

## INTISARI

Nilai ekonomi diukur dengan penjumlahan kesediaan banyak individu untuk membayar, termasuk kesediaan untuk membayar (WTP) mencerminkan preferensi individu untuk barang yang bersangkutan. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk 1. Mengetahui karakteristik pengunjung, 2. Mengetahui nilai valuasi ekonomi destinasi wisata Tebing Breksi, 3. Mengetahui persepsi pengunjung dan pengelola destinasi wisata Tebing Breksi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dengan digunakannya pendekatan *mix method*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung objek wisata Tebing Breksi merupakan perempuan sebesar 63,79%. Dengan rata-rata usia pengunjungnya ialah 16-21 tahun sebanyak 37,93%. Pendidikan pengunjung destinasi wisata Tebing Breksi ialah SMA/Sederajat dengan persentasi sebesar 70,69%. Pengunjung yang memiliki jarak tempuh dari rumah ke tempat wisata sejauh > 50 Km sebesar 53,45%. Pengunjung terbanyak merupakan seorang pelajar dengan persentase sebesar 53,45%. Dengan rata-rata pendapatannya diantara Rp1.000.001- Rp2.000.000 sebanyak 58,62%. Dengan surplus konsumen pengunjungnya adalah Rp2.321 perkunjungan dengan total nilai ekonomi yaitu Rp3.350.557.290. Analisis persepsi yang diperoleh pengunjung memiliki sudut pandang yang baik atau positif pada objek wisata Tebing Breksi pada segi akses jalan, fasilitas, kebersihan. Saran dari penelitian ini adalah lebih ditingkatkannya fasilitas serta layanan, inovasi yang terus berkembang, perkembangan sumberdaya manusia serta lebih kreatif dalam melakukan promosi serta dilakukannya evaluasi secara menyeluruh.

Kata Kunci: Ekonomi Penilaian, ITCM, Analisis tabulasi silang, Tebing Breksi.

## **ABSTRACT**

*Economic value is measured by the sum of the willingness of many individuals to pay, including the willingness to pay (WTP) reflecting individual preferences for the goods in question. The purpose of this study is to 1. Knowing the characteristics of visitors, 2. Knowing the economic valuation value of the Breksi Cliff tourist destination, 3. Knowing the perception of visitors and managers of Breksi Cliff tourist destinations. The types of data used are primary data and secondary data, with the use of a mixed method approach, the tools used are Microsoft Excel and Microsoft Word for data collection and Stata 17 software as a data analysis tool. The results of this study show that the average visitor to the Breksi Cliff tourist attraction is 63.79% female. The average age of visitors is 16-21 years old at 37.93%. The education of visitors to the Breksi Cliff tourist destination is high school/equivalent with a percentage of 70.69%. Visitors who have a distance of > 50 km from home to tourist attractions are 53.45%. The most visitors were students with a percentage of 53.45%. With an average income between IDR 1,000,001 - IDR 2,000,000 as much as 58.62%. The surplus of visitors is IDR 2,321 per visit, with a total economic value of IDR 1,917,971,238. Analysis of the perception obtained by visitors has a good or positive perspective on the Breksi Cliff tourist attraction in terms of road access, facilities, cleanliness, and roads. The suggestions from this study are further improvement of facilities and services, innovations that continue to develop, development of human resources, and more creativity in promoting and conducting a thorough evaluation.*

*Keywords: Valuation Economics, ITCM, Crosstabulate analysis, Breksi Cliff.*