

## **Analisis Pendapatan dan Nilai Ekonomi Wisata Alam Taman Langit Pangalengan 360° “Income and Economic Value Analysis of Pangalengan 360° Sky Park Natural Tourism”**

**Salma Istiqomah<sup>1</sup>, Ina Lidiawati<sup>1</sup>, Dwi Agus Sasongko<sup>1\*</sup>, Bambang Supriono<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Kehutanan, Universitas Nusa Bangsa, Bogor

\*Corresponding author's email : [dwias314@gmail.com](mailto:dwias314@gmail.com)

**ABSTRAK:** Pandemi COVID-19 menyebabkan kemerosotan tajam pendapatan negara di bidang pariwisata pada tahun 2020, padahal setahun sebelumnya pariwisata mencapai puncaknya sebagai sektor penyumbang devisa terbesar Indonesia dengan nilai USD 20 miliar atau setara dengan Rp. 280 triliun. Namun demikian, kondisi tersebut perlahan mulai berubah seiring dengan mulai menurunnya kasus COVID-19. Wisata Alam Taman Langit Pangalengan 360° menjadi salah satu objek wisata di Kabupaten Bandung yang mulai tumbuh pada Desember 2020. Dengan latarbelakang lahan yang sebelumnya terbengkalai, maka penting untuk diketahui bagaimana pengelolaan wisata alam dapat memberikan pendapatan untuk masyarakat dan besaran nilai ekonomi wisatanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi wisatawan, pendapatan pengelolaan wisata, dan menghitung nilai ekonomi wisata alam. Pengambilan data penelitian dilakukan menggunakan Travel Cost Method. Pendekatan tersebut menghitung besaran biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan dalam rangka menikmati wisata alam Taman Langit Pangalengan 360°. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa wisata alam Taman Langit Pangalengan 360° mendapatkan persepsi sangat bagus dari wisatawan; pendapatan kotor pengelola Taman Langit Pangalengan 360° sebesar Rp. 4.632.025.200/tahun; serta nilai ekonomi Taman Langit Pangalengan 360° sebesar Rp. 46.358.040.000/tahun.

**Kata kunci:** Nilai ekonomi, pendapatan, persepsi, travel cost method, wisata alam.

**ABSTRACT:** The COVID-19 pandemic caused a sharp decline in state revenue in the tourism sector in 2020, even though a year earlier tourism reached its peak as Indonesia's largest foreign exchange earning sector with a value of USD 20 billion or the equivalent of Rp. 280 trillion. However, this condition slowly began to change as cases of COVID-19 began to decline. The Pangalengan 360° Sky Park Natural Tourism is one of the tourist attractions in Bandung Regency which began to grow in December 2020. Against the background of previously abandoned land, it is important to know how the management of nature tourism can provide income for the community and the amount of economic value for tourism. The purpose of this study was to determine tourist perceptions, tourism management income, and calculate the economic value of nature tourism. The research was conducted using the Travel Cost Method. This approach calculates the amount of travel costs incurred by tourists in order to enjoy The Pangalengan 360° Sky Park Natural Tourism. The conclusion of the study shows that The Pangalengan 360° Sky Park Natural Tourism gets very good perceptions from tourists; the gross income of the manager of the Pangalengan 360° Sky Park is Rp. 4,632,025,200/year; as well as the economic value of Pangalengan 360° Sky Park is Rp. 46,358,040,000/year.

**Key words:** Economic value, income, nature tourism, perception, travel cost method.

### **1. PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan komponen penting dalam kehidupan modern (Williams, 2009). Menurut UU 10/2009, “pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah”. Pada penjelasan UU 10/2009 disebutkan bahwa pariwisata harus dikembangkan dengan pendekatan pemanfaatan sumberdaya bagi pertumbuhan dan pemerataan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat. Pengembangan kepariwisataan harus

mempertimbangkan semua aspek dalam lingkungan, termasuk kelestarian sumberdaya alam, peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, serta penguatan ekonomi nasional sebagai bentuk kemandirian dan kedaulatan negara.

Beberapa tahun yang lalu, pariwisata hanya menjadi kebutuhan tersier yang seringkali diabaikan. Dengan terbukanya komunikasi global melalui media internet semakin meningkatkan minat untuk melakukan pariwisata sehingga pada saat ini menjadi *trend* yang diikuti banyak orang. Lebih lanjut disampaikan Buttler & Pearce (2003) bahwa perkembangan pariwisata akan memberikan dampak positif pada aspek ekonomi dengan peningkatan pendapatan, peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan pajak dan *multiplier effect* lainnya. Pendapat tersebut diperkuat dengan Sudini & Arthanaya (2022) yang menyatakan bahwa membuka lapangan kerja lokal seperti pekerja seni, *bell boy*, *tour guide*, dan lain-lain. Selain itu, kemunculan pedagang cinderamata, penyewaan alat wisata, restoran, penukaran uang asing, hotel, dan lainnya merupakan imbas positif dari kemajuan pariwisata.

