

EVALUASI RANTAI PERMINTAAN WISATA DALAM PERENCANAAN PEMBANGUNAN EKOWISATA DI KAWASAN WISATA CIBODAS, JAWA BARAT

Demand-Chain Evaluation on Ecotourism Development Planning in Cibodas Tourism Area, West Java

TUTUT SUNARMINTO¹⁾, DUDUNG DARUSMAN²⁾, HADI S. ALIKODRA³⁾, RICKY AVENZORA⁴⁾

^{1), 3), 4)} Staf Pengajar pada Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata, Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor

²⁾ Staf Pengajar pada Departemen Manajemen Hutan, Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor

Diterima 23 Februari 2014 / Disetujui 29 Maret 2014

ABSTRACT

In order to increase the quality of ecotourism experiences on Cibodas Ecotourism Destination Area, a reasearch on demand-chain have been done. A set of questionnaires has been distributed for getting better information about motives, percepstion and opinion of the ecotourist; by using the Likert score. The result shows that as long as the ecotourists still have a chance to take a picnic, gathering and social contact in the area, most of them are not yet interest on quality of activities. Since the characteristic of impassivity tourist very clear seen amongst the ecotourist in the area, therefore it is important to apply the personal marketing concept in handling the ecotourist.

Keywords: Cibodas, Demand Chain, Ecotourism, West Java, Personal Marketing.

ABSTRAK

Untuk meningkatkan kualitas pengelolaan ekowisata di lokasi Ekowisata Cibodas, penelitian mengenai rantai permintaan perlu dilakukan. Penyebaran kuesioner didistribusikan untuk mendapatkan informasi yang lebih baik tentang motif, persepsi dan pendapat mengenai ekowisata menggunakan Skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama turis masih memiliki kesempatan untuk piknik, gathering dan kontak sosial di daerah, sebagian besar dari mereka belum tertarik pada kualitas kegiatan ekowisata. Karena karakteristik turis yang sangat jelas terlihat di daerah ini, penting untuk menerapkan konsep pemasaran individu dalam menangani kegiatan ekowisata tersebut.

Kata kunci: Cibodas, Ekowisata, Rantai Permintaan, Jawa Barat, Pemasaran Individu.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Kawasan Wisata Cibodas (KWC) telah menjadi destinasi wisata yang dikenal luas tidak hanya secara lokal, namun juga secara nasional dan bahkan mancanegara. Pembangunan cikal bakal Kebun Raya Cibodas (Tahun 1830) dan penetapan cikal bakal Taman Nasional Gunung Gede-Pangrango (TNGGP), telah menyempurnakan keindahan dan atraksi wisata di perkebunan teh yang telah dibangun di kawasan Puncak pada Tahun 1728. Pesatnya pertumbuhan wisata dan dampak negatif yang terjadi, telah berdampak pada turunnya kualitas rekreasi yang diindikasikan rendahnya kepuasan rekreasi wisatawan.

Serangkaian penelitian yang berorientasi pada perencanaan peningkatan pembangunan ekowisata di Destinasi Wisata Cibodas (DWC) telah dilakukan untuk menjawab berbagai permasalahan yang terjadi. Pembatasan ruang studi pada DWC dilakukan agar kompleksitas dinamika yang ada dapat dikenali secara lebih baik untuk kemudian nantinya dari berbagai hasil penelitian yang didapatkan maka diharapkan bisa menjadi starting point untuk menemukan solusi kompleksitas dinamika wisata

yang terjadi pada bagian ruang lainnya di Kawasan Wisata Bopunjur.

2. Tujuan

1. Mengevaluasi rantai permintaan wisata;
2. Merencanakan peningkatan pembangunan ekowisata Kawasan Wisata Cibodas dengan pendekatan rantai permintaan pariwisata.

3. Sasaran

1. Tercapainya optimasi aspek permintaan (*demand-chain*) dalam peningkatan pembangunan ekowisata di Kawasan Wisata Cibodas (KWC);
2. Terbangunnya ekowisata yang berkelanjutan di KWC.

4. Ruang Lingkup Penelitian

1. Mengevaluasi kinerja elemen dan fungsi rantai permintaan (*demand chain*) di KWC;
2. Menganalisis nilai fungsi dan kinerja setiap elemen rantai di KWC;
3. Menyusun perencanaan pembangunan ekowisata di KWC dengan menggunakan rantai permintaan wisata (*tourism demand chain*).

TINJAUAN PUSTAKA

Porter 1990 memberikan pengertian nilai rantai (*value chain*) sebagai cara sistematis untuk menganalisis sumber keunggulan bersaing dengan memeriksa semua aktivitas yang dilakukan dan bagaimana semua aktivitas itu berinteraksi satu dengan lainnya. Pendapat Porter ini disebut sebagai *value chain* diduga karena: (1) analisis rantai pasok ini menghasilkan 'nilai' efisiensi dalam proses menghasilkan pasokan barang dan jasa; serta (2) belum ada konsep analisis rantai yang lain.

Untuk memperoleh hasil yang lebih baik, maka tidak cukup menilai efisiensi fungsi dan kinerja hanya pada aspek suplai, tetapi juga dari aspek demand untuk melihat pola perilaku konsumen dalam membentuk pola permintaan (*demand pattern*).

Permasalahan yang selama ini terjadi di Kawasan Wisata Cibodas (KWC) adalah penurunan 'nilai' wisata yang diindikasikan dengan: (1) cenderung terjadi penurunan kualitas pada berbagai obyek, infrastruktur dan fasilitas wisata, (2) ketidaknyamanan perjalanan wisata karena kemacetan lalu lintas yang disiasati dengan sistem 'buka tutup' jalur lalu lintas dan (3) terjadi penurunan kualitas lingkungan yang sebenarnya merupakan salah satu daya tarik kuat wisata.

