

**TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP KUALITAS ATRIBUT TUJUAN
WISATA (*ATTRACTIONS, ACCESSIBILITY, AMENITIES, AVAILABLE PACKAGES,
ACTIVITIES, AND ANCILLARY SERVICES*) YANG DITAWARKAN DESA WISATA
PENTINGSARI KABUPATEN SLEMAN**

NASKAH PUBLIKASI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

HARMA USWATUL AIMAH

20140530134

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul

“Tanggapan Wisatawan Terhadap Kualitas Atribut Tujuan Wisata
(Attractions, Accessibility, Amenities, Available Packages, Activities, and
Ancillary Service) Yang Ditawarkan Desa Wisata Pentingsari



Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing



Aswad Ishak, S.IP., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan wisatawan terhadap kualitas atribut destinasi wisata yang terdiri dari komponen 6A (*Attractions, Accessibility, Available Packages, Activities, and Ancillary Service*). Penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Hasil analisis yang dilakukan, didapatkan bahwa tanggapan wisatawan terhadap atribut yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari dipersepsikan positif terhadap beberapa komponen atribut wisata yakni sebagai destinasi wisata alam dan wisata budaya (*attractions*), memiliki aksesibilitas yang mudah dijangkau dengan kondisi jalan yang baik, adanya penerang jalan, dan papan petunjuk jalan membantu wisatawan menuju lokasi (*accessibility*), memiliki fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan seperti akomodasi/penginapan, toilet umum, kebersihan lingkungan dan air bersih, serta lahan parkir (*amenities*), menyediakan paket perjalanan dengan biro wisata dan memberi layanan paket wisata yang sebanding dengan harga yang dibayarkan (*available packages*), memiliki suasana yang mendukung untuk beristirahat dan mempunyai aktivitas yang dapat memberi pengalaman langsung terkait eksplorasi alam, budaya, kuliner khas, dan bakti sosial (*activities*), adanya layanan tambahan yang memberi kemudahan jaringan telekomunikasi, memiliki pemandu yang ramah, informatif dan komunikatif (*available packages*). Kategorisasi aspek lain belum sepenuhnya dipersepsikan positif oleh wisatawan karena belum mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan seperti ketersediaan sarana transportasi umum, fasilitas toko cinderamata, dan layanan pusat informasi.

Kata kunci : *Persepsi, Wisatawan, Objek Wisata*

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the response attribute to the quality of tourist destinations tour which consists of component 6A (*Attractions, Accessibility, Available Packages, Activities, and Ancillary Service*). This research was conducted by the method of *purposive sampling*. The results of the analysis performed, the obtained that the responses of tourists against attributes offered tourist village Pentingsari are perceived positively against some of the component attribute as tourist destinations for nature tourism and cultural tourism (*attractions accessibility*), has an easily accessible with good road conditions, the lights of the road, and unmarked roads help tourists heading to the location (*accessibility*), has facilities that can meet the needs such as accommodation/lodging, public toilets, clean water and environmental hygiene, as well as parking area (*amenities*), providing a travel package with tour operators and give the service a tour package which is comparable with the price paid (*packages available*), have a support for rest and have activities that can provide the direct experience of related exploration of nature, culture, cuisine, and an act of social (*activities*), there is an extra service that provides ease of telecommunication networks, has guides are friendly, informative and communicative (*packages available*).

Keywords: *perception, tourist, tourist attractions*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman wisata dan budaya. Keanekaragaman tersebut dimiliki setiap daerah di Indonesia dan menjadi ciri dari daerah tersebut. Keanekaragaman wisata dan budaya yang ada menjadikan Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam bidang pariwisata. Pariwisata termasuk dalam salah satu sektor pendorong perekonomian bangsa, sebagaimana pernyataan IUOTO (International Union of Official Travel Organization) dalam Yoeti (1980:22) yang mengatakan:

“Tourism as a factor of economic development, role, and importance of international tourism, because tourism was not importance as a source foreign exchange, but also as a factor in the location of industry and in the development of areas in the natural resources”

Laporan kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2016 menyebutkan bahwa sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional sekaligus merupakan salah satu faktor yang sangat strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta devisa negara. Perkembangan capaian kinerja bidang kepariwisataan yang telah ditetapkan sebagai sektor unggulan dalam pembangunan perekonomian nasional

Indonesia pada tahun 2016 menunjukkan hasil yang positif. Tahun 2016 sektor pariwisata menciptakan devisa sebesar Rp176-184 triliun (prognosa), meningkat dari Rp144 triliun di tahun 2015 (<http://www.kemenpar.go.id> diakses pada 7 Juni 2018).

