

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 Kepariwisataan 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 pedesaan.

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 perdesaan 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 Dipenogoro 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. Bahkan oleh organisasi pariwisata dunia PBB atau UNWTO, Desa Wisata Pentingsari ditunjuk sebagai salah satu *pilot*

project program Community Based Tourism dan Sustainable Tourism Development (www.thejakartapost.com diakses pada 8 Juni 2018).

Desa Wisata Pentingsari juga dianugerahi beberapa penghargaan tingkat nasional dan tingkat internasional, di antaranya:

1. Juara 1 lomba Desa Wisata se-Propinsi DIY (2009);
2. Tourist Provide Boutique for Village oleh Harian Jakarta Globe sebagai salah satu desa wisata penerima program nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) mandiri pariwisata (2010);
3. Appreciation as Best Practise of Tourism Ethics at Local Level dari World Committee on Tourism Ethics-United Nations World Tourism Organization (WCTE-UNWTO) (2011);
4. Cipta Award dari Kemenparekraf (September 2012);
5. Pendamping Pemberdayaan Masyarakat untuk Desa Wisata Terbaik Nasional dari Kementrian Koordinator Kesejahteraan Rakyat (Desember 2012);
6. Indonesia Sustainable Tourism Award 2017 kategori Green Bronze (2017).

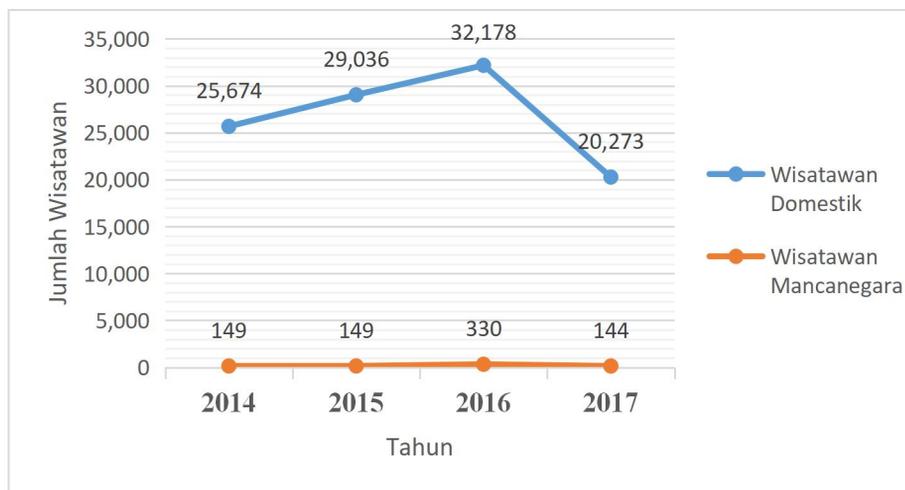
Saat ini, dengan banyaknya desa-desa wisata yang mulai bermunculan dan menunjukkan perkembangannya, Desa Wisata Pentingsari harus mampu mempertahankan dan meningkatkan prestasi-prestasi yang didapatkan agar dapat bersaing dengan desa wisata lainnya. Yoeti (1980:72) mengungkapkan bahwa untuk mengembangkan suatu daerah tujuan wisata harus ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain:

1. Harus mampu bersaing dengan objek wisata yang ada dan serupa dengan objek wisata di tempat lain;

2. Harus tetap, tidak berubah dan tidak berpindah-pindah kecuali bidang pembangunan dan pengembangan;
3. Harus memiliki sarana dan prasarana yang memadai serta mempunyai ciri-ciri khas tersendiri;
4. Harus menarik, dalam pengertian secara umum (bukan pengertian dari subjektif) dan sadar wisata masyarakat setempat.

Salah satu data objektif yang dapat mengukur keberhasilan daerah tujuan wisata yakni melalui data jumlah kunjungan wisatawan, seperti yang ditampilkan pada Gambar 1 di bawah ini.

Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Desa Wisata Pentingsari Tahun 2014 -2017



Sumber : Data Dinas Pariwisata Sleman

Gambar di atas menggambarkan bahwa setiap tahunnya mulai dari tahun 2014 hingga 2016, wisatawan Desa Wisata Pentingsari mengalami kenaikan. Namun 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.

B. 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 ?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tanggapan wisatawan terhadap kualitas atribut tujuan wisata (*attractions, accessibility, amenities, available packages, activities and ancillary services*) yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini, diharapkan mampu memberikan kontribusi, bahan informasi, serta menjadi salah satu referensi baru terkait penelitian analisis persepsi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada pihak pengelola objek wisata Desa Wisata Pentingsari terkait persepsi wisatawan terhadap kualitas objek wisata dan dapat dijadikan tolak ukur untuk kemajuan objek wisata Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman.

E. Kerangka Teori / Kajian Teori

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. Keseluruhannya ditawarkan oleh berbagai industri yang terkait dengan kegiatan perjalanan tersebut. Pariwisata merupakan suatu pengalaman yang terbentuk dari banyak komponen yang sifatnya *tangible* dan *intangible*. 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. Dalam buku Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (2011: 13) atraksi dapat berupa pertunjukan kesenian, rekreasi, atau penyajian suatu paket kebudayaan lokal yang khas dan dilestarikan. Atraksi juga dapat berupa keseluruhan aktivitas keseharian penduduk setempat beserta *setting* fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti belajar tari, bahasa, membatik, memainkan alat musik tradisional, membajak sawah, menanam padi, melihat kegiatan budaya masyarakat setempat, dan lain-lain. Atraksi merupakan komponen yang sangat vital. Oleh karena itu suatu tempat wisata tersebut harus memiliki keunikan yang bisa menarik wisatawan.

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. Pengertian aksesibilitas menurut Wardhani (2008:20) adalah kemudahan untuk dikunjungi dan memiliki jalan yang dapat dilalui kendaraan, lokasi wisata yang layak, aman, nyaman, dan dapat dijangkau atau ditempuh oleh wisatawan secara individu maupun rombongan dan adanya sarana penunjang transportasi seperti kelayakan dan kenyamanan jalan menuju lokasi.

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. Muljadi dalam (Mayasari, 2017:3) mengatakan fasilitas dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata disuatu daerah tujuan wisata. Tersedianya berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan akan membuat wisatawan merasa nyaman sehingga akan semakin banyak wisatawan yang berkunjung.

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.

Wardiyanta (2006:50) menyebutkan bahwa untuk memahami fenomena pariwisata, perlu mengetahui perilaku individu - psikologi wisatawan dan potensi wisatawan. Pengembangan dan pengujian model yang dapat menjelaskan sebab dan akibat perilaku seorang wisatawan atau alasan seorang wisatawan menentukan suatu pilihan dalam berwisata merupakan sebuah hasil penelitian pariwisata yang penting. Informasi tersebut sangat membantu pengembang pariwisata dalam upayanya mengembangkan produk wisata sesuai potensi yang dimiliki daerah tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan.