Yang paling realistis untuk memecahkan permasalahan di atas adalah menghentikan terjadinya penurunan 'nilai' wisata di KWC. Untuk itu dalam penelitian ini yang dijadikan konsep dasar adalah: (1) pengembangan konsep ekowisata menggantikan pengertian wisata yang mensyaratkan pentingnya untuk menegakkan 3 pilar sustainability pada sektor pariwisata, yaitu pilar ekologi, pilar sosial-budaya dan pilar ekonomi dan (2) mengembangkan analisis rantai permintaan wisata (*tourism demand chains analysis*) untuk merencanakan konsep pembangunan ekowisata di KWC.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Metode Pengambilan Data

Data penelitian meliputi data sekunder dan primer. Data sekunder hanya berperan sebagai penunjang yang berupa dokumentasi data mengenai: (1) institusi atau perusahaan penyedia jasa wisata; serta (2) data kewilayahan dan kependudukan tempat secara administratif obyek wisata contoh berada (Kawasan

Puncak – Cibodas), serta (3) kepariwisataan di Kawasan Puncak – Cibodas (Lampiran 1). Data primer terdiri dari elemen-elemen yang menyusun rantai permintaan wisata, yaitu: (1) sumberdaya wisata; (2) kinerja jasa wisata; dan (3) jenis produk wisata. Elemen-elemen ini diperinci lebih lanjut dalam indikator-indikator.

Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner pola *close ended* untuk memperoleh nilai yang tepat dari setiap jawaban yang diberikan responden. Dalam hal ini, Avenzora 2004 menyatakan agar berbagai *unspesifiable expression of values* (nilai yang tidak terucapkan) dan subyektivitas berbagai nilai yang ada terhadap suatu elemen yang dipersepsikan responden dengan mudah ditelusuri dan dimengerti serta bisa dipercaya oleh responden, maka dalam kuesioner suatu nilai adalah diwakili oleh satu indikator. Dengan demikian, maka agregat dari indikator-indikator yang terpenuhi oleh suatu aspek atau elemen, maka sekaligus menjadi *final values* elemen dan aspek yang dinilai.

2. Analisis dan Sintesis Data

Data primer yang dikumpulkan merupakan data nilai persepsi yang diberikan oleh responden terhadap elemen rantai permintaan wisata. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Pada penilaian kualitatif, menurut Avenzora (2004), salah satu struktur nilai yang mudah dan umum digunakan adalah sistem skoring. Namun demikian, dalam penggunaannya sangat sering dijumpai kesalahan dan kelemahan berupa inkonsistensi struktur skor dan kelemahan penetapan indikator setiap satuan skor. Untuk mengeliminasi hal tersebut, maka salah satu cara yang dapat dipakai adalah mengubah *Skala Likert* menjadi skor yang terstruktur. Meskipun pada dasarnya *Skala Likert* bergerak dari skor 1 sampai dengan 5, namun sesuai dengan karakter masyarakat Indonesia maka sebaiknya skala tersebut digubah menjadi 1 (sangat kurang) sampai 7 (sangat baik).

Nilai rata-rata untuk setiap aspek dan elemen yang dinilai merupakan nilai persepsi responden terhadap aspek dan elemen bersangkutan. Selanjutnya nilai persepsi tersebut diberikan deskripsi untuk menjelaskan makna dari persepsi terhadap setiap aspek dan elemen-elemennya pada setiap mata rantai, baik rantai pasok (*supply chain*), rantai permintaan (*demand chain*) dan rantai *stakeholder* (*stakeholder chain*).

Tabel 1. Jenis dan teknik pengumpulan data penelitian

No.	Elemen	Responden	Pengambilan Data
1	Karakteristik pengunjung		
2	Motivasi wisata	Pengunjung (masing-masing n= 30 orang/obyek wisata)	Kuesioner <i>close ended</i>
3	Tujuan wisata		
4	Persepsi pengunjung		

Nilai persepsi pada setiap elemen rantai permintaan menunjukkan kondisi suatu elemen yang dinilai. Pada tahap sintesis dilakukan pemetaan terhadap kondisi suatu elemen beserta dinamika nilai yang diberikan oleh setiap kelompok responden. Pemetaan dilakukan untuk melihat posisi perilaku setiap elemen dalam membentuk pola permintaan wisatawan terhadap destinasi tapak wisata dalam suatu rantai permintaan wisata dibandingkan kondisi 'ideal'. Dalam hal ini yang dimaksud dengan kondisi ideal adalah "nilai skor 7". Dengan pemetaan tersebut dapat diketahui pola perilaku setiap elemen permintaan dalam rantai permintaan wisata.