Menteri Pariwisata, Arief Yahya, mengatakan bahwa ada sembilan portofolio produk pariwisata Indonesia yang terbagi ke dalam tiga segmen yang dikembangkan yaitu *culture* atau budaya meliputi wisata warisan budaya dan sejarah, wisata belanja dan kuliner, serta wisata kota dan desa sebanyak 60%; *nature* atau alam meliputi wisata bahari, ekowisata, serta wisata petualangan sebanyak 35%; dan *manmade* atau buatan manusia meliputi wisata mice, wisata olahraga, serta wisata terintegrasi sebanyak 5%. Dari segmen *culture* sebanyak 60% itu, 20% di antaranya merupakan wisata warisan budaya dan sejarah. Kemudian 45% di antaranya adalah wisata kuliner dan sisanya 35% wisata kota atau desa (www.viva.co.id diakses pada 7 Juni 2018).

Salah satu pengembangan sektor pariwisata desa yang saat ini marak dan diminati oleh masyarakat adalah model pengembangan pariwisata dengan prinsip desa wisata. Indonesia memiliki 74.745 desa yang tersebar di seluruh wilayah tanah air. Dari jumlah desa tersebut, sebanyak 1.902 berpotensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata

sebagai daya tarik wisatawan (www.beritasatu.com diakses pada 7 Juni 2018). Program desa wisata yang dibentuk pemerintah secara langsung telah mampu melibatkan masyarakat dalam aktivitas pariwisata. Desa wisata memberikan kebebasan bagi masyarakat untuk mengelola kampung halamannya sesuai dengan keautentikan desa. Hal tersebut sesuai dengan Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan Pasal 4 (a,b,c,d,e,f,) yang menyatakan bahwa pariwisata bertujuan untuk

meningkatkan pertumbuhan ekonomi; meningkatkan kesejahteraan rakyat; menghapus kemiskinan; mengatasi pengangguran; melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; memajukan kebudayaan (<http://www.kemenpar.go.id> diakses pada 7 Juni 2018).

Adanya kepedulian bersama antara pemerintah serta pihak terkait dalam pengembangan desa wisata dirasa mampu merangsang perekonomian masyarakat. Presiden Joko Widodo juga menambahkan bahwa desa wisata dapat membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan. Hal ini sesuai dengan tulisan salah satu agenda prioritas Jokowi-Jk dalam programnya yang disebut Nawa Cita (www.nasional.kompas.com diakses pada 7 Juni 2018).

Pembangunan pariwisata pedesaan diharapkan menjadi suatu model pembangunan pariwisata berkelanjutan

sesuai dengan kebijakan pemerintah di bidang pariwisata. Pariwisata pedesaan tentunya berbeda dengan pariwisata perkotaan, baik dalam hal objek, lokasi, fungsi, skala, maupun karakternya. Hal ini tentunya membawa konsekuensi terhadap perencanaan dan pengembangannya. Aspek-aspek seperti peranan desa wisata dalam spesialisasi lokasi, ketersediaan atraksi, dan fasilitas harus mendapatkan perhatian dalam pengembangan desa-desa wisata yang diharapkan mampu mendukung diversifikasi perdesaan.

Desa wisata adalah bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Kajian Pengembangan Desa Wisata DIY, 2014 : 15). Desa wisata menawarkan kehidupan pedesaan yang masih memiliki sejumlah tradisi sehingga wisatawan dapat mempelajari kebudayaan masyarakat setempat. Menurut Heddy Shri Ahimsa pada Seminar Desa Wisata di Pusat Studi Pariwisata UGM, wisatawan berminat pada kehidupan sehari-hari, hal-hal yang unik dan bisa mendapatkan pengalaman baru yang berbeda (www.ugm.ac.id/id/news diakses pada 7 Juni 2018).

Direktur Pusat Kajian Pariwisata Universitas Andalas Padang, Sari Lenggogeni, mengatakan bahwa selain menawarkan atraksi sebagai daya tarik wisatawan, kearifan lokal juga harus

ditonjolkan dalam pengembangan desa wisata. Untuk mengetahui dan menggali potensi tersebut, pengembang harus memahami strategi indentifikasi destinasi wisata untuk memilih keunikan yang terkuat untuk ditonjolkan. Sebagai contoh untuk mengidentifikasi dapat digunakan pancaindra salah satunya melalui indra perasa dengan makanan khas unggulan yang disajikan kepada wisatawan. Indra pendengaran berkaitan dengan musik tradisional yang dapat ditampilkan dan dinikmati pengunjung (www.harnas.co diakses pada 7 Juni 2018).