Pada dasarnya, dalam melaksanakan perjalanan wisata, wisatawan melakukan interaksi dengan orang lain dan juga dengan institusi sosial lain. Interaksi ini berdampak pada terjadinya perubahan masyarakat, baik secara politik, ekonomi, sosial maupun budaya. Peneliti pariwisata perlu memahami berbagai perubahan yang terjadi dimasyarakat seperti akan hal tersebut.

Pariwisata dapat disoroti dari bermacam sudut pandang karena memiliki sifat kompleks. Kompleksitas yang terkandung dalam pariwisata antara lain pariwisata sebagai pengalaman manusia, pariwisata sebagai perilaku sosial, pariwisata sebagai fenomena geografis, pariwisata sebagai sumber daya, pariwisata sebagai bisnis, dan pariwisata sebagai industri (Kuntowijoyo dalam Wardiyanta, 2006 : 50), seperti halnya pariwisata sebagai fenomena geografis. Kegiatan pariwisata berpengaruh atau bergantung pada ciri khas yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata, baik mengenai masyarakatnya maupun daerahnya. Sebagaimana diketahui bahwa setiap daerah memiliki ciri masing-masing sehingga pengembang pariwisata akan memasarkan atau menonjolkan hal tersebut sebagai daya tarik wisatawan.

Suatu daerah yang menjadi DTW (daerah tujuan wisata) yang baik agar objek tersebut dapat diminati pengunjung, harus memiliki 3 (tiga) kriteria, yaitu :

1. *Something to see*, adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain objek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di objek tersebut.

2. *Something to do*, adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax yang berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan yang khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.
3. *Something to buy*, adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja, yang pada umumnya adalah ciri khas atau *icon* dari daerah tersebut, sehingga dapat dijadikan sebagai oleh-oleh. (Yoeti, 1980;71).

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.

2.1 Karakteristik Wisatawan

Wisatawan dalam berwisata memiliki sifat unik yang dapat dilihat dari berbagai pendekatan Kotler dan Cooper dalam (Ismayanti, 2010:41) diantaranya:

1. Karakteristik wisatawan berdasarkan psikografi

Dalam psikografi wisatawan dipilah-pilah berdasarkan kepribadian individu, gaya hidup dan kelas sosial.

2. Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek sosio-ekonomi

Klasifikasi wisatawan dibedakan berdasarkan demografi yaitu berdasarkan usia, latar belakang dan siklus keluarga.

a. Usia

Sifat wisatawan erat berkait dengan umur karena berdampak pada kegiatan wisata yang dilakukan. Penggolongan usia wisatawan dapat dibagi menjadi enam generasi. Kebutuhan dan keinginan wisatawan berubah seiring dengan perubahan usia.

Pertama, kelompok kanak-kanak (*babyboomlet*). Kelompok ini berusia 0 sampai 9 tahun terdiri atas berbagai kategori yaitu bayi atau bawah satu tahun, batita atau bawah lima tahun dan anak- anak atau enam sampai

Sembilan tahun. Kelompok ini tidak memiliki daya beli. Namun ia memiliki pengaruh terhadap orang tua dalam memilih tempat wisata.

Kedua, kelompok remaja (*babybuster*) berusia antara 9-16 tahun dan sering dianggap usia tanggung karena ia ingin dianggap dewasa tetapi secara mental masih kekanak-kanakan. Wisatawan dari kelompok ini cenderung melakukan perjalanan grup. Anggotanya memiliki minat dan hobi yang sama.

Ketiga, kelompok anak muda (*late babyboomer*), pada kelompok ini berusia di atas 17 tahun. Ia lebih dewasa dibandingkan dengan kelompok remaja dan sudah mulai lebih banyak berpikir dengan logika dari pada emosi. Kelompok ini aktif dan energik sehingga pilihan kegiatan wisata harus bisa menyalurkan energi dan kemampuannya.

Keempat, kelompok dewasa, pada kelompok dewasa berusia sekitar 24 hingga 50 tahun. Ia sudah memiliki pekerjaan tetap dan masuk dalam usia produktif sehingga kesempatan wisata merupakan hal yang langka dan ditunggu. Perencanaan perjalanan harus dilakukan karena berkaitan dengan waktu cuti dan pendanaan.

Kelima, kelompok setengah baya (*worldwar babies*), wisatawan setengah baya adalah wisatawan dewasa yang sangat mapan dan memiliki ciri-ciri ia mempunyai pendapatan yang cukup tinggi namun waktu wisata yang terbatas, umumnya masih memiliki kondisi fisik yang baik sehingga mampu melakukan kegiatan yang berpetualang, dalam pemilihan fasilitas dan pelayanan ia mempunyai preferensi sendiri-sendiri, minat terhadap alam

dan budaya, dalam pembuatan keputusan liburan banyak faktor yang harus dipertimbangkan.

Keenam, kelompok senior, istilah senior menggambarkan ia berumur 50 tahun keatas. Beberapa diantaranya ia masih aktif bekerja atau sering disebut lanjut usia tetapi sebagian besar sudah memasuki masa pensiun. Wisatawan ini umumnya kurang menyukai kegiatan di luar ruangan dan memilih kegiatan didalam ruangan.

b. Latar belakang pendidikan

Latar belakang pendidikan erat kaitannya dengan preferensi dalam pemilihan kegiatan wisata tersendiri. Wisatawan yang berpendidikan rendah biasanya, seperti: memiliki kemampuan dan pendapatan yang rendah sehingga ia cenderung mempunyai keterbatasan dalam pemilihan kegiatan wisata, bersifat pasif dan pasrah terhadap pelayanan dan fasilitas yang disediakan, cenderung tidak fleksibel terhadap pilihan daerah wisata dan lebih tidak mampu menagani permasalahan yang tidak diharapkan, dan jarang membangun hubungan dengan masyarakat setempat karena ia cenderung memiliki kemampuan sosial yang rendah.

c. Pendapatan

Pendapatan seseorang secara umum berkaitan dengan pendidikan, pekerjaan dan usia dengan kata lain, ia yang berpenghasilan tinggi cenderung memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, dengan jenis pekerjaan yang tetap dan usia tertentu. Pengaruh pendapatan terhadap pola wisat sangat erat terutama berkaitan dengan waktu yang tersedia untuk berwisata.

