

Persepsi Kepuasan Wisatawan Terhadap Paket Wisata di Desa Wisata Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman

Suharto, Vandrias Dewantoro, Chandra Darmawati. P
Fakultas Pertanian UPN "Veteran" Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi kepuasan pengunjung/ wisatawan terhadap paket wisata yang ditawarkan di Desa Wisata Karanggeneng. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, pengambilan responden pengunjung dilakukan dengan *accidental sampling* sejumlah 80 sampel pengunjung mulai dari pelajar, mahasiswa, karyawan dan masyarakat umum. Teknik analisis dengan menggunakan skala likert dalam skor 1-3. Hasil penelitian menunjukkan pengunjung memiliki persepsi kepuasan yang tinggi terhadap paket/ produk wisata, pelayanan dan terhadap fasilitas/ infrastruktur, mampu memberikan jasa yang berkesan, paket *outbond* menjadi paket yang paling disukai pengunjung.

Kata kunci: persepsi, kepuasan, pelayanan, wisata, *outbond*.

Abstract

This study aims to determine the perception of satisfaction of visitors/tourists on package tours offered at the Karanggeneng Tourism Village. The research method used is the method of survey, sampling method was used *accidental sampling* of 80 samples from students, college students, employees and the general public. Analysis techniques using the Likert scale score of 1-3. The results showed that visitors have a higher perception of satisfaction to the package/ tourism products, services and to facilities / infrastructure, able to provide a memorable service, *outbound* packets become the most preferred package visitors.

Key words: perception, satisfaction, service, tourism, *outbound*

Pendahuluan

Desa wisata merupakan pengembangan suatu desa dengan memanfaatkan kemampuan unsur-unsur yang ada dalam masyarakat dan desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata menjadi satu rangkaian aktivitas pariwisata yang terpadu dan memiliki tema tertentu sesuai dengan karakteristik desa. Akhir-akhir ini popularitas kegiatan wisata semakin terlihat dengan tingginya arus wisatawan dari kawasan-kawasan metropolitan menuju kawasan-kawasan unik. Karena, kawasan tersebut masih menyisakan gambaran-gambaran umum tentang keindahan alam, aneka ragam tumbuhan, dan hewan, serta banyak gambaran alam yang sudah hilang dari ekosistem kota (Hakim, L. 2004).

Dusun Karanggeneng sebagai salah satu desa wisata yang terletak di Kelurahan Purwobinangun, Kecamatan Pakem. Dalam

kegiatannya desa Wisata ini menyediakan rumah singgah dan beberapa paket wisata, seperti paket pertanian, paket perikanan, paket peternakan, paket kesenian tradisional, paket jelajah sejarah dan *outbond*.

Dalam pengembangan Dusun Karanggeneng menjadi desa wisata, selain dilakukan identifikasi terhadap unsur-unsur yang ada di desa juga harus diikuti dengan pemahaman terhadap konsumen atau wisatawan yang berkunjung ke desa wisata. Pemahaman ini dilakukan agar dapat ditemukan dan dikenali karakter dan perilaku wisatawan yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan aspek desa wisata. Pengelolaan kegiatan pariwisata sangat diperlukan dalam rangka menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata dan bagaimana agar wisatawan membelanjakan uangnya sebanyak-banyaknya selama melakukan perjalanan wisata. Makin lama wisatawan

berada di suatu tempat akan meningkatkan pengeluaran mereka dan kemungkinan menambah dorongan makin banyak orang akan ikut serta pada kunjungan berikutnya jika kesan yang dibawa adalah pengalaman wisata yang menarik (Marpaung, H. 2002).

Penelitian ini bertitik tolak dari asumsi bahwa perkembangan suatu desa wisata sangat ditentukan oleh wisatawan yang berkunjung. Oleh karena itu perlu dilihat tingkat kepuasan wisatawan terhadap paket wisata yang ditawarkan di Desa Wisata Karanggeneng.

