

ANALISIS KEMAMPUAN DAN KEMAUAN MEMBAYAR (ATP-WTP) PENGUNJUNG SITUS GUNUNG PA

Norman Wardana¹, Aa Permana², Raden Rizki Muttaqien³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari, Bandung, Indonesia^{1,2,3}

Email: normanwardana@stiepar.ac.id¹, apermana@stiepar.ac.id², rizkimuttaqien@stiepar.ac.id³

Informasi	Abstract
Volume : 2	<p><i>This study aims to explore the relationship between the ability to pay and the willingness to pay of visitors to the Gunung Padang site in Cianjur Regency. The issue addressed in this research focuses on the discrepancy between the financial capacity of visitors and the ticket price they are willing to pay, which may affect the effectiveness of management and the sustainability of the tourist destination. The research methodology uses a quantitative approach with data collection through surveys, utilizing a questionnaire instrument distributed to visitors. The results of the study indicate that the visitors' ability to pay is higher than their willingness to pay. This finding is influenced by several factors, such as limited facility quality, a lack of visitor understanding of the historical value of the site, and comparisons with other tourist destinations that offer more comprehensive facilities. The study also highlights the importance of improving the quality of facilities and implementing more intensive promotional strategies to increase visitors' understanding of the site's significance, which in turn could enhance their willingness to pay. The contribution of this research is expected to provide guidance for destination managers in designing more effective policies and contribute to the development of knowledge in the field of tourism economics and cultural destination management.</i></p> <p>Keywords : Ability To Pay, Willingness to Pay, Tourism Management.</p>
Nomor : 2	
Bulan : Februari	
Tahun : 2025	
E-ISSN : 3062-9624	

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kemampuan membayar dan kemauan membayar pengunjung di Situs Gunung Padang, Kabupaten Cianjur. Isu yang diangkat dalam kajian ini berfokus pada ketidaksesuaian antara kapasitas finansial pengunjung dan harga tiket yang bersedia mereka bayarkan, yang berpotensi mempengaruhi efektivitas pengelolaan dan keberlanjutan destinasi wisata tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei, menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa nilai kemampuan membayar pengunjung lebih besar dibandingkan dengan nilai kemauan membayar mereka. Temuan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas fasilitas yang terbatas, kurangnya pemahaman pengunjung mengenai nilai sejarah situs, serta perbandingan dengan destinasi wisata lainnya yang memiliki fasilitas lebih lengkap. Penelitian ini juga mengemukakan pentingnya peningkatan kualitas fasilitas serta strategi promosi yang lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman pengunjung mengenai pentingnya situs tersebut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kemauan membayar

mereka. Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi pengelola destinasi wisata dalam merancang kebijakan yang lebih efektif serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi pariwisata dan pengelolaan destinasi budaya.

Kata Kunci : Kemampuan Membayar, Kemauan Membayar, Pengelolaan Pariwisata.

A. PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki peran penting dalam perekonomian suatu daerah, baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun budaya. Salah satu bentuk pariwisata yang memiliki nilai sejarah dan budaya tinggi adalah wisata situs purbakala. Situs Gunung Padang di Kabupaten Cianjur merupakan salah satu destinasi wisata megalitikum terbesar di Asia Tenggara yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi unggulan (1). Namun, dalam pengembangannya, diperlukan kajian mengenai kemampuan membayar (Ability to Pay/ATP) dan kemauan membayar (Willingness to Pay/WTP) pengunjung guna menentukan kebijakan harga yang optimal serta meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian daerah.

Penentuan tarif masuk objek wisata merupakan salah satu aspek penting dalam keberlanjutan pariwisata. Kajian ATP dan WTP dapat memberikan gambaran mengenai harga optimal yang dapat diterima oleh wisatawan tanpa mengurangi daya tarik destinasi tersebut (2). Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji ATP dan WTP pada berbagai destinasi wisata di Indonesia, seperti di Candi Borobudur dan Taman Nasional Komodo, yang menunjukkan bahwa faktor ekonomi, preferensi wisatawan, serta persepsi terhadap nilai destinasi sangat mempengaruhi WTP mereka (3,4). Oleh karena itu, kajian serupa perlu dilakukan di Situs Gunung Padang untuk menentukan kebijakan tarif yang berbasis pada data empiris.

