elemen yang dapat dianalisa dengan pendekatan ISM yaitu (1) sektor masyarakat yang terpengaruh, (2) kebutuhan dari program, (3) kendala utama program, (4) perubahan yang diinginkan, (5) tujuan dari program, (6) tolok ukur untuk menilai setiap tujuan, (7) aktifitas yang dibutuhkan guna perencanaan tindakan, (8) ukuran aktifitas guna mengevaluasi hasil yang dicapai setiap aktifitas, dan (9) lembaga yang terlibat dalam pelaksanaan program. Dalam kajian ini, elemen yang dikaji meliputi 1) Kendala, 2) perubahan yang diharapkan, 3) program yang dibutuhkan, 4) lembaga yang terlibat. Penentuan sub elemen dari tiap elemen dan hubungan kontekstual antara sub elemen di peroleh berdasarkan pendapat pakar. Pakar dalam hal ini adalah yang memiliki: a) pengetahuan tentang pariwisata, b) kewenangan mengambil kebijakan, c) skill, dan d) sikap (etika dan moral - *attitude*).



Gambar 6.2. Tahapan Proses ISM

Sumber : Marimin, 2004

Klasifikasi sub elemen berdasarkan hasil analisis dikelompokkan kedalam 4 sektor, yaitu sub elemen yang termasuk ke dalam variabel *Autonomous* (Sektor 1), *Dependent* (Sektor 2), *Linkage* (Sektor 3) atau *Independent* (Sektor 4).



## **BAB 7**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **7.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh :

1. Faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap kunjungan wisatawan ke KWPP adalah biaya total ( $X_1$ ), pendapatan ( $X_3$ ), lama kunjungan ( $X_4$ ) dan umur ( $X_7$ ), sedang yang bernilai negatif adalah jarak ( $X_2$ ), tingkat pendidikan ( $X_5$ ), transportasi ( $X_6$ ) dan jumlah anggota ( $X_8$ ).
2. Konsumen memiliki lebih (*consumer surplus*) sebesar Rp. 3.109.800,00 dengan potensi nilai ekonomi yang dimiliki KWPP dalam setahun adalah Rp.26 milyar.
3. Preferensi konsumen menunjukkan bahwa KWPP merupakan destinasi pariwisata yang layak dikembangkan karena memiliki *consumer surplus* dan nilai ekonomi yang tinggi.

#### **7.2. Saran**

Penelitian ini akan dilanjutkan pada tahun kedua dengan tujuan membuat prioritas pengembangan KWPP dalam perspektif *greentourism*. Untuk itu diperlukan metode penelitian eksplorasi yang lebih komprehensif dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan yang ada. Dalam hal ini untuk penelitian selanjutnya harus mencari pihak berkepentingan yang akan dijadikan responden yang betul-betul memahami kondisi dan permasalahan KWPP. Untuk mendapatkan hasil yang lebih tajam diperlukan metode pengumpulan data yang lebih akurat dan pemilihan responden yang baik, dengan harapan responden menguasai betul informasi tentang KWPP dalam aspek ekonomi dan ekologi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C., Motta, R.S., Ortiz, R.A., Reid, J., Aznar, C.E., Antonio, P. 2008 The use of contingent valuation for evaluating protected areas in the developing world: Economic valuation of Morro do Diabo State Park, Atlantic Rainforest, Sao Paulo State (Brazil). *Ecological Economics* **66**: 359-370.
- Ardiwidjaja, R. 2004. Pembangunan Berkelanjutan : “ Konservasi dan Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Kapuas Hulu”. *Jurnal Kebudayaan dan Pariwisata*. Jakarta.
- Alpizar, F. 2005. The pricing of protected areas in nature-based tourism: A local perspective. *Ecological Economics* **56**: 294-307.
- Beaton, Sue. 2006. *Community Development Through Tourism*. Collingwood: Landlinks Press.
- Chen, W., Hong, H., Liu, Y., Zhang, L., Hou, X., Raymond M. 2004. Recreation demand and economic value: An application of travel cost method for Xiamen Island. *China Economic Review* **15**: 398-406.
- Dwyer, Larry, Alison Gill dan Neelu Seetaram. 2014. *Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and Qualitative Approaches*. Chetenham Glos: Edwar Elgar Publishing Ltd. Lordkipanidze, M. Brezet, H. Backman, M. 2005. The entrepreneurship factor in sustainable tourism. *Journal of Cleaner Production* **13**: 787-798.
- Hitt, Ireland & Hoskisson, Michael A, R. Duane Ireland, dan Robert E. Hoskisson. 2007. *Strategic Management: Competitiveness and Globalization (Concepts and Cases)*. Seventh Edition. Ohio: Thomson Higher Education.
- International Union for Conservation of Nature and Natural*. 2008. *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories*. Switzerland: *International Union for Conservation of Nature and Natural*. Lim, C., McAleer, M. 2004 *Ecologically sustainable tourism management Environmental Modelling & Software*. Queensland Australia.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2014. *Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan Green Jobs untuk Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia bekerjasama dengan *International Labour Organization*.
- Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, 2016. Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi . Edisi X
- Mowforth, Martin dan Ian Mun. 2003. *Tourism Sustainability: New tourism in the Third World*. London: Routledge.

- Malhotra, Naresh K. 2010. *Marketing Research: an Applied Orientation*. Sixth Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- National Marine Park. Proceeding. The 14th International Conference on QIR (Quality in Research). 10-13 August 2015. Lombok. Sian, Lim Tau, *et.al.* 2009. *Fundamentals of Hospitality and Tourism Management*. Selangor: Open University Malaysia.
- Pearce, John A dan Richard B Robinson. 2015. *Strategic Management: Planning for Domestic and Global Competition*. Fourteenth Edition. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Porter, Michael E. 2008. *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. Harvard Business Review. [www.hbrreprints.org](http://www.hbrreprints.org).
- Richards, Greg dan Derek Hall. 2000. *Tourism and Sustainable Community Development*. London: Routledge.
- Ritchie, Brent W, Peter M Burns, dan Catherine A Palmer. 2005. *Tourism Research Methods: Integrating Theory with Practice*. Oxfordshire: CABI Publishing.
- Scott, D., Jones, B., Kanopek, J. 2006. *Implications of climate and environmental change for nature-based tourism in the Canadian Rocky Mountains: A case study of Waterton Lakes National Park*, Tourism Management. Waterloo.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk kolaborasi Joseph Wisenblit. 2010. *Consumer Behavior*. Edisi Kesepuluh. New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Sharpley, Richard. 2009. *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* London: Earthscan Dunstan House.
- Sharpley, Richard. 2006. *Travel and Tourism*. London: SAGE Publications. *Tourism Management International*. 2015. <http://www.DestinationManagementInternational.com/tourism-development-consulting/> Solimarín (Diakses pada tanggal 23 Juni 2015). Tsaur, S.H., Lin, Y.C., Lin, J.H. 2006. Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism. *Tourism Management* **27**: 640-653.
- Van der Duim, R., Caalders, J. 2002. Biodiversity and Tourism, Impacts and Interventions. *Annal of Tourism Research*. **29**: 743-761
- Turban, Efraim, Linda Volonino. 2010. *Information Technology for Anagement - Improving strategic and Operational Performance*. Eighth Edition. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- United Nations. 2007. *Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies*. Third Edition. New York: United Nations.
- Weaver, David. 2006. *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

## **LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN**

# **KUESIONER PENELITIAN**

## **MODEL PENGEMBANGAN TERINTEGRASI DAN BERKELANJUTAN KAWASAN WISATA PANGANDARAN**

Kami peneliti dari Universitas Sahid Jakarta sedang melaksanakan penelitian tentang pandangan masyarakat terhadap pelayanan yang ada pada Kawasan Wisata Pantai Pangandaran. Kami berharap agar Bapak/ibu/sdr/I dapat membantu kami dengan menjawab kuesioner. Segala informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kajian penelitian ini. Terima kasih atas kerjasamanya.