Pemahaman yang diperoleh terhadap berbagai pola perilaku setiap elemen suatu rantai permintaan wisata digunakan untuk menyusun strategi membentuk pola permintaan guna mencapai kondisi ideal pada rantai permintaan berupa efisiensi dalam mengikat loyalitas wisatawan terhadap destinasi tapak wisata. Strategi untuk mencapai nilai ideal ini disebut sebagai langkah atau tindakan optimalisasi. Tahapan selanjutnya adalah melakukan perencanaan model pengembangan ekowisata pendekatan rantai permintaan sesuai pola permintaan yang terbentuk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Evaluasi Rantai Permintaan

Untuk sentra populasi Jabodetabek, KW Bopunjur dan DWC adalah tergolong dalam "*recreational golden distance*" karena mudah dicapai dalam waktu 2-3 jam. Perilaku wisatawan dalam berwisata adalah bahwa sebagian besar populasi wisatawan di wilayah ini adalah tidak mengkonsumsi fasilitas akomodasi sebagai bagian dari perjalanan rekreasi dan wisatanya. Kedatangan dan kepadatan kunjungan pelaku rekreasi dan wisatawan yang mendatangi KW Bopunjur dan DWC pada Jumat malam sampai dengan Minggu malam diduga adalah hanya untuk melewati keindahan suasana ruang terbuka pegunungan pada malam hari yang didukung data pengeluaran rerata tidak mencapai Rp 100.000,00 (Lampiran 2).

Motivasi rekreasi atau wisata yang dimiliki wisatawan di kedua lokasi penelitian berturut-turut adalah untuk berekreasi, piknik, foto-foto, bermain dan kontak sosial (Lampiran 3, 4). Motivasi ini termasuk kategori *impassivity tourist* yaitu wisatawan yang melakukan kegiatan rekreasi dan wisata dalam suatu keputusan yang sangat singkat dan hampir tanpa rencana dan *people orientation tourist*, yaitu wisatawan yang dalam kegiatan rekreasi dan wisatanya mempunyai motivasi untuk melakukan kontak sosial dengan pengunjung lain dan ataupun dengan masyarakat lokal. Hal ini menjadi dapat dimengerti mengapa skor persepsi wisatawan terhadap beberapa elemen suplai tidaklah tergolong terlalu jelek. Namun demikian, tidak satupun tapak kegiatan yang memberikan tingkat kepuasan yang tergolong baik dan sangat baik bagi responden, umunya

hanya memberikan kepuasan sedang saja (skor 4); sama halnya dengan kepuasan pengunjung terhadap infrastruktur dan fasilitas rekreasi yang ada juga hanya pada skor 4 (Lampiran 5, 6, dan 7).

Skor rerata kepuasan pengunjung tentang kondisi lingkungan biotik di wilayah DWC adalah sejalan dengan rendahnya kondisi lingkungan yang ada pada wilayah tersebut, yaitu skor 3 untuk kondisi fauna dan skor 4.3 untuk kondisi flora, sedangkan untuk KW Bopunjur, rerata skor yang diberikan oleh responden terhadap kondisi flora dan fauna adalah hanya 3.

2. Perencanaan Ekowisata

Mempertimbangkan berbagai karakteristik dan motivasi wisatawan dalam melakukan aktivitas rekreasi dan wisata di Kawasan Wisata Cibodas, maka sebaiknya Visi pembangunan ekowisata dari sudut optimasi rantai *demand* di kawasan wisata tersebut adalah sebagai berikut:

"Terciptanya loyalitas pelaku ekowisata yang mendukung kaidah-kaidah yang memberikan manfaat ekologi, sosial budaya dan ekonomi kepada Kawasan Wisata Cibodas melalui pembentukan demand yang meningkatkan kunjungan, pola kunjungan dan perilaku wisata pada setiap destinasi wisata"

Untuk mencapai visi ini, maka beberapa misi penting yang harus dilakukan oleh penyedia jasa tapak wisata di Kawasan Wisata Cibodas setidaknya harus terdiri dari beberapa hal berikut:

1. Mengoptimasi loyalitas pelaku ekowisata yang mendukung kaidah-kaidah yang menjamin keberlanjutan manfaat ekologi pada tapak destinasi wisata;
2. Mengoptimasi loyalitas pelaku ekowisata yang mendukung kaidah-kaidah yang menjamin keberlanjutan manfaat sosial budaya pada tapak destinasi wisata;
3. Mengoptimasi loyalitas pelaku ekowisata yang mendukung kaidah-kaidah yang menjamin keberlanjutan manfaat ekonomi pada tapak destinasi wisata;
4. Mengoptimasi pembentukan *demand* yang meningkatkan jumlah kunjungan ekowisata pada tapak yang dijadikan destinasi wisata;
5. Mengoptimasi pembentukan *demand* yang meningkatkan pola kunjungan pelaku ekowisata pada tapak yang dijadikan destinasi wisata;
6. Mengoptimasi pembentukan *demand* yang meningkatkan pola perilaku pelaku ekowisata pada tapak yang dijadikan destinasi wisata.

Dalam konteks pembentukan permintaan ekowisata, Avenzora (2008) menegaskan tentang pentingnya *number of visit* (jumlah kunjungan) dari pada *number of visitor* (jumlah pengunjung). Pencapaian jumlah pelanggan wisata dengan cara meningkatkan jumlah kunjungan merupakan pilihan yang lebih baik, yaitu sejalan dengan terbentuknya loyalitas pelanggan.

Jumlah *real* pelanggan yang ditangani merupakan kunci keunggulan penciptaan *demand* yang bersifat jumlah kunjungan, bukan jumlah pengunjung.

Konsep pencapaian peningkatan jumlah kunjungan menghasilkan hubungan yang lebih personal dengan pelaku ekowisata sehingga menghasilkan bentuk *personal marketing*. Hal ini bagi penyedia jasa tapak wisata setidaknya memberikan keuntungan berupa: (1) meningkatnya loyalitas pelaku ekowisata, (2) menurunkan/mengefisienkan biaya pemasaran, (3) memiliki lebih banyak waktu untuk meningkatkan kualitas produk jasa wisata, (4) memperoleh masukan yang berkualitas untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan wisata, (5) meningkatkan kualitas tapak destinasi wisata dan (6) meningkatkan manfaat ekonomi.

