

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Desa Wisata Dalam Perencanaan Wilayah**

Perencanaan dalam sebuah wisata sangatlah penting, dikarenakan perencanaan digunakan sebagai pedoman penyelenggara wisata, sebagai sarana untuk memprediksikan kemungkinan timbulnya hal-hal di luar dugaan sekaligus alternatif untuk memecahkannya, sebagai sarana untuk mengarahkan penyelenggaraan wisata sehingga dapat mencapai tujuannya, yaitu mewujudkan wisata secara efektif dan efisien, dan sebagai alat ukur tingkat keberhasilan wisata sebagai upaya pengawasan atau evaluasi dalam rangka memberikan umpan balik bagi penyelenggaraan wisata selanjutnya.

Desa wisata merupakan suatu bentuk perkembangan pariwisata yang menitik beratkan pada kontribusi masyarakat sekitar pedesaan dan pelestarian lingkungan area pedesaan. Desa wisata memiliki produk wisata yang bernilai budaya dan memiliki karakteristik tradisional yang kuat (Fandeli, Baiquni, Dewi, 2013) Begitupun menurut Inskeep (2013) mendefinisikan wisata pedesaan yang dimana sekelompok wisatawan tinggal dalam suasana yang tradisional, tinggal di desa untuk mempelajari kehidupan di pedesaan.

Menurut Peraturan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, desa wisata adalah suatu bentuk kesatuan antara akomodasi, atraksi, sarana dan prasarana pendukung wisata yang disajikan dalam suatu tatanan kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tradisi yang berlaku.

Desa Wisata adalah sebuah area atau daerah pedesaan yang memiliki daya tarik khusus yang dapat menjadi daerah tujuan wisata. Di desa wisata, penduduk masih memegang tradisi dan budaya yang masih asli. Serta beberapa aktivitas pendukung seperti sistem bertani, berkebun serta makanan tradisional juga berkontribusi mewarnai keberadaan desa wisata itu sendiri. Selain faktor tersebut, faktor lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan faktor penting yang harus ada di suatu desa wisata (Zakaria, 2014).

Sehingga unsur dari pengembangan desa wisata adalah pemahaman akan unsur yang ada di desa wisata yaitu; lingkungan alam, budaya masyarakat,

arsitektur, sosial ekonomi, struktur tata ruang dan aspek historis, termasuk kemampuan dan pengetahuan lokal yang dimiliki oleh masyarakat setempat.

**a. Komponen-komponen Desa Wisata**

Dalam pengembangan desa wisata yang menjadi salah satu faktor pentingnya adalah keaslian dari desa setempat serta integrasi dari komponen pariwisata yang ada. Komponen untuk pengembangan desa wisata ini tidak jauh berbeda dengan komponen pariwisata. Pariwisata Perdesaan adalah suatu wilayah perdesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perdesaan, baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat–istiadat keseharian, arsitektur bangunan maupun struktur tata ruang desa yang khas atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan yaitu, atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukungnya (Putra,2006). Menurut Gumelar (2010) tidak semua kegiatan pariwisata yang dilaksanakan di desa adalah benar-benar bersifat desa wisata, oleh karena itu agar dapat menjadi pusat perhatian pengunjung, desa tersebut pada hakikatnya harus memiliki hal yang penting, antara lain:

1. Keunikan, keaslian, sifat khas
2. Letaknya berdekatan dengan daerah alam yang luar biasa
3. Berkaitan dengan kelompok atau masyarakat berbudaya yang secara hakiki menarik minat pengunjung
4. Memiliki peluang untuk berkembang baik dari sisi prasarana dasar, maupun sarana lainnya.

Selain itu, menurut Putra (2006) Desa Wisata adalah pengembangan suatu wilayah (desa) dengan memanfaatkan unsur–unsur yang ada dalam masyarakat desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata, menjadi suatu rangkaian aktivitas pariwisata yang terpadu dan memiliki tema. Di dalam desa tersebut juga mampu menyediakan dan memenuhi serangkaian kebutuhan suatu perjalanan wisata, baik dari aspek daya tarik maupun berbagai fasilitas pendukungnya. Adapun unsur–unsur dari Desa Wisata adalah :

1. Memiliki potensi pariwisata, seni, dan budaya khas daerah setempat.

2. Lokasi desa masuk dalam lingkup daerah pengembangan pariwisata atau setidaknya berada dalam koridor dan rute paket perjalanan wisata yang sudah dijual.
3. Diutamakan telah tersedia tenaga pengelola, pelatih, dan pelaku-pelaku pariwisata, seni dan budaya.
4. Aksesibilitas dan infrastruktur mendukung program Desa Wisata.
5. Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan.

Terdapat dua konsep utama dalam komponen desa wisata (Zebua, 2016). Pertama yaitu akomodasi yang digunakan sebagai tempat tinggal wisatawan, biasanya desa wisata memanfaatkan tempat tinggal masyarakat lokal setempat dan ruang yang dikembangkan di area sekitar desa wisata. Kedua yaitu atraksi atau daya tarik, daya tarik desa wisata berupa kehidupan keseharian penduduk setempat beserta kondisi lingkungan khas pedesaan yang memungkinkan wisatawan berpartisipasi aktif dalam kegiatan masyarakat lokal.

Selain akomodasi dan atraksi, komponen desa wisata dilihat dari keunikan dan keaslian suatu desa wisata, letaknya yang berdekatan dengan keadaan alam yang luar biasa, memiliki budaya yang unik yang dapat menari pengunjung, serta memiliki potensi untuk dikembangkan baik dari sarana dan prasarana (Gumelar, 2014). (Prasiasa, 2014) berpendapat bahwa komponen desa wisata terdiri dari empat komponen. Keempat komponen tersebut adalah partisipasi masyarakat lokal, adanya sistem norma yang ada di desa tersebut, adat dan budaya setempat yang masih asli. Desa wisata harus memiliki potensi pariwisata, seni dan kebiasaan di daerah setempat, area desa masuk kedalam lingkup kawasan pengembangan pariwisata atau setidaknya ada dalam rute perjalanan tourpackage yang telah dijual, tersedianya tenaga pengelola, pelatih, dan pelaku seni yang dapat mendukung keberlangsungan desa wisata tersebut, aksesibilitas yang dapat mendukung program desa wisata serta terjaminnya keamanan, ketertiban dan kebersihan (Putra, 2014).