Pariwisata merupakan sektor potensial yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Turunan akibat aktivitas pariwisata memunculkan berbagai transaksi ekonomi. Aliran barang dan jasa terkait aktivitas wisata dapat menghidupkan roda perekonomian (Spillane, 1994). Bukti nyata sumbangan ekonomi wisata dapat ditunjukkan pada data BKPM Provinsi Bali tahun 2008 sebagaimana dikutip oleh Landra (2018) bahwa investasi wisata dan perdagangan kurun 1967-2007 mencapai Rp 13,1 triliun, sedangkan bidang pertanian hanya Rp 232, 5 miliar. Dengan demikian tidak mengherankan jika pariwisata menjadi salah satu sektor andalan bagi peningkatan pendapatan nasional (Aribowo et al., 2018). Nilai devisa pariwisata mengalami kenaikan secara rutin dari tahun 2016 (USD 11,206 miliar), tahun 2017 (USD 13,139 miliar), dan tahun 2018 sebesar USD 16,426 miliar (Widi, 2022). Sumbangan sektor pariwisata terhadap devisa Indonesia mencapai puncaknya pada tahun 2019 dengan nilai USD 20 miliar atau setara dengan Rp 280 triliun. Namun demikian, kecenderungan tersebut runtuh akibat pandemik COVID 19 pada tahun 2020 sehingga merosot sebesar 88,45% pada periode yang sama (Setiawan, 2021).

Seperti halnya Bali, Bandung menjadi salah satu destinasi wisata favorit. Imbasnya, pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor pariwisata menjadi yang terbesar tiap tahunnya. Nababan et al. (2021) mencatat bahwa PAD Bandung sebesar Rp 740 miliar (33%) berasal dari sektor pariwisata. Bandung merupakan salah satu tujuan wisata yang banyak

dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Seiring perkembangan bidang pariwisata di Bandung, banyak bermunculan sektor pariwisata baru yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Salah satu destinasi baru tersebut adalah wisata alam Taman Langit Pangalengan (TLP) 360°, yang berlokasi di Pangalengan, Bandung Selatan. TLP 360° dibuka sejak Desember 2020, pada saat pandemik COVID-19 belum berakhir. Namun demikian, kunjungan wisatawan semakin meningkat.

Keberlangsungan kegiatan wisata salah satunya ditentukan oleh tingkat pendapatan yang didapatkan masyarakat. Semakin tinggi pendapatan maka besar kemungkinan keberlanjutan usaha wisata dapat bertahan. Selain itu, pola pikir pentingnya nilai ekonomi lingkungan yang bersumber dari kegiatan wisata juga diperlukan. Apabila lingkungan mampu memberikan nilai ekonomi yang cukup untuk menopang kehidupan maka peluang untuk merusak lingkungan tersebut semakin kecil.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui persepsi wisatawan terhadap wisata alam TLP 360°; (2) mengetahui pendapatan yang didapatkan pada pengelolaan wisata; (3) mengetahui nilai ekonomi dari sumberdaya alam melalui pendekatan biaya yang dikeluarkan untuk menikmati jasa dari sumberdaya alam.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

### *2.1. Waktu dan Tempat*

Penelitian dilakukan di TLP 360°, Desa Sukaluyu, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni–Juli 2021.

### *2.2. Teknik Pengumpulan Data*

#### **2.2.1 Penentuan responden**

Populasi wisatawan yang berkunjung sejak Desember 2020 – Mei 2021 berjumlah 53.000 orang. Berdasarkan rumus Slovin (Suharsaputra, 2012), dengan toleransi kesalahan 10% maka dapat ditentukan bahwa responden penelitian ditentukan 100 orang. Pengambilan data responden dilakukan secara purposive, dengan ketentuan usia minimal 17 tahun. Pertimbangan tersebut berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan, bahwa usia 17 tahun dikategorikan dewasa. Kategori berikutnya adalah pembagian zonasi wisatawan yang berkunjung. Zona asal wisatawan dibedakan berdasarkan jarak tempuh ke TLP 360° (Tabel 1).