Desa Wisata

Secara esensial desa wisata merupakan pengembangan suatu desa dengan memanfaatkan kemampuan unsur-unsur yang ada dalam masyarakat dan desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata menjadi satu rangkaian aktivitas pariwisata yang terpadu dan memiliki tema tertentu sesuai dengan karakteristik desa. Terpadu dalam konteks memiliki makna bahwa desa sebagai produk wisata mampu menyediakan dan memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan wisata, baik aspek daya tarik maupun berbagai fasilitas pendukungnya.

Berdasarkan esensi desa wisata tersebut maka suatu desa disebut sebagai desa wisata apabila mampu menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perdesaan. Keaslian suasana perdesaan tersebut dari segi sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat keseharian warga desa, arsitektur bangunan desa, atau kegiatan-kegiatan keseharian warga desa yang bernilai unik dan menarik, baik berupa atraksi-atraksi, akomodasi, makanan dan minuman, dan keunikan lain yang dimiliki oleh suatu desa.

Esensi desa wisata yang mengedepankan suasana keaslian suatu desa memerlukan suatu pemahaman tentang karakter dan unsur-unsur yang ada di dalam desa, termasuk didalamnya unsur pengetahuan dan kemampuan lokal serta kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat. Pemahaman

ini dimaksudkan untuk menghimpun atau mengumpulkan potensi-potensi pembentuk produk yang akan ditawarkan desa wisata sebagai dasar perencanaan dan pengemasan desa wisata. Unsur-unsur desa tersebut meliputi: aspek sejarah, lingkungan alam atau kondisi geografis dan bentang alam suatu desa, sosial ekonomi dan budaya masyarakat, dan Arsitektur dan struktur tata ruang.

Berdasarkan pada aspek-aspek di atas maka suatu desa dapat dikembangkan sebagai desa wisata apabila memiliki wilayah-wilayah yang cukup baik dari segi sosial ekonomi, sosial budaya, lingkungan fisik dan memiliki ciri kehidupan yang tradisional dan unik. Wilayah atau lokasi desa tersebut dapat terletak di dataran rendah yang rata, daerah pantai, pedalaman di tepi hutan ataupun di dataran tinggi yang bergunung-gunung. Pada dasarnya lokasi desa yang tidak dapat memilih masih dapat digunakan selama aspek-aspek tadi dapat dikemas dengan baik.

Persepsi Perilaku Konsumen

Pengetahuan persepsi dan sikap pelanggan tentang organisasi bisnis akan meningkatkan peluangnya untuk membuat keputusan bisnis menjadi lebih baik. Organisasi bisnis akan mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan dan akan dapat menentukan apakah memang dapat memenuhi dengan cara yang memuaskan. Organisasi bisnis dengan informasi yang akurat tentang persepsi pelanggan, tentang mutu produk, akan dapat membuat keputusan yang lebih baik, khususnya di dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan sehingga mereka merasa puas dan dapat menjadi pelanggan yang loyal (Supranto, 2006).

Persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang lengkap tentang dunianya (Schiffman dan Kanuk, 1993). Persepsi timbul karena adanya

stimulus-stimulus dari luar yang akan mempengaruhi seseorang melalui kelima inderanya. Stimulus tersebut akan diseleksi, diorganisir dan diinterpretasikan oleh setiap orang dengan caranya sendiri-sendiri.

Setiap persepsi akan berada dalam realitas yang sama, hal ini disebabkan karena ada perbedaan dalam (Schiffman & Kanuk dalam Sumarwan, 2003).:

1. Perceptual selection yaitu secara ilmiah dan dengan tidak sadar seseorang akan memilih sendiri stimulus atau rangsangan yang menarik dan sesuai bagi dirinya.
2. Perceptual organization yaitu pada hakekatnya seseorang akan menangkap stimulus yang telah diseleksi sebagai satu kesatuan yang utuh.
3. Perceptual Interpretation yaitu setiap orang mempunyai interpretasi yang tidak sama terhadap suatu fenomena yang bersifat individual dan unik, setelah ada seleksi dan pengorganisasian stimulus yang diterima