Salah satu hal yang menarik dalam menciptakan suatu kawasan pariwisata ialah berdasarkan kebudayaan yang terdapat pada kawasan tersebut. Kondisi

inilah yang mendasari terciptanya kegiatan pariwisata di suatu desa karena kekhasan budaya masyarakat yang mendiami daerah tersebut (Hadiwijoyo, 2012):

1. Aksesibilitas baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi.
2. Memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata.
3. Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya.
4. Keamanan di desa tersebut terjamin.
5. Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai.
6. Beriklim sejuk atau dingin.
7. Berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas

Sedangkan (Junaid, 2016) menambahkan jenis atraksi yaitu acara (event), rekreasi dan atraksi hiburan. Dalam desa wisata atraksi diartikan sebagai daya Tarik wisata yaitu berupa kehidupan keseharian penduduk setempat beserta kondisi lokasi desa yang memungkinkan wisatawan berpartisipasi aktif seperti: kursus tari, bahasa dan lain-lain yang spesifik (Hadiwijoyo, 2012). Dengan begitu, keaslian kondisi desa, kehidupan sosial, kesenian tradisional, menjadi daya tarik sebuah desa wisata, hal tersebut memungkinkan wisatawan melakukan hal-hal yang tidak biasa mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Amenities adalah fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. Amenities meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, open penyediaan makanan dan minuman (food & beverage), tempat hiburan, tempat perbelanjaan, bank, rumah sakit, keamanan dan asuransi ( Cooper dkk, 2000). Begitupun menurut Sugiyama (2011) amenities adalah beragam layanan dalam memenuhi kebutuhan wisatawan seperti akomodasi, makanan dan minuman, penyedia jasa akomodasi seperti hotel, motel, dan jasa penginapan lainnya.

Akomodasi merupakan istilah yang menerangkan semua jenis sarana yang menyediakan penginapan bagi seseorang yang sedang dalam perjalanan baik wisata, bisnis, ataupun kepentingan lainnya (Sammeng, 2001). Akomodasi mencakup: hotel, motel, wisma, pondok wisata, villa, apartemen, caravan, perkemahan pondok remaja ataupun homestay. Karena konsep desa wisata yang melibatkan masyarakat setempat dalam pengembangannya, penginapan untuk wisatawan disediakan dalam konsep homestay, dimana wisatawan menginap di rumah-rumah warga yang masih asli dan hidup bersama selama menginap serta menikmati kehidupan pedesaan yang masih tradisional (Soemarno, 2010).

Berbeda dengan Soemarno, Sammeng (2001) mendefinisikan fasilitas sebagai kemudahan yang diberikan oleh suatu tempat/daerah/negara tujuan wisata. Kemudahan yang dimaksud antara lain dalam hal; mendapatkan informasi, mengurus dokumen perjalanan, membawa barang atau uang.

Akses mencakup fasilitas yang penting dalam komponen kegiatan pariwisata. Aksesibilitas atau kelancaran atas perpindahan seseorang dari suatu tempat ke tempat lainnya (Sammeng, 2001). Menurut Sugiama (2011) aksesibilitas adalah tingkat intensitas suatu daerah tujuan wisata atau destinasi yang dapat dijangkau oleh wisatawan.

Keadaan organisasi yang bertujuan untuk memfasilitasi dan mendorong kepariwisataan destinasi bersangkutan. Beberapa organisasi ansilari antara lain pihak pemerintah (missal departemen kepariwisataan, dinas pariwisata), asosiasi kepariwisataan (antara lain asosiasi pengusaha perhotelan, bisnis perjalanan wisata, pemandu wisata dan lainnya) (Sugiama, 2011).

Aktifitas ini berhubungan dengan apa yang nantinya akan memberikan pengalaman (experience) bagi wisatawan. Hal ini bergantung terhadap aktifitas atau kegiatan apa yang wisatawan lakukan di obyek wisata (Brown and Stange, 2016). Aktivitas wisata adalah apa yang dikerjakan wisatawan selama kunjungan di daerah tujuan wisata dalam waktu tertentu. Banyak aktivitas yang dapat dilakukan di desa wisata, sehingga desa wisata lebih banyak memberi pengalaman kepada wisatawan. Misalnya dengan mengemas aktivitas bertani menjadi wisata edukasi yang menyenangkan. Beberapa aktivitas wisata yang dapat dilakukan di desa wisata adalah sebagai berikut:

- a. Menikmati pemandangan
- b. Memancing
- c. Memasak dengan tungku
- d. Bersepeda santai
- e. *Hiking*, dan lain-lain.

**b. Komponen Sediaan Desa Wisata**

Penawaran atau supply pariwisata mencakup segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan baik wisatawan yang aktual maupun wisatawan yang potensial. Penawaran dalam pariwisata menunjukkan atraksi wisata alamiah dan buatan, jasa-jasa maupun barang-barang yang diperkirakan akan menarik perhatian orang-orang untuk mengunjungi objek suatu negara (Salah Wahab, 1975).

Sediaan pariwisata merupakan sesuatu yang harus ada mencakup segala sesuatu untuk ditawarkan kepada pengunjung, sediaan ini bisa berupa buatan manusia maupun alami yang memang ada tanpa harus ada campur tangan manusia untuk pengadaannya. Komponen sediaan pariwisata menurut Gunn, terdiri atas atraksi, servis atau pelayanan, transportasi, informasi dan promosi (Gunn,2002).

- a. Atraksi; merupakan daya tarik utama orang melakukan perjalanan, atraksi memiliki dua fungsi yaitu sebagai daya pikat, perangsang orang untuk melakukan perjalanan dan sebagai pemberi kepuasan kepada pengunjung.
- b. Servis; merupakan pelayanan atau fasilitas-fasilitas yang disediakan termasuk didalamnya fasilitas restoran atau rumah makan, agen perjalanan, serta toko-toko yang menyajikan barang khas daerah.
- c. Promosi; merupakan kegiatan yang penting dalam pengembangan pariwisata yang dapat dilakukan oleh pemerintah atau swasta. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan dengan memasang iklan melalui kegiatan kehumasan maupun memberikan insentif, misalnya potongan tiket masuk.
- d. Transportasi; merupakan komponen penting dalam system kepariwisataan yang berarti pula sebagai aksesibilitas atau kemudahan untuk mencapai ke suatu lokasi daya tarik wisata.

- e. Informasi; adalah adanya informasi perjalanan, informasi dapat disajikan dalam bentuk peta, buku petunjuk, artikel dalam majalah, brosur maupun melalui internet.

Sedangkan menurut Direktorat Jendral Pariwisata Republik Indonesia menyebutkan berkembangnya pariwisata sangat tergantung pada empat faktor yaitu:

1. Attractions (daya tarik);
  - Site attractions (tempat-tempat bersejarah, tempat dengan iklim yang baik, pemandangan indah).
  - Event attractions (kejadian atau peristiwa) misalnya konggres, pameran atau peristiwa lainnya.
2. Amenities (fasilitas)
3. Aksesibilitas adalah tempatnya tidak terlampau jauh, tersedianya transportasi ke lokasi tersebut secara teratur, sering, murah, aman dan nyaman.
4. Tourist organization untuk menyusun suatu kerangka pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata serta mempromosikan daerah sehingga dikenal orang.

Berdasarkan pendapat ahli dan lembaga otoritas pariwisata tersebut diatas maka dapat diketahui bahwa sebenarnya diantara komponen-komponen tersebut maka dalam penelitian ini yang dimaksud dengan komponen sediaan (supply) pariwisata dalam pengembangan pariwisata adalah daya tarik wisata, fasilitas wisata, aksesibilitas dan lembaga pariwisata.