Beberapa implikasi positif yang dapat diperoleh dari pembentukan *demand* dengan pendekatan jumlah kunjungan (*number of visit*) pada destinasi wisata di Kawasan Wisata Cibodas adalah:

1. Penyedia jasa tapak wisata dapat merencanakan bentuk-bentuk perilaku pelaku ekowisata yang mendukung kaidah-kaidah yang menjamin keberlanjutan fungsi-fungsi ekologi pada setiap tapak yang digunakan untuk destinasi wisata melalui optimasi loyalitas pelaku ekowisata;
2. Penyedia jasa tapak wisata dapat merencanakan bentuk-bentuk perilaku pelaku ekowisata yang mendukung kaidah-kaidah yang menjamin keberlanjutan fungsi-fungsi sosial budaya pada setiap tapak yang digunakan untuk destinasi wisata melalui optimasi loyalitas pelaku ekowisata;
3. Penyedia jasa tapak wisata dapat merencanakan bentuk-bentuk perilaku pelaku ekowisata yang mendukung kaidah-kaidah yang menjamin keberlanjutan fungsi-fungsi ekonomi pada setiap tapak yang digunakan untuk destinasi wisata melalui optimasi loyalitas pelaku ekowisata;
4. Penyedia jasa tapak wisata dapat merencanakan optimasi bentuk *demand* untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada tapak yang dijadikan destinasi wisata;
5. Penyedia jasa tapak wisata dapat merencanakan optimasi bentuk *demand* untuk meningkatkan pola kunjungan pelaku ekowisata pada tapak yang dijadikan destinasi wisata;
6. Penyedia jasa tapak wisata dapat merencanakan optimasi bentuk *demand* untuk meningkatkan pola perilaku pelaku ekowisata pada tapak yang dijadikan destinasi wisata.

SIMPULAN

1. Mayoritas wisatawan yang datang ke KW Bopunjur dan DWC tidak untuk mengkonsumsi fasilitas akomodasi sebagai bagian dari perjalanan rekreasi dan wisatanta namun lebih untuk menikmati ruang terbuka dan udara pegunungan.

2. Motivasi wisatawan yaitu untuk berekreasi, piknik, foto-foto, bermain dan kontak sosial.
3. Skor rerata kepuasan pengunjung tentang kondisi biotik sama rendahnya dengan lingkungan yang ada di wilayah tersebut
4. Untuk mencapai tujuan sesuai dengan pendekatan *rantai demand* maka harus sesuai dengan visi “terciptanya loyalitas pelaku ekowisata yang mendukung kaidah-kaidah yang memberikan manfaat ekologi, sosial budaya dan ekonomi kepada Kawasan Wisata Cibodas melalui pembentukan *demand* yang meningkatkan kunjungan, pola kunjungan dan perilaku wisata pada setiap destinasi wisata”
5. Untuk membentuk permintaan ekowisata, maka dapat dilakukan dengan meningkatkan jumlah kunjungan sebagai pilihan terbaik sejalan dengan terbentuknya loyalitas pelanggan.