Demikian juga halnya dengan persepsi perilaku konsumen, dalam hal ini merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk/jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman & Kanuk, dalam Sumarwan, 2003). Perilaku konsumen terdiri dari semua tindakan konsumen untuk memperoleh, menggunakan dan membuang barang/jasa. Beberapa perilaku konsumen adalah membeli suatu produk/jasa, memberikan informasi dari mulut ke mulut tentang sebuah produk atau jasa kepada orang lain, membuang sebuah produk dan mengumpulkan informasi sebelum melakukan pembelian (Mowen & Minor, 2002)

Persepsi kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari yang dibeli konsumen tersebut. Ketika konsumen membeli produk, maka konsumen memiliki

harapan tentang produk tersebut terhadap standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang dirasakan konsumen. Persepsi kepuasan pengunjung desa wisata dapat diukur dengan tiga pendekatan kepuasan, yaitu: kepuasan terhadap paket/produk Wisata, terhadap Pelayanan dan terhadap Fasilitas/Infrastruktur.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah (Nazir, 1999). Secara teknis survei dilakukan pada pengunjung Desa Wisata Karanggeneng .

Pengambilan responden pengunjung dilakukan dengan accidental sampling dalam kurun waktu penelitian. Dalam penelitian ini terkumpul 80 sampel pengunjung mulai dari pelajar, mahasiswa, karyawan dan masyarakat umum.

Persepsi Kepuasan pengunjung diukur dari kepuasan terhadap paket/ produk Wisata, Pelayanan dan Fasilitas/Infrastruktur. Teknik analisis dengan menggunakan skala likert dalam skor 1-3.

Potensi Desa Wisata Karanggeneng

1. Aspek Sejarah

Sejarah terbentuknya Desa Wisata Karanggeneng sebagai salah satu desa wisata terletak di Kelurahan Purwobinangun, Kecamatan Pakem dikembangkan oleh para pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna tidak dapat dipisahkan dari sejarah desa wisata Srowolan. Padukuhan Karanggeneng bersama Padukuhan Gatep Srowolan dan Padukuhan Gandok Kadilobo pada awalnya bersama-sama bergabung membentuk Desa Wisata Srowolan.

Desa wisata ini merupakan satu dari 36 desa wisata di Kabupaten Sleman. Desa wisata Srowolan diuntungkan oleh Sanggar Budaya Sayuti Melik dan Pasar Perjuangan Srowolan (didirikan pada tahun 1921) sebagai objek wisata sejarah, masyarakat ketiga dusun tersebut lantas menyadari bahwa selain potensi pertanian desa, terdapat peluang ekonomi lainnya untuk dikembangkan lebih lanjut yaitu pariwisata.

Melihat cita-cita masyarakat desa yang besar, maka Forum Merti Dusun yang dipimpin GKR Pembayun serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman mendorong secara konkret dan terus-menerus upaya-upaya pembangunan kawasan desa wisata. Sejak itu, perhatian masyarakat lebih banyak tercurah pada pengembangan desa wisata. Kawasan ini akhirnya diresmikan sebagai desa wisata pada 28 Oktober 2007 yang dibarengkan dengan peringatan hari Sumpah Pemuda ke-79.

Sejak tahun 2009 masing-masing pedukuhan memisahkan diri menjadi desa wisata-desa wisata yang mandiri. Pemisahan ini terjadi karena masing-masing pedukuhan memiliki potensi-potensi yang berbeda dan sulit dikemas dalam satu paket yang sama serta pengelolaan yang berbeda. Desa Wisata Karanggeneng sebagai salah satu desa wisata merupakan satu-satunya desa wisata yang dikembangkan oleh para pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna yang dikelola oleh Shaba (Sahabat Alam) dan Agromina Karang Asri dengan tampilan utama berupa outbond.