#### **c. Komponen Permintaan Desa Wisata**

Permintaan atau demand pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan jumlah wisatawan secara kuantitatif. Permintaan pariwisata dapat dibagi menjadi 2 (dua) komponen, yaitu :

1. Wisatawan/ pengunjung

Menurut Salah Wahab (1975) pengunjung terbagi menjadi 2 (dua), yaitu pengunjung potensial adalah sejumlah orang yang secara potensial sanggup dan mampu melakukan perjalanan wisata. Sedangkan pengunjung sebenarnya/ aktual adalah sejumlah orang yang sebenarnya berkunjung pada

suatu daerah tujuan wisata, artinya sejumlah wisatawan yang secara nyata sedang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata.

## 2. Masyarakat setempat

Masyarakat lokal adalah pihak yang paling akan menerima dampak dari kegiatan wisata yang dikembangkan di daerahnya. Oleh karena itu aspirasi masyarakat sangatlah penting dan komponen permintaan yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan wisata. Aspirasi masyarakat khususnya masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata sangat dibutuhkan dengan tujuan untuk menimbulkan hubungan saling menguntungkan antara pengelola pariwisata dengan masyarakat sehingga menjadi sebuah multiplier effect yang positif bagi perekonomian masyarakat setempat.

Dalam merencanakan kebijakan dan perencanaan pengembangan pariwisata, sangat penting untuk memahami perbedaan bentuk dan fisik dari pengembangan pariwisata yang sesuai untuk suatu negara, kota, atau wilayah. Untuk mendukung perencanaan pengembangan pariwisata diperlukan pencarian data sebagai tahap awal dalam analisis perencanaan pariwisata diperlukan komponen-komponen pariwisata yang disebutkan menurut Inskeep (1991). Komponen-komponen dasar dalam pariwisata adalah:

### a. *Home*

komponen pariwisata yang merupakan tempat tinggal wisatawan, yang dapat mempengaruhi terjadinya kegiatan pariwisata.

### b. *Destination*

komponen pariwisata yang merupakan tujuan wisatawan untuk bepergian menikmati obyek wisata.

### c. *Transportation*

komponen pariwisata yang merupakan pembawa (carrier) wisatawan dari home ke destination dan sebaliknya.

**Tabel 2.1**  
**Komponen Desa Wisata**

| No. | Nama Sumber                             | Tahun     | Komponen      | Indikator  |
|-----|---|-----------|---------------|--|
| 1   | Zebua                                   | 2016      | Atraksi       | Alam yang menarik, Kebudayaan, Seni Pertunjukan  |
|     |   |           | Aksesibilitas | Kemudahan menuju tempat wisata   |
|     |   |           | Amenities     | Tempat tinggal wisatawan   |
| 2   | Hadiwijoyo                              | 2012      | Atraksi       | Memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya  |
|     |   |           | Aksesibilitas | Mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi   |
|     |   |           | Amenities     | Akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai.  |
| 3   | Prasiasa                                | 2014      |               | Adat dan budaya setempat yang masih asli, partisipasi masyarakat lokal, adanya sistem norma yang ada di desa tersebut,<br><br>Akomodasi, Hotel, Transportasi |
| 4   | ASEAN Tourism strategis rencana (ATSP): | 2011-2015 | Homestay      | Tuan rumah, akomodasi, kegiatan, pengelola, lokasi, kebersihan dan kerapihan, keamanan dan pengamanan, marketing dan promosi, prinsip berkelanjutan.         |

|   |       |      |                                 |   |
|---|-------|------|---------------------------------|---|
| 5 | Putra | 2006 | Atraksi                         | Memiliki potensi pariwisata, seni, dan budaya khas daerah setempat.   |
|   |       |      | Servis atau pelayanan           | Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan.   |
|   |       |      | Aksesibilitas dan infrastruktur | Mendukung program Desa Wisata.  |
| 6 | Gunn  | 2002 | Atraksi                         | Tingkat Keunikan, Nilai Obyek, Ketersediaan Lahan, Kondisi Fisik Obyek Wisata   |
|   |       |      | Servis atau pelayanan           | Pelayanan berupa fasilitas-fasilitas restoran atau rumah makan, agen perjalanan, serta toko-toko yang menyajikan barang khas daerah     |
|   |       |      | Promosi                         | Kegiatan kehumasa, memberikan intentif, potongan tiket masuk  |
|   |       |      | transportasi                    | Aksesibilitas atau kemudahan untuk mencapai ke suatu lokasi daya tarik wisata.  |
|   |       |      | informasi dan promosi           | Informasi perjalanan, informasi dapat disajikan dalam bentuk peta, buku petunjuk, artikel dalam majalah, brosur maupun melalui internet |

Sumber : Zebua (2016), Hadiwijoyo (2012), Yoeti (2002), Putra (2006), dan Gunn (2002)

**Tabel 2.2**  
**Komponen dan Sub Komponen Desa Wisata Cibuntu menurut Gunn (2002),  
 Putra (2006), Prasia (2014) dan Hadiwijoyo (2012)**

| NO | Komponen            | Sub Komponen                           | Atribut   |
|----|---------------------|--|---|
| 1  | Aktraksi/daya tarik | Daya tarik utama                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemandangan</li> <li>- Situs purbakala</li> <li>- Air terjun</li> <li>- Sanggar seni</li> <li>- Pusat kerajinan gerabah</li> <li>- Aktivitas pertanian</li> </ul>                                  |
| 2  | Servis/Pelayanan    | Pelayanan atau Fasilitas yang tersedia | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penginapan/home stay</li> <li>- Fasilitas homestay</li> <li>- Harga</li> <li>- Jumlah homestay</li> <li>- Paket wisata</li> <li>- Keamanan</li> <li>- Masjid</li> <li>- Pusat oleh-oleh</li> </ul> |
| 3  | Promosi             | Kegiatan dalam pengembangan Pariwisata | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kegiatan desa</li> <li>- Iklan</li> <li>- Media sosial</li> </ul>  |
| 4  | Transportasi        | Aksesibilitas                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kondisi jalan</li> <li>- transportasi</li> </ul>   |
| 5  | Informasi           | Informasi mengenai tempat wisata       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi perjalanan</li> <li>- Internet</li> </ul>  |

*Sumber : Gunn (2002), Putra (2006) Prasia (2014), dan Hadiwijoyo (2012)*

Berdasarkan tabel 2.2 mengenai tinjauan sub komponen/konsep Desa Wisata hampir semua memiliki kesamaan antara masing-masing komponen yang perlu ditinjau atas pariwisata maka dari itu dapat diambil komponen-komponen

pariwisata yang untuk diteliti dalam penelitian ini diantaranya; Daya tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas Yang menurut Gunn (2002).

#### **d. Kriteria “Homestay”**

Dalam membangun sebuah homestay seperti yang di rekomendasikan direkomendasikan dalam ASEAN Tourism strategis rencana (ATSP): 2011-2015 bangunan homestay memiliki beberapa kriteria sebagai berikut ;

##### 1. Tuan Rumah

###### a) Desa dan masyarakat

- Jumlah minimum 5 penyedia terdaftar homestay di desa untuk mencerminkan keterlibatan masyarakat dan kohesi.
- Homestay terletak dekat dengan objek wisata berbasis alam dan budaya di sekitarnya.
- Prioritas diberikan ke desa-desa dengan rekam jejak yang sudah terbukti dalam organisasi, seperti pemenang desa terbaik dan lansekap terbaik.
- Pusat komunitas/area untuk digunakan sebagai dasar untuk kegiatan seperti untuk upacara menyambut, pagelaran budaya, dll.