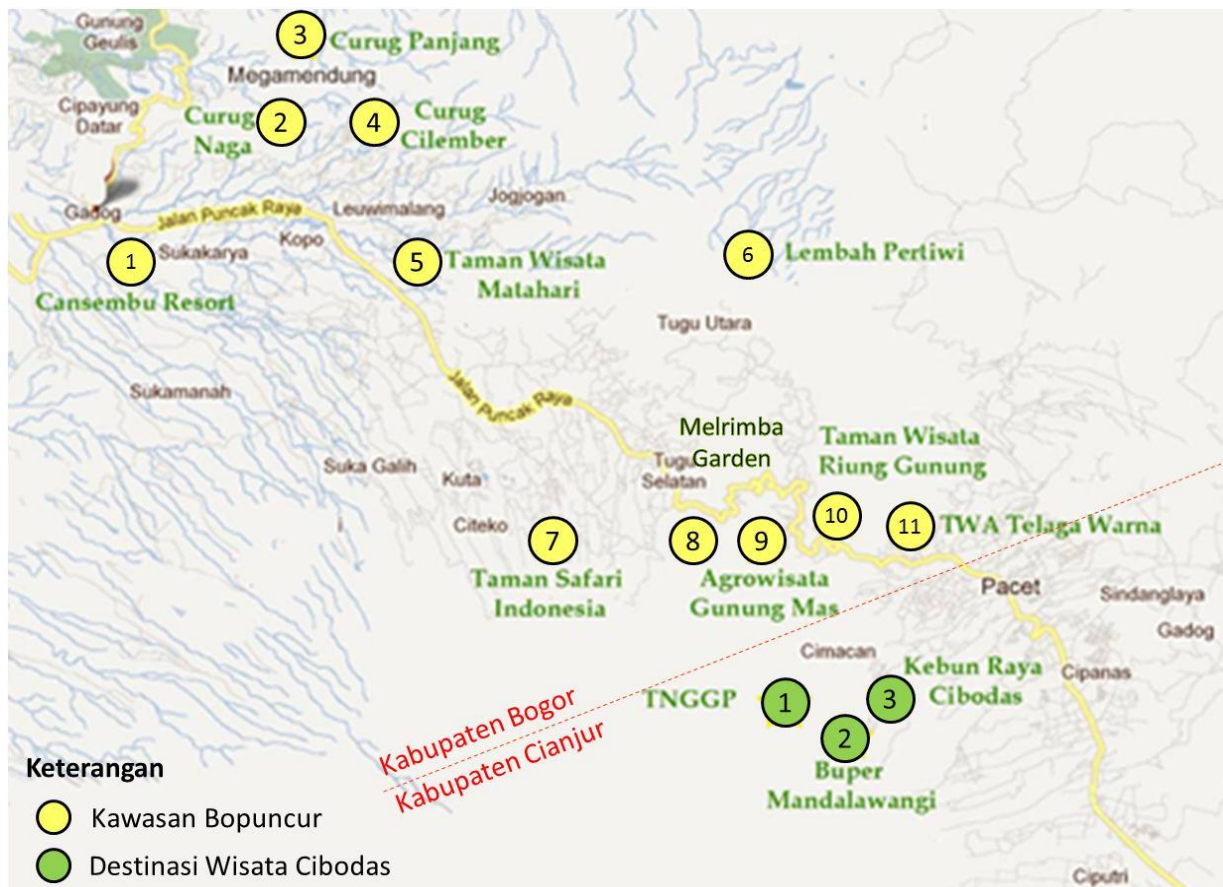
DAFTAR PUSTAKA

- Anko, B. 1992. Modern Forestry and Sustainable Tourism - Some Common Traits. In Baine, J. et. al. 1992. Educating For Sustainable Tourism. Proceeding of the International Conference Helds In Slovenia, Sept. 17-24, 1992. IUCN.
- Avenzora, R. 1995. Ekoturisme : Suatu overview terhadap konsep. Media Konservasi, Vol 6 (4). Juni 1995.
- Avenzora, R. 1997. Ecotourism - strategy for mountainous national parks – in Indonesia. Master of Science Thesis. Georg-August Universitaet, Germany.
- Avenzora, R. 2003. Integrated and Ecological Planning of Sustainable Tourism Development in Rural Area in Indonesia : the case study of Tana Toraja, Sulawesi. Doctoral Dissertation at Georg-August Universitaet, Germany.
- Avenzora, R. 2008. Ekoturisme Teori dan Praktek. BRR NAD dan Nias. Banda Aceh.
- Baines, John et al. (eds.). 1992. Educating for Sustainable Tourism. Proceeding of the International Conference, Slovenia. Univ. Ljubljana.
- Boo, E. 1990. Ecotourism ; The Potentials and Pitfalls. WWF. Washington DC.
- Cellabos-Lascurain, H. 1991. Tourism, Ecotourism and Protected Areas : The State of Nature-based Tourism Around the World and Guidelines for its Development. Gland, Switzerland : IUCN. PARKS. 2(3): 31-35.
- Cerovsky, J. 1992. Tourism, Environment and Education - A global View. In Baine, J. et. al. 1992. Educating For Sustainable Tourism. Proceeding of the

- International Conference Helds In Slovenia, Sept. 17-24, 1992. IUCN.
- Clawson, M and Knetsch, L. Jack; 1966; Economics of Outdoor Recreation; Resources for the Future Inc.; Washington DC
- Cooper et.al.1999. Tourism (Principles and Practice). Addison Wesley Longman Publishing. New York.
- Department of Tourism Management of the Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki. 2009. GLOBAL SWOT ANALYSIS. , Greece and the Technical University of Crete, Greece.
- Dorđević, M. 2010. Supply Chain Management in Tourism. Center for Quality, Faculty of Mechanical Engineering, University of Kragujevac
- Feller,A., D. Shunk, T. Callarman. 2006. Value Chains Versus Supply Chains. BPTrends
- Getz D. 2011. A Bottom-Up Approach to Tourism Development. SHR Leader's Forum. Sweden
- Gnoth J. 1997. Tourism Motivation and Expectation Formation. Elsevier Science. New Zealand.
- Herr, M.L. 2007. An operational guide to Local Value Chain Development. International Labour Organisation Enterprise for Pro-poor Growth (Enter-Growth). Colombo, Sri Lanka.
- Holloway, J. Christopher. 1985. The Business of Tourism. MacDonald and Evans.
- Huang S. 2010. Measuring Tourist Motivation:Do Scales Matter?. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism* Vol 5:1 pp. 153-162 153.
- Kaplinsky, R., M. Morris. 2000. A Handbook for Value Chain Research. The Spreading The Gains from Globalisation Network.
- King, P., R. Basiuk, B. S. Chan and D. Yem. 2009. Strengthening Sustainable Tourism: Strategic Environmental Assessment of the Tourism Sector in Cambodia. Asian Development Bank
- Kotler P. 1999. Manajemen Pemasaran Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lowyck, E., Luk Van Langenhove, and Livin Bollaert. Typologies of Tourist Role, in Johnson, Peter, and Barry Thomas (eds.) 1993. Choice and Demand in Tourism. Mansel Publishing Ltd. England.
- Lundberg DE, Stavenga MH, Krishnamoorthy M. 1997. Ekonomi Pariwisata. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mathieson, A., and Geoffrey Wall. 1982. Tourism Economic, physical and social impacts. Longman. London.
- Mieczkowski, Zbigniew. 1995. Environmental Issues of Tourism and Recreation. Univ. Press of America Inc. London.
- Mill RC. 1990. Tourism The International Business. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Moore, K., Grant Cushman, and David Simmons. 1995. Behavioural Conceptualisation of Tourism and Leisure. *Annals of Tourism*, Vol. 22 (1), p. 67-85.
- Murphy, Peter E. 1985. Tourism: A Community Approach. Methuen. New York.
- [OGC] Office of Government Commerce. 2006. Supply Value Chain Analysis (Category Management Toolkit). United Kingdom.
- Prentice, Richard. 1993. Tourism and Heritage Attractions. Routledge. London.
- Prey, J & W, David. 2005. The Tourism Supply Linkage: Recreational Sites and their Related Natural Amenities. University of Wisconsin – Madison and the Wisconsin Dept. of Natural Resources, USA
- Poloma, M.M.. 1984. Sosiologi Kontemporer. CV. Rajawali bekerjasama dengan Yayasan Solidaritas Gajah Mada. Jakarta
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOTt: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Risitano M. The Role of Destination Branding in the Tourism Stakeholders Syatem: The campi Flegrei Case. Department of Business Management Faculty of Economics - University of Naples Federico II. Naples.
- Ross, G.F. 1994. The Psychology of Tourism. Melbourne Hospitality Press. Melbourne.
- Santiago, F and C. Libosada. 1997. Ecotourism Development in the Philippines. Manila.
- Seubsamarn K. 2009. Tourist Motivation to Use Homestays in Thailand and Their Satisfaction Based on the Destination's Cultural and Heritage-Based Attribute. University of Missouri. Missouri.
- Shah K. and Gupta V. 2000. Tourism, The Poor and Other Stakeholders: Experience in Asia.Tourism Concern University of North London. Russell Press Ltd. Nottingham.
- Shaw, G. and Allan, M. Williams. 1994. Critical Issue in Tourism. Blackwell Publisher. Oxford.
- Simmons D. Tourism Planning Toolkit: Providing Resources for managing Tourism Destinations. Tourism Recreation Research and Educational Centre. Lincoln University.
- Smardon, R. C. 1994. Ecotourism; Blessing or Bane to Sustainable Develoment. LaIUP 27. Fall issue.

