

## **NILAI EKONOMI KEGUNAAN WISATA ALAM SITUGUNUNG TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO**

*(The Economic Value of Situgunung Nature Tourism Gunung Gede Pangrango National Park)*

Amala Rezki<sup>1</sup>, Ina Lidiawati<sup>2</sup>, Bambang Supriono<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Kehutanan, Universitas Nusa Bangsa  
Jl. K. H. Sholeh Iskandar Km 4 Tanah Sareal Bogor 16166  
e-mail: [amalarezki92@gmail.com](mailto:amalarezki92@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Kehutanan, Universitas Nusa Bangsa  
Jl. K. H. Sholeh Iskandar Km 4 Tanah Sareal Bogor 16166  
e-mail: [inalidiawati@yahoo.co.id](mailto:inalidiawati@yahoo.co.id)

<sup>3</sup>Fakultas Kehutanan, Universitas Nusa Bangsa  
Jl. K. H. Sholeh Iskandar Km 4 Tanah Sareal Bogor 16166  
e-mail: [b.supriono53@gmail.com](mailto:b.supriono53@gmail.com)

*Correspondent author : [amalarezki92@gmail.com](mailto:amalarezki92@gmail.com)*

### **ABSTRACT**

*The Situgunung area has direct usability value as recreation place and natural tourism. This study aims to determine the perception of visitors and the economic value usability on the natural tourism of Situgunung. This research method uses descriptive methods as well as traveling expenses or the Travel Cost Method (TCM). Testing the perception of visitors using validity and reliability tests were analyzed descriptively using a Likert scale and the economic value use was analyzed using the concept of travel cost (TCM). This result of the study indicates the index of visitors' perceptions of Situgunung Nature Tourism from the beauty is 89,25% very beautiful, the security aspect is 83,5 % very safe, the hygiene aspect is 77,5% very clean, the accessibility aspect is 77,75% very easy, the facility aspect is 74,25% complete. And the economic value of the use of Situgunung Nature Tourism is Rp.49.197.122.816/year, with the average traveling expenses calculated based on the zone or distance from the area from which the visitor came to the tourist location. With the high perception of visitors and the value of economic use of Situgunung Nature Tourism objects, a more professional management is needed without reducing the concept of natural sustainability.*

*Keywords : Economic Value, Perception, Travel Cost Method (TCM), Situgunung Nature Tourism*

### **ABSTRAK**

Kawasan Situgunung memiliki manfaat nilai guna langsung yaitu sebagai rekreasi atau wisata alam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengunjung dan nilai ekonomi kegunaan terhadap Wisata Alam Situgunung. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif serta biaya perjalanan atau *Travel Cost Method (TCM)*. Pengujian data persepsi pengunjung menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan skala likert serta nilai ekonomi kegunaan dianalisis dengan menggunakan konsep biaya perjalanan (TCM). Hasil penelitian ini menunjukkan nilai indeks persepsi pengunjung terhadap Wisata Alam Situgunung dari aspek keindahan sebesar 89,25% sangat indah, aspek keamanan sebesar 83,5% sangat aman, aspek kebersihan sebesar 77,5% sangat bersih, aspek aksesibilitas sebesar 77,75% sangat mudah, aspek fasilitas sebesar 74,25% lengkap. Ekonomi kegunaan Wisata Alam Situgunung adalah sebesar Rp 49.197.122.816/tahun (Empat puluh sembilan milyar seratus sembilan puluh tujuh juta seratus dua puluh dua ribu delapan ratus enam belas rupiah per tahun), dengan rata-rata biaya perjalanan dihitung berdasarkan zona atau jarak daerah asal pengunjung ke lokasi wisata. Dengan tingginya persepsi dari para pengunjung dan nilai kegunaan ekonomi terhadap obyek Wisata Alam Situgunung, diperlukan pengelolaan yang lebih profesional tanpa mengurangi konsep kelestarian alam.

Kata kunci : Nilai Ekonomi, Persepsi, Biaya Perjalanan (TCM), Wisata Alam Situgunung

## I. PENDAHULUAN

Kegiatan wisata sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Meningkatnya pendapatan ekonomi penduduk membuat masyarakat ingin melakukan perjalanan wisata. Situgunung merupakan salah satu destinasi wisata yang telah banyak didatangi oleh pengunjung. PT. Fontis Aquam Vivam selaku pemegang Izin Usaha Penyediaan Sarana Wisata Alam (IUPSWA) membangun wahana wisata jembatan gantung (*suspension bridge*) sepanjang 240 m yang merupakan jembatan gantung terpanjang di Asia (Resort PTN Situgunung, 2019).