d. Jenis Kelamin

Wisata menjadi kegiatan yang didominasi oleh kaum laki-laki tetapi seiring isu kesetaraan gender wisatawan wanita pun menunjukkan perkembangan yang menggembirakan.

e. Siklus Keluarga

Konsep siklus keluarga sebenarnya menggambarkan tahapan kehidupan seseorang dalam pengaruhnya terhadap ciri-ciri wisatawan. Siklus ini memberikan peluang kegiatan wisata yang beragam. Wisatawan lajang cenderung lebih banyak melakukan kegiatan wisata diluar rumah daripada wisatawan yang sudah berkeluarga. Siklus kehidupan seseorang wisatawan menurut kotler (2006:206), Kasali (2005:159), Cooper et.al.(1998:44) dan Mill (1992:82) dalam Ismayanti (2010:64) terdiri dari:

Pertama, masa kanak-kanak. Pada masa ini keputusan perjalanan tidak dilakukan sendiri melainkan melibatkan pihak ketiga misalnya orang tua dan guru.. Kedua, masa remaja. Wisatawan pada masa ini muda, lajang, bebas, senang bersosialisasi dengan mencari identitas diri. Ketiga, masa perkawinan. Pasangan baru menggambarkan mulainya krisis tahap awal karena memasuki tahap kehidupan seseorang dipenuhi dengan berbagai kegiatan dan masalah.

3. Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek geografi.

Wisatawan dibedakan berdasarkan geografi atau wilayah asal kedatangan daerah asal wisatawan merupakan aspek penting dalam memahami karakteristik

wisatawan karena hal tersebut berkaitan dengan kebudayaan, nilai, sikap, kepercayaan, dan sistem.

4. Karakteristik berdasarkan pola perjalanan.

Wisatawan memiliki ciri yang unik ketika ia akan melakukan perjalanan wisata dan dapat dibedakan berdasarkan manfaat perjalanan, tingkat loyalitas dan fasilitas yang digunakan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata sehingga wisatawan mendapatkan pelayanan yang baik.

Adapun karakteristik seseorang dapat dilihat melalui pendekatan usia generasi seperti yang dikemukakan Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall dalam (Shahreza, 2017:39) bahwa dalam teori generasi (*Generation Theory*) dibedakan dalam lima generasi manusia berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu: (1) Generasi *Baby Boomer*, lahir 1946-1964; (2) Generasi X, lahir 1965-1980; (3) Generasi Y, lahir 1981-1998, sering disebut generasi *millennial*; (4) Generasi Z, lahir 1999-2012 (disebut juga *iGeneration*, *GenerasiNet*, *Generasi Internet*). DAN (5) Generasi Alpha, lahir 2013-2025. Kelima generasi tersebut memiliki perbedaan pertumbuhan kembangan kepribadian.

1. Generasi *Baby Boomer (BB)* yang lahir 1946-1964 adalah generasi dengan pribadi yang bertanggung jawab. Sejak kecil generasi ini sudah diberi tanggung jawab seperti menjaga adik, memasak air, membersihkan rumah dan lain sebagainya. Hasilnya, generasi ini selalu bekerja dengan penuh tanggung jawab.
2. Generasi X (*Gen-X*), kelahiran 1965-1980 adalah generasi yang dipandang memiliki kepribadian kerja keras, patuh pada orang tua, menghargai senior,

memiliki jiwa sosial, tidak boros, pantang menyerah. Dilihat dari tahun kelahirannya, generasi ini memiliki orang tua yang termasuk Generasi BB. Pola mendidik anak pun masih ada kesamaan dengan generasi BB, yaitu dengan disiplin yang keras. Dengan didikan demikian, anak-anak mereka pun memiliki sikap tanggung jawab. Carn dalam (Avianti, 2017:97) menyebutkan generasi X menghasilkan volume kerja yang tinggi dan memiliki komitmen yang kuat pada pekerjaan mereka, dengan motto bekerja adalah “Work to Live” atau “Bekerja untuk Hidup” sehingga generasi X memiliki tingkat stress tinggi tetapi lebih disebabkan karena kesibukan kerja. Latar belakang tersebut menyebabkan kelompok generasi X senang dengan kehidupan dan lingkungan yang damai dan aman. Saat ada kesempatan berwisata memunculkan motif berlibur untuk istirahat menghilangkan penat, selain untuk mengikuti sebuah acara instansi/perusahaan, dan motif untuk mengetahui sebuah budaya. Perbedaan motif inilah menjadi salah satu faktor yang membentuk tanggapan atau persepsi wisatawan mengenai Desa Wisata Pentingsari.

3. Generasi Y (Gen-Y) atau Generasi Milenial lahir 1981-1998 adalah generasi yang keadaan ekonomi orang tuanya sudah lebih baik. Kedua orang tua bekerja di luar rumah. Gunarsa dan Gunarsa dalam (Yohana, 2016:115) menjelaskan karakteristik wisatawan generasi milenial dapat dilihat sesuai karekteristik remaja yakni, *Diversely motivated* artinya giat, berpetualang, membangun budaya, dapat beraktivitas baik sendiri maupun kelompok dan *Sports Oriented* senang kegiatan mengandung olahraga, fasilitas home

video. William, dkk dalam (Suryadi, 2015:2) menambahkan bahwa diantara sifat positif generasi milenial adalah rasa memiliki terhadap komunitas yang kuat, baik dalam konteks lokal maupun global, percaya diri dan toleran, sedangkan diantara sifat negatif generasi milenial adalah sikap narsis.

4. Generasi Z (Gen Z) adalah generasi yang lahir 1999-2012 disebut juga iGeneration, Generasi Net, Generasi Internet. Orang tuanya adalah generasi X dan Y. Karakteristik yang dimiliki generasi Z hampir sama dengan Generasi Y.
5. Generasi Alpha (Gen-A) adalah generasi yang lahir 2013-2025 dan sekarang masih berusia anak-anak. Generasi Alpha memiliki orang tua dari generasi Z, yang pola hidupnya sudah dipengaruhi oleh kemajuan teknologi (gadget). Pengasuhan dibantu oleh asisten Rumah Tangga. Dampaknya, terbentuklah anak-anak kerap kali harus minta dibantu, hampir tidak pernah mendapat latihan tanggung jawab. Pribadi Generasi Alpha terbentuk menjadi anak manja, daya juang kurang, cepat menyerah.

2.2 Motif-Motif Dalam Wisata

Setyobroto (1989:24) menjelaskan motif adalah sumber penggerak dan pendorong tingkah laku individu untuk memenuhi kebutuhan dalam mencapai tujuan tertentu. Motif sebagai sebuah alasan untuk menyebabkan seseorang berbuat sesuatu. Semua tingkah laku seseorang pada dasarnya mempunyai motif. Motif-motif ini dapat bekerja secara sadar dan juga tidak sadar dalam diri manusia.

