

Budi Hermawan | Syaiful Ade Septemuryantoro
Amelia Lintang Mahiswara | Angela Ariani | Arif Dwi Saputra
Budi Santoso | Deni Dwi Ananti | Zahrotun Satriawati
Eko Haryanto | Enny Karmin | Francisca Ratna Ardanari
Gilang Ahmad Fauzi | Nizar | Agung Sulistyو
Fitria Novianti | Rosalina Nur Annisa | Gunawan Yulianto
Hari Rachmadi | Yudi Setiaji
Made Witara | Retno Moortrisari Widianingrum

Tantangan Penguatan SDM Pariwisata di Era Adaptasi Kebiasaan Baru



Tantangan Penguatan SDM Pariwisata di Era Adaptasi Kebiasaan Baru

Copyright © 2022
PENERBITAN

**KUTIPAN PASAL 72:
Ketentuan Pidana Undang-Undang Republik
Indonesia
Nomor 19 Tahun 2002 tentang HAK CIPTA**

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud dalam ayat 1, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Budi Hermawan | Syaiful Ade Septemuryantoro
Amelia Lintang Mahiswara | Angela Ariani
Arif Dwi Saputra | Budi Santoso | Deni Dwi Ananti
Zahrotun Satriawati | Eko Haryanto | Enny Karmin
Francisca Ratna Ardanari | Gilang Ahmad Fauzi | Nizar
Agung Sulistyono | Fitria Novianti | Rosalina Nur Annisa
Gunawan Yulianto | Hari Rachmadi | Yudi Setiaji
Made Witara | Retno Moortrisari Widianingrum

Tantangan Penguatan SDM Pariwisata di Era Adaptasi Kebiasaan Baru



Pekalongan - Indonesia

Tantangan Penguatan SDM Pariwisata di Era Adaptasi Kebiasaan Baru

Copyright © 2022

Penulis:

Budi Hermawan | Syaiful Ade Septemuryantoro
Amelia Lintang Mahiswara | Angela Ariani
Arif Dwi Saputra | Budi Santoso | Deni Dwi Ananti
Zahrotun Satriawati | Eko Haryanto | Enny Karmin
Francisca Ratna Ardanari | Gilang Ahmad Fauzi | Nizar
Agung Sulistyio | Fitria Novianti | Rosalina Nur Annisa
Gunawan Yulianto | Hari Rachmadi | Yudi Setiaji
Made Witara | Retno Moortrisari Widianingrum

Editor:

Hary Hermawan
Fian Damasdino

Setting Lay-out & Cover:

Tim Redaksi

Diterbitkan oleh:

PT. Nasya Expanding Management
(Penerbit NEM - Anggota IKAPI)

Jl. Raya Wangandowo, Bojong

Pekalongan, Jawa Tengah 51156

Telp. (0285) 435833, Mobile: 0853-2521-7257

www.penerbitnem.com / penerbitnem@gmail.com

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak sebagian

atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Cetakan ke-1, Juni 2022

ISBN: 978-623-423-336-0

Prakata

Pandemi Covid-19 telah menelan banyak korban jiwa di Indonesia. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai solusi dari pemerintah menjadi pisau bermata dua. Pada satu sisi, PSBB cukup efektif menekan penularan Covid-19, namun di sisi lain PSBB juga membawa dampak negatif yang cukup besar terhadap keberlangsungan ekonomi dan bisnis, khususnya pariwisata. Banyak usaha wisata yang harus gulung tikar di masa pandemi karena tidak adanya pendapatan dari kunjungan wisata. Banyak juga karyawan yang dirumahkan sebagai dampak lanjutan akibat banyaknya sektor usaha yang bangkrut.

Kabar baiknya, pandemi Covid-19 pada tahun ini sudah menunjukkan tren penurunan yang cenderung membaik. Pandemi Covid-19 tidak untuk terus diratapi, namun perlu diatasi. Perubahan strategi adalah sebuah keniscayaan untuk membangkitkan kembali bisnis pariwisata. Strategi yang dianggap tepat adalah dengan penguatan sumber daya manusia pariwisata untuk bersiap menghadapi tantangan baru pariwisata di era Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB).

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dan mendukung secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan buku ini. Penulis juga mengakui jika masih banyak terdapat kekurangan dari buku ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang

konstruktif sangat diharapkan penulis. Demikian, semoga buku sederhana ini dapat bermanfaat. Selamat membaca.

Yogyakarta, Juni 2022

Penulis

Copyright © 2022
PENERBIT NEM

Daftar Isi

Prakata __ v

Daftar Isi __ vii

**Upaya Meningkatkan Hunian Kamar pada *Homestay* di
Desa Wisata Pulesari di Masa *New Normal* Covid-19**

Budi Hermawan __ 1

***Analisis Business Performance* Pelaku Wisata Bukit Matang
Kaladan sebagai Pariwisata Unggulan di Desa Tiwingan
Lama Kalimantan Selatan**

Syaiful Ade Septemuryantoro __ 5

***Balanced Scorecard* untuk Desa Wisata dengan Pendekatan
Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus pada Desa Wisata
Garongan)**

Amelia Lintang Mahiswara __ 9

**Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Karyawan Royal
Ambarrukmo Hotel Yogyakarta**

Angela Ariani __ 12

**Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan
Objek Wisata Susur Kali Klegung**

Arif Dwi Saputra __ 16

Pengaruh Disiplin Kerja, Promosi Jabatan, dan Kompensasi terhadap Kinerja Pegawai pada Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta

Budi Santoso __ 20

Analisis Kepatuhan Wisatawan Milenial terhadap Protokol Kesehatan dan Adaptasi Kebiasaan Baru

Deni Dwi Ananti, Zahrotun Satriawati, Eko Haryanto __ 25

Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan *Customer* Paket Pernikahan di Royal Ambarrukmo Yogyakarta

Enny Karmin __ 31

Persepsi Wisatawan terhadap Produk Wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang

Francisca Ratna Ardanari __ 35

Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Jamu Kiringan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul

Gilang Ahmad Fauzi __ 38

Multiplier Efek Kampung Industri Pariwisata Kasongan

Nizar __ 43

Desa Wisata Unggul dan Berkelanjutan dalam Perspektif *Tourism Marketing* 3.0 (Studi Kasus: Desa Wisata Pentingsari)

Agung Sulistyو, Fitria Noviati, Rosalina Nur Annisa __ 46

**Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata
Tembi, Bantul, Yogyakarta dalam Meningkatkan
Kunjungan Wisatawan**

Fransisca Ratna Ardanari __ 57

**Survei Pengaruh Kepadatan Transportasi Kawasan
Malioboro terhadap Kunjungan Wisatawan**

Gunawan Yulianto __ 62

**Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan
Konsumen Menggunakan Jasa Angkutan Bus Pariwisata
Gege Transport dalam Masa Pandemi Covid-19**

Hari Rachmadi, Yudi Setiaji __ 66

**Pengembangan Makanan Tradisional Brongkos
sebagai Produk Wisata Kuliner di Kabupaten Sleman**

Made Witara __ 71

**Analisis Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan
Pariwisata di Desa Wisata Pancoh**

Retno Moortrisari Widianingrum __ 76

Upaya Meningkatkan Hunian Kamar pada *Homestay* di Desa Wisata Pulesari di Masa *New Normal* Covid-19

Budi Hermawan

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Indonesia

Email: budihermawan@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya dan strategi yang tepat dalam meningkatkan tingkat hunian kamar pada *homestay* Desa Wisata Pulesari pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Pulesari, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini menganalisis data menggunakan Matriks IFAS dan EFAS, yang kemudian dilanjutkan menjadi Kuadran SWOT, serta Matriks SWOT sebagai alat analisis untuk mengetahui upaya dan strategi yang dapat diterapkan untuk pengelola *homestay* Desa Wisata Pulesari. Hasil dari penelitian ini berdasarkan Kuadran SWOT, pihak pengelola *homestay* Desa Wisata Pulesari sebaiknya menggunakan strategi Diversifikasi, artinya pihak pengelola disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya. Strategi SO ini mengkomunikasikan penerapan CHSES kepada calon wisatawan sebagai upaya promosi *homestay* dan memanfaatkan kerjasama dengan sponsor sebagai potensi dari panorama desa dan atraksi desa untuk menarik

perhatian kepada calon wisatawan. Sedangkan Strategi ST mencakup pemanfaatan panorama desa yang masih asri dan atraksi desa yang unik sebagai upaya merespon pesaing, melakukan penawaran produk paket kepada kelompok wisatawan dalam skala yang kecil serta Tamu yang berkunjung harus menyertakan surat keterangan bebas Covid-19. Jika strategi WO memfokuskan meningkatkan promosi Desa wisata dengan memanfaatkan legalitas izin untuk kegiatan berwisata, memanfaatkan lahan kosong sebagai lahan parkir, Mengembangkan jenis produk kamar pada *homestay* dengan bantuan sponsor, sedangkan pada strategi WT Membuat *Early Warning System* (EWS) terhadap bencana alam dan meningkatkan kewaspadaan pada pandemic Covid-19, serta penambahan papan penunjuk jalan ke arah Desa Wisata.

Kata Kunci: *Homestay, Tingkat Hunian Kamar, Pandemi Covid-19*

ABSTRACT

This study aims to determine the right efforts and strategies in increasing the room occupancy rate at the Pulesari Tourism Village homestay during the Covid-19 pandemic. This research was conducted in Pulesari Tourism Village, Turi District, Sleman Regency, Yogyakarta. The analysis carried out in this research is using a qualitative approach using a SWOT analysis. This study analyzes the data using the IFAS and EFAS Matrix, which is then continued into the SWOT Quadrant, and the SWOT Matrix as an analytical tool to determine the efforts and strategies that can be applied to the Pulesari Tourism Village homestay manager. The results of this study are based on the SWOT Quadrant, the manager of the Pulesari Tourism Village homestay should use a diversification strategy, meaning that the manager is advised to immediately increase the variety of tactical strategies. This SO

strategy communicates the implementation of CHSES to potential tourists as an effort to promote homestays and utilizes collaboration with sponsors as the potential of village panoramas and village attractions to attract potential tourists. While the ST Strategy includes the use of beautiful village panoramas and unique village attractions as an effort to respond to competitors, offering package products to groups of tourists on a small scale and visiting guests must include a Covid-19 free certificate. If the WO strategy focuses on increasing the promotion of tourist villages by utilizing the legality of permits for travel activities, utilizing vacant land as parking lots, developing types of room products in homestays with sponsorship assistance, while the WT strategy makes an Early Warning System (EWS) against natural disasters and increases awareness in the Covid-19 pandemic, as well as the addition of a signpost to the Tourism Village.

Keywords: *Homestay, Tingkat Hunian Kamar, Pandemi Covid-19*

REFERENSI

- Abdurrahman, N.H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Adam, Muhammad. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Damardjati, R.S. 2001. *Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Heizer, Jay & Barry R. (2006). *Operation Managemen*. (Alih Bahasa: Dwianoegrahwati Setyoningsih dan Indra Almahdy). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. (Alih Bahasa: Bob Sabran). Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Mertha, I Wayan dan Putu Diah Sastri Pitanatri. (2018). *Homestay: Mozaik Pariwisata Berbasis Kerakyatan*. Bali: Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Moleong, J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Pearce, John A. & Richard B. Robinson. (2007). *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2011). *Desa dan Budaya dalam Bingkai Pariwisata*. Jakarta: El John Publishing.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rochaety, Ety dan Ratih T. (2005). *Kamus Istilah Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Analisis *Business Performance* Pelaku Wisata Bukit Matang Kaladan sebagai Pariwisata Unggulan di Desa Tiwingan Lama Kalimantan Selatan

Syaiful Ade Septemuryantoro
Universitas Dian Nuswantoro
E-mail: syaiful.ade@dsn.dinus.ac.id

ABSTRAK

Bukit Matang Kaladan sebagai salah satu alternatif wisata unggulan di Desa Tiwingan Lama Kalimantan Selatan yang mampu memberikan sumber pendapatan baru bagi masyarakat sekitar, sehingga memerlukan perencanaan dalam mengelola wisata tersebut, akan tetapi saat ini terdapat permasalahan yaitu sejak penyebaran wabah virus Covid-19 mengharuskan kegiatan wisata dihentikan untuk sementara sehingga terjadi penurunan pendapatan pengelolaan wisata pada daerah tersebut. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui performa bisnis Bukit Matang Kaladan dengan menggunakan metode analisa Anova satu arah dengan taraf uji signifikansi 5% yang disinergikan dengan analisa SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa performa bisnis pelaku wisata di Bukit Matang Kaladan masih sangat besar untuk dikembangkan sebagai wisata alternatif pada era *new normal*.

