

## HOMESTAY DESA WISATA DI INDONESIA – Bagaimana Persepsi Masyarakat Kota?

Lestari Ningrum<sup>1</sup>, Surya Fajar Boediman<sup>2</sup> Dian Octarina<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, [lestaringrum@stptrisakti.ac.id](mailto:lestaringrum@stptrisakti.ac.id)

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, [suryafajar@stptrisakti.ac.id](mailto:suryafajar@stptrisakti.ac.id)

<sup>3</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, [dianoctarina@stptrisakti.ac.id](mailto:dianoctarina@stptrisakti.ac.id)

### ABSTRAK

Saat akan berlibur, wisatawan cenderung memilih destinasi wisata dan akomodasinya. Di destinasi desa wisata, akomodasi yang tersedia adalah *homestay*. Selain menawarkan harga yang lebih murah, *homestay* juga memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk mengenal lebih banyak dalam budaya dan kebiasaan dari warga setempat. Penelitian ini dilakukan untuk melihat persepsi masyarakat yang tinggal di perkotaan di wilayah Indonesia tentang *homestay* di desa wisata yang ada di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan survey berbasis media sosial. teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak (*probability sampling*) sesuai area (*cluster*) responden yang tinggal di kota dan di dapat sebanyak 707 responden. Untuk menjawab tujuan penelitian di gunakan uji deskriptif statistik. Hasil penelitian menyatakan bahwa mayoritas usia responden adalah 20-30 tahun, berjenis kelamin wanita, bekerja sebagai pegawai/karyawan dengan frekuensi berlibur 2 kali setahunnya bersama keluarga dan destinasi desa wisata di Pantai Indonesia. Secara keseluruhan persepsi masyarakat kota tertarik dengan *homestay* dengan perolehan nilai rata-rata (3.03)

**Kata Kunci** : Persepsi, *Homestay*, Desa Wisata.

### ABSTRACT

When going on vacation, tourists tend to choose tourist destinations and accommodations. In a rural tourist destination, the accommodation available is a homestay. In addition of a cheaper prices, homestays also provide opportunities for tourists to get to know more in the culture and habits of local residents. This research was conducted to look at the perception of the people who live in urban areas in Indonesia about homestay in tourist villages in Indonesia. The research method used is descriptive method quantitative and survey-based approach to social media. The technique of sampling done by random (*probability sampling*) accordingly to areas (*clusters*) of respondents who live in the city and there are 707 respondents. To answer the purpose of this research we use descriptive statistical test. The results of the study stated that the majority of the respondent's age is 20-30 years, women, working as an employee with the frequency of twice a year on vacation with their family and the destinations is the village on the coast of Indonesia. Overall public perception of the city is interested with a Homestay with median values 3.03.

**Key Words** : Perception, Homestay, Rural Tourism

## PENDAHULUAN

Sudah banyak data yang memperlihatkan bahwa kegiatan pariwisata meningkat dari tahun ketahun hampir di seluruh destinasi dunia dan menjadi salah satu indsutri paling penting dari beberapa negara, termasuk Indonesia. Berdasarkan beberapa penelitian, diantaranya menyatakan bahwa kondisi alam desa yang masih alami memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk melepas lelah sehabis melakukan aktivitas (Prentice,2004, Christiani. dkk, 2014, Prameswari,dkk,2018). Fenomena ini juga terjadi di Indonesia sejak beberapa tahun belakangan ini, terlihat pelaku usaha di industri pariwisata membangun konsep bernuansa alami, sebagai daya tarik bagi wisatawan. Berbagai obyek wisata seperti hutan lindung (L.Ningrum.,et al,2018), air terjun, desa wisata, pegunungan menjadi pilihan. Terkadang akomodasi yang tersedia adalah *homestay* terutama di destinasi desa wisata. Bagi wisatawan yang berlibur untuk mencari sensasi yang berbeda, bukan sekedar menikmati keindahan dan kesenangan di obyek wisata, menginap di *homestay* pun menjadi sesuatu sensasi pengalaman yang sulit dibandingkan apabila memilih menginap di hotel. Selain menawarkan harga yang lebih murah, *homestay* juga memberikan kesempatan wisatawan untuk mengenal lebih banyak budaya setempat, gaya hidup lokal, kebiasaan dari warga yang tinggal di sekitar destinasi, dapat berinteraksi dengan sesama tamu dan warga (Sita and Nor,2015, Kasuma et al., 2016,)

Memilih akomodasi jenis apapun, sebagian wisatawan cenderung memilih berdasarkan pertimbangan kenyamanan dan fasilitas.