**Ketua Tim Peneliti**

**Bernard Hasibuan**

## Bagian 1. Kunjungan Kawasan Wisata Pantai Pangandaran (KWPP)

1. Apa sumber informasi anda mengenai KWPP ?
  - a. Surat Kabar
  - b. Televisi
  - c. Brosur/leaflet/website Dinas Pariwisata Pangandaran
  - d. Social media
  - e. Lain-lain, sebutkan . . . . .
2. Berapa kali anda sudah berwisata ke KWPP ?
  - a. 1
  - b. 2
  - c. 3
  - d. > 3
3. Bersama siapa anda berwisata ke KWPP?
  - a. Keluarga, sebutkan berapa orang ? . . . . . orang
  - b. Teman, sebutkan berapa orang ? . . . . . orang
  - c. Rombongan, sebutkan berapa orang ? . . . . . orang
  - d. Lain-lain, sebutkan . . . . .
4. Alat transportasi apa yang anda gunakan untuk berwisata ke KWPP ?
  - a. Sepeda motor
  - b. Angkutan umum
  - c. Mobil pribadi
  - d. Mobil sewa
  - e. Lainnya, sebutkan . . . . .
5. Dimana anda tinggal kota . . . . . , kecamatan . . . . .
6. Apa yang menjadi alasan utama anda berwisata ke KWPP ?
  - a. Akses yang mudah
  - b. Lingkungan yang menarik
  - c. Biaya wisata yang relatif terjangkau
  - d. Suasana yang nyaman
  - e. Lainnya, sebutkan . . . . .
7. Berapa lama waktu yang anda habiskan selama berwisata ke KWPP ?
  - a. < 1 hari (. . . . . jam)
  - b. 1 hari
  - c. > 1 hari
8. Apa kesan anda (kepuasan) terhadap objek wisata KWPP ?

No.	Uraian	Setuju	Tidak setuju
a	Lingkungan KWPP bersih (tidak tercemar)		
b	Fasilitas sarana prasarana lengkap		
c	Kualitas pelayanan baik		
d	Suasana KWPP nyaman (tidak bising)		

9. Bagaimana persepsi saudara setelah berkunjung ke KWPP ?
  - a. Melebihi harapan
  - b. Sesuai harapan
  - c. Di bawah harapan

Bagi saudara yang menjawab di bawah harapan (point c), masalah apa yang paling krusial di KWPP ? . . . . .

## Bagian 2. Biaya Perjalanan

10. Berapa kali anda melakukan perjalanan wisata dalam 1 (satu) tahun ? . . . . . kali

Uraikan destinasi wisata mana saja yang pernah anda kunjungi dan perkiraan biaya yang anda keluarkan

No.	Destinasi Wisata	Biaya (Rp.)
1		
2		
3		
4		
5		

11. Berapa jumlah pengeluaran yang anda keluarkan selama berwisata ke KWPP ?

Jenis pengeluaran	Jumlah pengeluaran
A. Biaya Transportasi	
▪ Kendaraan pribadi	
1. Biaya bensin	Rp. ....
2. Parkir, tol dll	Rp. ....
▪ Angkutan umum	Rp. ....
▪ Kendaraan sewa	
1. Biaya sewa	Rp. ....
2. Biaya bensin	Rp. ....
3. Parkir, tol dll	Rp. ....
▪ Biro perjalanan wisata travel (sebutkan fasilitas apa saja yang anda dapatkan dari biro perjalanan wisata travel)	
.....	Rp. ....
.....	
B Konsumsi (makanan dan minuman)	Rp. ....
C Akomodasi/penginapan	Rp. ....
D Tiket/karcis masuk	Rp. ....
E Dokumentasi	Rp. ....
F Souvenir/oleh-oleh	Rp. ....
G Biaya lain-lain, sebutkan . . . . .	Rp. ....
TOTAL	Rp. ....

### Bagian 3. Identitas Responden

1. Jenis kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia anda saat ini :
  - a. < 20 tahun
  - b. 20 – 29 tahun
  - c. 30 – 39 tahun
  - d. 40 – 49 tahun
  - e. > 50 tahun
3. Pendidikan terakhir anda :
  - a. SMA/ sederajat
  - b. Diploma
  - c. Strata satu (S1)
  - d. Strata dua (S2)
  - e. Lainnya . . . . .
4. Pekerjaan anda saat ini :
  - a. Pegawai Negeri Sipil
  - b. Pegawai Swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. Profesional
  - e. Lainnya, sebutkan . . . . .
5. Berapa pendapatan rata-rata dalam sebulan ?
  - a. < Rp. 1.500.000,00
  - b. Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.999.000,00
  - c. Rp. 3.000.000,00 – Rp. 4.500.000,00
  - d. > Rp. 4.500.000,00



## **LAMPIRAN 2. TABULASI HASIL KUESIONER**

Kel.	RESP	I.1	I.2	I.3	I.4	I.5	I.6
B	1	Lokasi	d	a3	a	Tasik-Rawalo	d
B	2	b	d	a5	c	Bandung-Colokan Jeruk	b
B	3	d	d	c40	c	Tasik-Cikideung	d
B	4	c	d	a4	c	Bandung-Antapani	d
B	5	e	c	c30	bus pariwisata	JakSel-Pancoran	b
B	6	d	c	b3	c	JakBar-Grogol	b
B	7	Saudara	d	c60	bus pariwisata	Bandung-Bojong Loak	a
B	8	b	c	a	c	Bandung-Cileunyi	b
B	9	Saudara	b	a8	d	Jakarta-Kramatjati	b
B	10	e	d	a6	c	Tasikmalaya	a
B	11	Teman	d	a8	c	Garut	a
B	12	Teman	a	a50	d	Lembang-Cibodas	Penasaran
B	13	e	d	a15	b	Cianjur-Lakbok	d
B	14	Teman	b	b3	a	Bandung-Dago	a
B	15	Teman	b	a4	c	JakTim-Kebon Manggis	c
B	16	Saudara	d	a15	b	Sumedang-DarmaRaga	a
B	17	Teman	d	a10	c	Lembang-Bandung	a
B	18	e	c	a6	c	Sumedang-DarmaRaga	a
B	19	e	c	a6	c		c
B	20	Teman	b	a8	c	Brebes-Bumiayu	b
B	21	Saudara	b	a7	c	Kopo-Bandung	a
B	22	b	b	a4	a	Cilacap-Gandrung Mangu	d
B	23	b	d	a10	c	Ciamis	d
B	24	e	a	a8	d	Purbalingga-Mrebet	Penasaran
B	25	e	d	b3	a	Cilacap-Majenang	d
B	26	Saudara	b	a7	c	Sumedang-Pamulihan	b
B	27	Teman	d	a4	c	Jogja-Pleret	a
B	28	b	c	a8	c	Brebes-Salem	b
B	29	e	d	a4	c	Bogor	c
B	30	e	d	a10	c	Bandung-Cimahi	c
B	31	e	d	d	e	Bandung	c
B	32	Teman	c	a6	e	Purwakarta	d
B	33	e	a	a50	d	Tasikmalaya	e
B	34	Teman	d	a9	c	Bogor	a
B	35	Teman	B	a50	d	Subang-Jalan Cagak	c
B	36	e	b	a6	c	Bandung	Penasaran
B	37	e	c	a10	c	Bandung	c
B	38	b	b	a40	bus pariwisata	Bogor-Tanah Sereal	c
B	39	a	d	a4	c	Bandung-Cicadas	c
B	40	e	d	a10	c	Ciamis-Barebek	c
A4	41	Teman	c	c60	d	Bandung-Ciwidey	d
A4	42	Saudara	d	a5	c	Subang-Jalan Cagang	b
A4	43	Teman	d	a6	c	Ciawi	b
A4	44	Orang Tua	d	a4	a	Cibolang	a
A4	45	Orang Tua	d	c70	c	Garut-Limbangan	d
A4	46	d	d	c70	c	Bandung-Cileunyi	d
A4	47	b	c	c22	c	Bandung-Baleendah	d
A4	48	b	d	a4	c	Bandung-Bojong Loak	c
A4	49	Keluarga	d	c20	a	Bandung-Baleendah	d