Sejak dibukanya jembatan gantung, jumlah pengunjung meningkat hingga 603% hingga saat ini. Tingginya jumlah pengunjung berpotensi menimbulkan gangguan lingkungan sehingga dapat mengakibatkan kerusakan ekosistem. Adanya kerusakan ekosistem dapat menurunkan daya tarik ekowisata bahkan menurunnya aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat sekitar Wisata Alam Situgunung. Dengan demikian, perlu dilakukan penilaian persepsi pengunjung dan jasa wisata Situgunung untuk mengetahui nilai kegunaan sumberdaya alam melalui pendekatan biaya yang dikeluarkan untuk menikmati jasa sumberdaya alam. Hasil penilaian ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam pengembangan bentuk-bentuk layanan oleh manajemen pengelola objek wisata (Fauzi, 2013). Menurut Laraswati *et. al.*, (2017), penilaian ekonomi kawasan khususnya kawasan wisata dapat menggambarkan penilaian atas nilai ekonomi kawasan yang benar sehingga dapat memberikan pertimbangan atas objek kawasan yang dinilai dalam hal pengembangan dan pemanfaatan atas fungsi kawasan tersebut.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Lokasi dan Waktu

Penelitian dilakukan di Wisata Alam Situgunung yang merupakan bagian dari

wilayah kerja Resort PTN Situgunung, Seksi PTN Wilayah IV Situgunung, Bidang PTN Wilayah II Sukabumi. Wisata ini terletak di Desa Gede Pangrango, Kecamatan Kadudampit, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli – Agustus 2020.

### B. Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian yaitu: alat tulis, laptop, kamera, kuesioner, dan literatur.

### C. Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel

Metode penelitian untuk persepsi menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara pengunjung. Untuk perhitungan nilai ekonomi kegunaan menggunakan metode biaya perjalanan atau *Travel Cost Method* (TCM). Sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin (Umar, 2005):

$$n = \frac{N}{N(E)^2 + 1}$$

Keterangan :

- n : Jumlah Sampel
- N : Jumlah Pengunjung
- E : Batas Error 10%
- 1 : Bilangan Konstan

Responden penelitian berjumlah 100 orang, yang diambil berdasarkan data kunjungan di Wisata Alam Situgunung dari kunjungan rata-rata selama lima tahun terakhir (2015-2019) sebanyak 105.344 orang (Bidang PTN Wilayah II Sukabumi, 2020).

### D. Pengolahan dan Analisis Data

#### 1. Analisis Karakteristik Responden

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu (Hasan, 2002). Sugiyono (2012) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk

menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

## 2. Analisis Persepsi Responden

Data persepsi yang dianalisis berupa data mengenai kelayakan suatu tempat wisata

menjadi suatu wisata yang layak dikunjungi. Pengambilan data persepsi bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap pengelolaan Wisata Alam Situgunung. Persepsi tersebut dianalisis secara deskriptif menggunakan skala likert, uji validitas serta uji reliabilitas.

Tabel 1. Persepsi Pengunjung

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

## 3. Pendugaan Nilai Ekonomi Kegunaan

Sulistiyono (2007) menyebutkan tahapan penentuan nilai ekonomi kegunaan suatu wisata dengan menggunakan pendekatan metode perjalanan adalah :

- Menentukan jumlah wisatawan per tahun berdasarkan data pengunjung.
- Menduga presentase wisatawan dari tiap daerah atau asal, yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

- $P_i$  : Presentase wisatawan tiap daerah i  
 $J_{ci}$  : Jumlah wisatawan dari daerah i  
 $N$  : Total responden

- Menentukan total biaya yang dikeluarkan selama berwisata

$$BPT = BTr + BD + BKr + BL$$

Keterangan :

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

Perhitungan besarnya biaya rata-rata perjalanan pengunjung untuk menuju wisata Situgunung menggunakan rumus:

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

Keterangan :

- ATC : Biaya rata-rata perjalanan pengunjung  
BPT : Biaya perjalanan total pengunjung  
 $n$  : Jumlah responden

Biaya rata-rata perjalanan per zona dihitung menggunakan rumus :

$$ATC_i = \sum \frac{BPT_{ji}}{ni}$$

Keterangan :

- ATC<sub>i</sub> : Biaya perjalanan rata-rata dari zona i  
BPT<sub>ji</sub> : Jumlah total biaya perjalanan ke j dari zona i  
 $n$  : Total pengunjung dari zona i

