

ABSTRAK

Kota Semarang dan Kabupaten Semarang di Provinsi Jawa Tengah memiliki berbagai destinasi wisata buatan dan religi yang mendukung aktivitas pariwisata dan perekonomian masyarakat. Kawasan wisata Umbul Sidomukti dan Sam Poo Kong merupakan destinasi dengan potensi nilai ekonomi yang signifikan. Namun, kajian mengenai valuasi ekonomi pada kedua objek wisata tersebut masih terbatas, sehingga diperlukan analisis terbaru untuk menggambarkan kondisi dan perkembangan nilai ekonomi secara aktual. Penelitian ini bertujuan untuk mengestimasi nilai ekonomi kedua kawasan tersebut serta menyajikannya dalam bentuk sistem informasi spasial berbasis WebGIS interaktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan spasial dan nonspasial. Analisis spasial dilakukan dengan memanfaatkan peta administrasi, citra satelit SPOT 7, foto udara tegak, dan survei fasilitas umum. Sementara itu, analisis nonspasial dilakukan menggunakan *Travel Cost Method* (TCM), *Contingent Valuation Method* (CVM), dan *Hedonic Pricing Method* (HPM) yang dianalisis melalui regresi linier berganda untuk mengestimasi nilai ekonomi dan preferensi pengunjung berdasarkan data kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kawasan Wisata Umbul Sidomukti memiliki *Total Economic Value* (TEV) sebesar Rp 105.734.168.190 yang mengalami peningkatan dibandingkan penelitian terdahulu. Sementara itu, Kawasan Wisata Sam Poo Kong memiliki *Total Economic Value* (TEV) sebesar Rp 329.336.518.280, yang mengalami penurunan dibandingkan penelitian terdahulu. Seluruh hasil analisis diintegrasikan ke dalam WebGIS interaktif (JumponZone) yang menyajikan informasi nilai ekonomi, persebaran pengunjung, zona wisata, jalur akses, serta fasilitas kawasan melalui fitur interaktif. Hasil uji sistem menunjukkan kompatibilitas yang baik pada berbagai perangkat dan browser, serta uji *usability* menghasilkan nilai *System Usability Scale* (SUS) sebesar 86 yang termasuk kategori *Grade B (acceptable)* dengan predikat *Excellent*.

Kata Kunci: *Travel Cost Method, Contingent Valuation Method, Hedonic Pricing Method*, Wisata Buatan, Wisata Religi, WebGIS