Kata Kunci: Potensi Wisata, Wisata Unggulan, *New Normal*

ABSTRACT

Matang Kaladan Hill is one of the leading tourist alternatives in Tiwingan Lama Village, South Kalimantan which can provide a new source of income for the surrounding community, so it requires planning in managing the tour, but currently, there is a problem, namely since the spread of the Covid-19 virus outbreak requires tourism activities to be temporarily stopped, resulting in a decrease in tourism management income in the area. This study aims to determine the business performance of Bukit Matang Kaladan by using the one-way ANOVA analysis method with a significance test level of 5% which is synergized with SWOT analysis. The results show that the business performance of tourism actors in Bukit Matang Kaladan is still very large to be developed as alternative tourism in the new normal era.

Keywords: *Tourism Potential, Featured Tourism, New Normal Era*

REFERENSI

Fikri, M. R., & Rahmini, N. (2020). Analisis Willingness to Pay pada Wisata Bukit Matang Kaladan Desa Tiwingan Lama Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 3(1), 158-170.

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/di> akses 01 Januari 2022.

Hadadi, N. (2022). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bukit Matang Kaladan terhadap Pendapatan Asli Desa Tiwingan Lama Kabupaten Banjar.*

Kementerian Pariwisata. (2019). *Buku Panduan Program Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pendampingan melalui PT. Asdep Pengembangan SDM Pariwisata.*

Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). *Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner untuk*

Pengembangan Pariwisata di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 9(1).

Maharani, S. H., & Effendi, T. (2022). Analisis A'wot Sebagai Perencanaan Pengembangan Desa Wisata Tiwingan Lama Kabupaten Banjar. *Action Research Literate*, 6(1), 42-49.

Nugroho, L., Utami, W., & Doktoralina, C. M. (2019). Ekosistem Bisnis Wisata Halal dalam Perspektif Maqasid Syariah (Halal Tourism Business Ecosystem in the Maqasid Syariah Perspective). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 3(2), 92.

Nugroho, R. A., Septemuryantoro, S. A., & Lewa, A. H. (2017, July). Penerjemahan: Sebuah Cara untuk Meningkatkan Kualitas Pariwisata Indonesia. In *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank 2017*. Stikubank University.

Pratama, A. P. (2021). The Tourism Village Development Strategy Through Community Empowerment In Tiwingan Lama Village, Aranio District, Banjar Regency. *Saudi J Econ Fin*, 5(7), 277-282.

Septemuryantoro, S. A. *Analisa Performa Bisnis di Desa Wisata Kandri Semarang Berdasarkan Karakteristik Pelaku UMKM*.

Septemuryantoro, S. A. (2020). Pengembangan Potensi Budaya Ekowisata melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Candirejo Borobudur Jawa Tengah. *Media Wisata*, 18(2), 210-222.

Septemuryantoro, S. A. (2020). Potensi Akulturasi Budaya dalam Menunjang Kunjungan Wisatawan di Kota Semarang. *Lite: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 16(1), 75-94.

Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (penataran)*, 1(1), 23-35.

Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, Jakarta.

Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi.

Yoeti, O. A. (2016). *Pariwisata Budaya; Masalah dan Solusinya*.

~oOo~

Copyright © 2022
PENERBIT NEM

***Balanced Scorecard* untuk Desa Wisata dengan Pendekatan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus pada Desa Wisata Garongan)**

Amelia Lintang Mahiswara

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Indonesia

Email: amelialintangm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun indikator-indikator pengukuran kinerja bagi Desa Wisata Garongan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penyusunan indikator kinerja menggunakan rerangka *Balanced Scorecard* dengan mempertimbangkan tiga aspek pariwisata berkelanjutan, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan teknik analisis kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara mendalam, diskusi, observasi, dan rekaman arsip. Hasil dari penelitian ini berupa indikator-indikator pengukuran kinerja yang disusun di dalam rerangka *Balanced Scorecard*.

Kata Kunci: Pengukuran Kinerja, *Balanced Scorecard*, Desa Wisata, Pariwisata Berkelanjutan

ABSTRACT

The aim of this study is to construct the performance measurement indicators for Desa Wisata Garongan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. The construction of performance indicators using Balanced Scorecard framework with considering the three

sustainable tourism aspects, which are economics, social, and environment. The study will be conducted using case study approach with qualitative analysis. The data will be collected using in-depth interview, discussion, observation, and archival records. The results of the study will be in the form of performance indicators on Balanced Scorecard framework.

Keywords: *Performance Measurement, Balanced Scorecard, Rural Tourism, Sustainable Tourism*

REFERENSI

De Carlo, M. Cugini, A. & Zerbini, F. (2008). Assessment of Destination Performance: A Strategy Map Approach. *Tourism Review*, Vol. 63: 25-37.

Indonesia Sustainable Tourism Award – ISTA. (2017). *Buku Pedoman Penghargaan Pariwisata Berkelanjutan*.

Kaplan, Robert. & Norton, David. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston: Harvard Business School Press.

_____. (1993). *Putting Balanced Scorecard to Work*. Massachusetts: Harvard Business Review.

Lane, Bernard. (1994). What is Rural Tourism?. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 2: 7-21.

Navarro, M. Iglesias, M. & Vinzon, L. (2015). Sustainability Indicators of Rural Tourism from The Perspective of The Residents. *Tourism Geographies*.

Niven, Paul R. (2002). *Balanced Scorecard Step-by-Step: Maximizing Performance and Maintaining Results*. New York: John Wiley and Sons, Inc.

Peraturan Menteri Pariwisata No. 14 Tahun 2016 tentang
Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan.

Phillips, Paul. & Louvieris, Panos. (2005). Performance Measurement Systems in Tourism, Hospitality, and Leisure Small Medium-Sized Enterprises: A Balanced Scorecard Perspective. *Journal of Travel Research.*

Sainaghi, R., Phillips, P. & d'Angella, F. (2018). The Balanced Scorecard of a New Destination Product: Implications for Lodging and Skiing Firms. *International Journal of Hospitality Management.*

Taylor, William B. (2010). The Balanced Scorecard as a Strategy-Evaluation Tool: The Effects of Implementation Involvement and a Causal-Chain Focus. *The Accounting Review*, (Vol. 85, No. 3): 1095-1117.

Vila, Mar. Costa, Gerard. & Rovira, Xari. (2010). The Creation and Use of Scorecards in Tourism Planning: A Spanish Example. *Tourism Management*, Vol. 31: 232-239.

Yin, Robert K. (2009). *Case Study Resesearch Design and Method.* 4th Edition. California: SAGE, Inc.

Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Karyawan Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta

Angela Ariani

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Indonesia
Email: angelaariani@yahoo.com

ABSTRAK

Era globalisasi menuntut perusahaan melakukan berbagai sistem pengelolaan sumber daya manusia Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Motivasi yang terdiri dari *motive*, *expectaction* dan *incentive*, terhadap Kinerja Karyawan *Front Office* di Royal Ambarrukmo Hotel. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan variabel motivasi yang diteliti dalam penelitian ini terdiri atas 3 variabel (*motive*, *expectation*, *incentive*). Populasi yang diteliti sebanyak 35 responden pada bagian *Front Office Department*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, kuesioner dan dokumentasi. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh motivasi terhadap kinerja digunakan teknik regresi berganda. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0.05$). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara signifikan motivasi dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan sebesar 97.6% sedangkan sisanya 2.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian Uji F atau penghitungan secara keseluruhan yaitu $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($423.628 > 2.91$) maka disimpulkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap

kinerja karyawan yang berarti bahwa H_{a1} diterima. Hasil dari penghitungan uji t juga ada pengaruh secara parsial hal ini diketahui bahwa nilai motivasi yang terdiri dari *Motive* (3.220), *Expectation* (2.390), dan *Incentive* (5.319) lebih besar dari t tabel (2.03951). Dari hasil perhitungan masing-masing variabel diketahui nilai *Incentive* memiliki *coefficient* terbesar yaitu 0,513 dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa H_{a2} diterima.

Kata Kunci: *Motive, Expectation, Incentive, Kinerja Karyawan*

ABSTRACT

The era of globalization requires companies to carry out various human resource management systems. The purpose of this study is to determine whether there is an influence of motivation, which consists of motive, expectation and incentive, on Front Office Employee Performance at Royal Ambarrukmo Hotel. The type of research used is quantitative and the motivational variable studied in this study consists of 3 variables (motive, expectation, incentive). The population studied were 35 respondents in the Front Office Department. Data collection techniques used are through observation, questionnaires and documentation. To determine whether there is an effect of motivation on performance, multiple regression techniques are used. While hypothesis testing using t test and f test at 95% confidence level ($\alpha = 0.05$). The results in this study indicate that motivation can significantly explain its effect on employee performance by 97.6% while the remaining 2.4% is influenced by other variables not examined in this study. The results of the F test or overall calculation are $F_{count} > F_{table}$ (423,628 > 2.91), it is concluded that motivation affects employee performance, which means that H_{a1} is accepted. The results of the calculation of the t test also have a partial effect. It is known that the motivation value consisting of motive (3.220), Expectation (2.390), and Incentive (5.319) is greater than the t

table (2.03951). From the calculation results of each variable, it is known that the Incentive value has the largest coefficient of 0.513 compared to other variables. This shows that Ha2 is accepted.

Keywords: Motive, Expectation, Incentive, Employee Performance

REFERENSI

- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Behn, Robert D. (2003). Why Measure Performance? Different Purpose Require Different Measures. Harvard University. *Public Administration Review*, Vol. 63. No. 5.
- Bernadinand R. (1995). *Human Resource Management*, first edition. New York: Mc.Graw-Hill Companies Inc.
- _____. (1998). *Human Resource Management an Experiential Approach*, second edition. New York: Mc. Graw-Hill Companies Inc.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gomes, F.C. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hasibuan, M. (2001). *Manajemen Sumber Daya manusia: Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung.
- Kerlinger, Fred N dan Elazar J. Pedhazur. (1987). *Korelasi dan Analisis Regresi Ganda*. Yogyakarta: Nur Cahaya.
- Kreitner, R dan Kinicki A. (2005). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Mangkuneran, A.A Anwar Prabu. (2006). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia* edisi 10. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- McClelland, D.C. (1987). *Human Motivation*. New York: Cambridge University Press.
- Robbins, S. (2006). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Indeks.
- Robert L. Mathis. (2006). *Human Resource Management*, edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Veizal. R. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

~oOo~

Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Objek Wisata Susur Kali Klegung

Arif Dwi Saputra

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta
arifdsaputra@gmail.com

ABSTRAK

Dusun Klegung merupakan salah satu dusun yang berada di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman. Dusun Klegung dianugerahi sumber daya alam yaitu Kali Klegung yang memiliki potensi untuk dikembangkan wisata. Saat ini, Dusun Klegung sedang mengembangkan wisata Susur Kali Klegung atau jelajah sungai Klegung. Munculnya ide pengembangan wisata Kali Klegung tidak lain berasal warga Dusun Klegung sendiri. Partisipasi masyarakat memiliki pengaruh besar terhadap pengembangan wisata Kali Klegung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana partisipasi masyarakat Dusun Klegung yang sudah dilakukan dalam pengembangan wisata Susur Kali Klegung beserta upaya yang dilakukan guna meningkatkan partisipasi masyarakat Dusun Klegung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Berdasarkan sifat datanya, penelitian ini menggunakan data kualitatif karena data yang diperoleh tidak bernilai numerik atau nilainya bukan angka. Data yang telah didapatkan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan teori system dan mekanisme 8 tingkat partisipasi masyarakat. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tingkat partisipasi

masyarakat Dusun Klegung berada pada tingkatan Tokenism. Dalam pelaksanaan partisipasi masyarakat di Dusun Klegung terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti kurang kekompakan, kurangnya motivator penggerak, dan keterbatasan SDM.