A4	50	Teman	a	c25	c	Bandung-Lembang	b
A4	51	Teman	a	c60	d	Bandung-Ciwidey	c
A4	52	Teman	a	a10	c	Kuningan-Nusahera	b
A4	53	Saudara	a	a6	c	Bogor-Cibungbulan	b
A4	54	Keluarga	d	a6	c	Bandung-Lembang	d
A4	55	Teman	b	b3	c	Bandung-Cileunyi	c
A4	56	Orang Tua	d	a10	c	Bandung-Cicalengka	b
A4	57	Biro Desa	a	c80	d	Purwakarta-Jatiluhur	c
A4	58	Biro Desa	a	c80	d	Purwakarta-Jatiluhur	c
A4	59	Biro Desa	a	c80	d	Purwakarta-Jatiluhur	c
A4	60	Biro Desa	a	c80	d	Purwakarta-Jatiluhur	c
A4	61	d	d	a8	c	Bandung-Majalaya	d
A4	62	Orang Tua	d	a5	c	Subang-Jalan Cagak	d
A4	63	Keluarga	d	a10	c	Majalengka-Dalaga	c
A4	64	Saudara	d	a8	c	Bandung-Batu Nunggal	c
A4	65	Teman	a	c60	d	Bandung-Ciwidey	c
A4	66	Keluarga	d	a5	c	Kali Pucang	b
A4	67	Orang Tua	d	a8	c	Bandung-Batu Nunggal	c
A4	68	Teman	a	c60	d	Bandung-Pengalengan	b
A4	69	Teman	d	a10	c	Bandung-Majalaya	d
A4	70	Orang Tua	d	a10	c		d
A4	71	Orang Tua	b	c60	d	Banjaran	d
A4	72	Teman	d	b3	c	Bandung-Soreang	d
A4	73	Orang Tua	d	c60	d	Bandung-Soreang	d
A4	74	Orang Tua	d	c60	d	Bandung-Pengalengan	d
A4	75	Orang Tua	d	c30	d	Bandung-Pengalengan	d
A4	76	Teman	d	c120	d	Bandung-Cipaxx	b
A4	77	Orang Tua	c	c60	d	Bandung-Soreang	d
A4	78	Orang Tua	d	c120	d	Bandung-Soreang	d
A4	79	Bos	d	d5	c	Bandung	e
A4	80	Teman	d	c60	d	Bandung-Ciwidey	b
A4	81	Teman	a	a60	d	Garut-Wanaraja	b
A4	82	Teman	d	a11	c	Ciamis-Sukamukti	d
A4	83	Teman	d	a3	a	Tasik-Purbaratu	a
A4	84	Teman	c	a20	d	Bandung-Soreang	c
A4	85	Teman	d	a10	c	Banjar-Purwahaaja	b
A4	86	d	d	a10	c	Banjar-Purwahaaja	a
A4	87	Teman	b	a5	c	Bandung-Ciwidey	b
A4	88	Teman	d	a20	a	banjar-Pataruman	b
A4	89	Keluarga	d	c60	d	Bandung-Batu Nunggal	d
A4	90	Keluarga	d	c60	d	Bandung-Batu Nunggal	d
A1	91	Keluarga	a	a4	c	Tangerang-Kelapa Dua	e
A1	92	Keluarga	d	a4	c	Bandung-Bojong Loak	b
A1	93	Keluarga	d	a9	d	Bandung-Jatinangor	d
A1	94	Keluarga	d	a5	c	Tasik-Singaparna	e
A1	95	Keluarga	d	a8	d	Bandung-Cicalengka	b
A1	96	d	d	c35	c	Garut-Narogong	e
A1	97	e	b	c	d	Garut-Limbangan	d
A1	98	Keluarga	a	a5	c	Palembang-Waradua	e
A1	99	b	d	a3	c	Tasik-Indihyang	b

A1	100	e	d	a6	b	Ciamis	d
A1	101	Teman	d	a10	d	Banjar	b
A1	102	Keluarga	d	a6	a	Karangpucung	c
A1	103	e	d	a8	c	Bandung-buah Batu	e
A1	104	Keluarga	d	a8	c	Bandung-Daya Kolot	e
A1	105	Teman	d	c20	c	Bogor-Tanah Sereal	b
A1	106	d	d	a7	c	Cimahi Selatan	e
A1	107	Teman	b	c55	bus pariwisata	Kuningan	e
A1	108	Keluarga	c	a20	b	Bandung-Cimangung	e
A1	109	Saudara	c	a19	d	Bandung-Soreang	e
A1	110	Keluarga	d	a8	d	Sumedang	e
A1	111	Teman	b	a3	a	Tasik-Gajapola	e
A1	112	Keluarga	d	c60	bus pariwisata	Garut-Cucuraja	e
A1	113	Teman	d	a10	d	Ciamis-Sindang Kasih	d
A1	114	Saudara	d	a10	d	Ciamis-Sindang Kasih	b
A1	115	Keluarga	a	a14	c	Garut-Sukajang	e
A1	116	Keluarga	c	c55	bus pariwisata	Ciwidey	d
A1	117	Keluarga	d	c55	bus pariwisata	Bandung-Banjaran	e
A1	118	Keluarga	a	a4	e	Jakarta-Pasar Minggu	e
A1	119	Keluarga	d	a7	c	Tasik-Tawang	e
A1	120	Keluarga	c	a20	a	Majalengka-Sukahaji	c
A1	121	e	d	a4	c	Bandung-Kiaracandong	b
A1	122	Keluarga	c	a6	c	Banjar-Purwahaaja	e
A1	123	Keluarga	d	a4	c	Tasol-Karangnunga	b
A1	124	Keluarga	d	a6	c	Banjar-Pamarikan	e
A1	125	Keluarga	d	c20	a	Kuningan	e
A1	126	Teman	c	c20	c	Kuningan	b
A1	127	Keluarga	d	a12	d	Bandung-Cimendan	e
A1	128	Keluarga	c	c22	d	Bandung-Cimendan	e
A1	129	Teman	c	a15	d	Bandung-Soreang	d
A1	130	Teman	b	a15	d	Bandung-Soreang	e
A2	131	Saudara	d	a1	c	Bandung-Lengkong	c
A2	132	Teman	a	a1	c	Garut-Malangbong	a
A2	133	Saudara	d	a1	c	Sumedang-Gangas	a
A2	134	Keluarga	a	d	e	Bandung-Pacet	a
A2	135	Saudara	d	a1	c	Tasikmalaya-Cineam	a
A2	136	Keluarga	d	a1	c	Bandung-Cisayong	d
A2	137	Teman	d	a1	c	Bandung-Nagreg	c
A2	138	Teman	d	c1	d	Bandung-Ngamprak	d
A2	139	Saudara	a	a1	c	Bandung-Cikanhurip	a
A2	140	e	c	a1	c	Kuningan-Cinipu	d
A2	141	d	a	b1	c	Garut-Leles	d
A2	142	Saudara	d	a1	c	Bandung-Cimahi Utara	d
A2	143	a	d	c40	d	Bandung-Ngamprak	d
A2	144	Keluarga	d	a	c	Ciamis-Panumbangan	c
A2	145	e	d	a1	c	Bandung-Cicalengka	c
A2	146	Keluarga	d	a1	bus pariwisata	Cimahi Tengah	a
A2	147	Keluarga	d	a1	c	Tasik-Cisayong	a
A2	148	b	d	a1	d	Bandung-Ngamprak	a
A2	149	b	d	a1	c	Bandung-Gede Bage	a