Tabel 1. Rincian Responden Penelitian Berdasar Jarak Tempuh

Zona	Jarak Tempuh (km)	Jumlah Pengunjung (orang)	Presentase Terhadap Total Pengunjung (%)	Jumlah Responden (orang)
I	<50	26.500	50	50
II	50 – 149,9	15.900	30	30
III	150 – 249,9	5.300	10	10
IV	250 – 350	3.710	7	7
V	>350	1.590	3	3
Total		53.000	100	100

### 2.2.2 Identifikasi persepsi wisatawan terhadap TLP 360<sup>0</sup>

Kategori dan indikator persepsi pengunjung dibedakan berdasarkan keamanan, kebersihan, aksesibilitas, fasilitas, dan keindahan. Sedangkan penentuan skala penilaian menggunakan skala ordnat, yaitu penilaian dengan kategori tertentu yang menunjukkan adanya gradasi (Winarno, 2013):

#### a. Keamanan:

- Sangat aman: Tidak terdapat pencurian dan gangguan hewan, serta terdapat petugas keamanan di lokasi wisata (Skor 4)
- Aman: Tidak terdapat pencurian dan gangguan hewan tidak membahayakan wisatawan (Skor 3)
- Kurang aman: Sering terdapat pencurian dan gangguan hewan, namun tidak membahayakan wisatawan (Skor 2)
- Tidak aman: Sering terjadi pencurian (Skor 1)

#### b. Kebersihan:

- Sangat bersih: Tidak terdapat sampah berserakan dan tersedia tempat pembuangan Sampah (Skor 4)
- Bersih: Tidak terdapat sampah berserakan, tersedia tempat pembuangan sampah, namun tidak terdapat petugas kebersihan (Skor 3)
- Kurang bersih: Terdapat sampah berserakan, namun tersedia tempat pembuangan Sampah (Skor 2)
- Tidak bersih: Banyak sampah berserakan, dan tidak tersedia tempat pembuangan sampah serta petugas kebersihan (Skor 1)

c. Aksesibilitas:

- Sangat mudah: Kondisi jalan sangat bagus, mudah untuk diakses, dan informasi tentang lokasi mudah diperoleh (Skor 4)
- Mudah: Kondisi jalan bagus, mudah untuk diakses, dan terdapat informasi tentang Lokasi (Skor 3)
- Sulit : Kondisi jalan buruk, sulit untuk diakses, namun tersedia informasi tentang Lokasi (Skor 2)
- Sangat sulit: Kondisi jalan buruk, sulit untuk diakses (Skor 1)

d. Fasilitas:

- Sangat baik: Fasilitas wisata kondisinya sangat terawat dan sarana fasilitas yang tersedia Lengkap (Skor 4)
- Baik: Fasilitas wisata kondisinya terawat dan sarana fasilitas tersedia lengkap (Skor 3)
- Kurang baik: Fasilitas wisata kondisinya tidak terawat namun sarana fasilitas tersedia (Skor 2)
- Tidak baik: Fasilitas wisata kondisinya sangat tidak terawat dan banyak sarana fasilitas tidak tersedia (Skor 1)

e. Keindahan:

- Sangat indah: Pemandangan alam sangat memukau pengunjung dan pengunjung sangat ingin datang kembali (Skor 4)
- Indah: Pemandangan alam bagus dan menarik minat pengunjung datang kembali (Skor 3)
- Kurang indah: Pemandangan alam kurang menarik dan pengunjung kurang tertarik datang Kembali (Skor 2)
- Tidak indah: Pemandangan alam tidak memberi kepuasan pada pengunjung dan pengunjung tidak ingin datang kembali (Skor 1)

Persepsi pengunjung dapat dinyatakan dalam indeks persepsi. Indeks persepsi adalah perbandingan persepsi wisatawan dengan nilai persepsi maksimal (Tabel 2).

Tabel 2. Kriteria Skor Berdasarkan Interval

Indeks Persepsi (%)	Kategori				
	Keamanan	Kebersihan	Aksesibilitas	Fasilitas	Keindahan
75 - 100	Sangat aman	Sangat bersih	Sangat mudah	Sangat lengkap	Sangat indah
50 - 74,99	Aman	Bersih	Mudah	Lengkap	Indah
25 - 49,99	Kurang aman	Kurang bersih	Sulit	Kurang lengkap	Kurang indah
0 – 24,99	Tidak aman	Tidak bersih	Sangat sulit	Tidak lengkap	Tidak indah

### 2.2.3 Penghitungan pendapatan

Pendapatan yang berasal dari pengelolaan wisata diperoleh berdasarkan perhitungan semua komponen pendapatan seperti tiket masuk, tiket kegiatan wisata, persewaan alat, dan parkir. Harga tiket masuk sebesar Rp. 10.000, harga tiket *camping* Rp 15.000, dan harga sewa alat *camping* bervariasi.

### 2.2.4 Penghitungan nilai ekonomi

Data nilai ekonomi diperoleh dengan menggunakan metode *Travel Cost Method (TCM)*. Tahapan untuk penentuan nilai ekonomi suatu wisata dengan menggunakan pendekatan metode perjalanan menurut (Tambunan et al., 2013).