Kata Kunci: Partisipasi Masyarakat, Pariwisata, Objek Wisata

ABSTRACT

Klegung is one of the area located in Turi District, Sleman Regency. Klegung is blessed with natural resources, namely Klegung River which has the potential to be developed for tourism. Currently, Klegung is developing the Klegung River Crossing tour or exploring the Klegung river. The idea of developing Kali Klegung tourism came from none other than the residents of Klegung themselves. Community participation has a major influence on the development of Kali Klegung tourism. This study aims to find out how the participation of the Klegung community has been carried out in the development of Klegung River River tourism and the efforts made to increase the Klegung community participation. The method used in this research is descriptive qualitative. Based on the nature of the data, this study uses qualitative data because the data obtained is not of numeric value or its value is not numeric. The data that has been obtained is then processed and analyzed using system theory and mechanisms of 8 levels of community participation. The results of the study indicate that the level of community participation in Klegung is at the Tokenism level. In implementing community participation in Klegung, there are several obstacles faced, such as lack of cohesiveness, lack of driving motivators, and limited human resources.

Keywords: Community Participation, Tourism, Attractions

REFERENSI

- Adiyoso, W. (2009). *Menggugat Perencanaan Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat*. PMN.
- Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*.
- Dwiningrum, Siti Irene Astuti. (2015). *Desentralisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fandeli, C. (2000). *Pengusahaan Ekowisata*. Diterbitkan atas kerjasama Fakultas Kehutanan UGM [dengan] Pustaka Pelajar [dan] Unit Konservasi Sumberdaya Alam DIY.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Moleong, J. Lexy. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muljadi, A. J & Andri, W. (2016). *Kepariwisata dan Perjalanan Edisi Revisi*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Nasdian, F. T. (2014). *Pengembangan Masyarakat*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Pitana, I Gede dan Surya Diarta, I ketut. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian kualitatif. *Equilibrium*, 5(9), 1-8.
- Soekanto, Soejono. (2009). *Sosiologi Suatu Pengantar Edisi Terbaru*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-20. Bandung.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisata*. Dektorat Jenderal Pariwisata: Jakarta.

Yoeti, O. A. (2010). *Dasar-dasar Pengertian Hospitality dan Pariwisata*. Bandung: Angkasa.



Copyright © 2022
PENERBIT NEM

Pengaruh Disiplin Kerja, Promosi Jabatan, dan Kompensasi terhadap Kinerja Pegawai pada Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta

Budi Santoso

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Indonesia

Email: budi.santoso6808@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai yang mengalami penurunan karena banyak pelanggaran kedisiplinan. Selain itu juga untuk mengetahui bagaimana promosi jabatan dan kompensasi berpengaruh terhadap peningkatan kinerja pegawai. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 146 responden. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pimpinan maupun pegawai. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, namun sebelum dilakukan uji tersebut dilakukan dahulu uji validitas dan uji reliabilitas serta uji persyaratan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa peningkatan disiplin kerja, promosi jabatan dan kompensasi akan diikuti peningkatan kinerja pegawai, begitu pula sebaliknya. Hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan nilai F yang signifikan, dengan nilai korelasi determinasi

adjusted R² sebesar 0,733. Hal ini menunjukkan bahwa disiplin kerja, promosi jabatan dan kompensasi mempengaruhi secara nyata terhadap kinerja pegawai secara bersama-sama dengan keeratan hubungan sebesar 79,1%. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja pegawai perlu adanya peningkatan disiplin kerja, adanya peluang dalam promosi jabatan dan pemberian kompensasi yang sesuai harapan pegawai.

Kata Kunci: Kinerja Pegawai, Disiplin Kerja, Promosi Jabatan dan Kompensasi

ABSTRACT

The study is done in Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta, to determine the affect of discipline work in the employee performance that to undergo descendant because many infringements disciplineness. Besides that also to know how is promotion took hold of and compensation in employee's performance leveling. Data research be obtained to through questioner and interview. Sample used in research are 146 responden. Research result to be expected can to give it useful information for leading also employee. The data that obtained to be processed using descriptive analysis and quantitative statistical analysis. Quantitative analysis used regression analysis to know the affect of variable independent towards variable dependent, but before the regression is done, formerly mentioned do the validity test and reliability test also settlement test. The result of regression analysis indicates that increasing discipline work, took hold of promotion and compensation will be followed increasing performance employee, so as well on the contrary. The result of regression analysis test indicated that value of F is significant, with correlation value determinasi adjusted R² as big as 0,733 this case show that discipline work, took hold of promotion and compensation to influence realy in performance employee according to together with

the as big as connection tightness 79,1%. This case indicates that to increasing performance employee necessary existence leveling discipline work, existence opportunity in promotion took hold of and giving compensation that according to employee's wish.

Keywords: *Performance Employee, Discipline Work, Took Hold of Promotion and Compensation*

REFERENSI

- Andrew E. S. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Erlangga.
- Arikunto. S. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 6. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar. S. (2001). *Reliabilitas dan Validitas SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bhuono Agung Nugroho. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Emy NS. (2008). *Penelitian: Pengaruh Kepuasan Kerja dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Pegawai yang dimoderasi oleh Budaya Organisasi (Studi kasus pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Tengah Dua)*.
- Ghozali. I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali. I. (2001). *Aplikasi Analisis dengan Program SPSS*. Undip: Semarang.
- Gujarati. D. (2003). *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga.
- Hadi. S. (1994). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Henry, S. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIEYKPN.
- Komariah P. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Medan: USU.
- Malayu S.P. Hasibuan. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkuprawira. (2008). *Manajemen Organisasi Perusahaan*. Jakarta: Pressindo.
- Mangkuprawira, Sjafrri. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mangkuprawira. S. (2009). *Horison Bisnis, Manajemen dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta:LP3ES UI.
- Mulyono. (2008). *Penelitian: Pengaruh Kepemimpinan, Komunikasi, Motivasi, Pengembangan Karier, dan Promosi Jabatan terhadap Kinerja Pegawai Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Sukoharjo*.
- Sondang Siagian. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Setiyawan. Purnomo Budi dan Waridin. (2006). *Penelitian: Pengaruh Disiplin Kerja Pegawai dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja di Divisi Radiologi RSUP Dokter Kariadi Semarang*.
- Suyaeni. (2011). *Penelitian Pengaruh Kepemimpinan, Perilaku Anggota Organisasi dan Kompensasi terhadap Kepuasan*

Kerja Pegawai (Studi pada Sekretariat Daerah Kabupaten Batang).

Veithzal R. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Murai Kencana.

Rivai. V. dkk. (2008). *Performance Appraisal: Sistem yang Tepat untuk Menilai Kinerja Karyawan dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

S.P Malayu Hasibuan. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Veithzal Rivai. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Wirawan. (2009). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.

~oOo~

Analisis Kepatuhan Wisatawan Milenial terhadap Protokol Kesehatan dan Adaptasi Kebiasaan Baru

Deni Dwi Ananti¹, Zahrotun Satriawati², Eko Haryanto³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

Email: ¹denidda3@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa respon dan kepatuhan wisatawan milenial terhadap penerapan protokol kesehatan dan adaptasi kebiasaan baru di destinasi wisata. Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner disiapkan dalam format *google form* dan disebar melalui media digital Whatsapp. Target populasi penelitian ini adalah kaum generasi milenial atau mereka yang lahir di antara tahun 1980 an hingga awal tahun 2000-an. Sejumlah 262 responden menjadi sampel dalam penelitian ini, dengan rentang usia antara 17 hingga 29 tahun, 68% didominasi oleh wanita dan 32 % laki-laki yang berasal dari 27 propinsi di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi wisatawan generasi milenial dan kepatuhannya dalam penerapan protokol kesehatan sangat baik. Dilakukan dalam aktifitas keseharian maupun didestinasai wisata yang mereka kunjungi. Hal tersebut bisa menjadi sinyal yang baik untuk pemulihan sektor pariwisata, sekaligus menjadi sarana edukasi bagi masyarakat, melalui media digital atau

media sosial yang sangat lekat dengan kehidupan wisatawan generasi milenial.

Kata Kunci: Kepatuhan, Wisatawan Milenial, Protokol Kesehatan, Adaptasi Kebiasaan Baru

ABSTRACT

This study aims to analyse of respond and compliance of millennial tourists to health protocols and adaptation of new habit in tourism destination. The research method used in this research is descriptive qualitative research. The sampling method in this research is non-probability sampling with purposive sampling technique. The questionnaire was prepared in a google form format and distributed via Whatsapp. The target population of this study is the millennial generation or those are born between the 1980s and early 2000s. A total of 262 respondents were sampled in this study, with an age range of 17 to 29 years, 68% dominated by women and 32% men from 27 provinces in Indonesia. The results of this study show that the participation of millennial tourists in compliance of health protocols both in daily activities and in tourist destinations is very good. This can be a good signal for the recovery of the tourism sector, as well as a means of education for the community, through digital media or social media that are very closely related to the lives of millennial generation tourists.

Keywords: *Compliance, Millennial Travelers, Health Protocols, Adaptation of New Habits*

REFERENSI

Agusta, I.P.N, Bima., Nova P.Y, Neni, P. (2019). Persepsi Generasi Milenial Indonesia terhadap Pariwisata yang Berkelanjutan. *Jurnal Kepariwisataaan*, Volume 13 Nomor 1 Januari 2019: 69-82.

- Blass, T. (1999). The Milgram Paradigm After 35 Years: Some Things We Now Know About Obedience to Authority. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 5, hal. 955-978.
- Bramasta, D.B. (2020). Mengenal Apa Itu New Normal di Tengah Pandemi Corona. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/20/063100865/mengenal-apa-itu-new-normal-di-tengah-pandemi-corona-?page=all>.
- Bègue, L., Beauvois, J. L., Courbet, D., Oberlé, D., Lepage, J., & Duke, A. A. (2015). Personality Predicts Obedience in a Milgram Paradigm. *Journal of Personality*, 83(3), 299–306. <https://doi.org/10.1111/jopy.12104>
- Carole, C. (2007). *Psikologi*. Benedictine Widyasinta (terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Dinas Pariwisata, D. (2020). *Pranatan Anyar Plesiran Jogja Pranatan Plesiran Jogja Panduan Adaptasi Kebiasaan Baru Pariwisata DIY: Panduan Adaptasi Kebiasaan Baru Pariwisata DIY*.
- Gibson, S. (2019). Obedience without Orders: Expanding Social Psychology's Conception of 'Obedience.' *British Journal of Social Psychology*, 58(1), 241–259. <https://doi.org/10.1111/bjso.12272>.
- KMK Nomor Hk.01.07/Menkes/328/2020 tentang *Panduan Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Tempat Kerja*, 2019 Menteri Kesehatan Republik Indonesia 1 (2020).
- Kemenkes R.I. (2020). Surat Edaran Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.02.01/Menkes/335/2020 Tahun 2020 tentang *Protokol Pencegahan Penularan Corona Virus Disease (Covid-19) di Tempat Kerja Sektor Jasa dan*

Perdagangan (Area Publik) dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha. 8-10.

Kemenparekraf. (2020). Laporan Akuntabilitas Kinerja Kemenparekraf/Baparekraf. In *Kemenparekraf.go.id*. <https://www.kemenparekraf.go.id/post/laporan-akuntabilitas-kinerja-kemenparekrafbaparekraf>.

Kemenparekraf. (2021). Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan. In *Https://Chse.Kemenparekraf.Go.Id/* (Vol. 2019). <https://chse.kemenparekraf.go.id/>.

Ketter, E. (2020). Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0106>.

Kock, F., Nørfelt, A., Josiassen, A., Assaf, A. G., & Tsionas, M. G. (2020). Understanding the COVID-19 tourist psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 85(September), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103053>.

Lee, S., Lee, W. J., & Yoo, K. H. (2020). Millennial ride-share passengers' pro-sustainable behaviors: norm activation perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(1), 15-26. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1578811>.