A2	150	Teman	c	a1	c	Bandung-Sindang Kerta	d
A2	151	e	b	a1	c	Garut-Lembangan	d
A2	152	d	c	a1	c	DIY-Brebah	d
A2	153	d	a	a1	c	Bandung-Lembang	b
A2	154	Saudara	a	a1	d	Depok-Tapos	a
A2	155	Teman	d	a1	c	Banjar-Pataruman	b
A2	156	d	d	c1	b	Bandung-Ngamprak	d
A2	157	Teman	a	a1	c	Bekasi-Kranji	a
A2	158	Keluarga	d	a1	a	Bandung-Lembang	e
A2	159	Teman	b	a1	c	Purwakarta	b
A2	160	Keluarga	a	a1	c	Purwakarta	b
A2	161	Teman	b	a1	c	Kuningan	a
A2	162	Keluarga	b	a1	a	Tasik-Rajapola	b
A2	163	Keluarga	d	b1	c	Banjar-Mekarsari	a
A2	164	Keluarga	a	a1	c	Jakarta-Pulogadung	a
A2	165	Teman	d	b1	a	Cilacap-Sidereje	a
A2	166	Keluarga	d	a1	a	Medan-Binjani	a
A2	167	e	d	a1	c	Kuningan-Cinipu	a
A2	168	Keluarga	b	a1	c		e
A2	169	Teman	d	a1	e	Makasar-Maros	e
A2	170	Keluarga	d	a1	a	Ciamis-Mangunjaya	a
A2	171	Teman	b	a1	c	Bandung-Pajajaran	d
A2	172	e	b	a1	c	Cilacap-Jeruk Legi	e
A2	173	Keluarga	c	a1	c	Bandung-Margaasih	d
A2	174	Keluarga	d	a1	c	Ciamis-Prarican	a
A2	175	Saudara	a	a1	c	Bandung-Batujajar	a
A2	176	Saudara	b	a50	c	Cirebon	a
A2	177	Saudara	a	a1	c	Bandung-Cileunyi	a
A2	178	d	b	b1	a	Cilacap-Cimanggu	a
A2	179	Teman	a	c1	e	Kuningan	e
A2	180	e	b	a1	c	Kuningan	e
A3	181	Teman	d	a10	c	Tasikmalayan-mangkubumi	d
A3	182	d	b	a7	c	Purwokerto-selatan	b
A3	183	d	d	a20	a	Bandung-Cicaheum	d
A3	184	d	d	a4	c	Tasikmalaya-Cihideng	e
A3	185	b	d	a7	c	Bandung-Cicadas	d
A3	186	d	b	a4	c	Cimahi Utara	a
A3	187	b	a	a3	c	Bandung Kidul	c
A3	188	d	c	b1	a	Bandung-Kiaracondong	c
A3	189	c	c	b8	a	Kuningan	b
A3	190	Keluarga	d	a1	c	Bandung-Kutawaringin	d
A3	191	d	d	a1	c	Bandung-Soreang	b
A3	192	d	d	a1	c	Tangerang-Pamulang	c
A3	193	Keluarga	d	a1	c	Bandung-Ciparay	c
A3	194	Keluarga	d	b1	c	Bandung-Sukojadi	a
A3	195	Teman	a	b1	c	Bandung-Sukojadi	a
A3	196	d	d	a1	c	Tasik-Purbaratu	d
A3	197	d	c	a1	c	Tasik-Kotabaru	d
A3	198	Keluarga	d	a1	c	Tasik-Ciberem	d
A3	199	Teman	d	b1	c	Cirebon-Kosambi	c

A3	200	Keluarga	a	b1	c	Subang-Dangdeur	c
A3	201	Teman	a	b1	c	Bekasi Timur	d
A3	202	Teman	a	b1	c	Cirebon-Astana japura	b
A3	203	d	c	b1	a	Tasik-Padakembang	d
A3	204	d	b	b1	a	Tasik-Mangkubumi	b
A3	205	Keluarga	d	b2	a	Banjar-Pataruman	a
A3	206	d	d	b1	a	Banjarsari	d
A3	207	d	d	b1	a	Banjar	d
A3	208	d	d	b1	a	Banjar	b
A3	209	d	d	b4	a	Banjarsari	b
A3	210	d	a	a1	c	Purwakarta-Pondok Salam	a
A3	211	d	d	b1	a	Tasik	c
A3	212	Keluarga	b	a1	c	Sukabumi-Baros	b
A3	213	Keluarga	d	a1	c	Ciamis-Rajadesa	c
A3	214	Keluarga	b	a1	c	Ciamis-Rajadesa	c
A3	215	Keluarga	d	a1	c	Bandung-Katapang	a
A3	216	d	c	b1	c	Bandung-Dayeuhkolot	a
A3	217	d	d	a1	a	Cilacap-Gandrung Mangu	d
A3	218	Keluarga	d	a1	c	Bandung-Cicalengka	c
A3	219	b	d	a1	c	Bogor-Parung	b
A3	220	d	d	b1	a	Bandung-Coblong	a