- a. Menduga presentase wisatawan dari tiap daerah atau asal

$$P_i = \frac{J_{ci}}{N} \times 100\%$$

Keterangan:  
 $P_i$  : Presentase wisatawan tiap daerah i  
 $J_{ci}$  : Jumlah wisatawan dari daerah i  
 $N$  : Jumlah total responden (jumlah contoh)

- b. Menentukan besarnya total biaya yang dikeluarkan selama berwisata

$$BPT = BTr + BKr + BL$$

Keterangan:

- BPT : Biaya perjalanan total (Rupiah/orang/hari)  
 BTr : Biaya transportasi dari tempat asal ke tempat wisata (Rupiah/orang)  
 BKr : Biaya konsumsi selama rekreasi (Rupiah/orang/hari)  
 BL : Biaya lain (Rupiah/orang/hari)

- c. Perhitungan besarnya biaya rata-rata perjalanan  

$$BPT = BTr + BKr + BL$$

Keterangan:

- BPT : Biaya perjalanan total (Rupiah/orang/hari)  
 BTr : Biaya transportasi dari tempat asal ke tempat wisata (Rupiah/orang)  
 BKr : Biaya konsumsi selama rekreasi (Rupiah/orang/hari)  
 BL : Biaya lain (Rupiah/orang/hari)

- d. Biaya rata-rata perjalanan per zona

$$ATCi = \sum \frac{BPTji}{ni}$$

Keterangan:

- ATCi : Biaya perjalanan rata-rata dari zona I (Rupiah/hari orang kunjungan)  
 BPTji : Jumlah total biaya perjalanan ke j dari zona I (Rupiah/hari orang kunjungan)  
 ni : Jumlah total pengunjung dari zona I (orang)

- e. Total biaya perjalanan

Keterangan:

$$TTC = \sum ATC \left[ \frac{ni}{N} \right]$$

- TTC : Total biaya perjalanan  
 ATC : Rata-rata biaya perjalanan  
 N : Jumlah total pengunjung  
 ni : Jumlah responden

### 2.3. Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2022).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil

#### 3.1.1. Persepsi wisatawan

Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus (Sumanto, 2014). Tabel 3 menunjukkan bahwa persepsi wisatawan berada pada nilai di atas 75%.

Tabel 3. Indeks Persepsi Wisatawan

No	Persepsi	Indeks (%)	Keterangan
1	Keamanan	77,00	Sangat aman
2	Kebersihan	77,75	Sangat bersih
3	Aksesibilitas	75,25	Sangat mudah
4	Fasilitas	75,25	Sangat lengkap
5	Keindahan	75,25	Sangat indah

### 3.1.2 Pendapatan wisata

Pendapatan wisata dihitung berdasarkan jumlah tiket masuk, tiket *camping*, persewaan alat *camping*, serta biaya parkir (Tabel 4). Pendapatan dari tiket masuk diperoleh dari setiap wisatawan, pendapatan tiket dan peralatan *camping* diperoleh hanya dari wisatawan yang melakukan *camping* (tidak semua wisatawan beraktivitas *camping*).

Tabel 4. Pendapatan Wisata Taman Langit Pangalengan 360°

Zona	Jumlah Responden (orang)	Tiket (Rp) <sup>1</sup>	Sewa Alat Camping (Rp) <sup>2</sup>	Biaya Parkir (Rp) <sup>3</sup>	Pendapatan Wisata (Rp)	Rata-rata Pendapatan per Wisatawan (Rp)
I	50	725.000	1.735.000	245.000	2.705.000	43.700/ wisatawan
II	30	450.000	675.000	185.000	1.310.000	
III	10	100.000	0	70.000	170.000	
IV	7	70.000	0	55.000	125.000	
V	3	30.000	0	30.000	60.000	
Total		1.375.000	2.410.000	585.000	4.370.000	

<sup>1</sup>Termasuk wisatawan yang *camping* (tidak semua wisatawan melakukan *camping*)

<sup>2</sup>Tidak semua wisatawan menyewa alat camping

<sup>3</sup>Wisatawan pengguna kendaraan umum tidak mengeluarkan biaya parkir

### 3.1.3 Nilai ekonomi wisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya perjalanan total wisatawan TLP 360° sebesar Rp 36.455.000 dengan rata-rata biaya perjalanan per orang sebesar Rp 364.550 (Tabel 5).