- Smith, Stephen L.J. 1989. *Tourism Analysis: A Handbook*. Longman Scientific & Technical. New York.
- Soekadji RG. 1996. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sofield, T.. 2011. *Tourism Value Chain Analysis. Symposium for Developing the Southern Economic Corridor*. Phnom Penh, Cambodia
- Sofield, T.. *Step 5: Tracking Revenue Flows and Pro-Poor Income*. University of Tasmania.
- Spillane JJ. 1987. *Ekonomi Pariwisata (Sejarah dan Prospeknya)*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Steck, B., W. Kenneth, J. Bishop. 2010. *Tourism: More Value For Zanzibar, Value Chain Analysis (Summary Report)*. Norwegian Embassy.
- Tapper, R., X. Font. 2004. *Tourism Supply Chains- A report from LeedsMet for The Travel Foundation (Final Report)*. Environment Business & Development Group. Leeds Metropolitan University.
- Theerapappisit P. 2003. *Tourism Recreation Reserce Volume 28*. University of Western Sydney. Sydney.
- Thierstein A, Walser M. *Sustainable Regional Development: Interplay of Top-Bottom and Bottom-Up Approaches*. Institute for Public Services and Tourism IDT-HSG. University of St. Gallen. Switzerland.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran (Edisi III)*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Travers, R. 2007. *Tourism on Road 9 in Lao PDR and Vietnam: Identifying opportunities for the poor, A value chain appraisal..* SNV Netherlands Development Organisation
- Tourism Authority of Thailand (TAT). 1995. *Policies and Guidelines: Development of Ecotourism (1995-1996) of the Tourism Authority of Thailand*. Bangkok.
- UNCSD NGO Steering Committee. 1999. *Tourism and Sustainable Development. Commission on Sustainable Development Seventh Session. Departmen of Economic and Social Affair*. New York.
- United Nation Economic and Social Council. 2007. *Economic and Social Commision for Asia and the Pasific (Sixty-third Session)*. Almaty
- Ward, G.H.. 2007. *Tourism Subsectors in Central Visayas Using the Value Chain Analysis Framework*. SMEDSEP
- Western, D. 1993. *Memberi Batasan tentang Ekoturisme dalam K. Lindberg dan D. E Hawkins, eds. Ekoturisme ; Petunjuk Perencana dan Pengelola*. The Ecotourism Society. Vermont.
- White V., McCrum G., Blackstock K.L., and Scott A. 2006. *Indicator and Sustainable Tourism: Literature Review*. The Macaulay Institute. Aberdeen
- Yoon Y, Uysal M. 2003. *An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : a Structural Model*. Elsevier.
- Zhang J, Marcussen C. 2007. *Tourist Motivation, Market Segmentation and Marketing Strategies*. "5th Bi-Annual Symposium of the International.

Lampiran 1. Lokasi obyek wisata yang diteliti di Destinasi Wisata Cibodas dan Kawasan Wisata Bogor-Puncak-Cianjur



Lampiran 2. Nilai Rata-rata Pengeluaran Wisatawan di Destinasi Wisata Cibodas dan Bopunjur Tahun 2011

No.	Karakteristik Pengunjung	Pengeluaran Rerata/Orang
1	Pengunjung dengan mobil pribadi	
	a. Kawasan Cibodas	Rp. 127.250
2	Pengunjung dengan bus rombongan	
	a. Kawasan Cibodas	Rp. 62.500
3	Pengunjung dengan motor roda dua	
	a. Kawasan Cibodas	Rp. 69.300
4	Pengunjung kendaraan umum regular	
	a. Kawasan Cibodas	Rp. 69.000
	b. Bopunjur di luar Cibodas	Rp. 57.800

Catatan: a. n = 100 orang untuk setiap kelompok karakteristik pengunjung.
 b. Data primer dalam rentang waktu Februari- September 2010; hari kerja, akhir minggu dan hari libur nasional (diluar hari raya dan Natal/Tahun baru).