Total biaya perjalanan pengunjung :

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

Keterangan :

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

Rumus untuk menentukan nilai ekonomi kegunaan wisata Situgunung yaitu:

$$\text{Nilai ekonomi kegunaan} = \frac{\text{rata-rata biaya perjalanan} \times \text{jumlah pengunjung}}{\text{rata-rata lima tahun terakhir}}$$

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Karakteristik Pengunjung

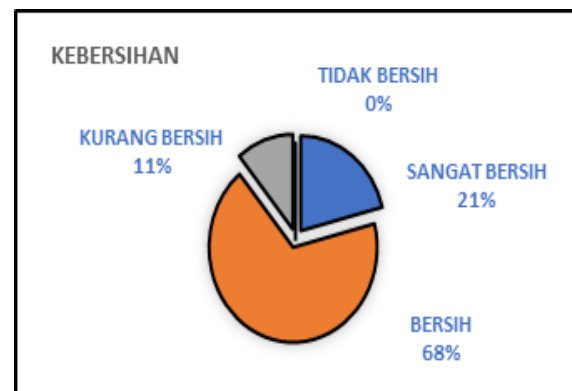
Karakteristik pengunjung Situgunung sebagai berikut :

- Jenis kelamin : 62% laki-laki dan 38% perempuan.
- Asal pengunjung : Kota Sukabumi, Kabupaten Sukabumi, Jabodetabek dan sekitarnya, Bandung, serta Provinsi Lampung.
- Usia pengunjung : 18 - 40 tahun sebesar 80%.
- Pendidikan : SMA sederajat sebesar 34%, perguruan tinggi sebesar 64%.
- Pekerjaan pelajar dan mahasiswa pegawai swasta sebesar 25% dan 35%.
- Pendapatan antara dua juta sampai empat juta rupiah sebesar 62%.
- Status pernikahan : sudah menikah sebesar 52% dengan jumlah tanggungan antara satu sampai lebih besar dari tiga sebesar 37%.
- Motivasi kunjungan : berlibur dan menikmati pemandangan alam (88%), camping (7%) dan penelitian/pendidikan (5%).
- Frekuensi kunjungan : satu kali (43%), dua sampai lebih tiga kali kunjungan (57%).
- Jarak tempuh ke lokasi : kurang dari 10 km (6%), jarak antara 11 km sampai 50 km (33%), dan lebih dari 50 km (61%).
- Kendaraan yang digunakan pengunjung : kendaraan umum (9%) dan kendaraan pribadi (91%).

#### B. Persepsi Pengunjung

##### 1. Kebersihan

Persepsi pengunjung terhadap kebersihan disajikan pada Gambar 1.

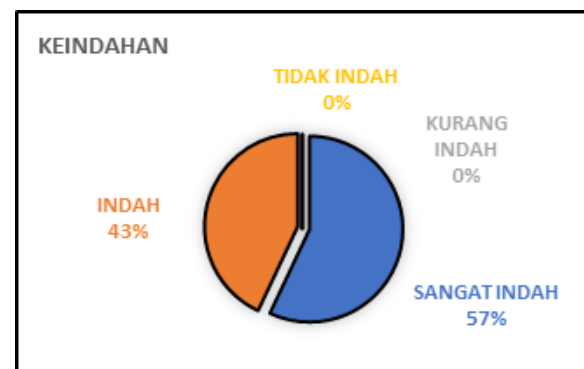


Gambar 1. Persepsi Terhadap Kebersihan

Nilai Indeks Kebersihan di Obyek Wisata Alam Situgunung sebesar 77,5% (sangat bersih) dengan nilai indeks sebesar 77,5%. Menurut (Gromang, 2005) kebersihan merupakan faktor yang sangat penting dihubungkan dengan kesehatan wisatawan.

##### 2. Keindahan

Persepsi pengunjung terhadap keindahan disajikan pada Gambar 2.