Para wisatawan pun mempunyai motif untuk mengadakan perjalanan wisata. Motif-motif wisata dibagi menjadi empat kelompok (McIntosh dalam Yoeti, 2008 : 10) :

1. Motif fisik

Motif ini berhubungan dengan kebutuhan badaniah/fisik seperti olahraga, istirahat, kesehatan, dan sebagainya.

2. Motif budaya

Motif ini adalah sifat dari wisatawan, bahwa mereka ingin mempelajari atau memahami tata cara dan kebudayaan bangsa atau daerah lain seperti kebiasaan, kehidupan sehari-hari, musik, tarian, dan sebagainya.

3. Motif interpersonal

Motif ini terlahir dari keinginan wisatawan untuk bertemu dengan keluarga, teman, tetangga, atau orang-orang tertentu seperti artis atau tokoh politik.

4. Motif status atau prestise

Motif ini didasari atas anggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat/daerah lain melebihi sesamanya yang tidak pernah bepergian akan menaikkan gengsi bahkan statusnya.

2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan

Dann dalam (Parwesti,2014:5) menjelaskan permintaan pariwisata dipengaruhi oleh faktor penarik dan pendorong. Faktor pendorong menggambarkan bagaimana seseorang wisatawan didorong oleh berbagai macam motivasi, keinginan, kebutuhan, dan persepsi yang berkaitan erat dengan pengambilan keputusan untuk berpergian. Wisatawan membuat keputusan

bertindak didasari saat melakukan kunjungan di tempat asal maupun saat memilih lokasi wisata dan semuanya didasari oleh bagaimana wisatawan memandang suatu masalah atau kebutuhan dan bagaimana motivasi dan persepsi yang muncul dalam dirinya. Sedangkan faktor penarik adalah atribut wisata.

Weaver & Lowton dalam Mukiroh (2012: 272) menambahkan bahwasanya faktor penarik menjelaskan bagaimana wisatawan tertarik dengan sebuah destinasi. Faktor penarik sebagai sesuatu kekuatan yang dapat membantu untuk merangsang sebuah produk wisata dengan menarik konsumen kepada suatu destinasi tertentu. Faktor yang termasuk dalam faktor penarik adalah:

1. Aksesibilitas

Sarana dan infrastruktur yang baik seperti transportasi, telepon umum, ketertiban jalan raya, trotoar untuk pejalan kaki dan lain-lain dapat menjadi faktor penarik utama bagi wisatawan dalam memilih negara destinasi.

2. Ketersediaan jasa atau *service*.

Kesuksesan suatu produk pariwisata seringkali bergantung pada ketersediaan atas fasilitas-fasilitas jasa, seperti akomodasi, makanan dan minuman, *travel agency*, Souvenir, iklan media masa dan lain-lain.

3. Budaya

Berdasarkan Mc Intosh, salah satu dari empat motivasi berpergian adalah budaya, yang berarti keinginan untuk memperoleh keinginan untuk memperoleh pengetahuan negara atau daerah lain, seperti musik, seni, tari, cerita rakyat dan agama.

4. Stabilitas politik dan keamanan

Stabilitas politik dan keamanan suatu daerah atau negara merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan negara destinasi.

5. Ketersediaannya atraksi

Kemampuan suatu destinasi untuk menarik konsumen bergantung oleh beberapa faktor, seperti kualitas, kuantitas, keanekaragaman, keunikan dari suatu atraksi atau hiburan. Ketersediaan suatu atraksi merupakan bagian yang vital untuk menciptakan permintaan pariwisata karena atraksi-atraksi adalah suatu produk yang di jual kepada pengunjung.

Penelitian terhadap wisatawan menjadi kebutuhan utama yang tidak dapat dikesampingkan. Penelitian terhadap wisatawan sebagai komponen pariwisata dapat dilakukan dengan penelitian terhadap aspek psikologis wisatawan meliputi permasalahan tentang pemahaman persepsi, perilaku, sikap wisatawan terhadap kegiatan maupun pengembangan pariwisata. Sebagaimana diketahui, berkembangnya kegiatan pariwisata terkait dengan seberapa besar tingkat pemahaman dan penerimaan wisatawan terhadap pariwisata. Wardiyanta (2010:56) mengatakan, ada korelasi positif antara tingkat pemahaman terhadap pariwisata dengan intensitas kegiatan pariwisata. Pemahaman seseorang terhadap pariwisata ini juga akan mempengaruhi sikap mereka terhadap pariwisata. Semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap pariwisata, akan semakin sadar pula seseorang mengenai pentingnya pariwisata dalam kehidupannya dan akan semakin sering orang itu melaksanakan kegiatan.

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.

Selain berbagai keunikan tersebut, kawasan desa wisata juga dipersyaratkan memiliki komponen lain sebagai kawasan tujuan wisata. Menurut Nuryanti (1993 :2-3), terdapat tiga konsep utama dalam komponen desa wisata, yaitu :

1. Akomodasi

Sebagian dari tempat tinggal pada penduduk setempat dan unit-unit berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk.

2. Atraksi

Seluruh kehidupan penduduk setempat beserta *setting* fisik lokasi desa yang memungkinkan berinteraksinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti kursus tari, bahasa, dan lain-lain yang spesifik.

3. Keindahan alam, keunikan desa wisata itu sendiri.

Pemandangan alam atau suasana yang dimiliki desa wisata tersebut yang berbeda dari desa wisata lainnya.

3.1 Tipologi desa wisata di Indonesia

Tipologi desa wisata didasarkan atas karakteristik sumber daya dan keunikan yang dimilikinya. Dapat dikelompokkan dalam empat kategori :

1. Desa wisata berbasis sumber daya budaya lokal (adat tradisi kehidupan masyarakat, artefak budaya, dsb) sebagai daya tarik wisata utama. Yaitu wilayah pedesaan dengan keunikan berbagai unsur adat tradisi dan kekhasan kehidupan keseharian masyarakat yang melekat sebagai bentuk budaya masyarakat pedesaan, baik terkait aktivitas mata pencaharian, religi maupun bentuk aktifitas lainnya.
2. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam sebagai daya tarik utama (pegunungan, agro/perkebunan dan pertanian, pesisir-pantai, dan sebagainya). Yaitu wilayah pedesaan dengan keunikan lokasi yang berbeda di daerah pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau, dan berbagai bentuk bentang alam yang unik lainnya, sehingga desa tersebut memiliki potensi keindahan view dan *landscape* yang menarik kunjungan wisatawan. Desa Wisata Pentingsari menjadi salah satu desa yang masuk dalam tipologi ini.
3. Desa wisata berbasis perpaduan keunikan sumber daya budaya dan alam sebagai daya tarik utama. Yaitu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan daya tarik yang merupakan perpaduan yang kuat antara keunikan sumber

daya budaya (adat, tradisi, dan pola kehidupan masyarakat) dan sumber daya wisata alam (keindahan bentang alam/*landscape*).