Martini, M Paham. (2020, 20 Juni). Kaum Milenial Bisa Jadi Pelopor Wisatawan Patuhi Protokol Kesehatan. *Wartamerdeka.web.id*. Retrieved from <https://www.wartamerdeka.web.id/2020/06/kaum-milenial-bisa-jadi-pelopor.html>.

Neuburger, L., & Egger, R. (2021). Travel risk perception and travel behaviour during the Covid-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in*

- Tourism*, 24(7), 1003–1016.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807>.
- Park, S., Fisher, C., Lee, J. Y., & McGuinness, K. (2020). *Covid-19: Australian News and Misinformation*.
- Perić, G., Dramićanin, S., & Conić, M. (2021). The Impact of Serbian Tourists' Risk Perception on their Travel Intentions during the Covid-19 Pandemic. *European Journal of Tourism Research*, 27(1), 1–22.
- Pujiastuti, E. E., Utomo, H. J. N., & Novamayanti, R. H. (2020). Millennial Tourists and Revisit Intention. *Management Science Letters*, 10(12), 2889–2896.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.4.018>.
- Rebollo, H. P. M. (2018). A Structural Model of Millennial Tourist Behavior towards Tourism in Davao Region. *Journal of Advances in Humanities and Social Sciences*, 4(1), 26–36. <https://doi.org/10.20474/jahss-4.1.3>.
- Sarwono, S. & Meinarno, E.A. 2011. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Shakibaei, S., de Jong, G. C., Alpkökin, P., & Rashidi, T. H. (2021). Impact of the Covid-19 Pandemic on Travel Behavior in Istanbul: A Panel Data Analysis. *Sustainable Cities and Society*, 65(September).
<https://doi.org/10.1016/j.scs.2020.102619>.
- Sofronov, B. (2017). The Economic Impact on Global Tourism. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 17(2), 127–139.
- Taylor, A. (2012). The Information Search Behavior of the Millennial Generation. *Ubiquitous Learning*, 4(3), 85–98.
<https://doi.org/10.18848/1835-9795/cgp/v04i03/40341>.

- Taylor, S.E. 2006. *Psikologi Sosial*. Triwibowo (terjemahan). Jakarta: Erlangga
- UNWTO. (2016). Global Report on The Power of Youth Travel. In *Affiliate Members Global Report* (Vol. 13).
- UNWTO. (2020). Tourism News 2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion. In *World Tourism Organization* (Issue October 2020).
- Wachyuni, S. S., & Kusumaningrum, D. A. (2020). The Effect of Covid-19 Pandemic: How are the Future Tourist Behavior? *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 33(4), 67-76. <https://doi.org/10.9734/jesbs/2020/v33i430219>.
- Wiweka, K., Wachyuni, S. S., Rini, N. A., Adnyana, I. N., & Adnyana, P. P. (2019). Perilaku Berwisata Wisatawan Generasi Milenial di Jakarta pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(3), 313-334.



Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan *Customer* Paket Pernikahan di Royal Ambarrukmo Yogyakarta

Enny Karmin

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Indonesia

Email: enny.karmin@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan *customer* dalam paket pernikahan di Royal Ambarrukmo Yogyakarta. Metode penelitian ini adalah kuantitatif melalui dua kelompok variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, tingkat pelayanan dan lokasi sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pembeli paket MICE termasuk di dalamnya adalah paket *wedding/prewedding* selama masa pandemi Covid-19 yang ditawarkan dan dijual oleh Royal Ambarrukmo Yogyakarta. Sample dalam penelitian ini berjumlah 98 responden. Instrumen untuk menggali data pada diri responden adalah kuesioner dalam bentuk pernyataan (*statement*) yang sudah terukur melalui proses validitas dan reliabilitas instrumen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji regresi linier untuk mengukur secara simultan maupun partian melalau uji t, uji F dan uji determinasi (R^2). Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa rata rata kualitas produk, pelayanan dan lokasi terhadap

kepuasan customer paket pernikahan di Royal Ambarrukmo Yogyakarta. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Disamping itu ditemukan fakta bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kualitas Lokasi, Kepuasan Customer

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, service and location on customer satisfaction in wedding packages at Royal Ambarrukmo Yogyakarta. This research method is quantitative through two groups of variables, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are product quality, service level and location, while the dependent variable in this study is the level of consumer satisfaction. The population in this study were all buyers of MICE packages, including wedding/pre-wedding packages during the Covid-19 pandemic, which were offered and sold by Royal Ambarrukmo Yogyakarta. The sample in this study amounted to 98 respondents. The instrument for extracting data on the respondent's side is a questionnaire in the form of a statement that has been measured through the process of instrument validity and reliability. Hypothesis testing is done through linear regression test to measure simultaneously or partially through t test, F test and determination test (R²). The results of this study prove that the average product quality, service and location on customer satisfaction with wedding packages at Royal Ambarrukmo Yogyakarta. There is a significant influence between product and service quality on consumer satisfaction. Besides, it was found that the location had no significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Location Quality, Customer Satisfaction

REFERENSI

- Arikunto, S (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. RinekaCipta.
- Basu Swastha & Irawan. (2005). *Harga dan Pemberian Jasa*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Dharmmesta,B.S., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Fandy T. (2000). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi offset
- Hoover dan Giarratani. (2007). *Lokasi dan Sumber Daya*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Henry Simamora. (2002). *Produk dan Pelayanan yang efektif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Indriantoro, N & Bambang S. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi &Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, cetakan kedua.
- Kotler. (2005) *Kualitas Produk*. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kartajaya, Hermawan. (2002). *Hermawan Kertajaya on Marketing, Edisi Pertama*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Pratikto. (2005). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Famili Resto Cibubur*.
- Reza R.A. (2011). *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Keragaman Menu, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Pizza Hut DP Mall Semarang*.

Ryan N.H. (2010). *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang)*.

Sugiyono. (2005) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.



Copyright © 2022
PENERBIT NEM

Persepsi Wisatawan terhadap Produk Wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang

Francisca Ratna Ardanari

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Indonesia

Email: fransiscaratna@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap produk wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada 4 indikator produk wisata yaitu Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, dan *Ancillary Services* terhadap persepsi wisatawan di Grand Maerakaca. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis yang digunakan adalah metode analisis data deskriptif prosentase. Populasi penelitian ini adalah wisatawan Grand Maerakaca dengan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan purposive sampling dan accidental sampling dalam teknik pengambilan datanya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada wisatawan Grand Maerakaca secara langsung. Hasil analisis penelitian menunjukkan wisatawan menyatakan setuju terhadap produk wisata yang dimiliki Grand Maerakaca dengan melihat beberapa aspek produk wisata yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary services*. Wisatawan puas dalam berkunjung ke wisata Grand Maerakaca dan memungkinkan kecenderungan akan berkunjung kembali.

Kata kunci: Persepsi, Wisatawan, Grand Maerakaca Semarang

ABSTRACT

This study aims to determine tourist perceptions of Grand Maerakaca tourism products in Semarang City. The limitation of the problem in this study focuses on 4 indicators of tourism products, namely Attractions, Amenities, Accessibility, and Ancillary Services on the perception of tourists in Grand Maerakaca. This research method uses a descriptive quantitative approach with the analysis used is descriptive percentage data analysis method. The population of this study were tourists from Grand Maerakaca with a sample of 100 respondents using purposive sampling and accidental sampling in data collection techniques. The method of data collection was carried out using a questionnaire which was distributed to Grand Maerakaca tourists directly. The results of the research analysis show that tourists agree with the tourism products owned by Grand Maerakaca by looking at several aspects of tourism products, namely attractions, amenities, accessibility, and ancillary services. Tourists are satisfied in visiting Grand Maerakaca tourism and may tend to visit again.

Keywords: Perception, Tourists, Grand Maerakaca Semarang

REFERENSI

- Alex, S. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Attraction, Accessibillity, Amenity, Ancillary terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Kepariwisataaan: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 4(1), 53-59.
- Arikunto, S. (2000). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

- _____. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 2(2), 127-133.
- Dewi, K. (2019). Pengaruh Produk Wisata dan Kebijakan Harga terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. *Media Wisata*, 17(2), 90-102.
- Gunadi, M. A., & Rusli, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Wisata Umrah terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Lansia di Annisa Travel Jakarta. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 2(02), 39-48.
- Hadi Prasetyo, D. (2021). Strategi Branding Pemerintah Desa Biting dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Desa Biting (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- <http://disporapar.jatengprov.go.id/portal/page/ppid/438/disporapar-jateng-statistik> diakses pada tanggal 4 September 2021.
- Ibrahim, M. A. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). Motivasi dan Persepsi Pengunjung terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 12(2).
- Komariah, A. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga, 14.

Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Jamu Kiringan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul

Gilang Ahmad Fauzi

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta

Email: gilangfauzzi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perkembangan pariwisata pasca terbentuknya Desa Wisata Jamu Kiringan dan strategi pemasaran di Desa Wisata Jamu Kiringan serta kendala apa saja yang dihadapi dalam proses pemasarannya. Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Jamu Kiringan pada bulan Juni 2019-Juli 2019. Data penelitian diperoleh dari proses wawancara (*interview*) dengan 4 informan terdiri dari pengelola desa wisata, pejabat desa (tokoh masyarakat), masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata dan masyarakat yang tidak terlibat dalam kegiatan pariwisata. Pengambilan cuplikan (*sampling*) dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model Miles dan Huberman (reduksi data, penyajian data, verifikasi atau menarik kesimpulan), analisis IFAS EFAS, dan analisis matriks SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan Desa Wisata Jamu Kiringan cukup berkembang dengan adanya perbaikan dan penambahan 3A (atraksi, amenitas, aksesibilitas), namun masih kurangnya kegiatan promosi dalam memasarkan atraksi dan produk yang dimiliki. Hasil perhitungan faktor internal nilai x

adalah 0,1507 dan faktor eksternal y adalah 0,9557. Dari perhitungan tabel IFAS EFAS menunjukkan bahwa nilai x dan nilai y sama-sama positifnya, sehingga posisi berada pada kuadran 1 pada analisis SWOT. Berarti dengan keadaan faktor ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Jamu Kiringan berada pada posisi yang menguntungkan dimana Desa Wisata Jamu Kiringan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat menutupi kelemahan dan ancaman yang ada dan sangat berpengaruh pada strategi pemasaran di Desa Wisata Jamu Kiringan. kuadran 1 menghasilkan strategi *Strength - Opportunity* (SO) dimana strategi yang tercipta antara lain membuat Taman Toga Raksasa yang berisi berbagai jenis tanaman jamu, meningkatkan kuantitas ekspor dan jaringan kerjasama internasional, menawarkan atraksi dan produk jamu kepada pelaku wisata untuk bekerja sama, merancang *website* resmi desa wisata yang berisi informasi lengkap mengenai Desa Wisata Jamu Kiringan dan juga sistem pemesanan paket wisata *online* disitus *website* tersebut.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Desa Wisata, Jamu, Kiringan

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the development of tourism after the formation of the Jamu Kiringan Tourism Village and the marketing strategy in the Jamu Kiringan Tourism Village and what obstacles were encountered in the marketing process. This research was conducted in the Jamu Kiringan Tourism Village in June 2019 - July 2019. The research data was obtained from an interview process with 4 informants consisting of tourism village managers, village officials (community leaders), people involved in tourism activities and communities involved in tourism activities. not involved in tourism activities. Sampling was done by purposive sampling technique. The analytical method used in this study is data analysis

of the Miles and Huberman model (data reduction, data presentation, verification or drawing conclusions), IFAS EFAS analysis, and SWOT matrix analysis. The results of this study indicate that the Jamu Kiran Tourism Village is quite developed with improvements and additions of 3A (attractions, amenities, accessibility), but there is still a lack of promotional activities in marketing attractions and their products. The result of calculating the internal factor value of x is 0.1507 and the external factor of y is 0.9557. From the calculation of the IFAS EFAS table, it shows that the x value and y value are both positive, so that the position is in quadrant 1 in the SWOT analysis. This means that the circumstances of this factor indicate that the Jamu Kiran Tourism Village is in a favorable position where the Jamu Kiran Tourism Village has strengths and opportunities that can cover existing weaknesses and threats and greatly influence the marketing strategy in the Jamu Kiran Tourism Village. Quadrant 1 produces a Strength - Opportunity (SO) strategy where the strategies created include creating a Giant Toga Garden which contains various types of herbal plants, increasing the quantity of exports and international cooperation networks, offering attractions and herbal products to tourism actors to work together, designing an official website, a tourist village that contains complete information about the Jamu Kiringan Tourism Village and also an online tour package booking system on the website.