2. Lingkungan Alam atau Kondisi Geografis dan Bentang Alam

Desa Wisata Karanggeneng memiliki keunggulan dalam lingkungan alam atau kondisi geografis dan bentang alam sebagai sebuah desa wisata yang layak untuk dikunjungi oleh para wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Hembusan angin desa yang sejuk dan gemericik air jernih dari mata air yang melintasi desa ini, memberi penghidupan bagi warga desa. Hamparan sawah di sana juga dihidupi oleh air ini. Air bagi warga Karanggeneng merupakan berkah nyata dari Dewi Sri, dewi yang bercocok tanam dalam kepercayaan Hindu. Ini berawal sejak ditemukannya kembali tiga /belik/ (sumber mata air) di Desa Wisata Karanggeneng yakni belik Nyamplung, belik Kepepet, dan Kemantren Belanda. Tanah yang tadinya kering, kini menjadi produktif karena dapat ditanami padi. Dari belik ini pulalah, Desa Wisata Karanggeneng menawarkan untuk berwisata dengan nuansa alam pedesaan.

Desa Wisata Karanggeneng menyuguhkan area-area wisata pembelajaran alam yang dikelola oleh Shaba (Sahabat Alam) dan Agromina Karang Asri. Shaba menawarkan tempat rekreasi desa berupa pendapa lesehan rumah makan tradisional, kolam pemancingan, kawasan pendidikan alam, serta berbagai arena permainan. Shaba juga menyediakan area permainan, seperti jembatan lumpur, bandulan tambang, outbond panjat kayu dan jaring laba-laba, permainan air, serta permainan lumpur di sawah. Memburu ikan, main bola, ngluku (membajak sawah dengan sapi sebagai penariknya), nggaru (menyiapkan lahan tanam pagi dengan alat tradisional), jelajah sumber mata air, serta mandi alam.

Bagi wisatawan yang gemar memancing, Agromina Karang Asri menyediakan Embung Karanggeneng. Embung Karanggeneng merupakan kolam penampung air hujan yang dikembangkan menjadi blumbang (kolam) ikan. Dengan karcis seharga Rp 10.000,00, wisatawan dapat memancing berapapun jumlah ikan yang diperoleh dalam sehari. Selain itu di Agromina Karang Asri juga menyediakan outbond dan tempat untuk berkemah atau camping.

3. Sosial Ekonomi dan Budaya

Kondisi Sosial ekonomi dan budaya masyarakat merupakan salah satu daya tarik dalam perencanaan dan pengemasan suatu desa menjadi desa wisata. Kondisi sosial ekonomi suatu desa yang masih asli meskipun terkesan terbelakang justru akan memberikan nilai tambah dalam pengembangan desa wisata. Demikian juga dengan budaya masyarakat yang belum dipengaruhi oleh budaya dari luar akan memberikan daya tarik yang berbeda dengan budaya desa yang sudah bercampur atau bersinggungan dengan budaya dari luar. Dengan kata lain desa tersebut memiliki ciri-ciri khas sebagai suatu rural atau non-urban. Kehidupan yang masih tradisional suatu desa justru akan menjadikan desa tersebut memiliki aspek kehidupan yang laku untuk dijual. Beberapa kondisi sebagai rural yang dijual di Dusun Karanggeneng terlihat dari beberapa paket seperti, paket nandur (menanam padi), Ngluku (membajak sawah) dan tracking (jelajah desa).

Desa Wisata Karanggeneng memiliki unggulan kondisi sosial dan budaya yang cukup lengkap, mulai dari bermain gamelan (karawitan), kuda lumping, yang bernuansa tradisional sampai pada nuansa modern, seperti nyanyi bersama dengan menggunakan karaoke, dan budaya lainnya. Selain itu Desa Wisata Karanggeneng juga menyediakan Pusat Jajanan yang menyediakan menu-menu khas daerah setempat, seperti nasi urapan, nasi brongkos, bebek bumbu rujak, dan ikan tawar.