Kementerian Pariwisata mempunyai target dalam rangka mendukung target kunjungan wisatawan ke Indonesia, membangun 100 ribu *homestay* di desa wisata sampai tahun 2019, yang didukung oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) yang dilakukan di 25 kawasan (CNN Indonesia,2017) dan dengan jumlah desa yang berpotensi menjadi desa wisata itu sebanyak 1.902 desa, terdiri dari 787 desa wisata bahari,

576 desa wisata sungai, 165 desa wisata irigasi, dan 374 desa wisata danau. (Rachman, 2017). Pembangunan *homestay* ini dilakukan Pemerintah, dalam rangka menyediakan akomodasi untuk meningkatkan daya jual industri pariwisata nasional serta selaras dengan program pembangunan pemerintah yang membangun dari desa serta daerah pinggiran.

Pengembangan *homestay* desa wisata juga mengamati tren wisatawan yang mulai suka menginap di *home sharing* dibandingkan di hotel (Surya, 2017). Pada 2020, ketertarikan wisatawan terhadap *home sharing* di kota-kota besar dunia akan naik 15% dari 10% pada 2016. Sementara di Asia Tenggara akan naik 5% dari 2%. Pengembangan *homestay* ini diharapkan dapat meningkatkan nilai jual pariwisata nasional karena program *homestay* bukan hanya sekedar menawarkan amenities, tetapi juga menjual atraksi dan budaya lokal ke wisatawan.

Desa wisata akan mendatangkan wisatawan jika atraksi wisatanya menarik dan unik, jarak tempuhnya mudah dijangkau, fasilitas desa atau daya dukung kepariwisataan memadai, memiliki sistem kepercayaan dan budaya, serta ketersediaan infrastrukturnya ideal. Berdasarkan tren wisatawan yang telah dilakukan, Kementrian pariwisata mengarah kepada pilihan akomodasi *home sharing*, fenomena yang terjadi di perkembangan saat ini, di beberapa desa yang mempunyai obyek wisata sudah terkenal, mendirikan *homestay* yang terpisah dari rumah penduduk, dan persepsi/ pandangan beberapa masyarakat kota tentang *homestay* masih menilai kurang bersih, nyaman dan kurang fasilitas pendukungnya. Dalam penelitian Amirruding, (2009), Jamaludin, Marian,et.al, (2010), *homestay* digambarkan sebagai bentuk lain dari akomodasi yang melibatkan wisatawan untuk tinggal bersama keluarga yang terpilih dimana mereka bisa berhubungan dan melakukan kegiatan yang dilakukan keluarga tersebut sehari-hari.

Tujuan penelitian ini akan fokus kepada persepsi masyarakat kota terhadap

*homestay* khususnya di desa wisata di Indonesia, dan *homestay* yang di persepsikan dalam penelitian ini adalah 2 jenis *homestay*, *home sharing* dan *homestay* yang terpisah dengan rumah penduduk desa. Beberapa penelitian lebih fokus kepada persepsi penduduk lokal terhadap pengelolaan *homestay* (Sita, 2015, Shukor, 2014, Kasuma, 2016).

## KAJIAN LITERATUR

### Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut intern dan ekstern. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. Menurut Aw, (2010:107) Persepsi merupakan proses internal yang diakui individu dalam menyeleksi, dan mengatur stimuli yang datang dari luar. Stimuli itu ditangkap oleh indera, secara spontan pikiran dan perasaan kita akan memberi makna atas stimuli tersebut.

Secara sederhana persepsi dapat dikatakan sebagai proses individu dalam memahami kontak/hubungan dengan dunia sekelilingnya. Menurut Verdeber dalam Aw, (2010: 107) persepsi adalah “proses menafsirkan informasi indrawi”. Menurut pendapat Young dalam Adrian (2010:1) yang dimaksud dengan persepsi adalah merupakan aktivitas mengindra, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan pengindraan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada dilingkungannya. Sensasi-sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya baik hal-hal berupa harapan-harapan, nilai-nilai, sikap, ingatan, dan lain-lain. Menurut Yue (2016) terdapat beberapa “Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi sebagai berikut:

#### 1. Pengamat

Penginterprestasian dari apa yang seseorang lihat bergantung pada karakteristik pribadi orang tersebut.

#### 2. Sikap

Sikap atau *attitude* seseorang sangat mempengaruhi persepsi yang dibentuknya akan hal-hal di sekitarnya.

3. Motif atau alasan di balik tindakan yang dilakukan seseorang yang mampu menstimulasi dan memberikan pengaruh kuat terhadap pembentukan persepsi mereka akan segala sesuatu.

#### 4. Ketertarikan atau *interest*

Fokus perhatian kita terhadap hal-hal yang tengah dihadapi membuat persepsi orang berbeda-beda.

#### 5. Pengalaman

Pengetahuan atau kejadian yang telah didapatkan dan dialami seseorang.

#### 6. Harapan dan Ekspektasi

Yakni gambaran atau ilustrasi yang membentuk sebuah pencitraan terhadap sebuah keadaan.