Salah satu provinsi di Indonesia yang memperhatikan pengembangan konsep desa wisata adalah Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki lebih dari seratus desa wisata. Hal ini juga terlihat dari Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta yang sejak tahun 2017 sedang mempercepat realisasi program pengembangan destinasi wisata, termasuk di dalamnya pengembangan desa wisata yang didanai dengan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah 2017. Percepatan pengembangan destinasi wisata itu bertujuan untuk mendukung pencapaian visi Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) DIY Tahun 2025 yang menargetkan DIY sebagai tujuan wisata terkemuka di Asia Tenggara (www.republika.co.id diakses pada 7 Juni 2018). Kabupaten Sleman merupakan salah satu daerah yang sukses dalam pengembangan desa wisata. Kabupaten

Sleman juga menjadi daerah yang memiliki desa wisata terbanyak di DIY. Dengan luas wilayah 574,82 km², Kabupaten Sleman sangat berpotensi untuk pengembangan desa wisata.

Sejak sekitar tahun 2005, banyak bermunculan desa wisata baru di Sleman yang mengandalkan potensi suasana pedesaan, seperti hamparan sawah, dan rumah yang sederhana dengan segala kehidupan berciri agraris. Saat ini pengalaman berwisata di desa wisata yang ditawarkan sangat beragam, mulai hanya berkunjung untuk waktu lebih singkat dan mempelajari budaya lokal sampai kesempatan untuk mengalami budaya hidup orang-orang pedesaan dengan tinggal bersama dalam satu rumah sebagai salah satu anggota keluarga selama beberapa hari. Hingga tahun 2018, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mengidentifikasi bahwa terdapat sebanyak tiga puluh satu desa wisata dengan kategori, sembilan desa wisata mandiri, dua belas desa wisata berkembang, dan sepuluh desa wisata tumbuh, serta terbagi atas tujuh jenis wisata, yaitu wisata budaya, wisata pertanian, wisata agro, wisata pendidikan, wisata fauna, wisata kerajinan, dan wisata lereng merapi. Potensi yang berbeda-beda dari ke tujuh jenis wisata tersebut dapat menjadi keunggulan tersendiri bagi pariwisata di Sleman. Fokus objek yang ditawarkan pada kelompok tersebut menyangkut potensi fisik (alam) dan potensi budaya

(pariwisata.slemankab.go.id diakses pada 5 Januari 2018).

Pemerintah Kabupaten Sleman saat ini tengah memprioritaskan pertumbuhan desa wisata. Setidaknya terdapat sepuluh desa wisata untuk menyambut gelaran Jambore Internasional 2018 yang akan dilaksanakan pada bulan November. Sepuluh desa wisata tersebut di antaranya, Desa Pentingsari, Desa Tanjung, dan Desa Brayut. Hal tersebut diungkapkan Kepala Seksi Peningkatan Kapasitas SDM dan Kelembagaan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, Hariman Yudo Raharjo (jogja.tribunnews.com diakses pada 7 Juni 2018).

Desa Wisata Pentingsari merupakan salah satu pelopor desa wisata di Yogyakarta. Desa Pentingsari diresmikan menjadi desa wisata pada tahun 2008 dengan menggunakan konsep pariwisata berkelanjutan sebagai dasar pembentukannya dan menawarkan wisata alam serta wisata budaya sebagai daya tarik utamanya. Secara geografis, Desa Wisata Pentingsari berada di Umbulharjo, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta. Desa tersebut terletak kurang lebih 20 km dari kota Yogyakarta arah lereng Gunung Merapi dan berada lebih dekat dengan kawasan Kaliurang. Lokasi Desa Wisata Pentingsari yang agak terisolasi inilah yang membentuk suasana pedesaan dengan wisata alam yang sangat terasa. Desa ini dikelilingi berbagai macam tanaman buah

seperti avokad, durian, salak, dan tanaman coklat. Daerah ini berupa dataran tinggi berbentuk linier sehingga pola permukimannya pun tersebar secara linier. Lokasinya yang khas ini pun membentuk hubungan masyarakat yang erat dan akrab satu dengan lainnya.