Lampiran 3. Nilai Motivasi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata di Destinasi Wisata Cibodas

No.	Penyedia Jasa Wisata	Nilai Persepsi Kriteria										Total	Rerata
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J		
1	KRC	4	1	2	3	2	2	1	3	2	2	22	2
2	TNGGP	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44	4
3	WAM	5	5	4	3	3	2	6	5	4	4	41	4
Total		13	11	11	10	9	8	11	13	10	11		

Keterangan: a. A=Rekreasi; B=Piknik; C=Foto-foto; D=Kumpul-kumpul; E=Outbound; F=Kontak Sosial, G=Bermain, H=bermain I=Istirahat, J=Api Unggun
b. 1=sangat rendah; 2=rendah; 3=agak rendah; 4=biasa saja; 5=agak tinggi; 6=tinggi; 7=sangat tinggi.

Lampiran 4. Nilai Motivasi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata di Kawasan Bopunjur

No.	Penyedia Jasa Wisata	Nilai Persepsi Kriteria										Total	Rerata
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J		
1	TWATW	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	33	3
2	TWRG	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
3	WAGM	4	5	3	4	5	2	4	4	3	4	38	4
4	WWCC	5	5	5	3	3	3	3	4	5	7	43	4
5	WWCP	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
6	WWCN	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	44	4
7	TSI	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5
8	TWM	4	4	5	4	2	3	4	4	4	4	38	4
9	Melrimba Garden	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42	4
10	Cansebu Amazing	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	36	4
11	Lembah Pertiwi	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48	5
Total		48	48	48	45	41	43	43	45	44	46		

Keterangan: a. A=Rekreasi; B=Piknik; C=Foto-foto; D=Kumpul-kumpul; E=Outbound; F=Kontak Sosial.
b.1=sangat rendah; 2=rendah; 3=agak rendah; 4=biasa saja; 5=agak tinggi; 6=tinggi; 7=sangat tinggi.

Lampiran 5. Nilai Kepuasan Pengunjung Terhadap Jenis Atraksi Wisata di Destinasi Wisata Cibodas

No.	Penyedia Jasa Wisata	Nilai Persepsi Kriteria										Total	Rerata
		A	B	C	D	E	F	G	H	I			
I Cibodas													
1	KRC	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	40	4
2	TNGGP	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44	5
3	WAM	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	38	4
II Bopunjur													
1	TWATW	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4
2	TWRG	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	39	4
3	WAGM	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	35	4
4	WWCC	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41	5
5	WWCP	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	41	5
6	WWCN	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41	5
7	TSI	6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	45	5
8	TWM	5	5	5	4	4	4	2	5	4	4	38	4
9	Melrimba Garden	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	38	4
10	Cansebu Amazing	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	40	4
11	Lembah Pertiwi	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	5
Total		70	67	66	60	58	60	54	63	61			

Keterangan: a. A=Melihat pemandangan alam; B=Menikmati suasana alami; C=Foto-foto; D=Jalan-jalan; E=Duduk-duduk; F=Mengobrol; G=Makan; H=Bermain; I=Istirahat.
b. 1=sangat tidak puas; 2=tidak puas; 3=agak tidak puas; 4=biasa saja; 5=agak puas; 6=puas; 7=sangat puas.

Lampiran 6. Nilai kepuasan pengunjung di Destinasi Wisata Cibodas dan Kawasan Bopunjur terhadap elemen infrastruktur dan fasilitas rekreasi dan wisata

No	Penyedia Jasa Wisata	Nilai Persepsi Kriteria										Total	Rerata	
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J			
I Cibodas														
1	KRC	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	47	5	
2	TNGGP	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	
3	WAM	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	34	3	
II Bopunjur														
1	TWATW	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	38	4	
2	TWRG	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29	3	
3	WAGM	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	32	3	
4	WWCC	4	2	5	3	4	4	4	2	2	5	35	4	
5	WWCP	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	34	3	
6	WWCN	2	3	5	4	3	4	3	3	4	3	34	3	
7	TSI	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	
8	TWM	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	40	4	
9	Melrimba Garden	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43	4	
10	Cansebu Amazing	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43	4	
11	Lembah Pertiwi	2	4	5	5	3	4	4	5	4	4	40	4	
Total		53	55	61	57	53	54	53	51	53	59			

Keterangan: a. A=Aksesibilitas dalam obyek wisata; B=Telekomunikasi; C=Air bersih; D=Listrik; E= Pusat informasi dan pelayanan; F= Jalan setapak; G=Pintu gerbang; H=sarana Bermain; I= Peralatan bermain; J=resting hut (joglo tempat beristirahat)
 b. 1=sangat tidak memuaskan; 2=tidak memuaskan; 3=agak tidak memuaskan; 4=biasa saja; 5=agak memuaskan; 6=memuaskan; 7=sangat memuaskan.