Persepsi merupakan suatu proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Namun proses ini tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan yang merupakan proses pendahuluan dari proses persepsi (Walgito, 2010). Persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera (Drever, 2010). persepsi merupakan inti komunikasi. Persepsi memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan komunikasi. Artinya, kecermatan dalam mempersepsikan stimuli inderawi mengantarkan kepada keberhasilan komunikasi. Sebaliknya, kegagalan dalam mempersepsi stimulus, menyebabkan mis-komunikasi (Aw, 2011). Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses

belajar, dan pengetahuannya. Menurut Baihaqi (2007) secara umum ada beberapa sifat persepsi, antara lain:

1. Bahwa persepsi timbul secara spontan pada manusia, yaitu ketika seorang berhadapan dengan dunia yang penuh dengan rangsangan. Indera manusia menerima rangsangan 3 milyar perdetik, 2 milyar diantaranya diterima oleh mata.

2. Persepsi merupakan sifat paling asli, merupakan titik tolak perbuatan kesadaran.

3. Dalam persepsi tidak selalu dipersepsikan secara keseluruhan, mungkin hanya sebagian, sedangkan yang lain cukup dibayangkan.

4. Persepsi tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi atau bergantung pada konteks dan pengalaman berarti pengalaman-pengalaman yang dimiliki dalam kehidupan sebelumnya.

5. Manusia sering tidak teliti sehingga dia sering keliru, ini terjadi karena sering ada penipuan dibidang persepsi. Sesuatu yang nyata pada bayangan. Selain itu ada pula ilusi persepsi yaitu persepsi yang salah sehingga keadaannya berbeda dengan keadaan yang sebenarnya.

6. Persepsi sebagian ada yang dipelajari dan sebagian ada yang bawaan. Persepsi yang sifatnya dipelajari dibuktikan dengan kuatnya pengaruh pengalaman terhadap persepsi. Sedangkan yang sifatnya bawaan dibuktikan dengan dimilikinya persepsi sejak mereka kecil.

7. Dalam persepsi, sifat benda yang dihayati biasanya bersifat permanent dan stabil, tidak dipengaruhi oleh penerangan, posisi, dan jarak (*Permanent Shade*).

8. Persepsi bersifat prospektif, artinya mengandung harapan.

9. Kesalahan persepsi bagi orang normal, ada cukup waktu untuk mengoreksi, berbeda dengan orang yang terganggu jiwanya.

#### *Homestay*

Berbeda dengan *guest house*, *Homestay*, jenis akomodasi yang populer di wilayah perkotaan maupun pedesaan di Indonesia, menggunakan rumah tinggal pribadi sebagai tempat wisatawan menginap. Umumnya *homestay*

memberikan pelayanan kamar beserta makanan dan minuman. Salah satu kelebihan dari *homestay* adalah wisatawan bisa mendapatkan kesempatan untuk mengenal keluarga pemilik. Mereka bisa juga mengenal lebih jauh tentang alam dan budaya sekitar terutama bila si pemilik rumah memiliki banyak pengetahuan tentang itu.

Sehubungan dengan salah satu arti persepsi yaitu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera, dan persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok yang lainnya, sekalipun situasinya sama. Dan karena perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Serta pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya, maka berdasarkan teori-teori mengenai persepsi yang berhasil ditelusuri, dalam penelitian ini menilai bahwa teori persepsi dari Yue (2016) yang paling cocok dengan tujuan penelitian, bahwa sebelum menilai persepsi tentang *homestay*, responden harus sudah melihat bahkan menginap di *homestay* (Pengamat: interpretasi terhadap apa yang dilihat), sudah mempunyai suatu tindakan/pengalaman (motif dan otomatis responden sudah memiliki ketertarikan terhadap *homestay* (Ketertarikan).

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan survey berbasis media sosial (Sugiyono, 2017:35), dengan menggunakan data primer dan sekunder. Variabel yang diteliti diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan empat level, dan untuk data biografi responden diukur dengan skala Nominal dan Interval. Teknik sampling perlu di gunakan dalam penelitian ini karena populasi masyarakat kota dengan pembatasan di Jabodetabek

terlalu banyak (jumlah data akurat statistik sulit didapatkan), maka teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak (*probability sampling*) sesuai area (*cluster*) responden yang tinggal di kota dan di dapat sebanyak 707 responden. Untuk menguji instrumen/data primer sudah dimengerti, dipahami dan di alami sendiri oleh responden maka di lakukan uji validitas (Sugiarto.dkk, 2015:142). Untuk menguji apakah instrumen dapat dijawab secara konsisten oleh responden, dilakukan uji reliabilitas Ghazali (2011). Kedua uji sangat penting dilakukan pada penelitian ini, karena menggunakan pendekatan kuantitatif, kualitas pengumpulan data sangat ditentukan oleh kualitas instrumen atau alat pengumpul data yang digunakan.