Desa Wisata Pentingsari digunakan sebagai tempat bagi wisatawan yang ingin istirahat sejenak dari kesibukan sehari-hari. Di sini wisatawan dapat melakukan banyak hal yang bisa merileksasi pikiran dan raga dengan suasana pedesaan yang masih asri, udara khas lereng Merapi yang sejuk, dan kearifan lokal masih terasa kental. Wisatawan tidak hanya dapat bermalam, juga dapat mengikuti berbagai aktivitas dan berbaur dengan penduduk sekitar, seperti membajak sawah, menuai padi, memancing, kursus singkat menari Jawa, belajar karawitan, kreasi janur, dan di waktu tertentu, wisatawan juga akan diajak mengikuti kenduri atau syukuran desa. Jika datang bersama rombongan, Desa Wisata Pentingsari juga menyediakan fasilitas *outbond* dan sepak bola lumpur. Desa Wisata Pentingsari juga memiliki Joglo Herbal, yaitu joglo yang dikhususkan untuk konsultasi pengobatan herbal. Tidak hanya itu saja, wisatawan juga dapat mengunjungi berbagai objek wisata yang ada di sekitar kawasan Desa Pentingsari. Beberapa tempat yang bisa dikunjungi antara lain Kaliurang dan Kali Kuning dengan pemandangan *landscape* Merapi, Pancuran Sendangsari, Batu

Luweng yang menjadi saksi perjuangan Pangeran Diponegoro melawan Belanda, Watu Gendong, Watu Payung serta masih banyak lainnya.

Aktivitas-aktivitas tersebut merupakan hasil dari partisipasi masyarakat langsung yang menjadi modal untuk menghambat masuknya investor dalam pengelolaan objek wisata sehingga pihak luar yang dapat terlibat di dalamnya hanya jasa wisata yang lebih berfungsi sebagai agen pemasaran. Keterlibatan masyarakat itu juga membuat Desa Wisata Pentingsari menjadi rujukan pengelolaan wisata berbasis masyarakat.

Hingga pada tahun 2017 jumlah wisatawan Desa Wisata Pentingsari mengalami penurunan. Hal ini tentu perlu adanya pengembangan desa wisata untuk dapat lebih meningkatkan dan memenuhi standar objek wisata agar mampu bersaing dengan objek wisata lainnya, khususnya dengan karakteristik yang sama.

Dalam rangka memenuhi standar objek wisata, pihak pengelola dapat melakukan evaluasi terhadap pengunjung terkait dengan kualitas atribut daerah tujuan wisata. Hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Zabkar (2010) di negara Slovenia membuktikan bahwa atribut-atribut tujuan wisata mempengaruhi persepsi terhadap kualitas yang ditawarkan daerah tujuan wisata. Jika persepsi wisatawan terhadap kualitas atribut tersebut positif, maka akan berpengaruh

positif pula terhadap tanggapan dan juga kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, Desa Wisata Pentingsari juga harus memperhatikan kualitas komponen atribut daerah tujuan wisata. Dann dalam (Parwesti 2014 : 5) menambahkan bahwa ada hubungan yang jelas antara faktor pendorong dan faktor penarik orang melakukan kegiatan berwisata. Faktor pendorong adalah motivasi, keinginan, kebutuhan, dan persepsi yang mempengaruhi wisatawan, sedangkan faktor penarik adalah atribut destinasi. Faktor pendorong wisatawan merupakan faktor yang berasal dari diri individu sendiri, sedangkan faktor penarik berasal dari penyedia daerah tujuan wisata. Oleh karena itu, sebagai penyedia daerah tujuan wisata Desa Wisata Pentingsari perlu mengkaji kualitas atribut yang ditawarkan kepada wisatawan.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu: “ Bagaimana tanggapan wisatawan terhadap kualitas atribut tujuan wisata (*attractions, accessibility, amenities, available packages, activities and ancillary services*) yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman ?”

KAJIAN PUSTAKA

1. Pariwisata

Dalam Panduan Desa Wisata Hijau (2016:2), pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (UU No.26 tahun 2007). Pariwisata merupakan suatu aktivitas perjalanan dengan berbagai alasan selain mencari pekerjaan ditempat yang dituju. Selama perjalanan tersebut, apapun pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan merupakan produk pariwisata.

Smith & Deppa dalam Abdullah (2017:92) menyatakan bahwa produk pariwisata ini sangat luas. Secara umum definisi produk wisata mencakup seperangkat atribut lingkungan yang didefinisikan dalam batas-batas wilayah tertentu. Produk pariwisata ini merupakan kunci untuk menarik wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi wisata. Atribut didefinisikan sebagai dimensi-dimensi atau elemen-elemen yang membentuk suatu kriteria penilaian untuk mengevaluasi pengalaman mengkonsumsi, meskipun pengalaman tersebut sempit atau luas. Suwanto (2004:49) menambahkan atribut wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak dia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah

dipilihnya dan kembali ke rumah di mana dia berangkat semula.