4. Arsitektur dan Struktur Tata Ruang,

Arsitektur dan struktur tata ruang yang masih sesuai dengan aslinya akan memberikan nilai lebih dalam perencanaan dan pengemasan suatu desa wisata. Kondisi arsitektur yang berbeda dengan arsitektur umumnya yang ada sesuai perkembangan jaman

justru memiliki nilai lebih apabila tetap dipertahankan sesuai dengan kondisi aslinya. Bentuk rumah, tata letak dalam rumah, bentuk kamar mandi, penggunaan MCK, hiasan dinding, dan perabotan rumahtangga yang digunakan meskipun terkesan tradisional, kunodanketinggalan jaman namun dari sisi nilai jual justru memiliki nilai yang tinggi dengan kemasan yang baik dan memperhatikan aspek kesehatan, kebersihan, keindahan dan orisinalitasnya.

Persepsi Kepuasan Pengunjung Desa Wisata

Persepsi kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari yang dibeli konsumen tersebut. Ketika konsumen membeli produk, maka konsumen memiliki harapan tentang produk tersebut terhadap standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang dirasakan konsumen. Persepsi kepuasan pengunjung desa wisata dapat diukur dengan tiga pendekatan persepsi kepuasan, yaitu: kepuasan terhadap Paket/produk Wisata, terhadap Pelayanan dan terhadap Fasilitas/Infrastruktur.

Hasil perhitungan tingkat persepsi kepuasan pengunjung terhadap desa wisata Karanggeneng menunjukkan bahwa tingkat persepsi kepuasan pengunjung termasuk tinggi. Hal ini ditunjukkan dari angka persepsi kepuasan pengunjung sebesar 60,00% responden termasuk kategori persepsi kepuasan pengunjung tinggi dan hanya 40,00% yang termasuk sedang serta tidak ada responden yang memiliki kategori persepsi kepuasan pengunjung yang rendah.

Pengunjung memiliki persepsi kepuasan yang tinggi terhadap Desa Wisata Karanggeneng, baik terhadap Paket atau Produk Wisata, Pelayanan dan terhadap Fasilitas/Infrastruktur. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum desa wisata Karanggeneng sudah mampu memberikan

jasa yang berkesan bagi pengunjung, meskipun pada beberapa hal masih perlu mendapat perhatian yang serius. Secara lebih detail persepsi kepuasan pengunjung terhadap Desa Wisata Karanggeneng akan diuraikan dalam masing-masing dimensi persepsi kepuasan pengunjung.

Paket wisata merupakan ujung tombak pada desa wisata, Keberagaman paket wisata akan menarik pengunjung. Demikian juga halnya dengan paket wisata yang tidak beragam, akan menyebabkan pengunjung kurang tertarik untuk mengunjunginya. Paket wisata yang ditawarkan di Desa Wisata Karanggeneng adalah penginapan, kegiatan pertanian, industri kecil, outbond, tracking (jelajah desa dan kesenian

Hasil perhitungan tingkat persepsi kepuasan pengunjung terhadap paket atau produk wisata di desa wisata Karanggeneng menunjukkan bahwa tingkat persepsi kepuasan pengunjung termasuk tinggi. Hal ini ditunjukkan dari angka persepsi kepuasan pengunjung sebesar 69,00% responden termasuk kategori persepsi kepuasan pengunjung tinggi dan hanya 31,00% yang termasuk sedang serta tidak ada responden yang memiliki kategori persepsi kepuasan pengunjung yang rendah.

Paket wisata yang ditawarkan sudah banyak memenuhi keinginan pengunjung, terutama dalam kaitannya dengan keberagaman paket yang ditawarkan dan harga yang diberikan setiap paketnya. Hal ini ditunjukkan dengan data hasil penelitian, bahwa 81,48% responden menyatakan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas dan paket kegiatan dan tidak ada responden yang menyatakan harga yang ditawarkan mahal dan tidak sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

Beberapa paket wisata yang ditawarkan mendapat perhatian lebih dari pengunjung sebagai paket wisata yang disukai, yaitu outbond, industri kecil dan paket pertanian. Paket wisata outbond disukai oleh 61,25% pengunjung yang terdiri dari berbagai kalangan, mulai dari anak sekolah, mahasiswa karyawan sampai masyarakat umum.