###### b) Penyedia Homestay

- Penyedia homestay akan bebas dari catatan kriminal.
- Penyedia homestay akan dalam kesehatan umum yang baik dan tidak menderita penyakit menular.
- Kursus dasar homestay akan dirumuskan, menghadiri dan diselesaikan oleh setiap penyedia terdaftar homestay.

##### 2. Akomodasi

###### a) Rumah

- Struktur rumah baik, stabil dan aman kondisi seperti atap, dinding, pintu, lantai, dll
- Desain dan bahan bangunan akan mencerminkan arsitektur vernakular dan identitas lokal.

- Penyedia homestay harus menyediakan kamar tidur bagi tamu yang terpisah dari kamar lain di rumah.
- Minimal 1 (satu) toilet/kamar mandi untuk tamu yang baik dalam kamar atau di dalam rumah.
- Dianjurkan bahwa rumah akan memiliki pasokan listrik.
- Rumah memiliki pasokan air bersih yang memadai dan yang tersedia di sepanjang waktu di dalam rumah.

b) Kamar tidur

- Menyediakan kebutuhan dasar dan perabotan di semua kamar tidur seperti kipas angin, Meja, Almari mini, cermin, soket listrik, kelambu atau kumparan dll.
- Maksimum empat dari jumlah kamar tidur di rumah, yang tidak digunakan oleh setiap anggota homestay penyedia/host akan dialokasikan untuk tamu homestay.
- Menyediakan jenis tempat tidur yang standar dan sesuai seperti tempat tidur single dan double tempat tidur dengan kasur nyaman dan bantal.
- Jika perlu, jendela harus dilengkapi dengan filter kawat atau trails untuk mengusir nyamuk dan serangga lainnya.
- Seprai diganti sesuai yang diperlukan; dan setelah keberangkatan tamu, seperangkat segar bersih linen tempat tidur diberikan kepada tamu berikutnya.

c) Toilet/kamar mandi

- Menyediakan jenis toilet duduk atau berjongkok di dalam atau di luar dekat rumah.
- Menyediakan fasilitas dasar toilet dan kamar mandi termasuk pintu dengan kunci di semua toilet dan kamar mandi.
- Air bersih harus disediakan sepanjang waktu.

3. Kegiatan

a) Desa dan masyarakat berbasis kegiatan

- Desa dan masyarakat berbasis kegiatan akan mengoptimalkan dan menampilkan 6 ASEAN Homestay standar sumber daya lokal seperti berikut:
  1. Warisan dan budaya lokal.
  2. Perusahaan-perusahaan lokal (usaha mikro, pertanian, industri, kerajinan).
  3. Sumber daya alam (hutan, sungai, gua-gua, Danau, dll).
- Desain dan implementasi kegiatan akan mendorong partisipasi interaktif antara masyarakat setempat dan para tamu.

b) Kegiatan sekitarnya.

- Kunjungan ke tempat wisata populer di sekitarnya akan diintegrasikan ke dalam paket homestay/jadwal dengan homestay yang berfungsi sebagai dasar.
- Bekerja sama dengan desa-desa lain di daerah berdekatan/sekitarnya untuk menambah variasi kegiatan serta menciptakan efek pengganda.

c) Keaslian

- Masyarakat homestay akan mempertahankan identitas, nilai-nilai, dan budaya, untuk menggambarkan pengalaman yang berbeda dan otentik.
- Melestarikan dan melibatkan tamu di aktivitas untuk menampilkan semangat masyarakat sosial.
- Melestarikan kerajinan tangan lokal dan menampilkan seni pertunjukan lokal dengan mendirikan kelompok budaya.

4. Pengelola

a) Kepemimpinan Organisasi homestay akan dipimpin oleh juara lokal dengan kualitas kepemimpinan yang kuat dan dihormati oleh masyarakat setempat misalnya kepala desa.

b) Organisasi

- Organisasi Homestay akan memiliki struktur yang sistematis dengan jelas peran, tanggung jawab, dan jalur komunikasi.

- Organisasi akan memfasilitasi pemberdayaan wanita setempat dan pemuda.
  - Pengelolaan desa memberikan berkat untuk mendirikan sebuah organisasi homestay yang dioperasikan secara komersial tetapi semakin mantan.
- c) Database
- Homestay Operator Database Membangun database operator homestay yang berisi informasi seperti alamat rumah, nomor anggota keluarga dan bakat khusus, pengetahuan dan keterampilan.
  - Database Pengunjung
    1. Membuat reservasi dan sistem registrasi untuk menjaga catatan kedatangan tamu, negara asal dan lama tinggal, dll
    2. Database tamu akan juga mencatat komentar, keluhan, dan saran dari tamu.
  - Database Produk Melaksanakan dan pembaruan inventarisasi sumber daya wisata yang ada di desa dan daerah yang berdekatan/sekitarnya.
- d) Pembangunan kapasitas dan pelatihan
- Organisasi homestay akan menghasilkan manual sederhana dan pedoman yang meliputi aspek berikut:
    1. Menyambut dan melayani tamu.
    2. Pendaftaran, penagihan dan pembayaran.
    3. Kebersihan dan kebersihan.
    4. Keterampilan komunikasi.
    5. Perencanaan, mengorganisir dan menangani kegiatan.
    6. Pemasaran dan promosi.
    7. Keterampilan bercerita dan interpretas.
  - Program pelatihan dan modul harus menekankan 'tangan pada pendekatan' dan 'masyarakat pelatihan'.
- e) Kerjasama
- Homestay organisasi harus menetapkan smart kemitraan dengan:

1. Homestay dan lembaga swasta lainnya terutama tour operator dan hoteliers untuk mengembangkan paket dan meningkatkan kegiatan promosi.
2. Lembaga-lembaga publik seperti Organisasi Pariwisata internasional, nasional dan negara untuk meminta bantuan dalam hal pelatihan, pendanaan, pemasaran dan promosi dan saran teknis lainnya.
3. Organisasi non-pemerintah (LSM) untuk mengembangkan program-program bersama di lingkungan konservasi dan pelestarian budaya.
4. Universitas dan institusi pendidikan tinggi untuk mencari bantuan di nasihat teknis dan pelatihan.

## 5. Lokasi

### a) Aksesibilitas

- Lokasi homestay dapat diakses untuk setiap mode transportasi.
- Marka penunjuk arah diberikan untuk memandu para tamu ke homestay.

## 6. Kebersihan dan kerapian

### a) Rumah (dapur, Kamar tidur dan Toilet)

- Semua kamar, dapur dan toilet harus tetap bersih dan bebas dari kotoran, debu, jaring laba-laba dll
- Lantai dapur dibersihkan dan dipel secara teratur dan dijaga bebas dari noda dan tumpahan.
- Toilet, bak mandi akan dibersihkan secara teratur dan dijaga bebas dari kotoran, noda dll.
- Disinfektan dapat digunakan untuk menjaga toilet bersih dan bebas dari kuman.
- Sabun, sampo, toilet tissue dan handuk bersih harus disediakan oleh penyedia homestay.

