

RINGKASAN

Curug Song merupakan salah satu curug yang ada di Kabupaten Banyumas, tepatnya di Desa Kalisalak, Kecamatan Kebasen, Kabupaten Banyumas. Curug ini merupakan curug dengan kunjungan wisatawan paling banyak di Kabupaten Banyumas. Akan tetapi hal tersebut tidak dibarengi dengan infrastruktur jalan yang memadai serta kurang maksimal pemanfaatan fasilitas, maka perlu diadakan penelitian mengenai kesediaan membayar dari wisatawan serta nilai valuasi ekonomi dari objek wisata Curug song dengan cara *contingent valuation method (CVM)*. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah menganalisis preferensi variabel bid, biaya perjalanan, daerah asal, pekerjaan, umur, pendapatan, fasilitas, dan infrastruktur jalan terhadap willingness to pay, menganalisis nilai valuasi ekonomi, dan menganalisis nilai surplus konsumen terhadap objek wisata Curug Song.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif mengenai karakteristik sosial ekonomi dari responden, analisis uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi logistik, analisis nilai ekonomi menggunakan pendekatan *Contingent Valuation Method (CVM)*, dan menghitung surplus konsumen.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh variabel yang berpengaruh terhadap WTP yaitu bid, pendapatan, dan umur. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh terhadap WTP yaitu biaya perjalanan, daerah asal, pekerjaan, fasilitas, dan infrastruktur jalan. Nilai WTP individu yang diperoleh yaitu sebesar Rp14.548,78 dengan nilai ekonomi sebesar Rp1.217.238.227,48. Surplus konsumen harga tiket objek wisata Curug Song per individu yang diperoleh sebesar Rp1.548,78 dengan total surplus konsumen sebesar Rp129.580.227,48.

Implikasi dari penelitian ini adalah pemerintah desa, Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Banyumas serta pihak pengelola objek wisata Curug Song dapat melakukan promosi yang lebih masif agar Curug Song menjadi lebih dikenal karena semakin terkenalnya suatu objek wisata akan menambah nilai dimata wisatawan sehingga wisatawan bersedia membayar lebih. Mengetahui bahwa wisatawan berpendapatan tinggi bersedia membayar lebih bisa menjadi dorongan untuk pihak pengelola dan pemerintah setempat memperbaiki infrastruktur terutama akses jalan dan meningkatkan fasilitas dengan penambahan wahana *waterboom* untuk orang dewasa, kios makanan di dalam objek wisata dan hal menarik lainnya yang dapat membuat wisatawan terutama yang berpendapatan tinggi bersedia mengeluarkan lebih banyak biaya untuk menikmati hal tersebut. Pengelola objek wisata juga perlu meningkatkan fasilitas dan layanan untuk wisatawan yang berumur lebih tua seperti area tempat duduk yang teduh dengan menambah atap serta penyediaan area untuk piknik.

Kata kunci : Valuasi Ekonomi, *Willingness To Pay*, *Contingent Valuation Method*, Surplus Konsumen.

SUMMARY

Curug Song is one of the waterfalls in Banyumas Regency, precisely in Kalisalak Village, Kebasen District, Banyumas Regency. This waterfall is the waterfall with the most tourist visits in Banyumas Regency. However, this is not accompanied by adequate road infrastructure and less than optimal utilization of facilities, so it is necessary to conduct research on the willingness to pay of tourists and the economic valuation value of the Curug song tourist attraction using the contingent valuation method (CVM). The objectives to be achieved from this study are to analyze the preference of bid variables, travel costs, region of origin, occupation, age, income, facilities, and road infrastructure on willingness to pay, analyze the value of economic valuation, and analyze the consumer surplus value of Curug Song tourist attraction.

The research method used is descriptive quantitative regarding the socio-economic characteristics of respondents, validity and reliability test analysis, logistic regression analysis, economic value analysis using the Contingent Valuation Method (CVM) approach, and calculating consumer surplus.

Based on the results of the analysis, the variables that influence WTP are bid, income, and age. While variables that do not affect WTP are travel costs, region of origin, occupation, facilities, and road infrastructure. The individual WTP value obtained is Rp14,548.78 with an economic value of Rp1,217,238,227.48. Consumer surplus of Curug Song tourist attraction ticket prices per individual obtained amounted to Rp1,548.78 with a total consumer surplus of Rp129,580,227.48.

The implication of this research is that the village government, the Banyumas Regency Youth, Sports, Culture and Tourism Office and the Curug Song tourist attraction manager can carry out more massive promotions so that Curug Song becomes better known because the more famous a tourist attraction will add value in the eyes of tourists so that tourists are willing to pay more. Knowing that high-income tourists are willing to pay more can be an impetus for the manager and local government to improve infrastructure, especially road access and improve facilities by adding waterboom rides for adults, food kiosks in tourist attractions and other interesting things that can make tourists, especially high-income ones, willing to spend more money to enjoy this. Tourist attraction managers also need to improve facilities and services for older tourists such as shaded seating areas by adding roofs and providing areas for picnics.

Keywords : Economic Valuation, Willingness To Pay, Contingent Valuation Method, Consumer Surplus.