Buhalis dalam Zabkar (2009:538) menjelaskan bahwa daerah tujuan wisata harus didukung dengan enam komponen atribut utama atau dikenal dengan istilah "6A" (*Attractions, Accessibility, Amenities, Available packages, Activities and Ancillary services*). Komponen ini merupakan pengembangan lebih lanjut dari kerangka pengelompokan atribut tujuan wisata. Oleh Cooper, et al.(1993) dikenal dengan istilah "4A" (*Attractions, Accessibility, Amenities, and Ancillary services*) . Enam komponen utama tersebut yaitu :

1. *Attraction* atau atraksi

Atraksi adalah objek atau daya tarik wisata yang dimiliki oleh suatu lokasi. Atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga, yaitu potensi alam, wisata budaya, dan wisata buatan. Seperti pada undang-undang nomor 10 tahun 2009 megatakan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai, yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan manusia.

2. *Accessibility* atau aksesibilitas

Aksesibilitas adalah faktor yang sangat penting karena merupakan sarana yang dapat digunakan oleh seorang wisatawan untuk mencapai daerah tempat objek wisata berada. Aksesibilitas memberikan kemudahan bagi wisatawan

untuk mencapai objek wisata yang dituju, meliputi kondisi jalan yang baik, kemudahan transportasi umum disekitar objek wisata, jarak yang mudah dijangkau, ketersediaan arus listrik atau lampu penerang jalan, serta adanya papan penunjuk jalan menuju objek wisata.

3. *Amenities* atau fasilitas

Amenities merupakan fasilitas-fasilitas yang menunjang kegiatan pariwisata di daerah tujuan wisata seperti akomodasi atau usaha penginapan, restoran atau usaha makanan dan minuman, serta fasilitas umum seperti toilet, toko oleh-oleh, dan lainnya.

4. *Available packages* atau paket yang tersedia

Available packages berkaitan dengan berbagai paket yang sudah sebelumnya telah diatur oleh penyedia layanan atau perantara. Paket-paket tersebut dapat berupa paket menginap selama dua hari satu malam dengan mendapat fasilitas dan kegiatan penunjang seperti latihan menari, menanam padi, dan lain sebagainya.

5. *Activities* atau aktivitas

Aktivitas berkaitan dengan semua aktivitas yang tersedia di sebuah daerah tujuan wisata dan apa yang bisa dilakukan wisatawan selama waktu berkunjung. Aktivitas ini meliputi segala kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan terhadap atraksi-atraksi yang ditawarkan oleh daerah tujuan wisata maupun aktivitas yang hanya sekedar melihat-lihat.

6. *Ancillary service* atau pelayanan tambahan

Ancillary service merupakan layanan sekunder yang mendukung fasilitas dan merupakan fasilitas yang penting untuk keberhasilan operasi semua bisnis pariwisata. Pelayanan tambahan dapat menunjang kegiatan pariwisata seperti adanya kelompok sadar wisata atau lembaga swasta untuk mengelola pengembangan wisata di suatu daerah tujuan wisata, adanya TIC (*Tourist Information Center*) yang memberikan informasi kepada wisatawan baik berupa brosur, buku, peta, dan lain sebagainya serta adanya pemandu wisata yang kompeten dibidangnya dan menguasai objek wisata dimana dia bekerja.

2. Wisatawan

Dalam suatu pariwisata tentu ada istilah wisatawan. Wisatawan merupakan unsur utama dalam pariwisata. Wisatawan adalah seorang atau kelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata sementara waktu dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi akan tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memnuhi keinginan yang beranekaragam Yoeti dalam (Kete, 2012 :24). Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan wisata, suatu

perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk keperluan tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi untuk sementara waktu. IUOTO (*The International Union of Official Travel Organization*) menggunakan batasan mengenai wisatawan secara umum, yakni jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi disebut wisatawan (*tourist*) sedangkan apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi dengan kurang waktu dari 24 jam, mereka disebut pelancong (*excursionist*). (Suwanto, 1997 :4). Dalam penulisan ini definisi wisatawan adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan serta kunjungannya.

3. Desa Wisata

Dalam buku panduan desa wisata hijau (2016:2), desa wisata merupakan suatu daerah tujuan wisata atau disebut pula destinasi pariwisata yang mengintegrasikan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (UU No. 10 tahun 2009).