I.7	I.8(a)	I.8(b)	I.8(c)	I.8(d)	I.9	II.10
b	ts	ts	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	4
b	s	s	s	s	b	3
c	s	s	s	s	b	2
c	s	s	s	s	a	3
c	s	s	s	ts	b	3
c	ts	s	s	s	b	2
15jam	s	s	s	s	b	2
c	ts	s	s	s	b	5
c	s	ts	s	s	b	4
c	s	s	s	s	b	5
b	ts	s	s	s	b	3
b	s	s	s	s	b	2
c	ts	ts	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	4
c	s	ts	s	s	b	3
c	s	s	s	s	b	3
b	s	s	s	s	b	4
c	s	s	ts	s	b	4
c	ts	ts	a	s	b	4
c	ts	ts	s	s	b	3
10jam	s	ts	s	s	b	1
12jam	s	s	s	ts	b	3
12jam	ts	s	s	s	b	2
12jam	ts	ts	s	s	b	1
b	ts	s	s	s	b	2
12jam	ts	ts	s	s	b	4
b	s	s	s	s	b	2
b	s	s	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	3
c	s	s	ts	s	Tempat jualan di area, pantai banyak sampah	2
c	s	s	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	2
c	ts	s	s	s	b	3
c	ts	s	ts	s	b	2
c	ts	s	s	s	b	3
b	s	s	s	s	b	2
b	s	ts	ts	s	c	2
c	s	ts	s	s	b	3
c	ts	ts	ts	s	c	1
c	s	s	s	s	b	1
c	ts	ts	ts	s	c	
b	ts	ts	s	s	b	1
c	ts	ts	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	2
c	ts	ts	ts	s	c	5
c	ts	ts	s	s	b	2

b	ts	s	s	s	b	1
c	ts	s	s	s	b	
b	ts	s	s	s	b	1
b	ts	ts	s	ts	c	1
c	ts	s	s	s	b	2
c	ts	s	s	s	b	1
b	ts	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	3
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	
c	ts	ts	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
c	ts	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
c	ts	ts	s	ts	fasilitas tidak lengkap	
c	ts	s	s	s	b	2
c	ts	ts	s	s	b	1
b	ts	s	s	s	Banyak sampah	1
c	ts	s	ts	ts	Lingkungan tigas bagus	2
c	ts	s	s	s	b	3
c	s	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	



b	s	s	s	s	b	
c	ts	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	3
c	ts	s	s	ts	b	2
c	ts	s	s	s	kurang bersih	1
c	ts	ts	s	s	b	
c	ts	ts	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	
a	s	s	s	s	b	2
c	s	ts	s	s	b	2
b	ts	s	s	s	b	3
b	ts	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	2
c	ts	s	s	s	b	2
c	ts	s	s	s	b	
c	ts	s	s	s	b	1
b	s	ts	s	s	b	
c	ts	s	s	s	b	2
c	ts	s	s	s	pasirnya kotor sampah	2
b	s	s	s	s	b	
b	ts	ts	ts	s	Banyak sampah, prasarana mahal	2
c	ts	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	ts	s	s	s	b	1
c	ts	s	s	s	b	1
c	s	ts	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	1
c	ts	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
b	ts	ts	ts	ts	b	
b	s	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
b	ts	s	s	s	b	
c	ts	ts	s	s	b	5
c	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	
b	ts	s	s	s	b	2
c	ts	s	s	s	b	2
b	ts	ts	ts	ts	b	

b	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	s	ts	s	s	b	1
c	ts	s	s	s	b	
c	s	s	s	s	b	1
b	ts	s	s	s	b	3
b	ts	s	s	s	b	2
a	ts	s	s	s	b	
c	ts	s	s	s	b	
12jam	s	s	s	s	b	1
12jam	s	s	s	s	b	
b	ts	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	
12jam	ts	ts	ts	s	Sarana ibadah	
b	ts	ts	s	ts	Sarana ibadah	1
12jam	ts	s	s	s	b	
c	ts	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
b	ts	ts	ts	ts	b	
c	ts	ts	s	s	b	1
12jam	ts	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	1
12jam	ts	s	s	s	b	
12jam	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	1
12jam	s	s	s	s	b	
b	s	s	s	s	b	
c	s	ts	s	s	banyak pengamen, bebas maen motocross	3
c	ts	s	s	ts	panta kotor, banyak pengamen	4
c	s	s	s	s	b	3
c	ts	s	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	2
c	s	s	s	s	b	3
b	s	s	s	s	b	5
c	s	ts	s	s	b	3
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	ts	ts	s	s	Sampah, keamanan	1
c	ts	s	s	s	b	1
c	ts	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	ts	ts	s	s	b	1

c	ts	ts	s	ts	Kebersihan & prasarana kurang	1
c	s	s	s	s	b	1
c	s	s	s	s	b	1
c	ts	ts	ts	s	keamanan & sampah	1
c	ts	s	ts	s	sampah & pengamen	1
c	s	ts	s	s	b	2
b	s	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	1
b	s	s	s	s	b	1
12jam	s	s	s	s	b	1
c	ts	ts	ts	s	Sampah, tiket mahal, parkir liar, pengamen	1
b	ts	s	s	s	b	1
b	ts	s	s	ts	Sampah, tempat jualan kurang tertata rapi	1
b	s	s	s	s	b	1
b	ts	ts	s	s	sampah & pengamen	1
c	ts	ts	s	ts	sampah, parkir liar	1
b	ts	s	s	s	b	1
c	ts	ts	s	s	sampah	1
c	s	s	s	s	b	1
12jam	ts	s	ts	s	b	1

II.10.1.a	II.10.1.b	II.10.2.a	II.10.2.b	II.10.3.a
Batu Karang Batu Hiu	500.000			
Jogya	3.000.000	Cirebon	2.000.000	Kuningan
Bandung	2.000.000	Carita Anyer	3.000.000	
Bali	10.000.000			
Malang	3.000.000	Semeru	2.000.000	Lombok
Thailang	5.000.000	Jogya	3.000.000	Bandung
Pelabuhan Ratu	3.000.000	Pangandaran	2.000.000	
Parangtritis	1.000.000			
Puncak	300.000	Pulau Harapan	500.000	Ujung Genteng
Tawang Mangu	2.500.000	Batu Karang	350.000	Manda....
Pantai Selatan Garut		Lembang		Purbaleunyi
Ciwidey	450.000	Garut	750.000	
Ancol Dufan	2.000.000	Baturaden	3.000.000	
Cipanas	300.000	Ciwidey	400.000	
Ancol Dufan	1.500.000	Bali	7.500.000	Prambanan
Ciater	2.000.000	Lembang	1.000.000	Jatigede
Water Boom	500.000	xxxxxxx	500.000	Pengandaran
Kampung Ciherang	200.000	Kebun Bunda	300.000	Jatigede
Linggar jati	250.000	xxxxxxx	150.000	
Baturaden	2.000.000	Pantai Kebumen	2.000.000	Yogyakarta
Batu karang Bogor	150.000			
Icakom	500.000			
Karangbolong	100.000	Dieng	100.000	
Desa Wisata Wanareja	100.000	Bali	700.000	
Sumedang	1.000.000	Pengandaran		
Bandung	750.000	Semarang	500.000	
Batu raden	100.000			
Jatigede	500.000	Karang	250.000	
Borobudur	2.000.000	Prambanan		
Kawah Putih	1.000.000	Taman Safari	2.000.000	
Baturaden	2.500.000	Jogyakarta	4.500.000	
Ancol Dufan	2.500.000	TMII	2.000.000	
TMII	500.000	Ragunan	350.000	Ancol Dufan
Batu raden	500.000	Batu Hiu	500.000	
Pantai Selatan Garut	500.000	Pengalengan	200.000	
Pantai Anyer	250.000	Pamijahan	200.000	
Lembang	1.000.000	Batu Kacang	7.500.000	
xxxx	500.000	xxxxxxx	400.000	Batu Hiu
Taman Safari	1.500.000			
P. Tidung	2.500.000			
Pantai Malasari	90.000			
Pelabuhan Ratu	3.000.000			
Pantai Santolo Garut	350.000			
Lembang	2.000.000	Ciwidey		Pelabuhan Ratu
Pantai Anyer	2.500.000	Salatiga	4.000.000	