Zona	Jumlah Responden (orang)	Biaya Transportasi (Rp)	Biaya Konsumsi (Rp)	Tiket (Rp) <sup>1</sup>	Sewa Alat Camping (Rp) <sup>2</sup>	Biaya Parkir (Rp) <sup>3</sup>	Biaya Perjalanan Total (Rp)	Biaya Perjalanan rata-rata (Rp)
I	50	1.155.000	2.990.000	725.000	1.735.000	245.000	6.850.000	364.550
II	30	6.950.000	4.340.000	450.000	675.000	185.000	12.600.000	
III	10	4.450.000	2.850.000	100.000	0	70.000	7.470.000	
IV	7	3.700.000	2.150.000	70.000	0	55.000	5.975.000	
V	3	2.200.000	1.300.000	30.000	0	30.000	3.560.000	
Total		18.455.000	13.630.000	1.375.000	2.410.000	585.000	36.455.000	

<sup>1</sup>Termasuk wisatawan yang *camping* (tidak semua wisatawan melakukan *camping*)

<sup>2</sup>Tidak semua wisatawan menyewa alat camping

<sup>3</sup>Wisatawan pengguna kendaraan umum tidak mengeluarkan biaya parkir

### 3.2 Pembahasan

#### 3.2.1 Kondisi lokasi TLP 360°

Wisata Alam TLP 360° terletak di salah satu puncak bukit perkebunan teh Cukul Desa Sukaluyu, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Lokasi berada pada ketinggian 1800 mdpl, dengan dengan suhu udara berkisar 18° - 24°C. Kelembapan rata-rata 80% dan curah hujan 1.718 – 2.603 mm pertahun. Panorama dan fenomena alam yang indah menjadi objek wisata alam di TLP 360°. *Camping Ground* adalah objek utama dengan panorama alam yang indah dikelilingi barisan bukit di perbatasan dua wilayah yaitu Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut yang membentang 360°. Jalan menuju area *camping ground* menggunakan jembatan yang berada di antara perkebunan teh. TLP 360° juga menawarkan panorama alam yang dapat dinikmati wisatawan untuk berswafoto dengan latar belakang yang indah, yaitu dermaga kaca dan dermaga kayu yang menjadi ciri khasnya.

Aksesibilitas menuju TLP 360° dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun roda 4. Transportasi umum pengunjung hanya bisa digunakan sampai dengan terminal Pangalengan. Perjalanan menuju lokasi dapat dilanjutkan dengan ojeg ataupun menyewa kendaraan. Meskipun belum ada angkutan umum yang dapat melewati jalur tersebut, wisata ini tetap banyak peminatnya. Jarak dari pusat kota Bandung sekitar 60 km, bisa ditempuh dengan waktu 2 jam perjalanan.

#### 3.2.2 Persepsi wisatawan

Persepsi wisatawan (Tabel 3) berada pada nilai di atas 75%. Hal itu berarti bahwa penilaian terhadap aspek keamanan, kebersihan, fasilitas, keindahan, dan aksesibilitas wisata dikategorikan sangat baik. Kategori sangat baik dapat diartikan kepuasan wisatawan terhadap pengelolaan wisata TLP 360° sangat tinggi. Persepsi wisatawan yang sangat baik harus senantiasa dijaga dan terus ditingkatkan.

Testimoni wisatawan dapat memberi efek yang baik dalam pengembangan pengelolaan di masa mendatang. Testimoni yang baik akan memberi andil pada penciptaan *emotional branding* yang positif. Bagi sebuah entitas hal tersebut sangatlah penting. Pogorzelski (2018) dan (Suryani et al., 2021) berpendapat bahwa *emotional branding* dapat memunculkan loyalitas konsumen (wisatawan) sehingga terjadi kecenderungan pengulangan kunjungan.

*Brand image* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Herliza & Saputri, 2016). Kepuasan pelanggan akan membawa mereka untuk kembali berkunjung. Selain itu, kepuasan pelanggan berpotensi mendatangkan lebih banyak wisatawan untuk datang. Bertambahnya kunjungan wisatawan akan menambah pendapatan pengelola wisata alam TLP 360<sup>0</sup>.

### 3.2.3 Pendapatan wisata

Pendapatan adalah faktor penting dalam sebuah usaha. Kelangsungan usaha sangat ditentukan oleh besaran pendapatan. Keuntungan usaha diperoleh saat nilai pendapatan harus lebih besar dari biaya pengeluaran. Pendapatan dapat diperoleh dari berbagai macam hal. Wisata alam TLP 360<sup>0</sup> mendapatkan pendapatan dari tiket masuk, tiket dan sewa alat camping, dan parkir.

Kawasan wisata alam TLP 360<sup>0</sup> seluas 8.000 m<sup>2</sup> dikelola oleh PT. Taman Langit Jaya Wisata. Sebelum menjadi kawasan wisata, tempat ini merupakan lahan yang disewakan untuk dimanfaatkan sebagai industri pertanian, namun areanya sangat gersang dan kurang terawat. Setelah dibuka untuk wisata pengelola melakukan penghijauan guna untuk melestarikan kembali kawasan tersebut.