Keywords: Marketing Strategy, Tourism Village, Herbal Medicine, Kiringan

REFERENSI

- Basu DH Swasta dan Handoko. Hani. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Demartoto, Argyo. (2009). *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Surakarta: Penerbit Sebelas Maret University Press.

- Hadiwijoyo, Suryo S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indriyo, Gitosudarmo. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2011). *Principle of Marketing: 9th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lunberg, Donal E, Mink H, dan M Krishnamoorthy. (1997). *Tourism Economic (Terjemahan oleh Sofian Jusuf Ekonomi Pariwisata)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Handani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marpaung, Happy. (2002). *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Muljadi dan Warman. (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nirwana. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- Nyoman S. Pendit. (2003). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- R.S Damarjati. (2001). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Rangkuti, Freddy. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Soekadijo, RG. (2000). *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai System Lingkage*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Malang: Bayumedia Publishing.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*.
- Ali Hasan. 2009. *Marketing*. Edisi Baru. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Yoeti, Oka A. 1995. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Angkasa.

~oOo~

Multiplier Efek Kampung Industri Pariwisata Kasongan

Nizar

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta
Email: nizarfachri2@gmail.com

ABSTRAK

Kampung Industri Kasongan bagian dari salah satu kawasan (objek wisata) yang ada di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dipandang cukup potensial untuk meranik wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Tulisan ini didasarkan atas studi eksplorasi dengan metode kuesioner untuk memperoleh keterangan dari responden (pelaku industri, pekerja, maupun masyarakat umum), terkait dengan dampak ganda (multiplier efek) yang ditimbulkan akibat keberadaannya. Dari jawaban responden ditemukan bahwa adanya Kampung Industri Kasongan telah menciptakan dampak positif pada terciptanya; kesempatan kerja, kesempatan berusaha, meningkatkan pendapatan masyarakat (dampak ekonomi). Sedangkan pada aspek sosial (dampak sosial) telah mampu menggeser pola konsumsi, perilaku masyarakat dari kearifan lokal yang bernuasa kental dengan budaya Jogja menjadi budaya asing dengan munculnya sikap individualis, pola konsumsi, perilaku sosial dll. Secara keseluruhan dapat direkomendasikan bahwa Kampung Industri ini akan menjadi sasaran wisatawan yang potensial bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul.

Kata Kunci: Kampung Industri, Pekerja Kreatif, Dampak Ekonomi

ABSTRACT

Kasongan Industrial Village is part of an area (tourist object) in Bantul Regency, Yogyakarta Special Region, which is considered to be quite potential to attract both local and foreign tourists. This paper is based on an exploratory study using the questionnaire method to obtain information from respondents (industrial actors, workers, and the general public), related to the multiplier effect caused by its existence. From the respondents' answers it was found that the existence of Kasongan Industrial Village has created a positive impact on its creation; job opportunities, business opportunities, increase people's income (economic impact). While the social aspect (social impact) has been able to shift consumption patterns, people's behavior from local wisdom which has a strong nuance of Jogja culture to become foreign culture with the emergence of individualist attitudes, consumption patterns, social behavior, etc. Overall, it can be recommended that this Industrial Village will become a potential tourist target for the Bantul Regency Government.

Keyword: *Industrial Village, Creative Workers, Economic Impact*

REFERENSI

- I Gede Ardika. (2005). *Kebijakan Nasional Pengurangan Kemiskinan melalui pariwisata, Pusat Studi Pariwisata UGM Yogyakarta.*
- Janianton Damanik (ed). (2005). *Penanggulangan Kemiskinan melalui Pariwisata.* Yogyakarta: Pusat Studi Pariwisata UGM .
- Mill, R.C. (2000). *Tourism The International Business.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Salah Wahab. (1988) *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Singgih Santoso. (2004). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: Alex Media Komputindo.

Yoeti, O. A. (2008). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.

_____. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

~oOo~

Copyright © 2022
PENERBIT NEM

Desa Wisata Unggul dan Berkelanjutan dalam Perspektif *Tourism Marketing 3.0* (Studi Kasus: Desa Wisata Pentingsari)

Agung Sulisty¹, Fitria Noviati², Rosalina Nur Annisa³
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta
Email: agungsulistyo@stipram.ac.id

ABSTRAK

Instrumen *tourism marketing 3.0* telah banyak digunakan pariwisata dunia dalam menarik kunjungan wisatawan. Beberapa instrumen dari konsep tersebut di antaranya: *technology change*, *political-legal change*, *economic change*, *socio-culture change* dan *market change*, dianggap mampu menciptakan daya tarik wisata yang unggul. Melihat keunggulan instrument tersebut, dapat diterapkan pada daya tarik wisata di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan konsep *tourism marketing 3.0* pada desa wisata Pentingsari dalam upaya menciptakan daya tarik wisata yang unggul dan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif melalui pendekatan studi kasus untuk mengeksplorasi kegiatan pemasaran desa wisata Pentingsari. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara yang dipadukan dengan konsep *tourism marketing 3.0*. Informan yang dipilih berasal dari pengelola desa wisata Pentingsari yang membidangi masalah pemasaran dan digital. Pengolahan data dan analisa dilakukan menggunakan teknik Miles-Huberman melalui empat tahap: transkripsi wawancara, reduksi data, kategorisasi dan penarikan

kesimpulan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, *instrument tourism marketing 3.0* belum sepenuhnya diterapkan oleh pengelola desa wisata Pentingsari. Penelitian ini menegaskan, diperlukan strategi serta kebijakan yang tepat dalam penerapan *tourism marketing 3.0* sehingga tercipta daya tarik wisata yang unggul dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Tourism Marketing 3.0, Pariwisata Berkelanjutan, Desa Wisata Pentingsari

ABSTRACT

The global tourism sector has frequently utilized tourism marketing 3.0 as an instrument in attracting tourists. Several concepts of said instrument, namely technology change, political-legal change, economic change, socio-cultural change and market change, are considered apt in creating competitive tourist attraction. This particular advantage of the instrument makes for appropriate application in tourist attractions in Yogyakarta. This study aims to explore the implementation of tourism 3.0 concept in the tourist village of Pentingsari, in effort to create a competitive and sustainable tourist attraction. The research utilized a descriptive qualitative design by applying a case study approach to explore marketing activities in Pentingsari village. Data collection was carried out using a combination of interview and the tourism marketing 3.0 concept. Respondents were selected from those in charge of the marketing and digital management activities of Pentingsari tourist village. Data processing and analysis employed the Miles-Huberman technique consisting of four stages: interview transcript, data reduction, categorization and drawing conclusions. The study shows that the tourism marketing 3.0 concept has not been fully optimized in the management of Pentingsari village and emphasizes the need for appropriate strategy and policy in

implementing tourism marketing 3.0 in order to establish a competitive and sustainable tourist attraction.

Keywords: *Tourism Marketing 3.0, Tourism Sustainability, Pentingsari Tourist Village*

REFERENSI

- Aboramadan, M., & Dahleez, K. A. (2020). Leadership styles and Employees' Work Outcomes in Nonprofit Organizations: The Role of Work Engagement. *Journal of Management Development*, 39(7/8), 869–893. <https://doi.org/10.1108/JMD-12-2019-0499>.
- Al-Msallam, S. (2020). The Impact of Tourists' Emotions on Satisfaction and Destination Loyalty—an Integrative Moderated Mediation Model: Tourists' Experience in Switzerland. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(5), 509–528. <https://doi.org/10.1108/JHTI-11-2019-0126>.
- Amrutha, V. N., & Geetha, S. N. (2020). A Systematic Review on Green Human Resource Management: Implications for Social Sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119131. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119131>.
- Bam, N., & Kunwar, A. (2020). Tourist satisfaction: Relationship analysis among its Antecedents and Revisit Intention. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 8(2), 30–47. <https://doi.org/10.30519/ahtr.765394>.
- Bernini, C., & Galli, F. (2021). How Much Does Satisfaction affect Tourism Expenditure During and Post Recessions? *Current Issues in Tourism*. *Scopus*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1907320>.
- Cetron, M. J., Davies, O., DeMicco, F., & Song, M. (2020). *Shaping the Future of Hospitality and Travel: Trends in*

- Energy, Environmental, and Labor Force and Work. *International Hospitality Review*, 34(2), 129–152. <https://doi.org/10.1108/IHR-03-2020-0007>.
- Chen, Y.-L., Chen, J., Liu, W.-Y., & Sharma, T. (2020). Expected Benefits of People Interactions and Guest Experiences. *International Hospitality Review*, 34(2), 187–202. <https://doi.org/10.1108/IHR-04-2020-0010>.
- Creswell, J. H., & David, J. (2019). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mix Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dearing, J. W., & Singhal, A. (2020). New Directions for Diffusion of Innovations Research: Dissemination, Implementation, and Positive Deviance. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 307–313. <https://doi.org/10.1002/hbe2.216>.
- Dell’Eva, M., Nava, C. R., & Osti, L. (2020). Perceptions and Satisfaction of Human–Animal Encounters in Protected Areas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), 441–458. <https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2020-0024>.
- DeWit, A., Shaw, R., & Djalante, R. (2020). An Integrated Approach to Sustainable Development, National Resilience, and Covid-19 Responses: The case of Japan. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 51, 101808. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101808>.
- H. Demolingo, R., Damanik, D., Wiweka, K., & Pramania Adnyana, P. (2020). Sustainable Tourist Villages Management Based on Javanese Local Wisdom ‘Memayu Hayuning Bawono’ Best Practice of Desa Wisata Pentingsari, Yogyakarta. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 7(2), 41–53. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2020.725>.

- Hairi, M. A. (2020). Governance and Administrative Process of the {Light} {Rail} {Train} project in {Palembang}, {Indonesia}. *Public Administration and Policy*, 23(3), 299-313. <https://doi.org/10.1108/PAP-06-2020-0031>.
- Happ, E., & Ivancsó-Horváth, Z. (2018). Digital Tourism Is The Challenge of Future. *Knowledge Horizons - Economics*, No. 2, 9-16.
- Hartoyo, H., Sindung, H., Teuku, F., & Sunarto, S. (2020). The Role of Local Communities in Peacebuilding in Post-Ethnic Conflict in a Multi-Cultural Society. *Journal of Aggression, Conflict and Peace Research*, 12(1), 33-44. <https://doi.org/10.1108/JACPR-06-2019-0419>.
- Havadi Nagy, K. X., & Espinosa Segui, A. (2020). Experiences of Community-Based Tourism in Romania: Chances and Challenges. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 27(2), 143-163. <https://doi.org/10.1108/JTA-08-2019-0033>.
- Heinonen, K., & Medberg, G. (2018). Netnography as a Tool for Understanding Customers: Implications for Service Research and Practice. *Journal of Services Marketing*, 32(6), 657-679. <https://doi.org/10.1108/JSM-08-2017-0294>.
- Heslinga, J., Groote, P., & Vanclay, F. (2019). Strengthening Governance Processes to Improve Benefit-Sharing from Tourism in Protected Areas by Using Stakeholder Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(6), 773-787. Scopus. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1408635>.
- Huang, T. (2020). Scientific Understanding of the Fundamentals of China's Economic Development. *China Political Economy*, 3(2), 279-287. <https://doi.org/10.1108/CPE-10-2020-0015>.