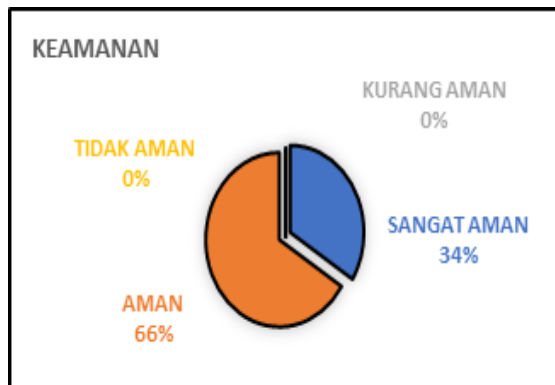


Gambar 2. Persepsi Terhadap Keindahan

Nilai Indeks Keindahan di Obyek Wisata Alam Situgunung sebesar 89,25%; termasuk kategori sangat indah. Menurut Manalu (2015), keindahan merupakan cerminan suatu kepuasan terhadap panorama alam yang disajikan pada suatu obyek wisata alam dan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam menilai kualitas suatu wisata. Kunci pokok yang harus diperhatikan dalam pengembangan ekowisata adalah terjaganya kelestarian fungsi lingkungan serta terjaganya tradisi adat istiadat dan budaya.

### 3. Keamanan

Persepsi pengunjung terhadap keamanan menurut disajikan pada Gambar 3.



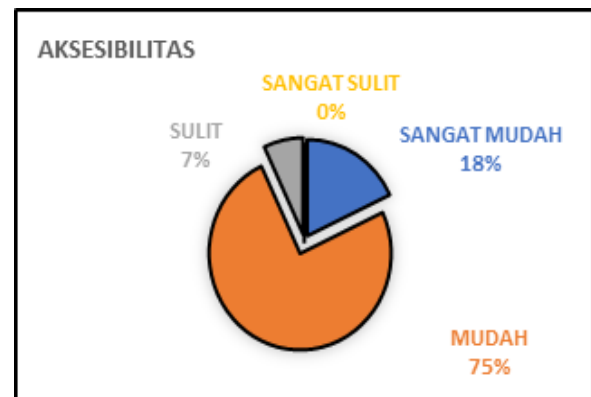
Gambar 3. Persepsi Terhadap Keamanan

Nilai Indeks Keamanan di Obyek Wisata Alam Situgunung sebesar 83,5%; termasuk kategori sangat aman. Fasilitas terkait keamanan berupa papan larangan pada tempat-tempat yang dianggap rawan terhadap keselamatan pengunjung. Faktor keamanan pada suatu kawasan wisata merupakan nilai tambah dan peluang untuk dikunjungi oleh wisatawan. Menurut Rizki (2015), setiap orang ingin merasa nyaman dan aman di manapun berada, termasuk saat melakukan wisata.

### 4. Aksesibilitas

Nilai Indeks Aksesibilitas ke Obyek Wisata Alam Situgunung termasuk kategori sangat mudah dengan nilai sebesar 77,75% (Gambar 4). Kemudahan tersebut dikarenakan

oleh tersedianya angkutan umum menuju ke lokasi wisata.

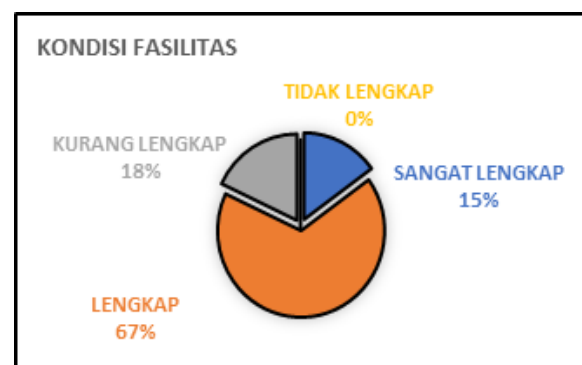


Gambar 4. Persepsi Terhadap Aksesibilitas

Kegiatan pariwisata tidak hanya didukung oleh potensi yang ada saja, tetapi harus didukung pula oleh ketersediaan aksesibilitas serta sarana dan prasarana pendukung yang baik. Menurut Suwanto (1997), aksesibilitas yang baik akan menentukan mudah atau tidaknya lokasi untuk dijangkau. Selanjutnya, Murti dan Sujali (2013) berpendapat bahwa aksesibilitas merupakan alat vital dalam industri pariwisata. Kemudahan untuk mencapai objek wisata salah satu faktor mendukung pengembangan objek wisata.

### 5. Kondisi Fasilitas

Nilai Indeks Kondisi Fasilitas di Wisata Alam Situgunung termasuk kategori lengkap dengan nilai sebesar 74,25% (Gambar 5).