### b) Lingkungan sekitar

- Lingkungan sekitar bebas sampah.

- Membasmi perkembangbiakan nyamuk (terutama Nyamuk Aedes) seperti drains tersumbat, dibuang kaleng, dll
- Dianjurkan untuk penyedia homestay dan penduduk lainnya untuk melaksanakan bersih desa dan lansekap menggunakan lokal tanaman yang dipelihara secara teratur.

c) Persiapan makanan

- Dapur harus dalam kondisi baik, bersih dan berventilasi baik
- Dapur harus dalam kondisi baik, bersih, dan disimpan di tempat yang kering.
- Piring, gelas dan cangkir, dll dalam keadaan tidak baik tidak boleh digunakan untuk melayani makan untuk tamu.
- Anggota keluarga yang terlibat dalam persiapan makanan harus baik kebersihan pribadi dan berpakaian.
- Daging, ayam, ikan dan bahan-bahan lain yang digunakan dalam persiapan makanan akan segar dan sebaiknya bersumber dari pemasok/pasar lokal.
- Makanan disajikan dalam keadaan baik dan tertutup.
- Tamu hanya akan disajikan air minum yang aman.

7. Kemananan dan pengamanan

a) Keselamatan pelatihan

- Personil keamanan akan menjalani pelatihan dasar pertolongan pertama dan penyelamatan darurat.

b) Fitur keamanan untuk fasilitas kegiatan

- Minimal 2 personil keamanan akan menemani tamu dan memastikan keselamatan dan keamanan selama kegiatan homestay.
- Setiap kegiatan berbasis air (seperti pelayaran sungai, air white arung jeram dll) harus menyediakan tamu dengan diakui oleh pihak yang berwenang pakaian/peralatan keselamatan sesuai dan memadai.
- Ada fasilitas fisik seperti pos yang memiliki fitur keamanan seperti pagar.

- Trails dan rute trekking akan ditandai dengan baik dan mudah dicapai.
- c) Briefing tentang aspek-aspek keselamatan
- Tamu diberitahu tentang aspek-aspek keselamatan sebelum mengambil bagian dalam setiap aktivitas homestay.
  - Menyediakan selebaran pada pedoman keselamatan dan tips untuk para tamu.
  - Tamu berpartisipasi dalam kegiatan eko-petualangan akan diminta untuk mendaftarkan nama mereka dan nomor kontak untuk merekam/pemantauan tujuan.
  - Merumuskan manual untuk prosedur keselamatan dan pedoman untuk digunakan sebagai Standard Operating Procedure (SOP).
- d) Penyelamatan darurat dan evakuasi
- Personil keamanan akan dilengkapi dengan pertolongan darurat pertama selama kegiatan.
  - Personel keamanan juga akan dilengkapi dengan peralatan komunikasi untuk alert kewenangan setiap bahaya yang akan datang atau jika tamu sakit atau cedera.
  - Dianjurkan bagi para tamu untuk memiliki asuransi sebagai bagian dari paket.
  - Mematuhi persyaratan keselamatan masing-masing negara.

## 8. Marketing dan promosi

- a) Darurat Rescue dan evakuasi promosi
- Mengidentifikasi dan pendekatan target pasar dan merancang perjalanan/paket sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.
  - Mengidentifikasi unik Jual proposisi (USP) desa untuk membedakan dari Homestay lainnya.
  - Membuat bahan promosi mis brosur, interpretatif papan, panel ke relay informasi tentang program homestay dan masyarakat.
  - Kerjasama dengan operator wisata dan pemerintah lokal untuk pemasaran

- b) Kemitraan dengan operator tur
  - Dianjurkan untuk mengatur familiarisasi perjalanan dan mengundang operator tur dan perusahaan pariwisata untuk mencicipi pengalaman homestay.
  - Dianjurkan untuk bekerja sama dengan operator tur terkemuka, kemungkinan mereka menjadi penasihat untuk organisasi homestay.
- c) Web marketing
  - Disarankan untuk mengembangkan situs web dan menggunakan jaringan media sosial untuk mempromosikan homestay dan menangani pemesanan online pemasaran web.
  - Dianjurkan untuk melibatkan pemuda desa untuk memelihara dan memperbarui media promosi online.

## 9. Prinsip berkelanjutan

- a) Ekonomi keberlanjutan
  - Pekerjaan
    1. Organisasi homestay sebaiknya merekrut dan mempekerjakan staf dari masyarakat setempat.
    2. Dianjurkan untuk mengalokasikan penyediaan insentif dan bonus kinerja terkait dengan baik dan/atau tingkat layanan untuk memotivasi staf.
    3. Dianjurkan untuk menyediakan keuangan mikro untuk layak penduduk setempat bagi mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan bisnis yang berhubungan dengan program homestay.
  - Pembelian
    1. Disarankan bahwa organisasi homestay membeli bahan dan produk dari usaha mikro lokal.
    2. Dianjurkan untuk meminta para tamu untuk membeli lokal membuat barang dan mengatur area penjualan kerajinan wilayah pusat umum homestay untuk menampilkan produk-produk lokal.
  - Mempromosikan produk lokal
    1. Festival lokal dan kunjungan ke pasar terdekat.

2. Menawarkan tamu kerajinan tradisional, makanan dan mengatur acara budaya dan pertunjukan.

b) Lingkungan keberlanjutan

- Batas dan mengurangi dampak fisik wisatawan khususnya pada lingkungan alam dan budaya yang sensitif.
- Mencegah partisipasi para tamu dalam kegiatan-kegiatan yang dapat mengeksploitasi lokal flora dan fauna.
- Mengadopsi dekat pantai, hutan, atau sungai dan mengatur sampah bersih dengan tamu.
- Mengembangkan kode perilaku (atau dos dan tidak boleh) untuk interaksi dengan satwa liar dan menyebarkan itu kepada para tamu.
- Memastikan masyarakat setempat dididik tentang pentingnya konservasi keanekaragaman hayati.
- Memastikan bahwa desain dan konstruksi fasilitas pariwisata dan layanan yang ramah.

c) Penerangan keberlanjutan

- Informasi sudut dan budaya menampilkan di pusat homestay dan area umum.
- Menginformasikan tamu mengenai kebutuhan untuk menghormati adat setempat dan tingkah laku yang pantas.
- Memastikan masyarakat setempat dididik tentang pentingnya melestarikan budaya mereka.