- Hudayana, B. (2020). Involution in Small-Scale Lava Tour Enterprises among People Affected by the Mount Merapi Eruption, Indonesia. *International Journal of Tourism Anthropology*, 8(1), 79–102. <https://doi.org/10.1504/IJTA.2020.113930>.
- Jia, F., Peng, S., Green, J., Koh, L., & Chen, X. (2020). Soybean Supply Chain Management and Sustainability: A Systematic Literature Review. *Journal of Cleaner Production*, 255, 120254. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120254>.
- Kaur, G. (2017). The Importance of Digital Marketing in the Tourism Industry. In *International Journal of Research-Granthaalayah* (Vol. 5, Issue 6, p. 72).
- Krasodomska, J., & Zarzycka, E. (2020). Key Performance Indicators Disclosure in the Context of the EU Directive: When Does Stakeholder Pressure Matter? *Meditari Accountancy Research*, 29(7), 1–30. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-05-2020-0876>.
- Kristiana, Y., Pramono, R., & Brian, R. (2021). Adaptation Strategy of Tourism Industry Stakeholders during the Covid-19 Pandemic: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 0213–0223. Scopus. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0213>.
- Lascu, D.-N., Manrai, L. A., Manrai, A. K., & Gan, A. (2018). A Cluster Analysis of Tourist Attractions in Spain: Natural and Cultural Traits and Implications for Global Tourism. *European Journal of Management and Business Economics*, 27(3), 218–230. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-08-2017-0008>.
- Lim, W. M., Yap, S.-F., & Makkar, M. (2021). Home Sharing in Marketing and Tourism at a Tipping Point: What Do

- We Know, How Do We Know, and Where should We be Heading?. *Journal of Business Research*, 122, 534–566. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.051>.
- Mainolfi, G., & Marino, V. (2020). Destination beliefs, event satisfaction and post-visit product receptivity in event marketing. Results from a tourism experience. *Journal of Business Research*, 116, 699–710. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.03.001>.
- Marotti de Mello, A., Schiller, K. J. F., Ghosh, B., Roy, J., & Swilling, M. (2021). Call for papers: Sustainability transitions in the Global South – learnings from Covid-19 and future directions. *Revista de Gestão*, 28(1), 100–103. <https://doi.org/10.1108/REGE-02-2021-130>.
- Miah, S. J., Vu, H. Q., Gammack, J., & McGrath, M. (2017). A Big Data Analytics Method for Tourist Behaviour Analysis. *Information and Management*, 54(6), 771–785. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.11.011>.
- Miles, M. B., & Huberman, M. A. (1994). *Qualitative Data Analysis.pdf (Second Edi)*. SAGE Publications Inc.
- Moreno-Luna, L., Robina-Ramírez, R., Sánchez, M. S. O., & Castro-Serrano, J. (2021). Tourism and sustainability in times of Covid-19: The case of Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1–22. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041859>.
- Muhammad, D., Hanggraito, A. A., Anshori, H. A., & Aisyahdi, Nahda F. (2020). *Study of Classification of Tourism Villages in Sleman Regency*. Sleman Regency Tourism Office. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.
- Muslim, A. (2016). Economic Community Empowerment Through Tourist Village Development. *MIMBAR, Jurnal*

Sosial dan Pembangunan, 32(2), 343.
<https://doi.org/10.29313/mimbar.v32i2.1839>.

Nirwandar, & Kartajaya. (2013a). *Tourism Marketing 3.0: Turning Tourist to Advocate*. Gramedia Pustaka Utama.

Nirwandar & Kartajaya. (2013b). *Tourism Marketing 3.0: Turning Tourist to Advocate*. Gramedia Pustaka Utama.
<https://www.gpu.id/book-detail/87444/tourism-marketing-30>.

Nuryakin, & Priyo, J. S. (2018). Service quality, trust and customer loyalty: The role of customer satisfaction at the hotel services industry in Indonesia. *Quality - Access to Success*, 19(166), 50–55. Scopus.

Pegas, F. V., Weaver, D., & Castley, G. (2015). Domestic tourism and sustainability in an emerging economy: Brazil's littoral pleasure periphery. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 748–769. Scopus.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2014.998677>.

Pellizzoni, E., Trabucchi, D., Frattini, F., Buganza, T., & Di Benedetto, A. (2020). Leveraging stakeholders' knowledge in new service development: A dynamic approach. *Journal of Knowledge Management*, 24(2), 415–438. <https://doi.org/10.1108/JKM-10-2019-0532>.

Ponte, J., Couto, G., Sousa, Á., Pimentel, P., & Oliveira, A. (2021). Idealizing adventure tourism experiences: Tourists' self-assessment and expectations. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35. Scopus.
<https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100379>.

Priatmoko, S., Kabil, M., Purwoko, Y., & Dávid, L. D. (2021a). Rethinking sustainable community-based tourism: A villager's point of view and case study in Pampang

Village, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 13(6).
<https://doi.org/10.3390/su13063245>.

Priatmoko, S., Kabil, M., Purwoko, Y., & Dávid, L. D. (2021b). Rethinking sustainable community-based tourism: A villager's point of view and case study in Pampang Village, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 13(6).
<https://doi.org/10.3390/su13063245>.

Reichstein, C., & Härting, R.-C. (2018). Potentials of changing customer needs in a digital world – A conceptual model and recommendations for action in tourism. In T. C., H. Y., H. R.J., J. L.C., & J. L.C. (Eds.), *22nd International Conference on Knowledge-Based and Intelligent Information and Engineering Systems, KES 2018* (Vol. 126, pp. 1484–1494). Elsevier B.V.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.08.120>.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations (3rd ed)*. Free Press; Collier Macmillan.

Sánchez-Teba, E. M., García-Mestanza, J., & Rodríguez-Fernández, M. (2020). The application of the inbound marketing strategy on costa del sol planning & tourism board. *Lessons for post-Covid-19 revival. Sustainability (Switzerland)*, 12(23), 1–15. Scopus.
<https://doi.org/10.3390/su12239926>.

Sharma, A., Sharma, S., & Chaudhary, M. (2020a). Are small travel agencies ready for digital marketing? Views of travel agency managers. *Tourism Management*, 79. Scopus.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104078>.

Sharma, A., Sharma, S., & Chaudhary, M. (2020b). Are small travel agencies ready for digital marketing? Views of travel agency managers. *Tourism Management*, 79.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104078>.

- Sulistyo, A. (2020). Sme's Strategy in Creating Sustainable Business During Covid-19 Towards the New Normal Era Based on Marketing Mix Perspective. 200-202--4.
- Sulistyo, A., & Salindri, Y. A. (2019). Analysis of Tourist Satisfaction Levels with Transportation Facilities in an Effort to Create an Integrated Tourist Area in Yogyakarta. (Case Study) Taman Sari, Kraton, Nol Kilometer and Malioboro. *Jurnal Kepariwisataaan*, 13 No 2, 1-14.
- Sulistyo, Agung. (2021). Tourism Marketing 3.0 On Tinalah Tourist Village An Effort To Increase The Quality Of Tourist Product. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 9(3), 1-8. <https://doi.org/10.35814/tourism.v9i3.2283>.
- Suryaningsih, I. B., Wulandari, G. A., Nugraha, K. S. W., Paramita, C., & Yuri, Q. I. B. (2020). Digital marketing tools or e-wom? Tourists motivation to enjoy the charm of blue fire on ijen crater ecotourism. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11(4), 802-808. Scopus. [https://doi.org/10.14505/jemt.v11.4\(44\).03](https://doi.org/10.14505/jemt.v11.4(44).03).
- Tran, P. K. T., Nguyen, P. D., Le, A. H. N., & Tran, V. T. (2021). Linking self-congruity, perceived quality and satisfaction to brand loyalty in a tourism destination: The moderating role of visit frequency. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2020-0143>.
- Turisno, B. E., & Dewi, I. G. A. G. S. (2021). Impact of coastal reclamation on environmental sustainability and tourism-based economy on the north coast of java. *International Journal of Criminology and Sociology*, 10, 695-702. Scopus. <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2021.10.82>.

- Ul Haq, I., & Awan, T. M. (2020). Impact of e-banking service quality on e-loyalty in pandemic times through interplay of e-satisfaction. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, 17(1/2), 39-55. <https://doi.org/10.1108/XJM-07-2020-0039>.
- Xu, J., Yan, L., & Mak, C. K. Y. (2021). Destination Residents' Expected Tourist Experiences of Unconventional Attractions and their Intention to Recommend. *Journal of China Tourism Research*. Scopus. <https://doi.org/10.1080/19388160.2021.1871693>.
- Yin, R. K. (2003). Case Study Research; Design and Methods. In *Case Study Research; Design and Methods* (Third, Vol. 5, Issue 3). https://doi.org/10.1300/J145v03n03_07.
- Zarezadeh, Z. Z., Rastegar, H. R., & Gretzel, U. (2018). Reviewing the Past to Inform the Future: A Literature Review of Social Media in Tourism. *Czech Journal of Tourism*, 7(2), 115-131. <https://doi.org/10.1515/cjot-2018-0006>.
- Zhu, Y., Lynette Wang, V., Wang, Y. J., & Nastos, J. (2020). Business-to-business referral as digital competition strategy: Insights from an industry-wise digital business network. *European Journal of Marketing*, 54(6), 1181-1203. <https://doi.org/10.1108/EJM-01-2019-0011>.

Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata Tembi, Bantul, Yogyakarta dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Fransisca Ratna Ardanari

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta

Email: fransiscaratna@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata Tembi, Bantul, Yogyakarta dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”. Dilatarbelakangi oleh rasa ingin tahu penulis tentang bagaimana meningkatkan kedatangan wisatawan dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu, karena strategi komunikasi pemasaran terpadu memainkan peran penting dalam meningkatkan kedatangan wisatawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menentukan pengaruh strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh pengelola Desa Wisata Tembi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menguraikan secara deskriptif data primer dari wawancara dan pencarian data sekunder dari observasi dan dokumentasi untuk lebih memahami fenomena yang terjadi dalam pemahaman yang menyeluruh dan mendalam tentang strategi komunikasi pemasaran terpadu pada pariwisata pedesaan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Tembi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desa wisata tembi secara

keseluruhan menggunakan unsur komunikasi pemasaran terpadu. Meskipun implementasi elemen komunikasi pemasaran terpadu secara keseluruhan belum optimal dalam hal ini penggunaan media internet dilaksanakan karena berbagai keterbatasan, tetapi elemen komunikasi pemasaran terpadu adalah untuk saling mendukung dan bekerja sama satu sama lain karena semuanya saling terkait dan tidak terpisahkan. Secara umum, layanan dan fasilitas yang tersedia di desa wisata tembi cukup berkualitas untuk memuaskan para wisatawan yang berkunjung.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Kunjungan Wisatawan

ABSTRACT

This research is entitled "Integrated Marketing Communication Strategy of Tembi Tourism Village, Bantul, Yogyakarta in Increasing Tourist Visits". increase tourist arrivals. The purpose of this study was to identify and determine the effect of the integrated marketing communication strategy implemented by the manager of the Tembi Tourism Village in increasing tourist visits. This research was conducted using qualitative descriptive research methods by descriptively describing primary data from interviews and searching for secondary data from observations and documentation to better understand the phenomena that occur in a comprehensive and in-depth understanding of integrated marketing communication strategies in rural tourism in increasing tourist visits. Tembi Tourism Village. The results showed that the Tembi tourism village as a whole used elements of integrated marketing communication. Although the implementation of the integrated marketing communication elements as a whole has not been optimal in this case the use of internet media is carried out due to various limitations, but the integrated marketing communication elements are to support each other and work

together with each other because everything is interrelated and inseparable. In general, the services and facilities available in the Tembi tourist village are of sufficient quality to satisfy the visiting tourists.

Keywords: *Integrated Marketing Communication, Tourist Visits*

REFERENSI

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Baiquni, M dan Wardiyanto. (2011). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Bandung: CV. Lubuk Agung.
- Belch, G.E. (2004). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communicatuon Perspective/George E. Belch; Michael A. Belch*. New York: McGraw Hill.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cannon, J.P. (2008). *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Damardjati, R.S. (2001). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata (cetakan keenam)*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Djaslim, S. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.

- Gonring, M. (1994). *Putting Integrated Marketing Communication to Work Today*. Fall, Public Relations Quartely.
- Jauch, L.R. & Glueck, W.F. (1999). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Bersaing*, terjemahan Agus Dharma. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Karyono, H. (1997). *Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Grafindo.
- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PT Grafiti.
- _____. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT Gramedia.
- Kotler, P dan Kevin L.K. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Gary A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. (Damos Sihombing. Alih Bahasa). Jakarta: Erlangga.
- _____. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, A. (2009). *Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif*. Yogyakarta: Garailmu.
- Pitana, I G. dan Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Siswanto dan Kleinsteuber, F. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Damar Melia Pustaka.
- Soemanegara, R. (2006). *Strategic Marketing Communication-Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.

Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Putaka Pelajar.

Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi.

Syahputra, Iswandi. 2007. *Komunikasi Profetik Konsep dan Pendekatan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

~oOo~

Copyright © 2022
PENERBIT NEM

Survei Pengaruh Kepadatan Transportasi Kawasan Malioboro terhadap Kunjungan Wisatawan

Gunawan Yulianto

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta

Email: gjulianto99@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan wisatawan terhadap citra dan mengetahui implementasi penetapan kebijakan pengaturan lalu lintas dalam meningkatkan citra Jalan Malioboro. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Di mana metode ini dengan cara purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, interview (wawancara), kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Untuk pemeriksaan keabsahan data, menggunakan triangulasi, di mana data di peroleh dari sumber data primer dan data sekunder. Pengujian instrumen menggunakan analisis data interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian ini adalah Malioboro harus segera dibenahi oleh pemerintah kota dalam hal ini UPT Malioboro untuk terciptanya Malioboro yang nyaman sebagai daerah kunjungan pariwisata, lalu lintas di kawasan Malioboro menjadi tertib, menjadikan Malioboro sebagai tempat pariwisata rapi dan indah. Sehingga citra Malioboro sebagai kawasan wisata dan kawasan belanja semakin kuat.

Kata Kunci: Malioboro, Kunjungan Wisatawan, Kepadatan Lalu Lintas, Transportasi

ABSTRACT

This study aims to determine the response of tourists to the image and determine the implementation of the determination of traffic regulation policies in improving the image of Jalan Malioboro. The study used a qualitative descriptive method. Where this method by means of purposive sampling. Data collection techniques using observation, interviews, questionnaires, documentation and literature studies. To check the validity of the data, using triangulation, where data is obtained from primary data sources and secondary data. Testing the instrument using interactive data analysis which consists of data reduction, data presentation and data verification. The results of this study are that Malioboro must be immediately addressed by the city government in this case UPT Malioboro to create a comfortable Malioboro as a tourist visit area, traffic in the Malioboro area to be orderly, making Malioboro a neat and beautiful tourism place. So that the image of Malioboro as a tourist area and shopping area is getting stronger.

Keywords: *Malioboro, Tourist Visits, Traffic Density, Transportation*

REFERENSI

- Bafadal. (2014). *Manajemen perlengkapan Sekolah Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Darmawan. (2014). *Menejemen Sarana dan Prasarana dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan. Jurnal Pelopor Pendidikan Guru SDN Kombang 1 Kecamatan Talango Kabupaten Sumenep*.
- Fatimah N. (2013). *Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran terhadap Daerah, Keputusan dan Pengambilan Keputusan*

Manager Taman Botani Sukorabi Jember, Universitas Jember.

Kotler & Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th edition. United Stated: Pearson Education.

Mustari. (2014). *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Nugroho. (2011). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".

Ogi Sulistian. (2011). *Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.

Sinaga. (2010). *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah*. *Kertas Karya*. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

University, wena, I Ketut dan Widyatmaja. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Pers.

Utama. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: Andy Offset.

Peraturan Pemerintah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*. Bab 1 Pasal 1 Ayat 3.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisata*. Bab 1 Pasal 1 Ayat 1.

Undang-Undang No. 22 Tahun 2009 tentang *Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. Pasal 112 Ayat 3.

Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (PERDA DIY) Nomor 5 Tahun 2004 (5/2004) tentang *Penyelenggaraan Lalu Lintas Jalan di Wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*.

Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 92 Tahun 2009 tentang *Pembentukan, Susunan, Kedudukan, Fungsi dan Rincian Tugas Unit Pelaksana Teknis Pengelolaan Kawasan Malioboro pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta*.

~oOo~

Copyright © 2012
PENERBIT NEBIT

Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Angkutan Bus Pariwisata Gege Transport dalam Masa Pandemi Covid-19

Hari Rachmadi, Yudi Setiaji

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta

Email: harri.rachmadi@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang terjadi di awal tahun 2020 membuat berbagai sektor usaha di Indonesia mengalami kerugian, terutama di sektor pariwisata. Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Angkutan Bus Pariwisata Gege Transport dalam Masa Pandemi Covid-19”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa angkutan bus Gege di masa pandemi Covid-19. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Untuk populasi penelitian ini adalah pelanggan jasa wisata angkutan gege yang menggunakan jasa angkutan gege selama masa pandemi Covid-19. Jumlah sampel penelitian yang digunakan 30 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling yaitu pengambilan sampel populasi dilakukan dengan teknik random tanpa melihat strata dalam populasi. Variabel dalam penelitian ini adalah harga (1), faktor kualitas (2), protokol kesehatan (3), dengan variabel yang terkait dengan keputusan konsumen menggunakan transportasi gege (Y). Untuk mengetahui

pengaruh variabel tersebut diuji dengan teknik analisis regresi linier berganda dan diperoleh hasil $Y = 1,974 + (0,387 X1) + (0,599 X2) + (0,383 X3)$. Kemudian melalui uji F diperoleh hasil f hitung sebesar 4,529 dan nilai signifikansi 0,011 dan sebesar 2,98 sehingga $>$ atau sebesar $4,529 > 2,98$ disimpulkan bahwa 1 diterima dan 1 ditolak yang artinya secara simultan faktor-faktor tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa. Berdasarkan uji T diperoleh hasil nilai t hitung dari variabel harga sebesar -2.102 Kemudian variabel kualitas pelayanan sebesar 3.371 dan variabel protokol kesehatan sebesar 1.386 dengan tingkat sig. semua variabel $<$ 0,05 kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 2,056. Berdasarkan uji T dapat disimpulkan bahwa 2 ditolak dan 2 diterima yang berarti variabel harga merupakan variabel yang tidak dominan dan tidak berpengaruh terhadap konsumen. Keputusan menggunakan jasa transportasi Gege. Hal ini terlihat dari perbandingan koefisien beta terendah dan nilai t hitung sebesar -0,387 atau -38,7% dan t hitung sebesar -2,102.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Protokol Kesehatan, Keputusan Konsumen

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic that occurred in early 2020 made various business sectors in Indonesia suffer losses, especially in the tourism sector. This Research entitled "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Angkutan Bus Pariwisata Gege Transport dalam Masa Pandemic Covid-19." This research aims to find out the factors that can influence consumer decisions using Gege transport bus services in the pandemic Covid-19. This kind of research is quantitative research. For the population of this research are customers of gege

transport tourism services who use gege transport services during the pandemic Covid-19. The number of research samples used 30 respondents. Sampling using random sampling technique is sampling of populations done with random techniques without looking at the strata in the population. The variables in this research are price (1), quality factors (2), health protocols (3), with variables tied to consumer decisions using gege transport (Y). To find out the influence of these variables are tested with multiple linear regression analysis techniques and obtained results $Y = -1.974 + (-0.387 X_1) + (0.599 X_2) + (0.383 X_3)$. Then through the test F obtained a result of f calculated of 4,529 and a significance value of 0,011 and a_e as big as 2,98 so that $t_{nn} > a_e$ or as free $4,529 > 2,98$ it is concluded that a_1 accepted and 1 rejected which means these factors simultaneously have a positive and significant effect on consumer decisions using services. Based on the T test obtained the result of the value t calculated from the price variable of -2,102 Then the service quality variable is as 3,371 and the health protocol variables amounted to 1,386 with sig level. all variables < 0.05 then compared to the t table value of 2,056. Based on the T test, it can be concluded that a_2 rejected and 2 accepted which means the price variable is the does not dominantly variable and does not influences consumer decisions using Gege transport services. This can be seen from the comparison of the lowest beta coefficient and t count values of -0,387 or -38,7 % and t count by -2,102.

Keyword: Price, Service Quality, Health Protocol, Consumer Decisions

REFERENSI

- Abbas S. (2012). *Manajemen Transportasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada Hasan.
- Ali. (2015). *Tourist Marketing*. Yogyakarta: CAPS Kotler.
- Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

- Nasution, A. (2015). *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santosa. (2018). *Statistika Hospitalitas (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke- 17. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2015). *Pemasaran Jasa (Prinsip Penerapan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Toni Wijaya. (2021). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Rachmadi, H. (2010). Analisis Komponen Bus Pariwisata Guna Penentuan Tarif dan Harga. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=4EbL7uQAAAAJ&citation_for_view=4EbL7uQAAAAJ:WF5omc3nYNoC.
- Rachmadi, H. (2016). Model Pengambilan Keputusan Berwisata. *Jurnal Media Wisata*. Volume 14, Nomer 2. November 2016. Diakses pada tanggal 7 Oktober 2020 https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=4EbL7uQAAAAJ&citation_for_view=4EbL7uQAAAAJ:u-x6o8ySG0sC.
- Christi M., V. (2009). *Analisi Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Carrefour sebagai Tempat Berbelanja*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Iman, B.A. (2020). *Pengaruh Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Perusahaan Angkutan Pariwisata Parikesit (PT. Suryo Jatmiko Abadi)*. Yogyakarta: Jurusan Usaha Perjalanan Wisata, STP AMPTA Yogyakarta.

Tandirerung, A.C. (2019). *Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa Go-Car*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Zhafira, H. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Edukasi Sekolah Sungai Siluk*. Program Studi S1-Pariwisata, STP AMPTA Yogyakarta.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*. Jakarta.

<http://gegetransport.com/profil-kami>. diakses pada tanggal 10 juni 2021
<https://www.kemkes.go.id/article/view/20070200001/berisiko-tinggi-penularan-lakukan-7->.

[langkah-berikut-saat-naik-transportasi-umum.html](#), diakses 19 juni 2021.

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/102884/permenhub-no-117-tahun-2018>. Diakses 17 Agustus 2021.

Pengembangan Makanan Tradisional Brongkos sebagai Produk Wisata Kuliner di Kabupaten Sleman

Made Witara

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta

Email: madedogen66@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengembangan makanan tradisional brongkos sebagai produk wisata kuliner di Kabupaten Sleman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yang mana berusaha untuk mengetahui bagaimana pengembangan makanan tradisional brongkos sebagai produk wisata kuliner di Kabupaten Sleman. Penelitian ini dilakukan pada warung brongkos: Warung Ijo Bu Padmo, Warung Brongkos Bu Sri, Warung Ijo Mbak Parih dan Warung Brongkos Tempel Asli, waktu penelitian 3 bulan, sumber data berupa data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan studi dokumentasi, sedangkan alat untuk menganalisa data yakni menggunakan Triangulasi Data. Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan bahwa pengembangan brongkos sebagai produk wisata kuliner dapat dikembangkan melalui 2 cara yaitu adaptasi pengolahan seperti *classical cooking*, *nouvele cuisine*, *fusion food*, *courtesy food* dan peningkatan kualitas melalui *presentation*, *taste and flavor*, *texture*, *temperature*, *color of food* dan *character of food*.

Kata Kunci: Pengembangan Makanan Tradisional Brongkos sebagai Produk Wisata Kuliner

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the development of brongkos traditional food as a culinary tourism product in Sleman Regency. The method used in this research is a case study which seeks to find out how the development of brongkos traditional food as a culinary tourism product in Sleman Regency. This research was conducted at brongkos stalls: Warung Ijo Bu Padmo, Warung Brongkos Bu Sri, Warung Ijo Mbak Prih and Warung Brongkos Tempel Asli, the research time was 3 months, the data sources were primary data and secondary data with data collection techniques in the form of interviews, observations and studies. documentation, while the tool to analyze the data is to use data triangulation. Based on the results of the study, it was found that the development of brongkos as a culinary tourism product can be developed in 2 ways, namely adaptation of processing such as classical cooking, nouvelle cuisine, fusion food, courtesy food and quality improvement through presentation, taste and flavor, texture, temperature, color of food and character of food.

Keywords: *Development of Brongkos Traditional Food as A Culinary Tourism Product*

REFERENSI

Undang-Undang RI Nomor 1990 tentang Kepariwisataaan dalam *Info Kepariwisataaan Jaya*. Jakarta: Koperasi Sapta Pesona.