Gambar 5. Persepsi Terhadap Kondisi Fasilitas

Fasilitas yang disediakan terdiri dari area parkir, pusat informasi, tempat ibadah, toilet, tempat penginapan, *camping ground*, tempat istirahat, tempat sampah dan sarana pendukung yang lain. Menurut Murti dan Sujali (2013), kekuatan daya tarik wisata yang dimiliki oleh suatu objek wisata mungkin tidak akan berarti tanpa adanya fasilitas pendukung yang memadai. Fasilitas objek wisata harus tertata sedemikian rupa agar keberadaan fasilitas pelengkap objek

wisata tidak melemahkan daya tarik wisata yang disajikan oleh objek wisata tersebut

### C. Nilai Ekonomi Kegunaan

Pendugaan nilai ekonomi kegunaan wisata alam Situgunung memerlukan data besarnya biaya perjalanan rata-rata pengunjung dalam melakukan satu kali kunjungan, dengan menghitung biaya perjalanan rata-rata pengunjung berdasarkan daerah asal (Tabel 2).

Tabel 2. Biaya Rata-Rata Perjalanan Pengunjung Per Daerah Asal

| No.   | Daerah Asal   | Pengunjung | Total Biaya Perjalanan | Rata-Rata Biaya Perjalanan |
|-------|---------------|------------|------------------------|----------------------------|
| 1.    | Bandung       | 9          | Rp 5.420.000           | Rp 602.222                 |
| 2.    | Banten        | 2          | Rp 1.052.000           | Rp 526.000                 |
| 3.    | Bekasi        | 3          | Rp 1.073.000           | Rp 357.667                 |
| 4.    | Bogor         | 17         | Rp 6.064.500           | Rp 356.735                 |
| 5.    | Jakarta       | 15         | Rp 8.202.500           | Rp 546.833                 |
| 6.    | Kab. Sukabumi | 25         | Rp 3.080.000           | Rp 123.200                 |
| 7.    | Karawang      | 3          | Rp 1.202.000           | Rp 400.667                 |
| 8.    | Kota Sukabumi | 16         | Rp 3.215.000           | Rp 200.938                 |
| 9.    | Lampung       | 3          | Rp 2.877.500           | Rp 959.167                 |
| 10.   | Tangerang     | 7          | Rp 4.177.000           | Rp 596.714                 |
| Total |               | 100        | Rp 36.363.500          | Rp 467.014                 |

Biaya transportasi dari 10 daerah asal pengunjung pada Tabel 3 kemudian dikelompokkan menjadi 8 zona dengan berdasarkan jarak daerah asal pengunjung. Pengunjung wisata alam Situgunung sebagian besar berasal dari Jabodetabek

sebesar 53%, Propinsi Jawa Barat 42% dan lainnya berasal dari Lampung dan Banten. Biaya transportasi rata-rata dari pengunjung dengan transportasi kendaraan pribadi dan transportasi kendaraan umum disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Biaya Transportasi kendaraan pribadi dan kendaraan umum rata-rata pengunjung per daerah asal

| Zona  | Jarak (Km) | Kendaraan Pribadi (orang) | Total Biaya Kend. Pribadi (Ribu Rp) | Rata-rata Biaya Kend. Pribadi (Ribu Rp) | Transp. Umum (orang) | Total Biaya Transp. umum (Ribu Rp) | Rata-rata Transp. Umum (Ribu Rp) |
|-------|------------|---------------------------|-------------------------------------|---|----------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| 1     | ≤ 10 – 30  | 16                        | 850,00                              | 53.125                                  | 0                    | 0                                  | 0                                |
| 2     | 30 – 50    | 20                        | 775,00                              | 38.750                                  | 3                    | 33,00                              | 11,00                            |
| 3     | 67,1       | 17                        | 1.575,00                            | 92.647                                  | 2                    | 350,00                             | 175,00                           |
| 4     | 114,6      | 15                        | 2.950,00                            | 196.667                                 | 0                    | 0                                  | 0                                |
| 5     | 141,0      | 11                        | 2.750,00                            | 250.00                                  | 2                    | 290,00                             | 145,00                           |
| 6     | 112,1      | 9                         | 2.050,00                            | 227.778                                 | 0                    | 0                                  | 0                                |
| 7     | 232,9      | 2                         | 680,00                              | 340.00                                  | 0                    | 0                                  | 0                                |
| 8     | 471,4      | 1                         | 500,00                              | 500.00                                  | 2                    | 750,00                             | 375,00                           |
| Total |            | 91                        | 12.130,00                           | 188,74                                  | 9                    | 1.423,00                           | 13.553                           |

Perhitungan nilai ekonomi suatu obyek wisata dapat ditentukan dengan menggunakan pendekatan metode TCM Biaya tersebut meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, biaya dokumentasi dan biaya lain-lain yang dikeluarkan selama kunjungan wisata.