Sampai saat ini, penelitian terkait ATP dan WTP di Situs Gunung Padang masih terbatas, sementara potensi wisata dan nilai sejarah situs ini sangat besar. Pengelolaan yang optimal, termasuk dalam penentuan tarif masuk yang berbasis pada ATP dan WTP pengunjung, dapat meningkatkan pendapatan daerah serta menunjang konservasi situs megalitikum ini (5). Selain itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ATP dan WTP juga dapat membantu dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Dengan memahami tingkat ATP dan WTP pengunjung, pihak pengelola dapat menerapkan kebijakan harga yang tidak hanya meningkatkan penerimaan tetapi juga tetap

mempertahankan daya tarik wisata situs ini. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah daerah dalam menentukan kebijakan tarif masuk yang berkeadilan serta berbasis pada kemampuan ekonomi pengunjung (6).

Studi terkait ATP dan WTP telah banyak dilakukan di berbagai destinasi wisata dunia, termasuk di Indonesia. Misalnya, studi di Taman Nasional Komodo menunjukkan bahwa WTP pengunjung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia (3). Sementara itu, penelitian di Candi Borobudur menunjukkan bahwa faktor sosial ekonomi dan persepsi pengunjung terhadap nilai budaya berpengaruh signifikan terhadap ATP mereka (4).

Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menambahkan studi kasus yang spesifik terhadap Situs Gunung Padang, yang memiliki karakteristik unik sebagai situs megalitikum terbesar di Asia Tenggara. Selain itu, hasil penelitian ini akan memberikan rekomendasi kebijakan berbasis data empiris yang dapat digunakan oleh pengelola dalam menetapkan tarif masuk serta strategi pengelolaan wisata berkelanjutan.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan pengelolaan wisata di Situs Gunung Padang, terutama dalam menentukan tarif masuk yang adil dan sesuai dengan daya beli wisatawan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar serta pelestarian situs budaya ini untuk generasi mendatang.

Adapun tujuan penelitian dalam penulisan ini yaitu mengetahui gambaran ATP di Situs Gunung Padang Kabupaten Cianjur, mengetahui gambaran WTP di Situs Gunung Padang Kabupaten Cianjur, serta kepuasan wisatawan terhadap harga di Situs Gunung Padang Kabupaten Cianjur.

B. METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif, yang mana pendekatan ini fokus pada pengukuran dalam pengumpulan serta analisis data.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tipe pengumpulan data dengan metode Survey State Preference. Tipe pengumpulan data Stated Preference memakai pendekatan ekspresi pernyataan pada variasi jawaban responden mengenai atribut yang akan dianalisis dalam berbagai situasi hipotetik yang disusun oleh peneliti. Kemudian, responden akan ditanya mengenai preferensi yang dipilih dalam melakukan suatu tindakan atau metode untuk menyusun peringkat atau memilih di satu atau beberapa kondisi dugaan. Dalam penerapan teknik ini, peneliti dapat sepenuhnya mengendalikan faktor-faktor yang ada dalam

situasi hipotetik. Adapun populasi pada penelitian ini yaitu wisatawan yang pernah mengunjungi Situs Gunung Padang.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Situs Gunung Padang

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2018	91.050
2	2019	52.240
3	2020	29.587
4	2021	26.025

Selanjutnya perhitungan sampel dilakukan dengan persamaan sebagai berikut:

$$N = N / (N \cdot d^2 + 1) \dots\dots\dots [1]$$

Berdasarkan persamaan diatas didapatkan jumlah sampel sebanyak 99 orang dan dilakukan pembulatan menjadi 100 orang sampel.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisi data dilakukan dengan dua persamaan yaitu ATP (Ability To Pay) atau kemampuan membayar dan WTP (Willingness To Pay) atau kesediaan membayar. Berikut persamaan ATP dan WTP:

Persamaan ATP.

$$ATP = (Ic \times \%TC) / D \dots\dots\dots [2]$$

Keterangan:

- ATP = Nilai ATP
- Ic = Total penghasilan
- %TC = Alokasi persen penghasilan untuk kegiatan pariwisata
- D = Frekuensi kegiatan pariwisata

Persamaan WTP.

$$MWTP = 1/n \sum_{(i=1)}^n WTP_i \dots\dots\dots [3]$$

Keterangan:

- MWTP = Rata-rata WTP
- N = Ukuran sampel
- WTP_i = Nilai WTP maksimum responden ke-i

Hubungan antara ATP dan WTP ialah sebagai berikut:

- a. ATP > WTP

Kondisi ini menggambarkan bahwa kemampuan untuk membayar lebih tinggi dibandingkan dengan keinginan untuk membayar untuk layanan itu. Keadaan ini muncul ketika seseorang memiliki pendapatan yang cukup baik, tetapi nilai dari layanan yang diterima terasa kurang. Individu dalam situasi ini disebut *chosen riders*.

b. $ATP < WTP$

Kondisi ini adalah kebalikan dari keadaan sebelumnya, di mana hasrat pengguna untuk membayar layanan tersebut melebihi kemampuan mereka untuk melakukannya. Hal ini dapat terjadi pada pengguna dengan pendapatan yang cukup rendah namun memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi terhadap layanan tersebut, sehingga keinginan mereka untuk membayar lebih banyak dipengaruhi oleh kepuasan tersebut. Dalam kondisi ini, pengguna ini disebut *captive riders*.

c. $ATP = WTP$

Keadaan ini mengindikasikan bahwa terdapat kesesuaian antara kemampuan dan niat untuk membayar layanan yang dipakai oleh pengguna, di mana pada situasi ini terjadi keselarasan antara kepuasan pengguna dengan pengeluaran yang dilakukan untuk membayar layanan tersebut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Ability To Pay (ATP)

Nilai ATP dihitung dengan mempertimbangkan pendapatan rata-rata, persentase alokasi biaya untuk pariwisata per bulan, dan frekuensi responden melakukan kegiatan pariwisata.

Tabel 2. Nilai Pendapatan Rata-rata Wisatawan dalam Satu Bulan

No.	Rentang Pendapatan	Nilai Tengah	Jumlah responden (orang)	Jumlah
1	< Rp. 1.000.000	Rp 500.000	15	Rp 7.500.000
2	Rp. 1.000.001 - Rp. 3.000.000	Rp 1.500.000	35	Rp 52.500.000
3	Rp. 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Rp 4.000.000	20	Rp 80.000.000
4	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	Rp 7.500.000	15	Rp 112.500.000
5	> 10.000.000	Rp 10.000.000	15	Rp 150.000.000
Total			100	Rp 402.500.000
Rata-rata				Rp 4.025.000

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 2 dapat diketahui bahwa pendapatan rata-rata wisatawan berada pada rentang Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000. atau sebanyak 35% dengan nilai tengah berada pada Rp. 1.500.000.

Kemudian setelah didapatkan nilai pendapatan rata-rata wisatawan dilakukan perhitungan nilai persentase rata-rata alokasi dalam satu bulan.

Tabel 3. Persentase Wisatawan untuk Alokasi Pariwisata

No.	Alokasi	Nilai Tengah	Jumlah Responden (orang)	Jumlah
1	<5%	2,50%	45	112
2	5-10%	7,50%	40	300
3	10-15%	12,50%	5	62,5
4	15-20%	17,50%	6	105
5	>20%	20,00%	4	80
Total			100	659,5
Rata-rata				6,5%

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 3 dapat diketahui bahwa persentase wisatawan untuk alokasi pariwisata berada pada 6,5% dengan rentang yang paling banyak berada pada 5-10%.