Abbey, J.R. 2003. *Hospitality Sales and Marketing*. Fourth Edition. Michigan: Education Institute of American Hotel & Motel Association.

- Ahimsa Putra, HS. *Mengembangkan Wisata Budaya dan Budaya Wisata Sebuah Refleksi Antropologis*. Pusat Studi Pariwisata. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chafid F. Ed. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Davis. (2007). *Analisa Pasar Ditinjau dari Presepsi Wisatawan terhadap Kuliner di Kabupaten Sleman*. Falkutas Tehnik Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ernayanti, dkk. (2003). *Ensilopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura*. Deputi Bidang Pelestarian dan Pengembangan Kebudayaan, Asdep. Urusan Kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Jakarta: Proyek Pelestarian dan Pengembangan Tradisi dan Kepercayaan.
- Fandeli, C dan Mukhlison. (2000). *Pengusahaan Ekowisata*. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta bekerjasama dengan Unit KSDA Daerah Istimewa Yogyakarta dan Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Farida A. (1997). *Peluang Bisnis Katring dan Pengelolaannya*. Jakarta: Golden Terayon Press.
- Faulkner, B. (1997). *Perkembangan Pariwisata Indonesia: Perspektif "Gambaran Besar"*. Dalam Myra P. Gunawan. ed. *Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan. Proseding Pelatihan dan Lokakarya*. Bandung: ITB.
- Gaffar, (2007). *Customer Relationship Management And Marketing Public Relations Hotel*. Bandung: Alfabeta.

- Gunn, C.A. (1988). *Tourism Planning*. 2nd Edition. New York: Taylor & Francis.
- Hsu, C. H. C. dan Powers, T. (2002). *Marketing Hospitality*. Third Edition. John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Jennings, G. (2001). *Tourism Research*. Central Queensland University: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. (2004). *Peningkatan Status Gastronomi Makanan Khas Indonesia dalam Festival Boga*. Deputi Bid pengembangan Produk dan Usaha Pariwisata, Jakarta.
- Kotas, R & Jayawardena, C. (1999). *Profitable Food and Beverage Management*. London: Hodder & Stoughton.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2002). *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Jilid II Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Pearson Education Asia Ptc. Ltd dan PT. Prenhallindo.
- Kusmayadi dan Endar S. (2000). *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Manning, C dan Effendi TN. (1985). *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informal di Kota*. Jakarta: PT Gramedia.
- Mardalis. (2008). *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Reid, D & Bojanic, C. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Second Edition. Prentice Hall International, Inc.

Suriani. (2009). *Seni Kuliner Bali Sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata Studi Kasus di Warung Babi Guling Ibu Oka di Kelurahan Ubud, Gianyar, Bali. Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata. (Tesis). Denpasar: Universitas Udayana.*

Yoeti, O.A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

_____. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradna Paramita.

~oOo~

Copyright © 2022
PENERBIT NEM

Analisis Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Pancoh

Retno Moortrisari Widianingrum
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta
Email: retnoningrum@gmail.com

ABSTRAK

Desa Wisata Pancoh merupakan salah satu Desa Wisata yang mengandalkan partisipasi masyarakatnya dalam membangun dan mengembangkan desa wisata, konsep ini di kenal sebagai *Community Based Tourism* (CBT). Bentuk dari CBT adalah melalui desa wisata yang menekankan masyarakatnya melibatkan untuk pembangunan industri pariwisata. Penelitian dengan judul “Analisis Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata di Desa Pancoh”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Pancoh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan observasi, wawancara dan pengambilan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan Pengelola Desa Wisata, Ketua Kelompok Pertanian, Ketua Kelompok Keagamaan dan juga Masyarakat Desa Wisata Pancoh. Berdasarkan analisis yang dilakukan hasil penelitian ini adalah terdapat tiga tahapan partisipasi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Pancoh. Tahapan pertama yaitu perencanaan, Dalam tahapan-tahapan perencanaan terdapat partisipasi masyarakat berupa buah pikiran yang dimana

masyarakat memberikan saran dan juga berupa kritikan dalam mengambil keputusan mengenai pembentukan Desa Wisata Pancoh dan pengurusan terkait Pengembangan Desa Wisata Pancoh yaitu Pokdarwis Pancoh. Tahapan kedua yaitu pelaksanaan, pada tahapan-tahapan pelaksanaan juga terdapat partisipasi berupa buah pikiran yaitu pemberian ide-ide dan juga gagasan kreatif dan ide-ide perbaikan sarana dan prasarana terkait pengembangan Desa Wisata Pancoh. Selain itu terdapat juga bentuk partisipasi tenaga yaitu seperti kerja bakti, membersihkan jalan, pengerasan jalan, mencangkul, membuat plang, membersihkan sungai, memasak untuk wisatawan dan juga menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan oleh wisatawan, bentuk partisipasi berupa keterampilan seperti peternak dan juga petani memandu wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Pancoh, bentuk partisipasi berupa harta dan benda seperti uang kas untuk kegiatan wisata, konsumsi untuk gotong royong dan juga rapat, pemberian berupa ban dan kayu, bentuk partisipasi berupa sosial. Tahapan ketiga yaitu evaluasi, Pada tahapan-tahapan evaluasi juga terdapat partisipasi masyarakat berupa pikiran dalam pemberian kritikan dan juga saran melalui rapat yang dilakukan dalam tiga bulan sekali. Dan selain itu ada juga buku evaluasi *home stay*.

Kata Kunci: CBT (*Community Based Tourism*), Desa Wisata, Partisipasi Masyarakat

ABSTRACT

Pancoh Tourism Village is one of the Tourism Villages that relies on community participation in building and developing tourism villages, the concept is known as Community Based Tourism (CBT). The concept of CBT emphasizes the community to involved in the development of the tourism industry in their villages. this research is titled "The Analysis of Community Participation on Tourism

Development in Poncoh Village". This research aimed to find out how the form of community participation in development of Poncoh Tourism Village. This research is a qualitative descriptive study conducted by collecting data from interviewees by observation, interviews, and taking documentation. Interviews were conducted with the Village Tourism Manager, Chairperson of the Agriculture Group, Chairperson of the Religious Group, and also the Poncoh Tourism Village Community. Based on the analysis of the results of this study, there are three stages of community participation in the development of the Poncoh Tourism Village. The first stage is planning. In the stages of planning there is community participation in the form of ideas where the community gives advice and also in the form of criticism in making decisions regarding the formation of the Poncoh Tourism Village and the management related to the Development of Poncoh Tourism Village namely Pokdarwis Poncoh. The second stage is implementation. At the implementation stages there is also participation in the form of ideas, namely the provision of ideas and also creative ideas and ideas for improvement of facilities and infrastructure related to the development of the Poncoh Tourism Village. In addition there are also forms of labor participation, such as community service, cleaning roads, hardening roads, hoeing, making planks, cleaning rivers, cooking for tourists and also preparing equipment needed by tourists, forms of participation in the form of skills such as farmers and also farmers guiding tourists who visiting the Poncoh Tourism Village, participation forms in the form of property and objects such as cash for tourism activities, consumption for mutual cooperation and also meetings, gifts in the form of tires and wood, participation forms in the form of social participation. The third stage is evaluation. At the evaluation stages there is also community participation in the form of thoughts in giving critics and also suggestions through meetings which are held every three months. And besides that there is also a home stay evaluation book.

Keyword: CBT (Community Based Tourism), Desa Wisata, Partisipasi Masyarakat

REFERENSI

- Adi, I. R. (2007). *Perencanaan Partisipatoris Berbasis Aset Komunitas: Dari Pemikiran menuju Penerapan*. FISIP UI Press.
- Agow, M. V. (2017). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata di Pantai Lakban Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal politico*, 6(1).
- Akbarwati, Ida. (2014). *Wisata Minat Khusus, Ceruk Pasar Pariwisata Indonesia*. Diakses dari <http://jurnal.selasar.com/ekonomi/wisata-minat-khusus-cerukpasar-pariwisata-indonesia>, pada tanggal 16 Oktober 2019.
- Al Fajri, D. N. A. (2019). Peran Stakeholder dalam Upgrading Industri Pariwisata melalui Desa Wisata (Studi Kasus: Pengembangan Desa Wisata Kembangarum dan Desa Wisata Kasongan. *Jurnal Studi Diplomasi dan Keamanan*, 11(1).
- Arnstein, Sherry R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *JAIP*. Vol. 35.
- BERTY, A. M., & Rahmi, I. D. H. (2014). Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Perkembangan Wisata Alam di Kabupaten Gunungkidul (Studi Kasus: Gunung Api Purba Nglanggeran, Goa Pindul Bejiharjo, dan Pantai Pok Tunggal Tepus (*Doctoral dissertation*, Universitas Gadjah Mada).
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Fandeli, C., & Nurdin, M. (2005). *Pengembangan Ekowisata Berbasis Konservasi di Taman Nasional*. Fakultas Kehutanan UGM.

- Hakim, Lukman. (2016). *DIY Andalkan Desa Wisata Tingkatkan Kunjungan Wisatawan*. Diakses dari <http://jogja.antaranews.com/berita/342217/diyandalkan-desawisata-tingkatkan-kunjungan-wisatawan> pada tanggal 18 Oktober 2019.
- Humas Kabupaten Sleman. (2012). *Pancoh, Sambi dan Wonogiri Dikukuhkan Jadi Desa Ekowisata*. Diakses dari <http://humas.slemankab.go.id/pancoh-sambidan-wonogiri-dikukuhkan-jadi-desa-ekowisata/> pada tanggal 18 Oktober 2019.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Lutpi, H., Suharsono, N., & Haris, I. A. (2016). Analisis Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Pantai di Kecamatan Jerowaru. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 8(3).
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2019). *Pemberdayaan masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*.
- Munawaroh, R. (2017). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Taman Nasional Gunung Merbabu Suwating, Magelang. *Jurnal Elektronik Mahasiswa Pend. Luar Sekolah-S1*, 6(4), 374- 389.
- Nawawi, A. (2013). Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Wisata Pantai Depok di Desa Kretek Parangtritis. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(2), 103- 109.
- Purnamasari, I. (2008). *Studi Partisipasi Masyarakat dalam Perencanaan Pembangunan di Kecamatan Cibadak, Sukabumi*. Program Pascasarjana. Semarang: Universitas Diponegoro.

Rizqi Ilhami. (2017). *Partisipasi dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Widuri, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman. (Skripsi: Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA).*

Rosida, I. (2014). Partisipasi Pemuda dalam Pengembangan Kawasan Ekowisata dan Implikasinya terhadap Ketahanan Masyarakat Desa (Studi di Kawasan Ekowisata Gunung Api Purba Nglanggeran, Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, DIY. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 20(2), 47-46.

~oOo~

Copyright © 2022
PENERBIT NEM

Tantangan Penguatan SDM Pariwisata di Era Adaptasi Kebiasaan Baru

Pandemi Covid-19 telah menelan banyak korban jiwa di Indonesia. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai solusi dari pemerintah menjadi pisau bermata dua. Pada satu sisi, PSBB cukup efektif menekan penularan Covid-19, namun di sisi lain PSBB juga membawa dampak negatif yang cukup besar terhadap keberlangsungan ekonomi dan bisnis, khususnya pariwisata. Banyak usaha wisata yang harus gulung tikar di masa pandemi karena tidak adanya pendapatan dari kunjungan wisata. Banyak juga karyawan yang dirumahkan sebagai dampak lanjutan akibat banyaknya sektor usaha yang bangkrut.

Kabar baiknya, pandemi Covid-19 pada tahun ini sudah menunjukkan tren penurunan yang cenderung membaik. Pandemi Covid-19 tidak untuk terus diratapi, namun perlu diatasi. Perubahan strategi adalah sebuah keniscayaan untuk membangkitkan kembali bisnis pariwisata. Strategi yang dianggap tepat adalah dengan penguatan sumber daya manusia pariwisata untuk bersiap menghadapi tantangan baru pariwisata di era Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB).



PENERBIT NEM

Jl. Raya Wangi-muncur (Jalan SMPN 2 Bopunj), Pekalongan, Jawa Tengah, 55356

www.penerbitnem.com

penerbitnem@gmail.com

Penerbit NEM

0853 3521 7257



ISBN 978-623-423-336-0



9 786234 233360