**e. Sistem Pelayanan Homestay**

Pada tata massa bangunan homestay memiliki system pelayanan yang terbagi menjadi 2 kelompok bagian yaitu sistem pelayanan bagian depan (front office) yang berhubungan secara langsung dengan aktivitas melayani pengunjung dan sistem pelayanan bagian belakang (back office) yang berperan untuk mendukung aktivitas pelayanan dari segi fasilitas pengunjung. Berikut adalah pembagian fungsi dari system pelayanan dari homestay berbasis hotel berbintang :

1. Front office, memiliki ruangan sebagai berikut :

a) Ruang registrasi

Ruang registrasi berada di area sekitar lobby. Pada hotel berbintang yang memiliki jumlah kamar 100 sampai dengan 200 kamar diperlukan 2 meja agar memudahkan pelayanan dan dapat dengan cepat melayani pengunjung.

b) Kasir

Kasir ditempatkan berhadapan dengan meja registrasi.

c) Ruang administrasi

Ruang administrasi diletakkan dengan lobby dan memiliki koneksi untuk dapat berhubungan langsung antara ruang administrasi dengan lobby. Pada hotel berbintang, di dalam ruang administrasi terdapat ruang manajer administrasi beserta ruang asistennya sedangkan ruang bagi resepsionis berada di antara lobby dan ruang manajer.

d) Lobby

Lobby adalah ruangan yang pada umumnya terletak dekat dengan pintu masuk utama yang digunakan untuk menerima tamu. Selain itu lobby juga digunakan sebagai ruang duduk-duduk atau semacam ruang tunggu yang disediakan bagi tamu untuk beristirahat dan bersantai sebelum atau setelah mendapatkan kamar.

e) Ruang Interaksi dengan induk semang

Ruangan ini adalah ruangan yang diberikan sebagai media berkomunikasi dan berkenala antara penyewa homestay dengan induk semang/petani yang merupakan lokal yang kemudian akan menjadi pembimbing pada ekowisata sawah dan mempelajari budaya setempat.

f) Guest room

Guest room adalah ruangan yang cukup vital atau penting dari berbagai ruangnya yang ada karena menyangkut rasa aman dan nyaman bagi penyewa homestay. Dalam proses penentuan rancangannya perlu mempertimbangkan beberapa hal seperti ; ukuran ruangan, tipe tempat tidur yang mengisi ruangan, control pencahayaan dan penghawaan pada ruangan dan lainnya.

2. Back office,

a) Fasilitas Laundry

Ruangan untuk fasilitas laundry tergantung dari aktivitas yang dilakukan di dalamnya. Pada hotel berbintang, ruangan ini memiliki ukuran yang cukup luas dan berfungsi untuk tempat mencuci sampai dengan setrika yang digunakan untuk melayani tamu juga sekaligus karyawan.

b) Fasilitas Kebersihan

Ruang ini berfungsi sebagai ruangan bagi kepala departemen dan ruang asisten. Selain itu ruangan ini juga dibuat gudang yang digunakan untuk menyimpan peralatan yang digunakan oleh cleaning service, ruang ganti, juga ruang untuk reparasi yang berupa menjahit kain sprei, sarung bantal dan gordena juga ruangan yang digunakan untuk mempersiapkan pelayanan tamu pada hotel/homestay.

c) Servis Makanan

Ruangan ini tidak memerlukan ruang yang terlalu luas karena makanan yang disiapkan selalu berganti berkelanjutan dan tidak bertahan lama di tempat tersebut.

d) Ruang Mekanikal

Ruang mekanikal adalah ruangan yang berfungsi untuk mengatur segala utilitas yang ada pada bangunan yang berisi peralatan untuk heating dan cooling yang berupa tank dan pompa untuk menjaga sistem operasi mekanikal pada bangunan secara keseluruhan.

**f. Kriteria Desa Wisata**

Suatu kawasan pedesaan dapat dikembangkan menjadi desa wisata apabila memiliki potensi dan faktor pendukung sebagai berikut (Dinas Pariwisata DIY, 2014):

1. Memiliki potensi yang unik dan khas serta mampu dikembangkan sebagai daya tarik/atraksi yang dapat menarik kunjungan wisatawan. Baik berupa sumber daya alam ataupun budaya. Potensi obyek dan daya tarik wisata merupakan modal dasar bagi pengembangan suatu kawasan pedesaan menjadi desa wisata. Potensi tersebut dapat berupa :

- a. Potensi fisik lingkungan alam (persawahan, perbukitan, bentang alam, tata lingkungan perkampungan yang unik dan khas, arsitektur bangunan yang unik dan khas, dsbnya).
  - b. Potensi kehidupan sosial budaya masyarakat (pola kehidupan keseharian masyarakat yang unik dan khas)
2. Memiliki adat istiadat dan tradisi budaya, seni kerajinan dan kesenian tradisional.
  3. Memiliki fasilitas pendukung, seperti akomodasi/penginapan, serta ruang khusus untuk wisatawan berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar.

**g. Kepuasan pengunjung**

Menurut Irawan (2003), seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value dari pemasok, produsen atau penyedia jasa, value ini berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa, bahkan pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan pelanggan lain, sehingga akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Lupiyoadi (2001) Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan biasa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu. Menurut Barnes (2003), kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan. Menurut Zeithaml dkk. (1998), Kepuasan terhadap mutu asuhan adalah persepsi pelanggan tentang mutu asuhan (performance) yang diberikan merupakan perbandingan antara harapan (expectation) sebelum dan sesudah mereka menerima asuhan yang sebenarnya kepuasan dapat terjadi apabila:

- a. Harapan terpenuhi maka mutu asuhan dirasakan memuaskan.
- b. Harapan tidak terpenuhi maka asuhan dinilai tidak memuaskan.
- c. Asuhan yang diberikan melebihi harapan maka mutu asuhan yang dirasakan sangat memuaskan.

Menurut Kotler dan Keller (2002), Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan

dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara hasil yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan berikut:

- a. Bila kinerja produk lebih buruk dari harapan, pelanggan akan merasa tidak puas.
- b. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas.
- c. Bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau gembira.

Menurut Ma'ruf (2005), cara mempertahankan pelanggan adalah menciptakan kesetiaan pelanggan dengan memberikan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan pesaing, sehingga akan tercipta pelanggan yang setia dan menguntungkan perusahaan, oleh sebab itu setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama keberhasilan mereka. Pelanggan yang merasa sangat puas akan menjadi pelanggan yang tetap dalam waktu yang panjang dan mereka tidak begitu peka terhadap harga, bukan hanya itu mereka akan menyampaikan rasa puas mereka terhadap perusahaan itu kepada orang lain, bayangkan saja kalau sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang buruk kepada pelanggan, maka bisa dipastikan bahwa pelanggan tersebut akan mencari perusahaan lain dan menjadi pelanggan perusahaan lain (pesaing) yang memberikan kepuasan pada pelanggan tersebut, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Suatu pelayanan dinilai dapat memuaskan pelanggan apabila dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, apalagi dengan banyaknya produk saingan, akan menyebabkan setiap perusahaan harus selalu meningkatkan pelayanannya. Menurut Lupiyoadi dkk. (2001), bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

- a. Kualitas produk Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- b. Kualitas pelayanan Terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- e. Biaya Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

**h. Perilaku Pengunjung**

Wisatawan memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam menyikapi pelayanan yang diberikan di suatu objek wisata antara lain sarana dan prasarana yang tersedia. Banyak manfaat yang diterima oleh pengelola objek wisata maupun pemerintah setempat apabila tercapainya tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi. Hal tersebut menyebabkan pengunjung akan kembali lagi mengunjungi objek wisata tersebut.