Desa wisata biasanya berupa kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus yaitu layak untuk

menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, sumber daya alam dan lingkungan alam masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor penting dari sebuah kawasan desa wisata.

4. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, menafsirkan stimuli ke dalam sebuah makna. Kotler dalam (Effendi, 2016 :12) menjelaskan persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.

Sebuah persepsi diawali dengan kehadiran realitas. Persepsi akan muncul manakala sudah terjadi proses penginderaan terlebih dahulu (sensasi). Stimulus akan diberi makna oleh individu dengan mengikutsertakan latar belakang pengalaman individu, motif, sikap, kepribadian, kebiasaan, dan sebagainya.

Penelitian O'Leary and Deegan dalam (Hanna & Rowley, 2013 : 475) menyatakan bahwa penciptaan atau pemberian makna suatu tempat dapat dipahami melalui beberapa sumber seperti

pengalaman dari teman dan keluarga, tempat itu sendiri, didapatkan dari kegiatan marketing dan promosi atau melalui pengalaman pribadi yang didapat melalui kegiatan-kegiatan yang diterima dari tempat tersebut.

Dalam pariwisata, persepsi merupakan salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi bentuk perilaku konsumen terhadap permintaan pariwisata, persepsi menggambarkan bagaimana individu-individu mengambil keputusan atau membuat pilihan dari dua alternatif atau lebih, dan bagaimana kualitas pilihan terakhir. .

Persepsi wisatawan merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata. Mengenai apa yang diminati, diinginkan, dan diharapkan oleh wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata menjadi penting dalam kaitan dengan evaluasi pemasaran objek wisata.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini akan menelaah tentang bagaimana persepsi wisatawan terhadap kualitas yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman.

Kaitan antara konteks dan pengalaman individu penting dalam penelitian kualitatif. Lamont (Nusa Putra, 2013:71) menjelaskan bahwa penelitian

kualitatif adalah untuk mengumpulkan data yang detail mengenai pengalaman dari seseorang pada konteks sosial, yang mana penelitian survei konvensional tidak dapat menyediakannya.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Wardiyanta (2006:32) menyatakan observasi adalah cara mengumpulkan data berlandaskan pada pengamatan langsung terhadap gejala fisik objek penelitian. . Observasi ini dilakukan oleh peneliti dengan mengamati langsung segala hal yang berkaitan dengan atribut-atribut tujuan wisata yakni segala hal yang berkaitan dengan *attractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (fasilitas), *available packages* (paket yang tersedia), *activities* (aktivitas) and *ancillary services* (pelayanan tambahan).

b. Wawancara

Menurut Esterberg dalam (Sugiyono, 2005:73) Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.

Wawancara dilakukan untuk melihat gambaran secara mendalam mengenai persepsi wisatawan.

c. Studi Dokumentasi

Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari

seseorang. (Sugiyono, 2005 : 82) Studi dokumentasi bertujuan mencari data berupa catatan, majalah, artikel, dan dokumentasi-dokumentasi lain. Studi dokumen ini digunakan peneliti dalam mencari informasi tambahan terkait permasalahan peneliti yang banyak diperoleh dari berita, artikel, data statistika, laporan dan lain sebagainya.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis Miles and Huberman dalam (Sugiyono, 2005:91) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Teknik analisis ini meliputi, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Persepsi Wisatawan Terhadap

Attractions (Atraksi)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada wisatawan Desa Wisata Pentingsari menyebutkan bahwa tanggapan mengenai atraksi yang dimiliki Desa Wisata Pentingsari dipersepsikan positif sebagai destinasi wisata alam melalui pemandangan dan suasana alamnya, dan juga sebagai wisata budaya melalui keberagaman budaya yang dimiliki seperti budaya kesenian, kerajinan, dan budaya masyarakat.

Persepsi Wisatawan Terhadap

Accesibility (Aksesibilitas)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada wisatawan Desa Wisata Pentingsari menyebutkan bahwa tanggapan mengenai atribut aksesibilitas yang dimiliki Desa Wisata Pentingsari dipersepsikan positif memiliki aksesibilitas yang baik dan mudah dijangkau dengan kondisi jalan yang baik, adanya aliran arus listrik sebagai penerang jalan, adanya papan petunjuk jalan yang membantu wisatawan menuju dan pada saat di area lokasi desa. Namun terdapat kategorisasi yang belum dipersepsikan positif dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan seperti ketersediaan sarana transportasi umum.