4. Desa wisata berbasis keunikan aktifitas, ekonomi kreatif (industri kerajinan, dan sebagainya) sebagai daya tarik wisata utama. Yaitu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan dan daya tarik sebagai tujuan wisata melalui keunikan aktifitas ekonomi kreatif yang tumbuh dan berkembang dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan maupun aktivitas kesenian yang khas (Laporan akhir kajian pengembangan desa wisata DIY, 2014 : 2-5).

Kriteria desa wisata yang dapat menjadi acuan lain dalam menentukan tipologi desa wisata yaitu :

1. Atraksi wisata

Semua yang mencakup alam, budaya, dan hasil ciptaan manusia. Atraksi yang dipilih adalah yang paling menarik dan atraktif di desa.

2. Jarak Tempuh

Jarak tempuh dari kawasan wisata terutama tempat tinggal wisatawan dan juga jarak tempuh dari ibukota provinsi dan jarak dari ibukota kabupaten.

3. Besaran Desa

Menyangkut masalah-masalah jumlah rumah, jumlah penduduk, karakteristik dan luas wilayah desa. Kriteria ini berkaitan dengan daya dukung kepariwisataan pada suatu desa.

4. Sistem kepercayaan dan kemasyarakatan

Merupakan aspek penting mengingat adanya aturan-aturan yang khusus pada komunitas sebuah desa. Perlu dipertimbangkan adanya agama yang menjadi mayoritas dan sistem kemasyarakatan yang ada.

5. Ketersediaan infrastruktur

Meliputi fasilitas dan pelayanan transportasi, fasilitas listrik, air bersih, drainase, telpon dan sebagainya.

Masing-masing kriteria di atas digunakan untuk melihat karakteristik utama suatu desa untuk kemudian menentukan apakah suatu desa akan menjadi desa dengan tipe berhenti sejenak, *tipe on day trip* atau tipe tinggal inap. (Laporan akhir kajian pengembangan desa wisata DIY, 2014 : 2-7)

3.2 Perkembangan desa wisata

Berdasarkan tingkat perkembangannya, desa wisata dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Desa Wisata Embrio: desa yang mempunyai potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata dan sudah mulai ada gerakan masyarakat/desa untuk mengelolanya menjadi desa wisata;
2. Desa Wisata Berkembang: desa wisata embrio yang sudah dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa, sudah ada swadaya masyarakat/desa untuk pengelolaannya, sudah mulai melaksanakan promosi dan sudah ada wisatawan yang mulai tertarik untuk berkunjung; dan
3. Desa Wisata Maju: desa wisata yang sudah berkembang dengan adanya kunjungan wisatawan secara kontinu dan dikelola secara profesional dengan terbentuknya forum pengelola, seperti Koperasi/Badan Usaha Milik Desa

(BUMdes), selanjutnya disebut BUMdes, serta sudah mampu melakukan promosi dan pemasaran dengan baik.

Untuk dapat dikategorikan sebagai desa wisata harus memenuhi beberapa syarat utama sebagai berikut:

1. Memiliki persyaratan sebagai sebuah destinasi pariwisata sebagaimana diatur dalam UU No. 10 tahun 2009;
2. Kegiatan pariwisata berbasis pada sumber daya perdesaan;
3. Kegiatan melibatkan partisipasi aktif wisatawan dalam kehidupan perdesaan;
4. Lebih berorientasi pada kegiatan rekreasi luar ruang (*outdoor recreation*);
5. Sebesar-besarnya mendayagunakan sumber daya manusia lokal;
6. Memberikan penghargaan besar pada budaya dan kearifan lokal;
7. Menyediakan akses yang memadai baik akses menuju ke destinasi lain maupun internal di dalam desa wisata itu sendiri;
8. Memiliki komunitas yang peduli pada pariwisata.

4. Persepsi

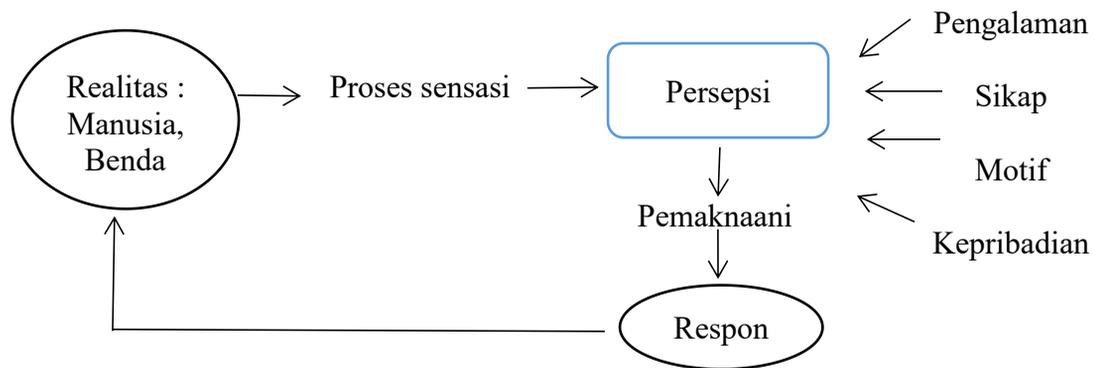
Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, menafsirkan stimuli ke dalam sebuah makna. Kotler dalam (Effendi, 2016 :12) menjelaskan persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Sedangkan Mangkunegara dalam (Effendi, 2016 :12) berpendapat bahwa persepsi adalah suatu proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan. Dalam hal ini persepsi mencakup penafsiran objek, penerimaan stimulus (input), pengorganisasian

stimulus, dan penafsiran terhadap stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara memengaruhi perilaku dan pembentukan sikap. Adapun Robbins dalam Effendi (2016:13) mendeskripsikan persepsi dalam kaitannya dengan lingkungan yaitu sebagai proses dimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka.

Dua individu menerima stimuli yang sama dalam kondisi nyata yang sama, tetapi tidak selalu sama antara individu satu dengan individu lainnya memilih, mengatur, dan menafsirkannya. Hal ini berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai, dan harapan setiap individu tersebut. Bimo Walgito dalam (Effendi, 2016 :12) mengemukakan bahwa persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai satu kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi, serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus. Individu dalam hubungannya dengan dunia luar selalu melakukan pengamatan untuk dapat mengartikan rangsangan yang diterima dan alat indra dipergunakan sebagai penghubung antara individu dengan dunia luar.