Paket outbond menjadi favorit pengunjung desa wisata di Dusun Karanggeneng, sehingga paket outbond dapat dijadikan branded bagi desa wisata Karanggeneng. Paket outbond menjadi paket yang paling banyak disukai oleh pengunjung karena didukung oleh permainan-permainan yang mudah dilakukan namun memiliki tantangan tersendiri dan instruktur yang sudah terlatih.

Beberapa paket wisata yang ditawarkan kurang mendapat perhatian dari pengunjung sebagai paket wisata yang tidak disukai, seperti paket industri kecil dan tracking. Paket wisata industri kecil tidak disukai oleh 38,75% dan tracking tidak disukai oleh 37,50% pengunjung yang terdiri dari berbagai kalangan, mulai dari anak sekolah, mahasiswa, karyawan sampai masyarakat umum.

Paket industri kecil, terutama industri kecil makanan ringan tradisional, seperti pembuatan slondok, gula kelapa dan lainnya menjadi tidak disukai pengunjung desa wisata di Dusun Karanggeneng, sehingga paket industri kecil perlu mendapat sentuhan promosi sehingga dapat diminati oleh pengunjung, baik dari produk yang dihasilkan, tempat produksi, cara memproduksi hingga cara mengemas produk yang sudah jadi.

Kondisi paket atau atraksi yang sudah cukup baik di desa wisata Karanggeneng merupakan suatu kondisi yang akan mendukung keberlanjutan desa wisata, terutama kondisi untuk membuat pengunjung betah dan dapat menikmati paket yang ditawarkan, sehingga berkeinginan untuk kembali lagi di waktu yang akan datang dengan mencoba paket wisata yang sama atau lainnya. Oleh karena itu kondisi paket atau atraksi harus selalu dijaga dan ditingkatkan.

Pelayanan terhadap pengunjung di desa wisata merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan desa wisata. Pelayanan terhadap pengunjung desa wisata akan menyebabkan pengunjung betah berkunjung ke desa wisata. Pelayanan ini meliputi pelayanan pada saat pengunjung akan memulai kegiatan, saat melakukan kegiatan dan setelah melakukan kegiatan di

desa wisata.

Hasil perhitungan tingkat persepsi kepuasan pengunjung terhadap pelayanan di desa wisata Karanggeneng menunjukkan bahwa tingkat persepsi kepuasan pengunjung termasuk tinggi. Hal ini ditunjukkan dari angka persepsi kepuasan pengunjung sebesar 65,00% responden termasuk kategori persepsi kepuasan pengunjung tinggi dan hanya 35,00% yang termasuk sedang serta tidak ada responden yang memiliki kategori persepsi kepuasan pengunjung yang rendah.

Pelayanan yang diberikan sudah banyak memenuhi keinginan pengunjung, terutama dalam kaitannya dengan pelayanan dalam penginapan, penyajian makanan dan pelayanan dalam berbagai permainan outbond. Hal ini ditunjukkan dengan data hasil penelitian, bahwa 70,37% responden menyatakan bahwa suasana perdesaan yang ditawarkan di desa wisata Karanggeneng termasuk nyaman, sebanyak 77,78% responden mengaku cukup nikmat dengan menu yang disajikan dan 51,85% responden menyatakan nyaman dalam permainan outbond.

Kondisi pelayanan yang sudah cukup baik di desa wisata Karanggeneng merupakan suatu kondisi yang akan mendukung keberlanjutan desa wisata, terutama kondisi untuk membuat pengunjung betah dan dapat menikmati semua paket yang ditawarkan, sehingga berkeinginan untuk kembali lagi di waktu yang akan datang. Oleh karena itu kondisi pelayanan terhadap pengunjung harus selalu dijaga dan ditingkatkan.

Fasilitas atau infrastruktur di desa wisata merupakan salah satu aspek penting dalam memanjakan pengunjung desa wisata. Fasilitas atau infrastruktur desa wisata akan menyebabkan pengunjung betah berkunjung ke desa wisata. Fasilitas atau infrastruktur ini meliputi jalan, akses masuk, penginapan, tempat parkir, permainan dan keamanan..