Dengan jumlah kunjungan 53.000 wisatawan selama 6 bulan atau rata-rata 8.833 kunjungan per bulan maka pendapatan yang diperoleh sebesar Rp. 386.002.100/bulan, setara dengan Rp. 4.632.025.200/tahun. Nilai tersebut merupakan pendapatan kotor, artinya bahwa keuntungan usaha wisata dapat diketahui besarnya setelah harus dikurangi biaya pengeluaran. Walaupun besaran pendapatan merupakan nilai kotor namun demikian dapat dikatakan menguntungkan, mengingat bahwa pada mulanya areal terbenakalai dan tidak bernilai ekonomi. Kondisi tersebut didukung oleh penelitian Surahman et al. (2020) yang mengatakan bahwa pengusaha wisata dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian.

Keuntungan ekonomi dapat dirasakan pada saat terjadi perputaran ekonomi di Kawasan tersebut. Pada saat yang bersamaan, kondisi yang demikian memberikan peningkatan ekonomi atau minimal kesempatan untuk ikut berusaha bagi masyarakat di sekitarnya. Sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa pembangunan pariwisata dapat berkontribusi positif terhadap ekonomi masyarakat lokal sehingga secara berurutan dapat meingkatkan perekonomian daerah. Apabila hal tersebut dapat tercapai maka tingkat pengangguran dapat dikurangi (Mulyana et al., 2017). Secara ekologis, kegiatan wisata

yang ada di dalam kawasan dapat memberi rangsangan perbaikan dan penataan Kawasan. Hal tersebut mendorong pada peluang keberlanjutan lingkungan yang lebih baik. Lebih lanjut disampaikan (Dewi & Sumiyati, 2022) bahwa keuntungan wisata alam adalah dapat mendorong penyediaan lapangan kerja masyarakat lokal sekaligus mempertahankan lingkungan ekologis.

Kerusakan ekologis pada kawasan wisata akan berdampak pada menurunnya kualitas objek wisata. Apabila hal itu terjadi maka kunjungan wisatawan menurun sehingga menyebabkan penurunan pendapatan, baik pengelola wisata maupun masyarakat sekitar. Akibat lanjutan dari penurunan pendapatan masyarakat dapat memberi efek negatif berupa permasalahan sosial. Masalah sosial yang mungkin muncul adalah meningkatnya kejahatan, penurunan tingkat pendidikan, dan bahkan tingkat kesehatan masyarakat. Hal tersebut terkonfirmasi oleh (Hardianto, 2009); (Beauchamp & Chan, 2014) yang menyatakan bahwa rendahnya tingkat pendapatan mengakibatkan tingginya kriminalitas.

#### 3.2.4 Nilai ekonomi wisata

Apabila dibandingkan, maka pendapatan wisata adalah 11,99% dari nilai ekonomi kawasan. Berdasarkan data kunjungan wisatawan sebanyak 53.000 orang selama 6 bulan dari Desember 2020 – Mei 2021 maka rata-rata setiap bulan terdapat sebanyak 8.833 kunjungan. Dengan demikian, nilai ekonomi TLP 360<sup>0</sup> berdasarkan pendekatan biaya perjalanan terhitung sebesar Rp 3.220.070.150/bulan atau Rp 38.640.841.800/tahun.

Wisata alam TLP 360<sup>0</sup> mulai dibuka pada saat pandemik COVID-19 belum usai. Pandemi menyebabkan perubahan drastis pada perekonomian dunia. Namun demikian kondisi berubah drastis dengan adanya COVID-19. (UNWTO, 2021) menyebutkan bahwa ekonomi dunia pada kurun waktu pandemik COVID19 merasakan dampak yang signifikan. Semua sektor kehidupan ikut terdampak, termasuk pariwisata. Lebih lanjut (UNEP & UNWTO, 2005) menjelaskan bahwa pariwisata harus dapat memperhitungkan semua dampak yang ditimbulkan termasuk ekonomi, sosial budaya serta lingkungan. Pariwisata diharapkan dapat memberi manfaat dalam jangka panjang termasuk peluang tersedianya lapangan kerja bagi masyarakat. Kondisi yang demikian dapat memberi andil pada peningkatan pendapatan dan penurunan tingkat kemiskinan. Lebih lanjut disampaikan (Mudrikah et al., 2014) bahwa sektor pariwisata berpengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia sebagai penghasil devisa negara dan memperluas lapangan pekerjaan.

Keseimbangan antara ekonomi dan lingkungan tantangan besar sektor pariwisata. Hal tersebut diperlukan dalam rangka mencapai pariwisata yang berkelanjutan. (UNWTO, 2007) menyatakan bahwa implementasi efektif dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan adalah dengan mengembangkan wisata alam. Wisata jenis ini dapat dilakukan terutama di kawasan konservasi.