Berdasarkan definisi tentang persepsi, maka dapat digambarkan sebuah bagan yang dapat menjelaskan bagaimana hubungan persepsi dengan realitas (Suciati, 2015 :87)

Gambar 2. Siklus Persepsi



Dari gambar diatas, menjelaskan bahwa 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. Adapun permintaan pariwisata dipengaruhi oleh faktor penarik dan pendorong. Faktor pendorong menggambarkan bagaimana seseorang turis

didorong oleh berbagai macam motivasi dan persepsi yang berkaitan erat dengan pengambilan keputusan untuk berpergian. Sedangkan faktor penarik menjelaskan bagaimana wisatawan tertarik dengan sebuah destinasi, Weaver & Lowton dalam Setiyorini (2012: 272). Kedua faktor tersebut saling berkaitan, dengan demikian pemasar atau pengelola daerah tujuan wisata perlu memahami pula persepsi wisatawan terhadap faktor-faktor penarik di suatu destinasi karena pada dasarnya persepsi pengunjung adalah penilaian atau pandangan terhadap sesuatu. Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapat persepsi positif. Persepsi ini merupakan pendapat atau cara pandang pengunjung maupun wisatawan dalam memahami suatu destinasi wisata. Dalam industri pariwisata setiap wisatawan memiliki kepribadian masing-masing, sehingga melihat fenomena yang ada mereka memiliki persepsi masing-masing.

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.

4.1 Faktor-faktor Yang Berperan Dalam Persepsi

Menurut Bimo Walgito (2005 :70) faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor :

1. Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor.

Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat

datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

2. Alat indera, syaraf, dan susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.

3. Perhatian

Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok akan berbeda sekalipun dalam situasi yang sama. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi terjadi dalam diri individu, namun juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuan.

4.2 Proses Persepsi

Pemahaman terhadap persepsi konsumen sangat penting perannya bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat agar konsumen

mempunyai kesan yang sama dengan yang diharapkan. Proses persepsi diawali dengan proses sensasi dan adanya sensasi berupa diterimanya stimuli oleh indera, kemudian diikuti proses seleksi, organisasi dan interpretasi oleh konsumen.

Mulyana (2005: 168) menyebutkan bahwa ada tiga langkah dalam proses terjadinya persepsi yang dapat digambarkan dalam bentuk sebagai berikut :

1. Sensasi (penginderaan)

Sensasi yaitu penginderaan dengan melalui alat-alat indera kita. Persepsi merujuk pada pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan, sentuhan, penciuman, pendengaran. Semua indera itu mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Seperti indera penglihatan dengan menyampaikan pesan verbal ke otak untuk diinterpretasikan, ataupun indera pendengaran kita juga bisa menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan.

2. Atensi (perhatian)

Atensi adalah perhatian, suatu pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi ini juga didapatkan dari penginderaan, ingatan dan proses kognisi lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan mental kita yang terbatas, yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu.

Atensi juga dapat merupakan proses sadar ataupun tidak sadar. Atensi dipengaruhi oleh dua faktor :

a. Faktor Eksternal

Faktor yang dipengaruhi oleh luar individu :Atribut objek gerakan secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Intensitas stimuli, kita akan memerhatikan stimuli yang menonjol dari stimuli yang lain. Kebaruan, hal-hal yang baru dan luar biasa, yang beda, akan menarik perhatian. Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali bila disertai sedikit variasi akan menarik perhatian.

b. Faktor Internal

Faktor yang dipengaruhi dalam diri pribadi seseorang : Faktor-faktor biologis, hal yang bersifat biologis atau sesuatu hal yang menjadi kebutuhan alam manusia. Faktor-faktor sosiopsikologis, faktor yang bersifat psikologis atau yang berkaitan dengan jiwa seseorang yang terkait dengan kebutuhan-kebutuhan sosial seperti motif, kebiasaan.

3. Interpretasi

Interpretasi adalah proses terpenting dalam persepsi karena persepsi merupakan suatu komunikasi untuk mengorganisasikan informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu. Dalam melakukan interpretasi itu terdapat pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya. Sistem nilai disini dapat diartikan sebagai penilaian individu dalam mempersepsi suatu objek yang dipersepsi, apakah stimulus tersebut akan diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut menarik atau ada persesuaian maka akan dipersepsi positif, dan demikian sebaliknya, selain itu adanya pengalaman langsung antara

individu dengan objek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun negatif.

F. 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.

Penelitian kualitatif berkuat dengan *meaning*. Keegan dalam (Nusa Putra, 2013 : 66) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif kurang mudah didefinisikan. Penelitian ini terdapat pertanyaan seperti apa, kenapa, dan bagaimana, daripada berapa banyak. Fokus utama penelitian ini adalah pada makna daripada melakukan pengukuran. Mengerti bagaimana seseorang atau kelompok berfikir dan berperilaku adalah inti utama dari penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif menekankan dan fokus pada makna (makna pengalaman yang dialami oleh individu, juga makna apa yang dipikirkannya). Dalam penelitian kualitatif, empati penting sebagai jalan menggali perspektif yang diteliti dan pemahaman akan pentingnya konteks. Penelitian kualitatif tidak boleh mengambil kesimpulan dari apa yang baru didengar dan dilihat.

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. Pendekatan kualitatif mengizinkan pengalaman subjektif

menjadi hal penting dalam memahami semua kejadian-kejadian pada kehidupan sosial.

Penjelasan di atas menegaskan apa itu penelitian kualitatif, perbedaannya, dan keunggulannya dibandingkan kuantitatif. Penelitian kualitatif berfokus dalam pengalaman subjektif individu dalam konteks sosial dan menggali data terkait dengan pengalaman subjektif tersebut dengan cara yang khusus, berbeda dengan cara survei yang menggali data tidak secara mendalam. Salah satu kekuatan penelitian kualitatif adalah dapat digunakan untuk masalah-masalah yang kompleks.

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif karena peneliti ingin menggambarkan suatu kondisi atau fenomena yang menjadi objek penelitian dan berupaya mengungkapkan suatu masalah, keadaan atau peristiwa dengan menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga mudah dipahami dan disimpulkan. Selain itu tujuan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif adalah untuk memperoleh data yang lebih mendalam serta memahami nilai-nilai berkaitan dengan persepsi wisatawan agar lebih mudah menggali informasi secara mendalam dari sudut pandang wisatawan untuk meningkatkan kualitas yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Desa Wisata Pentingsari, Umbulharjo, Cangkringan, Sleman, Yogyakarta.