Lampiran 7. Nilai Kepuasan Pengunjung Terhadap Kondisi Lingkungan Biotik pada Obyek Wisata di Destinasi Wisata Cibodas pada Aspek Keanekaragaman Fauna dan Flora

No.	Penyedia Jasa Wisata	Nilai Persepsi Kriteria							Total	Rerata
		A	B	C	D	E	F	G		
I Fauna										
1	KRC	4	3	3	3	3	3	5	24	3
2	TNGGP	5	5	4	4	5	4	5	32	4
3	WAM	3	2	2	2	3	3	3	18	2
II Flora										
1	KRC	5	5	5	5	5	5	4	34	4
2	TNGGP	5	5	5	5	5	5	5	35	5
3	WAM	3	4	4	5	5	4	4	29	4
Total		25	24	23	24	26	24	26		

Keterangan: a. A=Ketersediaan jenis-jenis fauna; B=Ketersediaan jumlah individu tiap jenis fauna; C=Kecukupan kelas umur pada setiap jenis fauna; D= Kecukupan regenerasi pada setiap jenis fauna; E= Kecukupan jumlah jantan pada setiap jenis fauna; F= Kecukupan jumlah betina pada setiap jenis fauna; G=Keamanan terhadap potensi gangguan pada berbagai jenis fauna.
 b. A=Ketersediaan jenis-jenis flora; B=Ketersediaan jumlah individu tiap jenis flora; C=Kecukupan kelas umur pada setiap jenis flora; D= Kecukupan regenerasi pada setiap jenis flora; E=Kemudahan ditemukan berbagai jenis flora endemik; F= Kualitas ketersediaan berbagai jenis flora; G=Keamanan terhadap potensi gangguan pada berbagai jenis flora.
 c. 1=sangat rendah; 2=rendah; 3=agak rendah; 4=biasa saja; 5=agak tinggi; 6=tinggi; 7=sangat tinggi.

Lampiran 8. Nilai Kepuasan Pengunjung Terhadap Dampak Lingkungan Biotik Kawasan wisata Bopunjur pada Aspek Keanekaragaman Fauna dan Flora

No.	Penyedia Jasa Wisata	Nilai Persepsi Kriteria							Total	Rerata
		A	B	C	D	E	F	G		
I Fauna										
1	TWATW	3	3	4	4	3	2	3	22	3
2	TWRG	3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	WAGM	2	1	3	3	3	3	3	18	2
4	WWCC	2	2	2	2	2	2	2	14	2
5	WWCP	3	3	3	3	3	3	3	21	3
6	WWCN	4	4	4	3	3	3	4	25	3
7	TSI	5	5	5	5	5	5	5	35	5
8	TWM	3	3	3	3	4	4	3	23	3
9	Melrimba Garden	3	3	3	2	3	2	3	19	2
10	Cansebu Amazing	3	3	2	2	2	2	3	17	2
11	Lembah Pertiwi	3	3	3	3	3	3	3	21	3
II Flora										
1	TWATW	4	3	1	4	4	4	2	22	3
2	TWRG	4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	WAGM	2	1	3	3	4	3	2	18	2
4	WWCC	4	4	4	4	4	4	4	28	4
5	WWCP	3	3	3	3	3	3	3	21	3
6	WWCN	5	4	3	4	3	4	4	27	3
7	TSI	5	4	4	4	4	4	4	29	4
8	TWM	4	4	4	4	4	4	4	28	4
9	Melrimba Garden	3	3	3	2	3	3	2	19	2
10	Cansebu Amazing	3	3	3	3	3	3	3	21	3
11	Lembah Pertiwi	4	4	4	4	4	4	4	28	4
Total		75	70	71	72	74	72	71		

Keterangan:

- A=Ketersediaan jenis-jenis fauna; B=Ketersediaan jumlah individu tiap jenis fauna; C=Kecukupan kelas umur pada setiap jenis fauna; D= Kecukupan regenerasi pada setiap jenis fauna; E= Kecukupan jumlah jantan pada setiap jenis fauna; F= Kecukupan jumlah betina pada setiap jenis fauna; G=Keamanan terhadap potensi gangguan pada berbagai jenis fauna.
- A=Ketersediaan jenis-jenis flora; B=Ketersediaan jumlah individu tiap jenis flora; C=Kecukupan kelas umur pada setiap jenis flora; D= Kecukupan regenerasi pada setiap jenis flora; E=Kemudahan ditemukan berbagai jenis flora endemik; F= Kualitas ketersediaan berbagai jenis flora; G=Keamanan terhadap potensi gangguan pada berbagai jenis flora.
- 1=sangat rendah; 2=rendah; 3=agak rendah; 4=biasa saja; 5=agak tinggi; 6=tinggi; 7=sangat tinggi

Lampiran 9. Saran Destinasi Wisata Cibodas

No.	Penyedia Jasa Wisata	Nilai Persepsi Kriteria								Total	Rerata
		A	B	C	D	E	F	G	H		
I	Cibodas										
1	KRC	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
2	TNGGP	6	5	6	6	6	6	6	6	47	6
3	WAM	6	6	5	5	5	5	5	5	42	5
II	Bopunjur										
1	TWATW	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
2	TWRG	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
3	WAGM	6	6	5	5	6	6	6	6	46	6
4	WWCC	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
5	WWCP	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
6	WWCN	5	5	5	5	6	6	6	6	44	6
7	TSI	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
8	TWM	5	5	5	5	5	4	5	5	39	5
9	M. Garden	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5
10	Cansebu Amazing	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5
11	Lembah Pertiwi	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
	Total	73	72	71	71	71	71	73	73		

- Keterangan :
- a. A.Meningkatkan kebersihan obyek wisata; B. Penataan kawasan; C. Meningkatkan keamanan daam kawasan obyek wisata; D. Meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan/pengunjung; E. Menyediakan pemandu/interpreter wisata; F. Meningkatkan kualitas pemandu/interpreter wisata; G. Memperbaiki sarana, prasarana, serta fasilitas; H. Mempermudah pengunjung yang ingin melakukan penelitian.
 - b. 1=sangat tidak setuju; 2=tidak setuju; 3=agak tidak setuju; 4=biasa saja; 5=agak setuju; 6= setuju; 7=sangat setuju.