Ranca Buaya	1.000.000			
Kawah Putih	300.000			
Pantai Anyer				
Pantai Kuta	15.000.000	Pantai Batam Cente	6.000.000	
Pantai Banten	400.000			
Pantai Mengepeuh	200.000			
Lembang	600.000			
Lembang	600.000			
Lembang	600.000			
Lembang	600.000			
Pulau Tidung	2.500.000	Taman Safari	1.000.000	Dufan
Pantai Garut	60.000			
Ujung Genteng	4.000.000			
Prambanan	700.000			
Tangkuban Perahu	500.000	Pantai Santolo	300.000	
Pantai Santolo Garut	800.000			
Taman Safari	150.000			
Pantai Sandrana	1.000.000			
Pantai Teluk Penyu		7000000		
Dieng	1.000.000	Cipanas Garut	500.000	
Taman Safari	2.000.000			
Water Boom Drajat Pass Garut	400.000			
Pelabuhan Ratu	1.000.000	Lembang	1.000.000	
Bali		Taman Safari	7.000.000	Pengandaran
Pengandaran				

Dieng				
Cilacap	100.000			
Jepang	75.000	Malaysia	30.000	
Bali	7.000.000	Lombok	4.000.000	
Jogya	2.000.000	Sumenep	4.000.000	Pelabuhan Ratu
Ciwidey	200.000	Lembang	150.000	
Wisata alam palutungan	500.000			
Drajat Pass	800.000			
Ancol Dufan	1.000.000	Lembang	500.000	
Pantai Selatan Garut	2.000.000	Ancol Dufan	5.000.000	
TMII	500.000	Bandung	300.000	Pangandaran
Teluk Penyus Cilacap	500.000			
Laut Santolo	500.000	Pantai Rancabuaya	500.000	
Batu Hitu	11.000.000	Batu Haras		
Ragunan	50.000			
Dusun Bambu	400.000	Maribaya	300.000	
Boyolali	500.000	Tangerang	500.000	
Jogya	4.000.000	Pangandaran	1.000.000	
Panjalu	100.000			
Ancol Dufan	5.000.000			
Bogor Kebun Raya	10.000.000			
Ciater	500.000			
Air Terjun Cibodas	200.000			
Santolong Garut	1.000.000			
Cipanas	150.000			
Dieng	2.000.000	Gunung Kidul	2.000.000	Jogyakarta
Malang Bromo	8.000.000	Ancol Dufan	3.000.000	
Gunung Kidul		Dieng		

Ciwidey				
Batu Karas				
Teluk Penyul Cilacap		Kebumen		Pantai Ayah
Cilember	450.000			
Batu Hiu	100.000	Karawang		Bekasi
Gunung Kidul	15.000.000	Bali	10.000.000	
Bandung				
Borobudur	400.000			
Pelabuhan Ratu	300.000			
Kuala Lumpur	15.000.000			
Garut Santolo	200.000			
Jogya	3.000.000			
Garut Santolo	400.000			
Lembang	600.000	Gunung Cereme	400.000	Borobudur
Baturaden	200.000	pante ndrayat	1.000.000	Palu
Santolo	500.000	Rancabuaya	300.000	Anyer
Pasir koja	350.000	Cipanas Garut	250.000	
Santolo	1.000.000	Pelabuhan Ratu	1.000.000	
Bromo	3.000.000	Malioboro	2.000.000	
Malioboro	3.000.000	Cipanas Garut	1.000.000	Ciwidey
Santolo	100.000	Sawarna	100.000	Sayanghelang
Pulau Seribu	2.500.000	Palutungan	50.000	Lembangan
Pantai Jayanti	150.000			
Pantai Santolo Garut	3.000.000			
Pantai Siung	4.000.000			
Borobudur	2.000.000			
Gunung kerinci	1.500.000			
Indrayanti	1.500.000			
Borobudur	350.000			
Ciwidey	600.000			
Derajat Pass	200.000			
Baturaden	200.000			

Lembang	50.000			
Kulon progo	500.000			
Papandayan	250.000			
Borobudur	500.000			
Lembang	150.000			
Dago	500.000	Galunggung	100.000	
Owabong (Purbalingga)	350.000			
Borobudur	150.000			
Lembang (Bandung)	250.000			
Baturaden (Purwokerto)	250.000			
Malioboro	250.000			
Dago (Bandung)	100.000			
Derajat Pass	500.000			
Kicakan (Ciamis)	100.000			
Pemeungpeuk (Garut)	250.000			
Santolo (Garut)	500.000			
Malioboro	1.000.000			
Baturaden (Purwokerto)	50.000			
Malioboro	2.000.000			
Anyer	150.000			
Cipanas	300.000			



II.10.3.b	II.10.4.a	II.10.4.b	II.10.5.a	II.10.5.b	II.11.A1.1
					35.000
1.000.000	Lembang	1.000.000			200.000
					200.000
					300.000
4.000.000					
2.000.000					600.000
					250.000
500.000	KawahPutih	700.000	Curug Sewu	300.000	600.000
250.000					300.000
					300.000
					400.000
					160.000
4.500.000					450.000
500.000					900.000
					200.000
250.000					100.000
					400.000
4.000.000					300.000
					100.000
					50.000
					100.000
					30.000
					200.000
					200.000
					150.000
					75.000
					250.000
					300.000
					300.000
					100.000
500.000					
					300.000
					600.000
					600.000
400.000					200.000
					200.000
					250.000
					10.000
					300.000
					900.000
					3.000.000
					100.000
					120.000

					250.000
					400.000
					150.000
					400.000
					200.000
					200.000
					400.000
1.100.000					2.000.000
					60.000
					250.000
					200.000
					250.000
					300.000
					200.000
					300.000
					400.000
					450.000
					50.000
					50.000
					50.000
					500.000
					30.000
					800.000
					350.000
					300.000
12.000.000					
					500.000
					200.000

					400.000
					100.000
					500.000
					300.000
1.500.000					400.000
					250.000
					30.000
200.000					
					200.000
					250.000
					60.000
					300.000
					300.000
					200.000
					150.000
					40.000
					300.000
					600.000
					400.000
					400.000
					150.000
					150.000
					400.000
					500.000
					400.000
					200.000
2.000.000	Borobudur	2.000.000	Lawang Sewu	2.000.000	
					300.000
					400.000
					260.000
					200.000

					250.000
	Pantai Gunung Kidul				350.000
					400.000
					150.000
					500.000
					100.000
					600.000
					600.000
					300.000
					20.000
					100.000
					400.000
					40.000
					500.000
					100.000
					600.000
					100.000
					600.000
					100.000
					600.000
					400.000
					25.000
600.000					200.000
5.000.000	teluk penyu	200.000			500.000
1.000.000					60.000
					250.000
					300.000
					250.000
700.000					200.000
100.000	Pantai Parangtritis	350.000	Teluk Penyu	500.000	100.000
250.000					100.000
					300.000
					350.000
					350.000
					150.000
					600.000
					600.000
					200.000
					600.000
					200.000
					200.000

					400.000
					500.000
					400.000
					100.000
					100.000
					30.000
					25.000
					25.000
					25.000
					25.000
					300.000
					50.000
					200.000
					150.000
					250.000
					500.000
					200.000
					25.000
					250.000
					1.000.000
					160.000