Hasil perhitungan tingkat persepsi kepuasan pengunjung terhadap fasilitas atau infrastruktur di desa wisata Karanggeneng menunjukkan bahwa tingkat persepsi kepuasan pengunjung termasuk tinggi.

Hal ini ditunjukkan dari angka persepsi kepuasan pengunjung sebesar 60,00% responden termasuk kategori persepsi kepuasan pengunjung tinggi dan 34,00% yang termasuk sedang serta hanya 6,00% responden yang memiliki kategori persepsi kepuasan pengunjung yang rendah.

Fasilitas atau infrastruktur yang ada di Desa Wisata Karanggeneng sudah cukup memenuhi keinginan pengunjung, terutama dalam kaitannya dengan fasilitas atau infrastruktur berupa penginapan, akses jalan, parkir, permainan dan fasilitas keamanan. Hal ini ditunjukkan dengan data hasil penelitian, bahwa 77,78% responden menyatakan bahwa fasilitas jalan yang tersedia cukup baik, sebanyak 62,96% responden menyatakan fasilitas parkir yang tersedia cukup baik, 51,85% responden menyatakan fasilitas dalam keamanan cukup lengkap, baik keamanan di tempat penginapan, parkir maupun keamanan saat outbond.

Kondisi fasilitas atau infrastruktur yang sudah cukup baik di desa wisata Karanggeneng merupakan suatu kondisi yang akan mendukung keberlanjutan desa wisata, terutama kenyamanan pengunjung pada saat menikmati paket wisata di desa wisata Karanggeneng. Oleh karena itu kondisi fasilitas atau infrastruktur ini harus selalu dijaga dan ditingkatkan.

Kesimpulan

Pengunjung memiliki persepsi kepuasan yang tinggi terhadap Desa Wisata Karanggeneng, baik terhadap Paket atau produk Wisata, Pelayanan dan terhadap Fasilitas/Infrastruktur. Desa Wisata Karanggeneng sudah mampu memberikan jasa yang berkesan bagi pengunjung, paket outbond menjadi paket yang paling disukai pengunjung. Pelayanan yang diberikan sudah banyak memenuhi keinginan pengunjung. Fasilitas infrastruktur sudah cukup memenuhi keinginan pengunjung.

Saran

Pengelola melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap paket wisata industri kecil dan tracking (jelajah desa) dan melakukan perbaikan untuk paket wisata penginapan, kegiatan pertanian, dan kesenian agar diminati pengunjung

Daftar Pustaka

- Anthie.. Persepsi Konsumen Terhadap Suatu Produk. URL : <http://anthie-beauty.blogspot.com> (25 November 2010)
- Dwiyanti, L. 2006. Preferensi Konsumen Terhadap Buah Pisang di Kios Pasar Leuwiliang. Bogor. Fakultas Pertanian UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Hakim, Luchman. 2004. Dasar-dasar Ekowisata. Bayumedia Publishing. Anggota IKAPI Jatim.
- Marpaung, Happy. 2002. Pengetahuan Kepariwisata. Alfabeta. Bandung
- Mowen, John C and Minor Michael. 2002. Perilaku Konsumen. Alih Bahasa oleh Lina Salim. Erlangga. Jakarta.
- Neufeldt, V. and D.B. Guralnik. 1988. Webster's New World Dictionary of American English. Webster's New World. New York.
- Nawawi, Hadari. 1993. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: UGM.
- Nazir, Moch. 1999. Metode Penelitian. Ghalia. Jakarta
- Rachmat. Jalaludin. 1999. Metode Penelitian Komunikasi. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sanafiyah Faisal. 1990. Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar dan Aplikasinya. Malang: YA3
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi, 1987. Metode Penelitian Survei. Yogyakarta: LP3ES
- Sumarwan, Ujang. 2003. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia.
- Supranto. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. PT. Rineka Cipta. Jakarta.