Suatu instrumen penelitian dikatakan berkualitas dan dapat dipertanggung jawabkan jika sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan pengujian deskriptif statistik diperlukan untuk membuat penafsiran skala Interval pada variabel yang diteliti guna membantu dalam mendeskriptifkan data *numeric* yang diolah dari jawaban responden (Sugiyono:2004). Dalam Penelitian ini, persepsi di tafsirkan dalam 4 skala Interval, sebagai berikut :

Tabel 1. Penafsiran Interval Variabel

| Interval Kelas       | Persepsi             |
|----------------------|----------------------|
| $1,00 < x \leq 1,75$ | Sangat Tidak Menarik |
| $1,75 < x \leq 2,50$ | Tidak menarik        |
| $2,50 < x \leq 3,25$ | Menarik              |
| $3,25 < x \leq 4,00$ | Sangat Menarik       |

Untuk menjawab tujuan penelitian di gunakan uji deskriptif statistik.

## PEMBAHASAN

Pembahasan pertama mengenai biografi reponden usia, jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi berlibur dalam 1 tahun, komunitas berlibur, destinasi negara liburan yang menjadi favorit, obyek destinasi tujuan wisata yang menjadi favorit.

### 4.1. Hasil data Biografi Responden

|                   | Frequenc<br>y | %     |
|-------------------|---------------|-------|
| 9-19 Tahun        | 60            | 8.5   |
| 20-30 Tahun       | 301           | 42.6  |
| 31-41 Tahun       | 108           | 15.3  |
| Valid 42-52 Tahun | 157           | 22.2  |
| 56-63 Tahun       | 77            | 10.9  |
| > 63 Tahun        | 4             | .6    |
| Total             | 707           | 100.0 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20.

Responden penelitian ini terbanyak generasi Y (*The Echo of The Baby Boom/milenial*), generasi kedua terbanyak merupakan generasi X (*Baby Bust*), dari karakteristik masing-masing generasi tersebut, terlihat bahwa generasi usia produktif (Y) ini saat ini mempunyai daya beli yang meningkat, sehingga wajar bila responden penelitian ini yang dikhususkan untuk responden yang pernah berlibur ke desa wisata dan pernah melihat dan atau menginap di *homestay*, dengan daya beli yang meningkat generasi ini banyak mempunyai kesempatan melakukan perjalanan wisata.

Generasi milenial menabung tidak hanya untuk tujuan finansial besar, seperti membeli rumah atau ibadah umrah, tetapi juga untuk pembelanjaan yang bersifat konsumtif, seperti beli tiket konser musik atau untuk keperluan wisata. (Lenggogini, 18 Desember 2017). Diantara karakteristik generasi Y cenderung memilih destinasi yang mereka belum tahu dan sedang *trend/viral* (destinasi otentik) dan mereka mempunyai rasa nasionalis yang tinggi sehingga cenderung memilih destinasi di Indonesia, dan akomodasi bagi mereka adalah bukan sebagai tempat tidur, namun tempat mereka memulai perjalanan, (Gunawan, 18 Desember 2016). Sedangkan responden terbanyak kedua berdasarkan pengalaman lama bekerja berada di ekonomi mapan dan seharusnya telah mempunyai tabungan dan investasi, sehingga keperluan untuk berwisata menjadi tujuan untuk menyeimbangkan antara ritme kerja dan rekreasi, namun ternyata dalam segi jumlah masih

terbanyak generasi Y dalam melakukan perjalanan wisata. Hasil survey penelitian ini linier dengan hasil penelitian Kertajaya (2009), target pasar potensial pertama adalah kaum muda, yaitu yang berusia di bawah 30 tahun, mereka merupakan konsumen yang siap untuk menerima *new wave marketing*. Perilaku konsumen ini dinamis, mempunyai risiko untuk bisnis dimana pelaku usaha harus inovatif menciptakan *something to see, to do* agar tetap dikunjungi target pasar potensial.

Tabel. 4.2. Jenis Kelamin

|              | Frequency | %     |
|--------------|-----------|-------|
| Valid Pria   | 291       | 41.2  |
| Valid Wanita | 416       | 58.8  |
| Total        | 707       | 100.0 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20.

Dari biografi jenis kelamin, wanita terbanyak menjadi responden yang pernah berwisata ke desa wisata dan pernah melihat dan/atau menginap di *homestay*. menurut Kertajaya (2009) merupakan target pasar potensial kedua pada era digital saat ini adalah wanita. Berdasarkan penelitian Kertajaya wanita dapat mempengaruhi sebanyak 97% pembelian peralatan rumah tangga sampai keputusan untuk bepergian, menginap dan urusan tiket transportasi.

Tabel 4.3. Pekerjaan

|                      | Frequency | %     |
|----------------------|-----------|-------|
| Pelajar/Mahasiswa    | 240       | 33.9  |
| Pegawai/<br>Karyawan | 320       | 45.3  |
| Ibu Rumah Tangga     | 54        | 7.6   |
| Pengusaha            | 72        | 10.2  |
| Pensiunan            | 21        | 3.0   |
| Total                | 707       | 100.0 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20.

Responden terbanyak dalam penelitian ini yang telah melakukan wisata

ke desa dan telah melihat/dan menginap di *homestay*, bekerja sebagai pegawai/karyawan dan pelajar/ mahasiswa, yang sesuai hasil tabel 4.1. rentang usia mereka dalam usia produktif, yang memang memungkinkan mereka melakukan perjalanan wisata selain mempunyai dana cukup. Berwisata juga dapat menurunkan tingkat stres yang ditimbulkan karena pekerjaan.