1. Perilaku pengunjung yang puas

Ada beberapa kemungkinan tindakan yang biasa dilakukan pengunjung apabila mereka merasa puas, yaitu :

- a. Pengunjung akan kembali lagi mengunjungi objek tersebut karena pengunjung merasa puas dengan layanan dan fasilitas yang tersedia di objek tersebut.
- b. Pengunjung akan memberitahu orang lain mengenai pengalaman baik terhadap objek yang dikunjungi, dengan tercapainya kepuasan pengunjung terhadap fasilitas yang diberikan oleh pengelola objek tersebut maka pengunjung akan menceritakannya pada orang lain tentang pengalamannya mendapatkan kepuasan terhadap fasilitas

yang ia dapatkan di objek tersebut. Dengan demikian semakin banyak wisatawan yang akan mengunjungi objek wisata tersebut.

Pengunjung yang puas terhadap suatu objek wisata biasanya akan kembali mengunjungi objek tersebut bila ada kesempatan, mereka akan senang menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Perilaku ini akan memberikan keuntungan bagi pemerintah setempat atau pengelola objek wisata untuk menambah pendapatan di suatu daerah objek wisata.

## 2. Perilaku pengunjung yang tidak puas

Pengunjung mengeluh karena tidak puas. Ia tidak puas karena harapannya tidak terpenuhi. Dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan tindakan yang bisa dilakukan pengunjung yaitu :

### a. Tidak melakukan apa-apa

Pengunjung yang tidak puas melakukan complain, tetapi mereka praktis tidak akan kembali lagi mengunjungi objek wisata tersebut.

### b. Ada beberapa factor yang mempengaruhi apakah seseorang pengunjung yang tidak puas akan melakukan complain atau tidak (Tjiptono,2006), yaitu:

1) Tingkat kepuasan pengunjung

2) Manfaat yang diperoleh

3) Pengetahuan dan pengalaman

4) Sikap pengunjung terhadap keluhan

5) Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi

6) Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain

## 2.2 Persepsi dan Preferensi Pengunjung Dalam Analisis Pariwisata

### 2.2.1 Persepsi

Menurut Robbins (2003) persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca pengindraan, kemudian dianalisa, diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna.

Persepsi memerlukan pertemuan nyata dengan suatu benda dan juga membutuhkan proses kognisi serta afeksi. Persepsi membantu individu untuk menggambarkan dan menjelaskan apa yang dilakukan oleh individu (Laksono dan

Mussadun, 2014). Persepsi merupakan proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Melalui persepsi inilah manusia terusmenerus mengadakan hubungan dengan lingkungan, hubungan ini dilakukan lewat indranya yaitu indra penglihatan, pendengaran, peraba, perasa, dan penciuman (Harahap, 2018).

Persepsi dalam dunia pariwisata merupakan pendapat atau cara pandang pengunjung dalam memahami suatu destinasi wisata. Pengunjung disetiap industri pariwisata memiliki kepribadian masing-masing sehingga dalam melihat fenomena yang ada pengunjung memiliki persepsi masing-masing atau berbeda. Persepsi pengunjung merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata (Kurniawati, 2015). Menurut Keliwar dan Nurcahyo (2015) keberagaman daya tarik wisata tersebut seharusnya menjadi faktor pendorong sekaligus penarik bagi pengunjung atau pengunjung untuk berkunjung menyaksikan keunikan-keunikan tersebut. Selain itu, upaya-upaya yang dilakukan untuk mengembangkan atau mengelola daya tarik menjadi lebih baik, ditunjang dengan penyediaan fasilitas pariwisata dan fasilitas penunjang bagi kebutuhan pengunjung selama berada di objek wisata, kemudahan aksesibilitas layak serta promosi yang tepat. Persepsi atau penilaian sangat menentukan laju perkembangan arus wisata yang akan datang ke suatu daerah atau tempat wisata (Rahlem dkk, 2017).

### **2.2.2 Preferensi**

Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab mendefinisikan preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas.

### **2.3 Objek Daya Tarik Wisata**

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 Bab III Pasal IV tentang kepariwisataan menjelaskan perbedaan antara objek dan daya tarik wisata adalah :

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
2. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.
3. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain.
4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi :
  - a. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.
  - b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti : kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat. Dan yang bersifat alamiah, seperti : keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya.

### **2.3.1 Pedoman Analisis Objek Daya Tarik Wisata**

Kriteria yang dipakai dalam penelitian ini sebagai dasar penilaian sebagai berikut:

- i. Daya tarik
- j. Aksesibilitas
- k. Sarana dan prasarana penunjang

Dari beberapa kriteria di atas, dari penelitiannya terdiri dari unsur dan sub unsur yang sangat berkaitan. Nilai dari masing-masing unsur dan sub unsur dapat berlainan, tergantung dari kondisi obyek yang dinilai, berdasarkan pada kriteria

yang telah ditentukan, adapun nilai/bobot tiap kriteria maupun nilai dari masing-masing kriteria diuraikan sebagai berikut:

#### **A. Daya Tarik**

Penilaian kriteria daya tarik kawasan obyek dibedakan menjadi 5 jenis yaitu obyek wisata berbentuk darat (kawasan hutan), taman laut, pantai, danau dan gua—gua alam. Bobot kriteria daya tarik perlu diberi angka tertinggi yaitu 6. hal ini mengingat daya tarik merupakan modal utama yang memungkinkan datangnya pengunjung. Unsur-unsur daya tarik berbentuk darat (kawasan hutan) meliputi:

1. Keindahan alam
2. Keunikan sumber daya alam
3. Banyaknya jenis sumber daya alam yang menonjol
4. Keutuhan sumber daya alam
5. Kepekaan sumber daya alam
6. Jenis kegiatan wisata
7. Kebersihan lokasi
8. Keamanan kawasan

Unsur daya tarik berbentuk taman laut meliputi:

1. Keindahan alam
2. Keanekaragaman jenis
3. Keunikan dan keindahan dalam laut
4. Keutuhan potensi
5. Kejernihan air
6. Banyaknya lokasi yang mempunyai kedalaman sama
7. Keindahan pandangan dan kenyamanan pantai
8. Kebersihan.

Unsur daya tarik berbentuk pantai meliputi:

1. Keindahan
2. Keselamatan/keamanan pantai
3. Jenis dan warna pasir
4. Variasi kegiatan
5. Kebersihan

6. Lebar pantai (diukur waktu surut terendah)
7. Kenyamanan.

Unsur daya tarik berbentuk danau meliputi:

1. Keindahan
2. Kekhasan lingkungan danau
3. Variasi kegiatan
4. Kebersihan
5. Kenyamanan
6. Keselamatan

Unsur daya tarik berbentuk gua alam meliputi:

1. Keunikan dan kelangkaan
2. Keaslian
3. Keindahan/keragaman
4. Keutuhan tata lingkungan
5. Kepekaan

#### **B. Aksesibilitas**

Bobot penilaian kriteria aksesibilitas adalah 5, karena merupakan faktor yang sangat penting dalam mendorong potensi pasar.