Selanjutnya, untuk mengetahui frekuensi berwisata dalam satu bulan, dilakukan dengan mengambil asumsi bahwa wisatawan melakukan kegiatan berwisata dalam seminggu yaitu 1 kali. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam 1 bulan wisatawan melakukan kegiatan berwisata sebanyak 4 kali.

Nilai ATP didapatkan dengan persamaan [2] yaitu sebagai berikut:

$$ATP = (Rp.4.025.000 \times 6,5\%) / 4 = Rp.65.406$$

Nilai ATP yang didapatkan yaitu sebesar Rp. 65.406.

Analisis Willingness To Pay (WTP)

WTP dihitung dengan mendapatkan rata-rata nilai tarif masuk Situs Gunung Padang yang diharapkan oleh wisatawan yang tercermin dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Nilai Tarif Masuk yang Diharapkan Wisatawan

No	Tarif yang Diinginkan	Nilai Tengah	Jumlah Responden (Orang)	Jumlah
1	Rp. 5.000 - Rp. 10.000	Rp7.500	66	Rp495.000
2	Rp. 10.001 - Rp. 15.000	Rp12.500	18	Rp225.000
3	Rp. 15.001 - Rp. 20.000	Rp17.500	16	Rp280.000
4	Rp. 20.001 - Rp. 25.000	Rp22.500	0	Rp0
5	Lebih dari Rp 25.000	Rp25.000	0	Rp0
Total			100	Rp1.000.000
	Rata-rata			Rp10.000

Sumber: data primer yang sudah diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4 dapat diketahui bahwa tarif masuk Situs Gunung Padang berada pada Rp. 10.000,- dengan rentang terbanyak berada pada nilai Rp. Rp. 5.000 – Rp. 10.000. dengan 66 orang.

Analisis ATP dan WTP

Analisis ATP dan WTP dilakukan untuk mengetahui kemampuan membayar wisatawan dengan keinginan membayar harga tiket masuk menuju Situs Gunung Padang. Berdasarkan perhitungan, nilai ATP berada pada Rp. 65.406. dan nilai WTP berada pada Rp. 10.000. dengan harga eksisting yaitu pada Rp. 10.000.

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Kemampuan Membayar (ATP) lebih besar daripada Keinginan Membayar (WTP), yang menandakan adanya kesenjangan antara daya beli pengunjung dan jumlah yang mereka rela keluarkan. Meskipun secara finansial mereka mampu membayar lebih, pengunjung mungkin merasa bahwa harga tiket tidak mencerminkan manfaat atau pengalaman yang mereka peroleh.

Hal ini dapat disebabkan karena fasilitas dan infrastruktur serta preferensi wisatawan. Maka dari itu perlu adanya peningkatan dalam pelayanan serta pembangunan secara komprehensif.

Pembahasan

Dalam kajian ekonomi wisata, Kemampuan Membayar (Ability to Pay atau ATP) dan Keinginan Membayar (Willingness to Pay atau WTP) menjadi dua aspek yang sangat berpengaruh. ATP merujuk pada sejauh mana seseorang mampu membayar suatu harga berdasarkan kondisi keuangan mereka, sedangkan WTP mencerminkan jumlah yang bersedia dibayarkan oleh seseorang berdasarkan persepsi mereka terhadap manfaat dan nilai yang diperoleh. Dalam konteks pariwisata, selisih antara ATP dan WTP dapat mempengaruhi jumlah kunjungan serta keberlanjutan pengelolaan suatu destinasi wisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ATP pengunjung Situs Gunung Padang lebih besar dibandingkan dengan WTP mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun wisatawan memiliki kemampuan finansial untuk membayar harga tiket yang ditetapkan, mereka merasa harga tersebut tidak sebanding dengan manfaat atau pengalaman yang diperoleh dari kunjungan mereka ke situs ini.

Beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya WTP dibandingkan ATP antara lain: Aksesibilitas, area parkir, serta fasilitas pendukung lainnya mungkin belum sepenuhnya memadai; Minimnya layanan tambahan seperti pemandu wisata atau atraksi edukatif yang memperkaya wawasan sejarah pengunjung; Wisatawan mungkin membandingkan harga tiket

Situs Gunung Padang dengan objek wisata lain yang menyediakan fasilitas dan layanan lebih lengkap; Minimnya informasi yang tersedia membuat wisatawan kurang memahami nilai historis dan arkeologis dari situs ini.

Ketimpangan antara ATP dan WTP dapat berdampak pada pengelolaan Situs Gunung Padang, terutama dalam aspek pendapatan dari tiket masuk dan pengembangan fasilitas. Jika WTP tetap rendah meskipun ATP tinggi, maka potensi pemasukan dari wisatawan tidak dapat dimaksimalkan. Hal ini dapat menyebabkan tantangan bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas layanan dan infrastruktur yang berperan dalam menarik lebih banyak pengunjung.

Untuk dapat mengatasi perbedaan antara ATP dan WTP, beberapa langkah strategis yang dapat diterapkan meliputi:

A. Peningkatan Infrastruktur dan Fasilitas.

Memperbaiki akses jalan, menyediakan lahan parkir yang lebih baik, serta meningkatkan layanan yang tersedia bagi wisatawan.

B. Promosi dan Edukasi yang Lebih Intensif. Meningkatkan kesadaran wisatawan tentang nilai sejarah Situs Gunung Padang melalui media digital, brosur, serta program edukasi di lokasi.

C. Pengadaan Layanan Tambahan.

Menyediakan pemandu wisata yang kompeten, mengadakan paket wisata interaktif, serta menggelar acara budaya untuk meningkatkan daya tarik situs.

D. Penyesuaian Harga dan Pemberian Insentif.

Menawarkan skema harga yang lebih fleksibel seperti diskon untuk pelajar, paket keluarga, atau program keanggotaan bagi pengunjung yang sering berkunjung.

D. KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa ATP pengunjung Situs Gunung Padang lebih tinggi dibandingkan dengan WTP mereka. Meskipun wisatawan memiliki kemampuan untuk membayar harga tiket yang ditetapkan, mereka merasa bahwa harga tersebut tidak sebanding dengan manfaat atau pengalaman yang diperoleh. Faktor-faktor seperti fasilitas yang belum optimal, kurangnya atraksi tambahan, perbandingan dengan destinasi lain, serta minimnya promosi dan edukasi berkontribusi terhadap rendahnya WTP.

Untuk mengatasi kesenjangan ini, pengelola dapat meningkatkan infrastruktur, memperkuat promosi, menyediakan layanan tambahan, serta menyesuaikan harga dengan insentif tertentu. Dengan strategi yang tepat, diharapkan WTP wisatawan meningkat,

sehingga mendukung keberlanjutan dan pengembangan Situs Gunung Padang sebagai destinasi wisata sejarah dan budaya.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Sukendar R. Megalithic Culture of Gunung Padang. *Jurnal Sejarah dan Budaya*. 2020;12(2):45-56.
- Hanley N, Wright RE, Adamowicz V. Using choice experiments to value the environment. *Environmental and Resource Economics*. 1998;11(3-4):413-28.
- Puspitasari D, Nugroho P. Willingness to Pay for Conservation at Komodo National Park. *Tourism Economics*. 2019;25(4):678-90.
- Setiawan B, Wicaksono A. Analysis of Visitor's Willingness to Pay for Borobudur Temple Conservation. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*. 2021;8(1):33-45.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Cianjur. *Statistik Pariwisata Kabupaten Cianjur 2022*.
- World Bank. *Sustainable Tourism Development: A Global Perspective*. Washington DC: World Bank; 2021.