Tabel. 4.4. Frekuensi Berlibur dalam 1 tahun

|              | Frequency | %     |
|--------------|-----------|-------|
| Valid 1 Kali | 100       | 14.1  |
| Valid 2 Kali | 257       | 36.4  |
| Valid 3 kali | 140       | 19.8  |
| >3 kali      | 210       | 29.7  |
| Total        | 707       | 100.0 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20.

Salah satu tujuan berlibur adalah untuk menghilangkan stres dan menyeimbangkan antara kesibukan dan kesenangan, namun berlibur juga harus melalui perencanaan yang matang dari segi dana, waktu dan tujuannya. Maka untuk dapat merencanakan perjalanan wisata yang berkualitas tidak mungkin bila dilakukan sesering mungkin, walau belum ada penelitian yang menganalisa frekuensi ideal dalam melakukan perjalanan wisata per tahunnya. Pada penelitian ini terbanyak responden (257 responden) menyatakan bahwa mereka melakukan perjalanan wisata dalam setahun sebanyak 2 kali. Responden yang terbanyak dari usia produktif (milenia dan non milenia dan semua mempunyai pekerjaan), memerlukan jeda waktu dalam melakukan persiapan berlibur. Yang melakukan perjalanan wisata lebih dari 3 kali dalam setahun juga banyak (210 responden). Menurut Nawijn (2010), perjalanan wisata dalam keadaan santai yang meningkatkan kebahagiaan para wisatawan dan dalam studi Nawijn, efek liburan dapat meningkatkan kebahagiaan selama delapan minggu, maka dapat diasumsikan dengan rentang 2 kali dalam setahun wisatawan

mempunyai waktu yang cukup dalam merencanakan perjalanan mereka dengan menyenangkan.

Tabel.4.5. Komunitas Berlibur

|       | Frequenc<br>y | %   |       |
|-------|---------------|-----|-------|
| Valid | Keluarga      | 480 | 67.9  |
|       | Teman         | 200 | 28.3  |
|       | Sendiri       | 27  | 3.8   |
|       | Total         | 707 | 100.0 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20.

Dengan keluarga merupakan pilihan terbanyak responden dalam melakukan perjalanan wisata dan terbanyak kedua bersama teman. Terbanyak komunitas yang dipilih untuk berlibur adalah keluarga, apabila dihubungkan dengan responden penelitian ini yang terbanyak masih dalam usia produktif yang kehidupannya padat dengan pekerjaan, dapat diasumsikan bahwa 8 sampai 10 jam waktu mereka dihabiskan di lingkungan kantor, kebersamaan dengan keluarga hanya tersisa di hari libur, maka kesempatan menghabiskan waktu bersama keluarga dengan cara berlibur. Pemilihan berlibur sendiri hanya 3.8%, hal ini dapat diasumsikan bahwa dengan berlibur bersama keluarga atau teman lebih ringan dalam biaya karena dapat *share* dana dari akomodasi dan transportasi lokal, dapat berbagi tugas dalam mencari tiket, akomodasi, transportasi lokal, merencanakan perjalanan wisatanya, berbagi kebersamaan, cerita dan suka duka dalam perjalanan akan lebih mempunyai kenangan tersendiri. (Dwianthony, 4 November 2016).

Tabel. 4.6. Destinasi

|       | Frequenc<br>y | %   |       |
|-------|---------------|-----|-------|
| Valid | Luar Negeri   | 149 | 21.1  |
|       | Indonesia     | 558 | 78.9  |
|       | Total         | 707 | 100.0 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20.

Sesuai dengan hasil pada tabel 4.1. responden yang terbanyak pada penelitian ini kaum milenial, mereka memang mempunyai rasa nasionalisme yang tinggi sehingga lebih memilih destinasi yang dikunjungi di Indonesia (78.97). Namun melihat *range* usia dan pekerjaan yang ada, maka terdapat 21.1% yang memilih destinasi luar negeri karena pendapatan dan usia mereka menginginkan suatu pengalaman baru yang didapatkan pada destinasi luar negeri.

Tabel 4.7. Objek Destinasi

|       | Frequency                    | %   |       |
|-------|------------------------------|-----|-------|
| Valid | Pedesaan                     | 97  | 13.7  |
|       | Pantai                       | 250 | 35.4  |
|       | Perkotaan/<br>Wisata Belanja | 106 | 15.0  |
|       | Pegunungan                   | 187 | 26.4  |
|       | Museum/<br>Sejarah           | 21  | 3.0   |
|       | Budaya                       | 46  | 6.5   |
|       | Total                        | 707 | 100.0 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20.