Persepsi Wisatawan Terhadap

Amenities (Fasilitas Umum)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada wisatawan Desa Wisata Pentingsari menyebutkan bahwa tanggapan mengenai atribut aksesibilitas yang dimiliki Desa Wisata Pentingsari dipersepsikan positif memiliki fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan seperti akomodasi/penginapan, toilet umum, kebersihan lingkungan dan air bersih, serta lahan parkir. Namun terdapat kategorisasi yang belum dipersepsikan positif dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan seperti ketersediaan toko cinderamata.

Persepsi Wisatawan Terhadap *Available Packages (Paket Yang Disediakan)*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada wisatawan Desa Wisata Pentingsari menyebutkan bahwa tanggapan mengenai atribut aksesibilitas yang dimiliki Desa Wisata Pentingsari dipersepsikan positif menyediakan paket perjalanan dengan biro wisata dan memberi layanan paket wisata yang sebanding dengan harga yang dibayarkan

Persepsi Wisatawan Terhadap *Activities* (Aktivitas)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada wisatawan Desa Wisata Pentingsari menyebutkan bahwa tanggapan mengenai atribut aksesibilitas yang dimiliki Desa Wisata Pentingsari dipersepsikan positif memiliki suasana yang mendukung untuk beristirahat dan mempunyai aktivitas yang dapat memberi pengalaman langsung terkait eksplorasi alam, budaya, kuliner khas, dan bakti sosial

Persepsi Wisatawan Terhadap *Ancillary Services* (Pelayanan Tambahan)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada wisatawan Desa Wisata Pentingsari menyebutkan bahwa tanggapan mengenai atribut aksesibilitas yang dimiliki Desa Wisata Pentingsari dipersepsikan positif memiliki layanan tambahan yang memberi kemudahan jaringan telekomunikasi, memiliki pemandu yang ramah, informatif dan komunikatif. Namun terdapat kategorisasi yang belum dipersepsikan

positif dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan seperti layanan pusat informasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada wisatawan Desa Wisata Pentingsari tentang kualitas atribut yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari (*attractions, accessibility, amenities, available packages, activities and ancillary services*) maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yang dituangkan ke dalam bentuk kalimat yang lebih singkat untuk memperoleh gambaran keseluruhan.

Desa Wisata Pentingsari dinilai telah memenuhi komponen atribut wisata yang terbagi dalam enam komponen yakni *attractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (fasilitas), *available packages* (paket yang disediakan), *activities* (aktivitas) and *ancillary services* (pelayanan tambahan). Keenam komponen atribut wisata tersebut membentuk persepsi positif pada wisatawan sehingga secara tidak langsung dapat berpotensi mempengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan, menumbuhkan kepuasan serta loyalitas wisatawan terhadap Desa Wisata Pentingsari.

Selain berpotensi dapat meningkatkan kunjungan, menumbuhkan kualitas serta loyalitas wisatawan, persepsi positif wisatawan Desa Wisata Pentingsari juga

membentuk *image* Desa Wisata Pentingsari sebagai destinasi wisata alam dan wisata budaya yang berbasis *edukasi*, sehingga apabila hal tersebut dapat dikembangkan oleh pengelola Desa Wisata Pentingsari dapat terbentuk *place branding* atau sebuah identitas merek tempat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti merekomendasikan beberapa saran sebagai masukan bagi Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Memberikan peningkatan kualitas atribut wisata yang dinilai kurang oleh wisatawan seperti pada komponen penambahan lampu penerang jalan, transportasi umum, dan papan petunjuk jalan. Untuk itu diharapkan perlu diadakannya koordinasi yang intensif antara pengelola Desa Wisata Pentingsari dan dinas pemerintah terkait pengelolaan yang lebih optimal.

Memberi penambahan dan inovasi pada atraksi wisata alam dan budaya yang dimiliki Desa Wisata Pentingsari agar wisatawan yang berkunjung lebih dari satu kali tidak merasa bosan dan tertarik untuk datang kembali.

Memaksimalkan pengelolaan fasilitas seperti toko cinderamata dan Pusat Layanan Informasi serta perbaikan dan perawatan fasilitas umum seperti toilet, joglo, serta lahan parkir untuk lebih

meningkatkan kualitas atribut wisata Desa Wisata Pentingsari.