Pengembangan pariwisata berkaitan dengan potensi sumberdaya dan kondisi lingkungannya (Fandeli, 1995). Dengan demikian, pengembangan wisata perlu mempertimbangkan aspek keberlanjutan secara ekonomi, ekologi, dan sosial budaya. Pengembangan destinasi wisata baik tema wisata, segmentasi wisata, maupun strategi pengelolaannya harus berdasarkan data calon lokasi yang akan dikembangkan. TLP 360<sup>0</sup> sudah dikembangkan dengan mempertimbangkan potensi yang dimiliki.

Penamaan Taman Langit Pangalengan 360<sup>0</sup> karena posisinya berada pada lokasi yang memungkinkan pemandangan indah di sekelilingnya (360<sup>0</sup>). Keberlanjutan ekologi sangat ditentukan oleh pengelolaan yang tidak menimbulkan kerusakan lingkungan. Wisata alam TLP 360<sup>0</sup> sudah menerapkan konsep tersebut dengan cara melakukan penghijauan pada lokasi yang sebelumnya merupakan lahan tandus dan gersang menjadi tempat yang nyaman untuk berwisata. Keberlanjutan sosial budaya dilakukan dengan cara melibatkan masyarakat sekitar dalam mengelola wisata, yaitu sebagai juru parkir dan pengatur lalu lintas menuju lokasi wisata. Keberlanjutan secara ekonomi harus dihitung sejauhmana perusahaan wisata dapat bertahan dalam jangka waktu lama. Keberlanjutan perusahaan wisata alam secara ekonomi merupakan syarat mutlak. Dengan demikian, keuntungan finansial harus didapatkan.

Ketiga aspek keberlanjutan wisata alam memerlukan keseimbangan. Hal tersebut dapat diperoleh melalui konsep penghitungan nilai ekonomi sumberdaya alam (dalam hal ini wisata alam). Konsep ini menekankan bahwa sumberdaya wisata mempunyai nilai tertentu yang akan hilang apabila sumberdaya alam rusak. Dengan demikian, akan tercipta pola pikir pentingnya menjaga sumberdaya tersebut tanpa memikirkan berapa nilai finansial akibat perusahaan wisata. Kondisi tersebut sejalan dengan pendapat Jala & Nandagiri (2015) yang menyatakan bahwa pemahaman mengenai jasa lingkungan dan nilainya diperlukan dalam rangka menciptakan pola keseimbangan pengelolaan sumberdaya alam pada aspek ekologi dan ekonomi. Keindahan alam biasanya merupakan tidak mempunyai nilai pasar tertentu sehingga diperlukan suatu metode pengukuran melalui pendekatan

biaya perjalanan. Konsep ini didasarkan pada kesediaan wisatawan untuk mengeluarkan biaya perjalanan agar dapat menikmati keindahan alam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai ekonomi TLP 360<sup>0</sup> berdasarkan pendekatan biaya perjalanan adalah Rp 46.370.760.000/tahun. Dapat dikatakan bahwa nominal tersebut merupakan besaran nilai ekonomi wisata alam TLP 360<sup>0</sup>. Perlu ditekankan, besaran tersebut tidak memperhitungkan kunjungan wisatawan. Secara alami, TLP 360<sup>0</sup> menghasilkan nilai finansial setara Rp 46.370.760.000/tahun. Pendekatan ini menyatakan bahwa akan terjadi kerugian setara dengan nilai finansial tersebut apabila terjadi kerusakan di lokasi wisata.

#### **4. KESIMPULAN**

Persepsi wisatawan terhadap keamanan, kebersihan, aksesibilitas, fasilitas, dan keindahan Wisata Alam Taman Langit Pangalengan 360<sup>0</sup> dikategorikan sangat baik. Dari sisi ekonomi dapat diketahui bahwa Pengelolaan Taman Langit Pangalengan 360<sup>0</sup> memperoleh pendapatan kotor sebesar Rp. 4.632.025.200/tahun serta nilai ekonomi berdasarkan *Travel Cost Method* sebesar Rp. 46.358.040.000/tahun.

#### **REKOMENDASI**

Nilai ekonomi Wisata Alam Taman Langit Pangalengan 3600 dapat dijaga dengan cara meningkatkan kualitas atraksi dan pelayanan wisata. Selain itu, diperlukan penghitungan daya dukung lingkungan sehingga tidak memberi dampak negatif berupa kerusakan lokasi wisata.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aribowo, H., Wirapraja, A., & Putra, Y. D. (2018). Implementasi kolaborasi model pentahelix dalam rangka mengembangkan potensi pariwisata di Jawa Timur serta meningkatkan perekonomian domestik. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 3(1), 2018. <http://mebis.upnjatim.ac.id/index.php/mebis/article/view/21>
- Beauchamp, A., & Chan, S. (2014). The minimum wage and crime. *B.E. Journal of Economic Analysis and Policy*, 14(3), 1213–1235. <https://doi.org/10.1515/bejeap-2013-0130>
- Buttler, R., & Pearce, D. G. (2003). *Tourism Development.pdf*. Routledge.
- Dewi, R., & Sumiyati. (2022). *Monitoring Perusahaan Jasa Lingkungan, Kolaborasi Menuju Perusahaan Lestari*. <https://jasling.menlhk.go.id/berita-dan-artikel/berita/monitoring-perusahaan-jasa-lingkungankolaborasi-menuju-perusahaan-lestari>