Pantai adalah pilihan pertama untuk destinasi wisata yang dikunjungi. 250 responden memilih pantai. Indonesia sebagai destinasi tujuan wisata terbanyak dalam penelitian ini memang mempunyai daya tarik wisata baharinya yang banyak (hampir disetiap kepulauan) dan mempunyai pemandangan bawah laut yang indah, dari destinasi terdekat dengan Jakarta (Kepulauan Seribu), sampai wisata bahari di Sabang (Aceh) dan Sorong (Papua Barat). Dan rata-rata akomodasi yang tersedia masih berupa *homestay*. Contoh di Kepulauan Seribu yang terkenal pemandangan bawah lautnya yang indah dipulau Pari dan Pramuka dapat menjadi pilihan yang terdekat, atau pulau Iboih Sabang sampai Raja Ampat yang sangat terkenal, rata-rata akomodasi yang tersedia adalah *homestay*. Sedangkan pegunungan

yang menjadi pilihan kedua, sudah banyak tersedia akomodasi berupa hotel. Sedangkan obyek destinasi pedesaan hanya menjadi pilihan ketiga, berdasarkan info pariwisata pedesaan sedang menjadi tren pilihan masyarakat kota untuk berlibur dengan menawarkan paket untuk ikut beraktivitas dalam kegiatan dan pekerjaan sehari-hari penduduk desa, namun responden penelitian ini tidak memilih sebagai obyek destinasi pilihan pertama dan kedua, kemungkinan karena untuk generasi milenial obyek wisata di pedesaan kalah menantang dan tidak memberi pengalaman yang luar biasa yang dapat mereka ceritakan kepada komunitasnya, berbeda dengan aktivitas yang dapat mereka lakukan di pantai dan pegunungan.

Dari hasil uji validitas dengan nilai *degree of freedom* 705 (n-2), maka didapat r tabel sebesar 0.06, semua pernyataan pada penelitian ini di nyatakan valid karena responden mengerti, memahami bahkan mengalami sendiri apa yang di ajukan dalam angket yang diberikan kepada mereka. Dengan nilai uji reliabilitasnya 0.788, maka dapat dikatakan tingkat konsistensi responden dalam menjawab pernyataan persepsi tinggi. Sedangkan hasil uji reliabilitas untuk pernyataan minat menginap adalah 0.824, dapat dikatakan nilai konsistensinya sangat tinggi. Dengan terujinya instrumen penelitian ini melalui uji validitas dan reliabilitas, maka dapat dikatakan data penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan dan berkualitas.

Hasil data Nilai Rata-rata Variabel Persepsi.

Tabel.4.8. Hasil Statistik Rata-Rata Persepsi

|           | Pengamat | Motif | Interest |
|-----------|----------|-------|----------|
| N Valid   | 707      | 707   | 707      |
| N Missing | 0        | 0     | 0        |
| Mean      | 2.9562   | 3.1   | 3.0021   |
|           |          | 563   |          |

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 20.

Dari penilaian persepsi pada sub variabe pengamatan, responden menilai keadaan *homestay* secara keseluruhan dan kebersihan masih dalam kategori menarik (2.9), sehingga dapat dikatakan *homestay* yang pernah mereka lihat dan/atau menginap di desa wisata masih bagus, bersih dan menarik pengunjung untuk menjadi pilihan menginap. Dari segi motif untuk penunjang wisatawan berlibur, *homestay* yang ada dapat menunjang motivasi mereka berlibur untuk bersenang-senang dan bersantai (3.1). Pada saat responden memutuskan untuk berlibur yang mereka pertimbangkan pertama kali adalah obyek wisata yang indah. Hasil survey penelitian ini, mereka memilih daerah pantai lalu ketertarikan untuk melihat akomodasinya. Karena responden penelitian ini terbanyak adalah kaum milenial maka wajar apabila mereka mencari informasi melalui gambar-gambar yang banyak di tayangkan oleh biro perjalanan wisata di sosial media dan web site disamping dari teman-teman. Dan dari hasil survey menyatakan bahwa mereka tertarik terhadap keberadaan *homestay* (3.0).

Dari 707 responden didapat data *homestay* yang pernah mereka inap tersebar di beberapa daerah, seperti di Tanjung Lesung Banten, Gili Air Lombok, Kalianda Lampung, Pulau Harapan, Teluk Penyu Cilacap, Pulau Tidung DKI, Pulau Sabang Aceh, Pantai Ngrumput Gunung Kidul, Pulau Selayar Sulawesi Selatan, Pantai 3 Warna Malang, Batu Layang Jawa Barat, Pulau Belitung Bangka, Kepulauan Derawan Kalimantan Timur, Pulau Pamutusan Sumatera Barat, Pantai Mutun Lampung, Teluk Bayur Padang, Danau Singkarak Sumatera Barat, Anyer Banten, Desa Saleman Maluku, Pulau Seram Maluku, Parangtritis Jogjakarta, Pulau Maratua Kalimantan Timur, Pulau Pisang Pesisir Barat Lampung, Sungai Liat Bangka, Pangandaran Jawa Barat, kawasan Mandeh Pesisir Selatan Sumatera Barat, Pulau Pemana Nusa Tenggara Timur, Pulau Samosir Sumatera Utara, Pantai Tiga Warna Malang, Pulau Pramuka DKI Jakarta. (kawasan Pantai).