Memaksimalkan penggunaan media internet yang dimiliki Desa Wisata Pentingsari seperti penambahan konten website yang lebih edukatif dan informatif serta penggunaan Instagram yang lebih interaktif dalam mempromosikan Desa Wisata Pentingsari

Memaksimalkan penggunaan website dan Instagram dalam memasarkan dan mempromosikan produk olahan Desa Wisata Pentingsari seperti kopi, kripik singkong, jamur, tanaman herbal dan lain sebagainya agar produk olahan tersebut dapat dinikmati masyarakat luas yang belum sempat berkunjung ke Desa Wisata Pentingsari serta dapat memberikan tambahan pemasukan pada saat minim pengunjung.

Membentuk strategi branding dari *brand image* wisatawan yang telah dipersepsikan mengenai Desa Wisata Pentingsari.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprillia, R.J. Poluan, & Dwight (2016). *Persepsi Dan Sikap Wisatawan Terhadap Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang Di Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa*. Jurnal Unsrat. Vol 3. No 1.
- Effendi, Usman (2016). *Psikologi Konsumen : Aspek Psikologi Pada Keputusan Pembelian*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Hanna, S., & Rowley, J. (2013), *Place brand practitioners' perspectives on the management and evaluation of the*

- brand experience. Journal of Place Branding and Public Diplomacy*, Voll 84, Iss 4, 473-493.
- Hapsari, N.R, dkk (2014) *Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Volume 3, Nomor 4, (249-259).
- Ismayanti (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : Grasindo.
- Kevin Ko (2016). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Di Warung Bebek Kebbut Surabaya*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Vol 4, No 2 hal 17-25.
- Martina, Oka, & Sofia (2017). *Persepsi Dan Motivasi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Jembong Di Kabupaten Buleleng*. Jurnal IPTA. Vol 5. 2.
- Mukiroh, HP. Diah Setiyorini (2012). *Pengaruh Faktor-Faktor Penarik Kepariwisataaan Wisata Asla Malaysia Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Pekanbaru*. *Tourism and Hospitality Essential Journal*. Vol II no 1.
- Mulyana, Deddy (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif :Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- _____ (2005). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung :Remaja Rosdakarya.
- Mayasari, W.M & Budiarmo, A (2017). *Pengaruh Atribut Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang*.Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No1.
- Ningtyas, S.A dkk (2018). *Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut (Word Of Mouth) Dan Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Niat Memilih Bimbingan Belajar Ganessa Operation Di Kabupaten Boyolali Tahun 2017*. Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi FKIP UNS. Vol 3 hal 2.
- Nuyanti, Wiendhu (1993). *Concept, Perspective and Challenge*, Makalah Bagian dari Laporan Konferensi Internasional Mengenai Pariwisata Budaya. UGM : Yogyakarta.
- Suciati (2015). *Psikologi Komunikasi : Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam*. Litera : Yogyakarta.
- Sugiyono (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Surya, C.R. Kate (2012). *Pengelolaan Ekowisata Berbasis Goa: Wisata Alam Goa Pindul*. CV. Budi Utama : Yogyakarta.
- Suryadi, Bambang (2015). *Generasi y: karakteristik, masalah, dan peran konselor*. Seminar dan Workshop Internasional MALINDO 4 di Bali, 22-23 Mei 2015. Diselenggarakan oleh Asosiasi Bimbingan dan Konseling Indonesia (ABKIN).
- Suwantoro, Gamal (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. CV Andi : Yogyakarta.
- Taufiq Abdullah (2017). *Penilaian Wisatawan akan Atribut Pariwisata di Kota Batu*. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. 7, No. 2, 92.
- Walgito, Bimo (2005). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi : Yogyakarta.

- Wardhani, U.E, dkk (2008). *Usaha Jasa Pariwisata Jilid I*. Klaten : PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Wardiyanta (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. CV Andi : Yogyakarta.
- Wiradipoetra, F.A & Brahmanto (2016). *Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung*.
ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp
ISSN: 2355-6587, e-ISSN: 2528-2220.
Vol. III No. 2.
- Yoeti, Oka A (1980). *Pemasaran Pariwisata*. Angkasa : Bandung.
- Yohana, Cahya (2016). *Identifikasi Aspek Sumber Daya Manusia Pariwisata Subsektor Perhotelan Di Tangerang Berdasarkan Persepsi Wisatawan Generasi Milenial*. Conference on Management and Behavioral Studies. SSN no: 2541-3400 hal 112.
- Zabkar, Vesna, Brencic, Maja Makovec & Dmitrovic Tanja (2010). *Modeling Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Behavioural Intentions At The Destination Level*. *Tourism Management*. Vol 31. 537-546.