II.11.A1.2	II.11.A2	II.11.A3.1	II.11.A3.2	II.11.A3.3	II.11.A4	II.11.B	11.C
						200.000	200.000
						400.000	500.000
15.000						25.000	1.500.000
100.000						1.000.000	500.000
					135000/org	300.000	
200.000						500.000	1.000.000
					3.000.000	500.000	
15.000						50.000	150.000
150.000						1.000.000	
10.000						500.000	1.000.000
						500.000	800.000
					7.500.000	250.000	
						250.000	
10.000						500.000	250.000
100.000						1.500.000	1.000.000
						500.000	1.000.000
10.000						1.000.000	800.000
						150.000	
							1.000.000
						1.000.000	800.000
						1.000.000	750.000
15.000						30.000	
15.000							
		300.000	100.000			250.000	
15.000						150.000	
10.000						1.000.000	600.000
15.000						100.000	
15.000						500.000	400.000
						500.000	
65.000						750.000	800.000
20.000						1.000.000	750.000
30.000						1.000.000	850.000
					6.250.000	150.000	
						150.000	
					10.000.000	100.000	
10.000						500.000	
10.000						500.000	600.000
					8.000.000	150.000	
						750.000	800.000
						150.000	
					250.000	200.000	
200.000						500.000	680.000
15.000						150.000	
						15.000	
100.000						200.000	250.000
200.000						300.000	200.000
50.000						100.000	150.000
15.000						300.000	350.000
14.000						150.000	

					250.000		
200.000						200.000	
50.000							
						600.000	1.000.000
40.000						150.000	200.000
						300.000	
					600.000		
					600.000		
					600.000		
					600.000		
						300.000	
200.000						500.000	680.000
5.000						150.000	
50.000						250.000	1.000.000
					250.000		
5.000							
5.000						250.000	1.000.000
					260.000		
						200.000	800.000
4.000						250.000	
					250.000		
30.000						150.000	400.000
					200.000		
					200.000		
					260.000		
					225.000		
					260.000		
					200.000		
200.000						200.000	500.000
					250.000		
					300.000	100.000	
						300.000	1.250.000
2.000							
		1.500.000	400.000	6.000		1.000.000	850000/mlm
20.000						250000/mkn	
15.000						250000/mkn	
5.000						100000/mkn	300000/mlm
10.000						100000/hr	150000/mlm
					260000/org		
					260000/org		
							2,1 jt
						70.000	500.000
		600.000	200.000				
						50.000	200.000
		800.000		5.000			1,2 jt
		3.000.000	300.000	100.000			1,5 jt
		700.000	400.000	100.000			
						300.000	1,2 jt





65.000						25.000	300.000
					400.000	20.000	350.000
						25.000	900.000
						20.000	
					1.500.000		
						15.000	
					400.000		
58.000						15.000	300.000
						50.000	400.000
68.000						15.000	
64.000						25.000	
						20.000	250.000
						30.000	
						150.000	
58.000						30.000	400.000
						20.000	
					300.000	25.000	50.000
					100.000	20.000	300.000
						60.000	2.500.000
					3.200.000		
							25.000
65.000						45.000	
						20.000	
65.000						25.000	
							250.000
9.000							20.000
					100.000	15.000	300.000
						30.000	150.000
						40.000	
					100.000	15.000	300.000
						400.000	660.000
20.000						200.000	
						140.000	150.000
53.000						400.000	500.000
350.000						300.000	700.000
12.000						500.000	800.000
50.000						300.000	550.000
10.000						200.000	150.000
14.000						200.000	600.000
25.000						300.000	650.000
5.500						700.000	650.000
210.000						450.000	2.600.000
						400.000	500.000
100.000						200.000	400.000
100.000						200.000	400.000
						200.000	400.000
						100.000	
						100.000	300.000
45.000						300.000	



11.D	11.E	11.F	11.G	11.TOT	III.1	III.2	III.3	III.4	III.5
14.000		300.000		714.000	a	b	a	b	c
37.500		120.000		1.057.500	b	d	b	a	d
67.000		300.000		1.892.000	b	b	c	b	b
67.000		1.000.000		2.567.000	a	e	c	d	d
		250.000		550.000	a	c	a	b	c
67.000		500.000		2.067.000	a	c	c	b	d
		500.000		1.000.000	a	c	b	b	d
40.000		350.000		590.000	a	c	a	c	d
65.000		300.000		1.365.000	a	b	a	c	c
67.000		750.000		2.317.000	a	d	c	a	d
		1.000.000		2.300.000	a	c	c	c	d
		350.000		600.000	a	b	a	b	c
160.000		300.000		710.000	a	c	a	c	d
				750.000	a	b	a	b	c
50.000		500.000		3.050.000	a	d	c	b	d
200.000		300.000		2.000.000	a	e	c	a	d
67.000		500.000		2.367.000	a	c	a	c	d
67.000		300.000		517.000	a	b	b	c	c
50.000				1.050.000	a	c	a	c	c
67.000		500.000		2.367.000	a	d	c	c	d
67.000				1.817.000	b	b	a	c	d
28.000		200.000		258.000	a	c	a	c	b
40.000				265.000	b	c	c	a	c
62.000		150.000		462.000	b	b	a	b	b
14.000				164.000	a	b	a	b	c
60.000		200.000		1.860.000	a	c	e	c	c
67.000		100.000		267.000	b	d	c	a	d
64.000		1.000.000		1.964.000	a	e	a	c	c
3.600		300.000		803.600	a	e	c	a	d
67.000		400.000		2.017.000	a	d	c	b	d
50.000		400.000		2.200.000	a	d	d	a	d
67.000		500.000		2.417.000	a	c	c	b	d
		200.000		350.000	a	d	a	c	b
50.000				200.000	a	c	a	b	b
		200.000		300.000	a	d	a	c	c
36.000				536.000	a	d	c	a	d
65.000	20.000	250.000		1.435.000	a	d	a	c	c
				150.000	a	e	a	c	b
50.000		300.000		1.900.000	a	d	c	a	d
67.000				217.000	b	d	c	c	c
		500.000		700.000	a	d	e	c	a
50.000		1.000.000		2.230.000	a	d	c	c	d
36.000		100.000		286.000	a	d	a	c	d
14.000				229.000	a	b	c	b	b
70.000		500.000		1.020.000	a	b	a	c	b
60.000		300.000		860.000	a	e	a	d	d
50.000				300.000	a	b	a	c	b
65.000		50.000		765.000	a	d	c	c	c
14.000				164.000	a	b	a	c	b