Desa Temanggung Jawa Tengah, Desa Cibuntu Jawa Barat, Kampung Wisata Batik Pasindon Jawa Tengah, Kaliurang Yogyakarta, Baduy Banten, Desa Wisata Dieng Jawa Tengah, Desa Nglanggeran Yogyakarta, Desa Dipulau Tidung DKI Jakarta, Uluwatu Bali, Desa Iboih Aceh, Desa Penglipuran Bali, Karuizawa Jepang, Desa di Osaka Jepang, Desa Angkaras Kalimantan Barat, Desa Candirenggo Jawa Tengah, Desa Kajangkoso Jawa Tengah, Desa Sibolga Sumatera Utara, Desa Kulon Progo Yogyakarta, Desa Sawarna Lebak Banten, Desa Rammang Sulawesi Selatan, Desa Parapat Sumatera Utara, Desa Kintamani Bali, Desa Ranca Upas Jawa Barat, Desa Cikolelet Banten, Desa Palutungan Jawa Barat, Desa 1000 Rumah Gadang Solok Sumatera Barat, Desa Ciboleger Baduy Banten, Desa Batu Layar Jawa Barat, Kampung Tajur Jawa Barat, Desa Bidadari Tawangmangu Jawa Tengah, Desa di Kyoto Jepang, Kampung Naga Jawa Barat, Desa Liwa Lampung Barat, Desa Rintau Kalimantan Barat, Desa Salabintana, Desa Ranu Pane Malang, Desa Pahawang Lampung, Desa Batulayang Bogor, Desa Sakerta Timur Kuningan, Desa Derajat Pass Garut, Desa Cinangneng Bogor, Desa Waerebo (desa Diatas awan), NTT, Desa Maniskiduol, Kuningan, Desa Sinarjaya, Sukabumi, Desa Sasak, Desa Ciwidey Jawa Barat, Desa Harau Sumatera Barat, Desa Sade Lombok, Homestay Anugrah Canti Borobudur, Desa Kertalangu Bali, Desa Gambong Nusa, Desa Wisata Dieng, Kampung Budaya Sindang Barang, Bogor, Desa Ponggok Klaten, Desa Cilenca Bandung, Desa Tangkil Caringin, Desa Sungai Nyalo, Desa Wisata Tembi, Desa Wisata Gabugan, Desa Kulonprogo Yogyakarta, Desa Malasari Bogor, Desa Labengki Sombori, Desa Pucanglaban, Desa Lebakmuncang, Desa Wisata Nglanggeran, Desa Bumilangit Bantul, Desa Wisata Pariangan, Desa Terong Belitung, Desa Rejosari Banyuwangi, Desa Wisata Lejekong, Desa Wanurejo, Desa Wisata Ciletuh, Desa Cemoro Lawang, Probolinggo, Desa Wisata Kasongan, Desa Wisata Kreet, Desa Wanurejo, Desa Cikadu, Desa Candirejo, Kampung Warna

Warni Jodipan, Desa Waerebo Sangiang, Desa Thekelan Jawa Tengah, Desa Guci Pernalang, Desa Wisata Teluk 50 Tumbi Lemur Kerinci, Desa Wisata Alamendah, Desa Bejalen Ambarawa, Desa Wisata Wukisari Bantuk. Desa Wisata Pentingsari, Desa Ngilngof Maluku Tenggara, Desa Paltidung, Desa Wisata Osing Kampung Kemiren, Desa Wisata Wanurejo Magelang, Desa Haurgeulis Indramayu, Desa Adat Pringe Tabanan, Desa Limasan Jawa Timur, Desa Wisata Gianti Wononsobo, Desa Leran Bojonegoro, Desa Wisata Layak Anak, Bali, Desa Wisata Pulesari, Desa Banyu Sumilir Kaiurang, Desa Gunung Kidul, Desa Wisata Pare Jawa Timur, Desa Wisata Kebonagung Jawa Timur, Desa Trumpon Yogyakarta, Desa Kingking Tuban Jawa Timur, Desa Baron Gunung Kidul Yogyakarta, Desa Mangunan Bantul Yogyakarta, Desa Laksado Kalimantan Selatan, Desa Kemasang Gunungkidul Yogyakarta, Pilubang Resort 50 Kota Sumatera Barat, Desa Wisata Kota Gede Yogyakarta, Desa Nglurah Tawangmangu Jawa Tengah, Desa Linggar Mekar Jawa Barat, 1000 rumah Gadang Sumatera Barat, Desa Wisata Deles Indah Jawa Tengah. (kawasan pedesaan dan pegunungan).