Unsur-unsur kriteria kadar aksesibilitas meliputi:

1. Kondisi jalan
2. Jarak dari pusat kota
3. Waktu tempuh dari pusat kota

#### **C. Sarana dan Prasarana Penunjang**

Peranan sarana dan prasarana penunjang untuk menunjang kemudahan dan kenikmatan pengunjung. Karena sifatnya sebagai penunjang dan pengadaannya tidak terlalu sulit maka diberi nilai bobot 3. Unsur yang terkandung dalam penilaian kriteria ini meliputi:

1. Kelengkapan sarana
2. Kelengkapan prasarana

## **2.4 GAP Analisis**

Analisis Gap (Gap Analysis) merupakan suatu metode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan (gap) antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut. Gap Analysis itu sendiri merupakan bagian dari metode IPA (Importance-Performance Analysis). Metode Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai quadrant analysis. Importance Performance Analysis digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi tentang faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitasnya, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu diperbaiki karena pada saat ini belum memuaskan. Gap (+) positif akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan, sedangkan apabila skor harapan lebih besar daripada skor persepsi akan diperoleh Gap (-) negatif. Semakin tinggi skor harapan dan semakin rendah skor persepsi, berarti gap semakin besar. Apabila total gap positif maka pelanggan dianggap sangat puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Sebaliknya bila tidak, gap adalah negatif, maka pelanggan kurang/tidak puas terhadap pelayanan. Semakin kecil gapnya semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik, akan mempunyai gap yang semakin kecil (Irawan, 2002).

Dalam Importance-Performance Analysis (Analisis Kepentingan Kinerja) ada 2 perhitungan dalam mencari gap analysis, yaitu:

### **1. Mencari Tingkat Kesesuaian**

Dalam metode ini pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan/konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi dengan skor yang diharapkan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut

mulai dari urutan yang sangat sesuai dengan tidak sesuai. Terdapat dua hal yang dapat terjadi dalam tingkat kesesuaian :

1. Apabila kinerja (persepsi) di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan tidak puas (Supranto, 2006).
2. Apabila kinerja (persepsi) sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas (Supranto, 2006) Kriteria penilaian tingkat kesesuaian pelanggan :
  1. Tingkat kesesuaian nasabah  $> 100\%$ , berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan adalah Pelayanan sangat memuaskan
  2. Tingkat kesesuaian nasabah  $= 100\%$ , berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan adalah Pelayanan telah memuaskan.
  3. Tingkat kesesuaian  $< 100\%$  berarti kualitas layanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan adalah Pelayanan belum memuaskan.Dalam tingkat kesesuaian  $< 100\%$  dapat dijelaskan lagi sebagai berikut :
  - a.  $0 - 32\%$  Sangat Tidak Puas
  - b.  $33 - 65\%$  Tidak Puas
  - c.  $66 - 99\%$  Kurang PuasRumus yang digunakan untuk menghitung tingkat kesesuaian adalah:

$$T_{ki} = \frac{\sum X_i}{\sum Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

$T_{ki}$  = Tingkat kesesuaian responden/pelanggan

$\sum X_i$  = Skor penilaian kinerja

$\sum Y_i$  = Skor penilaian harapan responden

Analisis kesesuaian dilakukan dengan menghitung tingkat kesesuaian terlebih dahulu, lalu menghitung nilai rata-rata harapan dan persepsi untuk masing-masing pernyataan (faktor). Faktor-faktor tersebut diperingkatkan

kemudian dikelompokkan menjadi empat bagian kuadran dalam diagram kartesius.

## 2. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) dimana X merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran.

Langkah pertama untuk analisis kuadran dalam diagram kartesius adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan/harapan dan kinerja untuk setiap atribut/ Pernyataan dengan rumus :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

Dimana:

T<sub>ki</sub> = Tingkat kesesuaian responden/pelanggan

$\sum X_i$  = Skor penilaian kinerja

$\sum Y_i$  = Skor penilaian harapan responden

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan/harapan dan kinerja untuk keseluruhan atribut/ Pernyataan dengan rumus :

$$\bar{\bar{X}}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n}$$

$$\bar{\bar{Y}}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n}$$

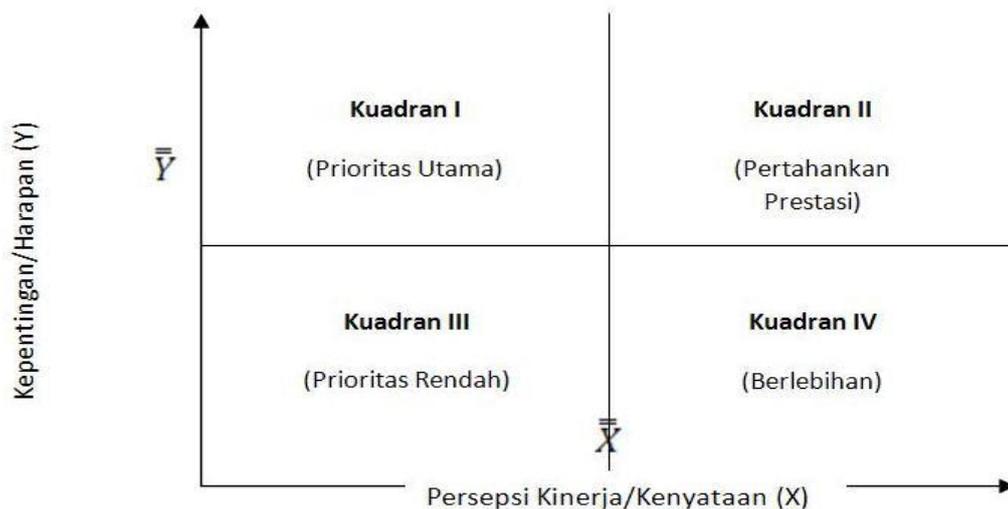
Dimana:

$\bar{\bar{X}}_i$  = Nilai rata-rata kinerja atribut/ Pernyataan

$\bar{Y}_I$  = Nilai rata-rata kepentingan atribut/pernyataan

n = jumlah atribut/pernyataan

Nilai  $\bar{X}$  ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ pernyataan kinerja (X) sedangkan nilai  $\bar{Y}$  memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ pernyataan kepentingan/harapan, setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut/ pernyataan serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut/ pernyataan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1



**Gambar 2.1 Diagram Kartesius**

Diagram ini terdiri atas empat kuadran (Supranto, 2001):

**a. Kuadran I (Prioritas Utama)**

Kuadran ini memuat atribut-atribut/pernyataan yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut-atribut/ pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari atribut/pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap atribut/pernyataan tersebut. Atribut-atribut/pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan.

**b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)**

Atribut-atribut/ Pernyataan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ pernyataan tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Dan wajib dipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap sangat penting/ diharapkan dan hasilnya sangat memuaskan.

**c. Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/ biasa saja. Maksudnya atribut-atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/ harapan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh pelanggan. Perbaikan terhadap atribut/ pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut/ pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut/ pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

**d. Kuadran IV (Berlebihan)**

Kuadran ini atribut-atribut/ pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pelanggan akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ pernyataan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting/ kurang diharapkan terhadap adanya atribut/ pernyataan tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.