3. Objek Penelitian

Objek Penelitian hakikatnya adalah topik permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Objek penelitian ini yakni kualitas atribut tujuan wisata meliputi *attractions, accessibility, amenities, available packages, activities and ancillary services* yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman kepada wisatawan yang berkunjung.

4. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini yakni wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pentingsari.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, maka peneliti sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual, jadi dalam hal ini sampling dijaring sebanyak mungkin sebagai sumber informasi. Adapun teknik yang digunakan untuk menentukan informan dalam penelitian ini sebagai sumber data dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu dengan mempertimbangkan variasi berdasarkan latar belakang, pengalaman, tingkat pendidikan. Penelitian ini berfokus pada persepsi wisatawan terhadap kualitas yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman.

Kriteria informan yang akan diambil sebagai sampling berdasarkan populasi wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pentingsari, yakni :

1. Wisatawan laki-laki dan perempuan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Pentingsari dengan waktu kunjungan dalam 1 tahun terakhir.
2. Wisatawan dengan variasi daerah: wisatawan lokal (DIY), wisatawan domestik (daerah di luar provinsi DIY), wisatawan mancanegara.

3. Wisatawan dengan variasi umur: remaja (12 - 25 tahun), dan dewasa (>25 tahun).
4. Wisatawan dengan variasi pendidikan: SMP, SMA, mahasiswa, dan pekerja.

Informan pada penelitian ini berjumlah 12 orang yang terdiri dari wisatawan DIY, wisatawan domestik (luar DIY), dan wisatawan asing yang berkunjung ke Desa Wisata Pentingsari. Berikut penjabaran karakteristik informan dalam membantu memperoleh gambaran mengenai ciri-ciri informan.

Tabel Profil (I1-I12) Wisatawan Desa Wisata Pentingsari

No	Informan	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Asal
1.	I1	Laki-laki	17 Th	SMA	Pelajar	DIY
2.	I2	Perempuan	24 Th	S2	Mahasiswa	DIY
3.	I3	Laki-laki	34 Th	S1	PNS	DIY
4.	I4	Perempuan	56 Th	S1	Guru	DIY
5.	I5	Laki-laki	14 Th	SMP	Pelajar	Manado
6.	I6	Perempuan	13 Th	SMP	Pelajar	Jakarta
7.	I7	Laki-laki	26 Th	S1	PNS	Lombok
8.	I8	Perempuan	52 Th	S1	Guru	Depok
9.	I9	Laki-laki	24 Th	S1	Mahasiswa	Prancis
10.	I10	Perempuan	24 Th	S1	Mahasiswa	Austria
11.	I11	Laki-laki	46 Th	S2	Dosen	Finlandia
12.	I12	Perempuan	44 Th	S2	Dosen	Finlandia

Sumber: Data Primer diolah 2018

Tabel diatas merupakan informasi umum dari sampel informan Desa Wisata Pentingsari. Sehingga diperoleh data dengan jumlah frekuensi dan presentase sebagai berikut:

Tabel Frekuensi & Presentase Wisatawan Desa Wisata Pentingsari

Kategori	Jawaban	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	I1, I3, I5, I,7, I9, I11	6	50%
	Wanita	I2, I4, I6, I8, I10, I12	6	50%
	Total		12	100%
Usia	12 -25 tahun	I1, I2, I5, I6, I9, I10	6	50%
	Lebih dari 25 tahun	I3, I4, I7, I8, I11,I12	6	50%
	Total		12	100%
Asal Daerah	Lokal (DIY)	I1, I2, I3, I4	4	33.3%
	Domestik	I5, I6, I7, I8	4	33.3%
	Asing/Mancanegara	I9, I10, I11, I12	4	33.3%
	Total		12	100%
Pendidikan	SMP dan setara	I5, I6	2	16,7%
	SMA dan setara	I1	1	8,3%
	S1 (sarjana)	I3, I4, I7, I8, I9, I10	6	50%
	S2/S3 (pasca sarjana)	I2, I11, I12	3	25%
	Total		12	100%
Pekerjaan	Pelajar	I1, I5, I6	3	25%
	Mahasiswa	I2, I9, I10	3	25%
	PNS	I3, I7	2	16,7%
	Pengajar	I4, I8, I11, I12	4	33,3%
	Total		12	100%

Sumber: Data Primer diolah 2018

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yakni Observasi, Wawancara, dan Studi Dokumentasi.

1. Observasi

Wardiyanta (2006:32) menyatakan observasi adalah cara mengumpulkan data berlandaskan pada pengamatan langsung terhadap gejala fisik objek penelitian. Dengan metode observasi, informasi dapat dikumpulkan dari pengamatan fisik dan mekanis terhadap hal yang dijadikan 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 *atractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (fasilitas), *available packages* (paket yang tersedia), *activities* (aktivitas) and *ancillary services* (pelayanan tambahan).

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam (Sugiyono, 2005:73) wawancara dibagi menjadi tiga, yakni wawancara terstruktur, wawancara semiterstruktur, dan wawancara tak terstruktur. Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara semiterstruktur (*semistruktur interview*), jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *indepth interview* dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak yang diwawancarai diminta pendapat, dan ide-idenya.

Dalam Mulyana (2001:182) menjelaskan bahwa tidak ada kriteria baku mengenai berapa jumlah informan yang harus diwawancarai. Sebagai aturan umum peneliti berhenti melakukan wawancara sampai data menjadi jenuh. Artinya, peneliti tidak menemukan aspek baru dalam fenomena yang diteliti. Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara terbuka kepada wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pentingsari. Wawancara dilakukan untuk melihat gambaran secara mendalam mengenai persepsi wisatawan berkaitan dengan atribut-atribut tujuan wisata yakni segala hal yang berkaitan dengan *atractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (fasilitas), *available packages* (paket yang tersedia), *activities* (aktivitas) *and ancillary services* (pelayanan tambahan) sehingga akan diperoleh informasi mendalam dari sudut pandang wisatawan untuk meningkatkan kualitas yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman.

3. 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. Dalam penelitian ini peneliti akan memanfaatkan data-data yang berasal dari dokumen yang dimiliki pengelola Desa Wisata Pentingsari, data-data dari media online seperti laporan Kementerian Pariwisata, laporan Dinas Pariwisata, artikel, berita, dan foto-foto terkait.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis interaktif. 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.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, merangkum, dan menyederhanakan data yang berkaitan dengan hal-hal pokok serta memfokuskan pada hal-hal penting. Data-data “kasar” yang didapat dari data-data di lapangan dilakukan proses editing, pengelompokan, meringkas data dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat ditarik dan diverivikasi menjadi suatu kesimpulan. Artinya peneliti akan mereduksi data yang tidak berkaitan dengan persepsi wisatawan terhadap kualitas yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari yang meliputi atribut-atribut tujuan wisata yakni segala hal yang berkaitan dengan *atractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (fasilitas), *available packages* (paket yang tersedia), *activities* (aktivitas) and *ancillary services* (pelayanan tambahan).