50.000			300.000	a	a	a	b	b
			350.000	a	d	a	c	a
67.000			267.000	a	b	a	b	c
67.000			267.000	a	e	e	c	d
67.000	1.000.000		2.667.000	a	e	d	a	d
35.000	300.000		685.000	a	b	a	b	b
70.000			370.000	a	d	a	c	d
			600.000	a	b	c	a	b
			600.000	b	b	c	a	b
			600.000	b	b	c	a	b
			600.000	b	b	c	a	b
62.000	500.000		862.000	a	d	a	b	d
50.000	1.000.000		2.230.000	b	d	c	a	c
60.000			210.000	a	e	a	c	b
50.000			1.300.000	a	c	a	c	d
	100.000		350.000	a	b	a	c	a
	1.600.000		1.600.000	a	e	e	c	b
50.000			1.300.000	a	e	a	c	d
			260.000	a	e	e	b	b
70.000			1.070.000	a	d	e	b	d
67.000			317.000	a	e	c	d	c
			250.000	a	d	a	c	c
67.000			617.000	a	b	c	b	b
	200.000		400.000	a	d	a	c	b
			300.000	a	e	e	b	a
			360.000	a	d	a	c	c
			325.000	a	e	e	c	a
			360.000	a	d	e	c	c
			300.000	b	b	e	b	b
67.000			767.000	a	b	e	e	b
			350.000	a	e	e	c	d
	200.000		600.000	a	b	e	c	a
65.000	500.000		2.115.000	a	d	e	c	d
10.000			310.000	b	c	c	a	c
126.000	500.000		1.626.000	a	b	a	c	c
67.000			317.000	b	b	a	a	c
			350.000	a	c	a	d	c
145.000			545.000	a	b	e	c	b
15.000	100.000		365.000	b	b	c	b	b
	100.000		360.000	a	c	a	b	b
	100.000		360.000	a	c	a	b	b
67.000			525.000	a	c	b	c	a
67.000	500.000		1.137.000	a	b	c	e	d
67.000	400.000		467.000	a	b	a	d	c
67.000	100.000		417.000	b	b	a	c	a
67.000	800.000		867.000	a	e	a	b	b
	100.000		100.000	a	c	a	c	d
			300.000	a	c	a	c	a
67.000			367.000	a	e	d	d	d
67.000			267.000	a	c	c	d	d

				290.000	b	c	a	c	b
67.000				367.000	a	c	c	b	a
14.000				364.000	a	d	a	c	a
65.000				3.465.000	a	d	c	d	d
67.000		1.500.000		2.517.000	a	d	a	c	d
67.000		200.000		4.067.000	a	c	a	c	d
37.000		500.000		577.000	b	b	a	b	b
310.000				1.160.000	a	c	a	c	b
12.000		100.000		462.000	a	c	a	b	c
120.000	10.000	300.000		2.080.000	a	d	a	c	b
67.000	30.000	400.000		1.297.000	a	b	b	d	d
15.000				215.000	a	b	e	c	b
310.000		300.000		2.310.000	a	d	e	b	d
67.000	75.000			242.000	a	c	e	c	b
67.000	75.000			142.000	a	b	a	b	b
130.000	15.000	20.000		515.000	a	b	e	e	a
310.000	70.000	500.000		1.080.000	a	d	a	b	b
310.000	15.000			525.000	b	a	a	c	a
		50.000		100.000	a	d	e	e	b
67.000				167.000	a	e	a	b	c
14.000		300.000		944.000	a	b	c	c	b
67.000	10.000	100.000		802.000	a	e	a	b	d
67.000				367.000	a	e	a	c	a
32.000		200.000		532.000	a	d	c	e	d
80.000		200.000		380.000	a	e	a	c	b
14.000		200.000		914.000	a	d	d	c	b
500.000		100.000		800.000	a	e	a	e	b
120.000		500.000		1.470.000	a	c	d	a	d
120.000		500.000		1.320.000	a	b	a	c	b
126.000		300.000		2.026.000	a	b	e	e	b
120.000				820.000	a	b	e	c	a
15.000		200.000		715.000	a	d	a	c	d
17.000				567.000	b	c	a	c	d
67.000				582.000	b	d	a	c	c
80.000		100.000		180.000	a	c	e	c	c
37.000		50.000		407.000	a	c	a	c	b
70.000		100.000		470.000	a	e	b	c	d
75.000		500.000		900.000	a	b	b	c	b
		100.000		100.000	a	e	e	e	b
69.000		200.000		301.000	b	d	a	c	c
		100.000		420.000	b	d	e	e	b
62.000				382.000	a	c	e	c	d
67.500		300.000		642.500	b	e	a	b	d
		400.000		500.000	b	e	d	a	d
67.000		200.000		437.000	b	e	a	e	b
70.000				885.000	b	b	b	e	b
300.000		200.000		670.000	a	e	a	c	d
63.000		300.000		9.383.000	a	e	d	a	d
				400.000	a	e	c	a	b
37.000		250.000		1.597.000	b	d	c	c	c

67.000		100.000		492.000	a	c	a	c	b
		200.000		570.000	b	a	a	b	c
150.000		500.000		1.575.000	b	d	c	a	b
94.000		150.000		264.000	a	c	a	e	b
65.000		500.000		565.000	b	c	a	c	c
				165.000	b	b	a	b	b
				400.000	b	e	c	a	d
67.000		200.000		582.000	a	c	e	e	d
10.000				460.000	a	b	c	c	b
30.000		150.000		195.000	a	b	a	c	d
65.000				255.000	a	e	a	c	b
67.000		200.000		537.000	a	b	c	e	d
14.000		50.000		114.000	b	b	c	c	b
67.000		500.000		717.000	b	c	c	c	d
68.000		100.000		598.000	b	c	a	e	c
10.000		70.000		100.000	b	a	a	c	c
67.000		300.000		442.000	b	a	a	c	c
		200.000		520.000	b	c	b	e	c
67.000		500.000		900.000	a	d	c	e	d
		1.000.000		1.000.000	b	c	d	d	c
		100.000		125.000	b	c	a	c	c
63.000		200.000		308.000	a	b	b	b	d
64.000		150.000		234.000	b	d	a	c	c
65.000		150.000		240.000	a	a	a	c	c
67.000				317.000	a	e	c	a	d
65.000				235.000	b	c	a	d	c
		150.000		465.000	b	c	c	e	b
75.000				255.000	a	b	a	c	c
10.000		50.000		100.000	b	a	a	c	c
		100.000		100.000	a	d	e	b	b
		500.000		815.000	b	b	a	e	a
		300.000		1.360.000	a	b	a	b	b
62.500		200.000		462.500	b	c	d	a	d
15.000		100.000		405.000	a	b	a	b	b
100.000		200.000		1.200.000	b	b	c	a	d
30.000	100.000	200.000		1.330.000	b	d	a	a	d
64.000				1.364.000	b	c	b	e	c
37.500		500.000		1.387.500	a	c	b	b	d
28.000	50.000	100.000		528.000	a	b	a	b	b
14.000	50.000	100.000		964.000	a	b	a	b	b
110.000				1.060.000	a	d	a	b	b
110.000				1.460.000	a	c	c	e	d
116.000				925.000	b	d	c	c	d
67.000				967.000	a	d	a	a	d
37.000				637.000	a	b	a	b	c
37.000				637.000	b	b	a	b	b
37.500				637.500	b	c	a	b	b
60.000				160.000	b	d	e	b	b
60.000				460.000	a	d	e	b	b
				300.000	a	b	a	b	b

				100.000	a	b	a	b	b
				400.000	a	b	a	b	b
				300.000	a	b	a	b	b
14.000				314.000	b	b	a	b	b
14.000				314.000	a	b	a	b	b
15.000		300.000		515.000	b	b	c	b	c
10.000				160.000	b	b	a	b	b
10.000				160.000	b	b	a	b	b
10.000				160.000	b	b	a	b	b
10.000				160.000	b	b	a	b	b
60.000				260.000	b	b	a	b	b
10.000				160.000	a	b	a	b	a
62.000				562.000	b	b	c	e	c
60.000				360.000	a	d	a	c	c
60.000				260.000	b	c	e	b	b
67.000				1.167.000	b	b	a	b	b
62.000				1.012.000	b	b	a	b	b
14.000				234.000	b	b	a	b	b
67.000				1.267.000	a	b	a	e	c
67.000				867.000	a	c	e	c	c
14.000				214.000	a	b	a	b	b