Tabel 3 menunjukkan bahwa biaya perjalanan pengunjung tertinggi per pengunjung berasal dari Lampung sebesar Rp 959.167,00 untuk tiap kali kunjungan, sedangkan biaya rata-rata terendah per pengunjung berasal dari Kabupaten Sukabumi sebesar Rp 123.200 tiap kali kunjungan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Mateka *et.al.* (2013) dan Tambunan *et.al.* (2013), bahwa biaya perjalanan dan jarak menuju tempat wisata berbanding lurus, sehingga semakin jauh jarak menuju tempat wisata maka semakin tinggi biaya perjalanan pengunjung.

Nilai ekonomi obyek Wisata Alam Situgunung diperoleh dari hasil perkalian antara rata-rata biaya perjalanan pengunjung dari seluruh daerah dengan besarnya kunjungan rata-rata per tahun selama lima tahun terakhir (2015-2019) sebanyak 105.344 orang. Perhitungan nilai ekonomi obyek Wisata Alam Situgunung, dari perkalian jumlah pengunjung dengan biaya rata-rata per pengunjung yang dikeluarkan selama kunjungan sebesar Rp 49.197.122.816 per tahun. Peningkatan nilai ekonomi dapat dilakukan dengan cara penambahan dan perbaikan fasilitas, serta penguatan konsep pengelolaan wisata yang memperhatikan kelestarian alam.

#### IV. SIMPULAN

1. Persepsi pengunjung terhadap Objek Wisata Alam Situgunung sebagai berikut : aspek keindahan dikategorikan sangat indah, aspek keamanan dikategorikan sangat aman, aspek kebersihan dikategorikan sangat bersih, aspek aksesibilitas dikategorikan sangat mudah dan aspek fasilitas dikategorikan lengkap.

2. Nilai ekonomi kegunaan Wisata Alam Situgunung, berdasarkan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) sebesar Rp 49.197.122.816/tahun.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, R. 2013. *Valuasi Ekonomi Taman Nasional Kelimutu Melalui Pendekatan Nilai Ekonomi Wisata* [tesis]. Jakarta: Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Gromang, Frans. 2005. *Tuntutan keselamatan dan Keamanan wisatawan*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Hasan, MI. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta (ID): Ghalia Indonesia.
- Laraswati, D., Safitri, Y., Nilawati, L. 2017. *Model Penilaian Zona Nilai Ekonomi dengan Pendekatan Sistem Informasi Geografis pada Kawasan Wisata Cagar Budaya Setu Babapak*. Jurnal Muhammadiyah Jakarta. Vol. 4 (1): 1-9.
- Manalu, B.E. 2015. *Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Ekowisata di Desa Huta Ginjang, Kecamatan Sianjur Mula-Mula kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara*. Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara.
- Mateka, J.A., Indriyani, E., dan Harahap, N. 2013. *Objek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur*. Api Student Journal Vol. 1(1): 12-22.
- Mawardi, I., Sudaryono. 2006. *Konservasi Hutan dan Lahan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Hutan*. Jurnal Teknologi Lingkungan. Vol 7(3): 317-324.
- Murti, C.M dan Sujali. 2013. *Persepsi Wisatawan terhadap Pengembangan Objek Wisata Batang Dolphin Center*. Jurnal Bumi Indonesia. Vol 2 : 2.
- Pendit. 2006. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Penerbit Pradnya Paramita. Jakarta
- Bidang PTN Wilayah II Sukabumi Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. 2020. *Grafik Pengunjung Bidang Wilayah Sukabumi*. Tidak dipublikasikan.
- Resort PTN Situgunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. 2019. *Profil Resort PTN Situgunung*. Tidak dipublikasikan.
- Rizki, P. A. 2015. *Asuransi Kecelakaan terhadap Wisatawan Domestik di Objek Wisata Pantai*

*Pananjung Kabupaten Pangandaran Provinsi Jawa Barat. Yogyakarta (ID): Universitas Islam Sunan Kalijaga.*

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & B*. Bandung : Alfabeta.

Sulistiyono, N. 2007. Pengantar Ekoturisme. Editor Buku Oding Affandi. Buku Panduan Praktik Pengenalan dan Pengelolaan Hutan Departemen Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara. Medan.

Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.

Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama dengan Jakarta Business Research Center. Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990. Tentang Pemanfaatan Sumber Daya Alam.