2. Penyajian Data

Pada tahapan ini merupakan tahap penyusunan data-data yang telah direduksi yang kemudian dalam penyajian data ini peneliti melakukan upaya untuk menyusun pola hubungan dari seluruh data sehingga data lebih mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Artinya

peneliti menyajikan data selama proses penelitian berdasarkan persepsi wisatawan ke Desa Wisata Pentingsari dapat menggunakan teks bersifat naratif. Melalui penyajian data, peneliti dapat mengetahui hal-hal mana saja yang perlu diperdalam.

3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahapan ini merupakan tahapan terakhir yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Peneliti memberikan interpretasi dan kemudian menarik kesimpulan mengenai hasil tanggapan dari persepsi wisatawan berdasarkan pengalaman pengunjung. Setelah dilakukan penarikan kesimpulan, peneliti dapat melakukan verifikasi kembali atas hasil temuan yang didapatkan sehingga mendapatkan kesimpulan final mengenai persepsi wisatawan terhadap kualitas atribut tujuan wisata yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari yakni segala hal yang berkaitan dengan *attractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (fasilitas), *available packages* (paket yang tersedia), *activities* (aktivitas) and *ancillary services* (pelayanan tambahan).

7. Teknik Validitas Data

Menurut Sugiyono (2005:83) dalam teknik validitas data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan diri berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Pengumpulan data dengan teknik triangulasi adalah pengumpulan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang berbeda dengan teknik yang sama. Peneliti menggunakan studi dokumentasi, observasi dan wawancara kepada wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pentingsari. Dengan triangulasi teknik akan lebih meningkatkan kekuatan data, bila dibandingkan dengan satu pendekatan.

8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian teori yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang dijadikan landasan dalam penelitian, metode penelitian meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, objek penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik validitas data, serta sistematika penulisan yang akan dimuat dalam penelitian ini.

BAB II : Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini berisi tentang informasi mengenai objek penelitian ataupun profil informan yang berkaitan dengan tema yang diambil. Dalam hal ini objek penelitian adalah kualitas atribut-atribut tujuan wisata yakni segala hal yang berkaitan dengan *atractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (fasilitas), *available packages* (paket yang tersedia), *activities* (aktivitas) and

ancillary services (pelayanan tambahan), dan informan yang berasal dari wisatawan Desa Wisata Pentingsari.

BAB III : Sajian Data dan Analisis Data

Bab ini berisikan tentang sajian dan analisis data dari hasil penelitian serta penafsiran dan pemaknaan terhadap data atau hasil penelitian. Pada pembahasan peneliti tidak hanya menjawab permasalahan atau memberi gambaran saja, tetapi memberikan penafsiran untuk menjelaskan mengapa dan bagaimana hasil-hasil penelitian itu terjadi.

BAB IV : Kesimpulan

Bab ini peneliti menyimpulkan hasil penelitian secara lugas dan tegas dan dikembalikan kepada permasalahan yang diajukan diawal penelitian. Setelah hasil penelitian disimpulkan sesuai dengan permasalahan yang diteliti, peneliti memberikan saran atau rekomendasi sebagai tindak lanjut sumbangan penelitian terhadap perkembangan teori maupun praktik ilmu komunikasi.

G. Penelitian Terdahulu

Adapun literatur atau kepustakaan yang penulis gunakan untuk penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Pada penelitian yang dilakukan oleh Zabkar, Brenic, dan Dmitrovic (2010) dalam jurnalnya yang berjudul "*Modeling Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Behavioural Intentions At The Destination Level*" di negara Slovenia dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi dan kepuasan yang dihasilkan dari pelayanan tersebut akan mendorong timbulnya penyebaran

informasi dari mulut ke mulut (*positive word-of-mouth*), yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja keuangan dari penyedia layanan tujuan wisata. Penelitian tersebut meneliti tentang atribut-atribut tujuan wisata (*destination attributes*) yang dikaitkan dengan konsep daya tarik wisata yaitu menggunakan konsep 6A (*Attractions, Accessibility, Amenities, Available packages, Activities and Ancillary services*) di kawasan wisata Slovenia yang terkait hubungannya dengan persepsi terhadap kualitas yang ditawarkan tujuan wisata dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini berhasil membuktikan bahwa atribut-atribut suatu tujuan wisata mempengaruhi persepsi terhadap kualitas yang ditawarkan dari suatu tujuan wisata, hal tersebut juga membuktikan bahwa persepsi positif akan berpengaruh terhadap kepuasan kunjungan wisatawan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Aprillia, R.J. Poluan, & Dwight (2016) mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. Dalam jurnal Unsrat dengan judul penelitian "*Persepsi Dan Sikap Wisatawan Terhadap Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang Di Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa*". Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi dan sikap wisatawan terhadap Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. Penelitian ini pengambilan sampel untuk responden akan dilakukan dengan metode *purposive sampling* dimana peneliti memilih sendiri sampel yang akan diwawancara dan kemudian dianalisa menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dari hasil analisis yang dilakukan didapatkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kebersihan objek wisata dan keadaan fasilitas umum kurang baik dan harus diperhatikan lagi sedangkan untuk

kualitas alam dan keramahan masyarakat sekitar sangat diapresiasi baik oleh responden. Sikap positif responden juga diberikan untuk keadaan alam dan keramahan masyarakat sekitar objek wisata Bukit Kasih ini. Penelitian ini dikaitkan dengan konsep daya tarik wisata yaitu menggunakan konsep 4A (*Attractions, Accessibility, Amenities, and Ancillary services*)

Berdasarkan penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti hal yang sama. Namun pada penelitian ini akan menggabungkan beberapa hal dari dua penelitian terdahulu menjadi sebuah penelitian mengenai persepsi wisatawan terhadap kualitas daerah tujuan wisata dengan melihat enam komponen utama daerah tujuan wisata atau disebut dengan komponen 6A (*Attractions, Accessibility, Amenities, Available packages, Activities and Ancillary services*) menggunakan pendekatan metode kualitatif agar informasi yang didapatkan lebih mendalam untuk mengembangkan kualitas daerah tujuan wisata yakni Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman. Penelitian ini mengambil judul “Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Yang Ditawarkan Objek Wisata Desa Wisata Pentingsari Kabupaten Sleman”