- Fandeli, C. (1995). *Dasar-dasar manajemen kepariwisataan*. Penerbit Liberty.
- Hardianto, F. N. (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kriminalitas Di Indonesia Dari Pendekatan Ekonomi. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kriminalitas Di Indonesia Dari Pendekatan Ekonomi*, 13(2), 28–41.
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung The Influence Of Brand Image To Customer Satisfaction A Case Study Of Zara At Pvj Mall Bandung Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis. *Journal Of Management*, 3(2), 1949–1955. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/116222/pengaruh-brand-image-terhadap-kepuasan-pelanggan-studi-pada-zara-di-mall-pvj-bandung-.html>
- Jala, & Nandagiri, L. (2015). Evaluation of Economic Value of Pilikula Lake Using Travel Cost and Contingent Valuation Methods. *Aquatic Procedia*, 4(Icwrcoe), 1315–1321. <https://doi.org/10.1016/j.aqpro.2015.02.171>
- Landra, P. T. C. (2018). Hukum Investasi dalam Industrialisasi Kepariwisata Bali. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 7(1), 100–121. <https://doi.org/10.24843/jmhu.2018.v07.i01.p09>
- Mudrikah, A., Sartika, D., Ismanto, R. Y., & Satia, A. B. (2014). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap GDP Indonesia Tahun 2004 - 2009. *Economics Development Analysis Journal*, 3(2), 362–371. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>
- Mulyana, N., Fauziyyah, H., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan Ekonomi Lokal Jatinangor Melalui Wisata Edukasi. *Share: Social Work Journal*, 7(1), 115. <https://doi.org/10.24198/share.v7i1.13827>
- Nababan, S., Azizah, A. N., & Purnamasari, H. (2021). Kinerja dinas kebudayaan dan pariwisata kota bandung dalam collaborative governance. *Kinerja*, 18(3), 409–415. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Pogorzelski, J. (2018). *Branding in 4D*. Emerald Publishing Limited.
- Setiawan, A. (2021). *Mengembalikan Pamor Primadona Devisa*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/feature/2507/mengembalikan-pamor-primadona-devisa>
- Spillane, J. J. (1994). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius.
- Sudini, L. P., & Arthanaya, I. W. (2022). Pengembangan Pariwisata Berwawasan Pelestarian Lingkungan Hidup. *Jurnal Ilmu Hukum*, 18(1), 65–76. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/dih/article/view/5837%0Ahttps://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/dih/article/view/5837/4667>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Rafika Aditama.
- Sumanto. (2014). *Psikologi Umum* (1st ed.). CAPS.
- Surahman, T., Sudiarta, I.N., Suwarna, I.K. (2020). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Ekonomi dan Sosial Budaya Masyarakat Lokal Desa Wisata Sasak Ende,

- Lombok. Jurnal Analisis Pariwisata, 20(1), 38-48.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jap/article/download/75829/40484/>
- Suryani, A. D., Prakosa, A., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Emotional Branding, Customer Experience, dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty pada Samsung Experience Store. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 19–26.
- Tambunan, E., Latifah, S., & Patana, P. (2013). Analisis Nilai Ekonomi Obyek Wisata Alam di Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera Utara (Studi Kasus Pemandian Air Panas di Kelurahan Siogung-ogung , Kecamatan Pangururan). *Jurnal Peronema Forestry Science*, 2(2), 80–84.
- UNEP, & UNWTO. (2005). *Making Tourism more Sustainable: A Guide for Policy Makers*. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization. <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/8741>
- UNWTO. (2007). A Practical Guide to Tourism Destination Management. In *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. <https://doi.org/10.18111/9789284412433>
- UNWTO. (2021). *World Tourism Day: Tourism for Inclusive Growth*. <https://www.unwto.org/wtd2021>
- Widi, S. (2022). *Pendapatan Devisa Pariwisata Indonesia Melejit pada 2022*. [https://dataindonesia.id/Sektor Riil/detail/pendapatan-devisa-pariwisata-indonesia-melejit-pada-2022](https://dataindonesia.id/SektorRiil/detail/pendapatan-devisa-pariwisata-indonesia-melejit-pada-2022)
- Williams, S. (2009). Tourism Geography: A New Synthesis. In *Tourism Geography* (2nd ed.). Taylor & Francis e-Library. <https://doi.org/10.4324/9780203877555>
- Winarno. (2013). *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. UM Press.