## PENUTUP

Persepsi masyarakat kota (Jabodetabek) tentang *homestay* “menarik” (3.03), memang desa-desa wisata saat ini telah serius mengelola *homestay* mereka, bahkan *homestay* yang bernuansa adat seperti di beberapa desa di Indonesia, seperti Bali, Lombok, Nusa Tenggara Barat (Labuan Bajo), telah dilengkapi dengan tempat tidur busa dan toilet yang duduk dan tersedia shower, bahkan di Bali ada *homestay* yang menyediakan bathup (kondisi di *homestay* jenis bukan *homesharing*), sehingga wajar saja dalam penelitian ini responden yang merupakan masyarakat kota menjadi tertarik terhadap keberadaan *homestay* di era saat ini.

## REFERENSI

- Amirruding Abu. (2009). Strategies for the successful marketing of homestay programme: some useful lessons, *International Seminar on Community based Tourism: Learning From the homestay Programme in Malaysia, Towards Developing a sustainable Community Based Tourism: Issues, Impacts & Opportunities*. 4-16 August 2009, Hotel UiTM, Shah Alam Selangor Malaysia.
- Aw, Suranto. (2010). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- CNN Indonesia. (19 Mei 2017). *Kementerian PUPR Dorong Pembangunan Homestay Desa Wisata*. Di unduh dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170519143808-307-215963/kementerian-pupr-dorong-pembangunan-homestay-desa-wisata>, pada 25 Januari 2019
- Dwianthony.Pradikta. (4 November 2016). *7 Alasan Liburan Bareng Lebih Baik Daripada Sendirian*. Diunduh dari <https://www.skyscanner.co.id/berita/alasan-liburan-bareng-lebih-baik-daripada-sendirian>, pada 25 Januari 2019.
- Gunawan. (18 Desember 2016). 3 *Karakteristik Generasi Milenial Saat Traveling*. Diunduh dari Sripoku.com dalam Kompas Travel. <http://palembang.tribunnews.com/2016/12/18/3-karakteristik-generasi-milenial-saat-traveling>, pada 24 Januari 2019
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamaludin, Mariam, Norain Othman dan Abdul Rahim Awang, (2010). *Community Based Homestay Programme: A Personal Experience*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 42 ( 2012 ) 451 – 459. Published by Elsevier B.V. Open access under [CC BY-NC-ND license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).doi: 10.1016/j.sbspro.2012.04.210 Available online at [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com).
- Kasuma,Jati, Mohammed Irsyad Esmado, Yusman Yacob, Agnes Kanyan and Hawa Nahar.(2016). *Tourist Perception Towards Businesses: Sabah Experience*. *Journal of Scientific Research and Development* 3 (2): 7-12. ISSN 1115-7569. [www.jsrad.org](http://www.jsrad.org)
- Kertajaya, Hermawan. (2009). *New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- L. Ningrum, A Hendradewi and N Nurbaeti. (2018). *Healty Rural Tourism with Good Management in Penglipuran Bali – Indonesia*. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* 145 (2018) 012068. doi :10.1088/1755-1315/145/1/012068
- Lenggogini,Sari. (18 Desember 2017). *Memahami Selera Wisatawan Milenial*, diunduh dari <https://travel.kompas.com/read/2017/12/18/193326627/memahami-selera-wisatawan-milenial?page=all..> [Kompas.com](http://Kompas.com), pada 24 Januari 2019.
- Nawijn.Jeroen. (2010). *Vacationers Happier, but most not Happier After Holiday*. *Applied Research Quality Life* (2010) 5:35-47. DOI 10.1007/s11482-009-9091-9.
- Rachman, Vicky. (4 April 2017). *Proyek Besar Kemenpar: Bangun 100 Ribu*

*Homestay Desa Wisata*. Di unduh dari SWA.

<https://swa.co.id/swa/trends/proyek-besar-kemenpar-bangun-100-ribu-homestay-desa-wisata>, pada 25 Januari 2019.

Retno Prameswari, Dewi, Ardhyanto, Athina dan E. Kusuma, Hanson. (2018). Korespondensi Motivasi Pengunjung dan Karakteristik Desa Wisata. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia* vol. 7. 10.32315/jlbi.7.1.24.

Sita, Sharon Esther Donny and Nor Ashikin Mohd Nor. (2015). Degree of Contact and Local perceptions of Tourism Impacts: A Case Study of Homestay Programme in Sarawak. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 211 ( 2015 ) 903 – 910. Published by Elsevier Ltd. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license doi:10.1016/j.sbspro.2015.11.119. Available online at [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiarto, T. Hendratono, D. Sudibyo. (2015). *Metodologi Penelitian Hospitaliti & Pariwisata*. Tangerang : PT. Matana Publishing Utama

Surya. (15 Januari 2017). *Tren Wisatawan Banyuwangi Kini Lebih Suka Menginap di Homestay*. Di unduh dari [Tribun-Bali.com](http://Tribun-Bali.com).

<http://bali.tribunnews.com/2017/01/24/tren-wisatawan-banyuwangi-kini-lebih-suka-menginap-di>

[homestay?page=2](http://swa.co.id/swa/trends/proyek-besar-kemenpar-bangun-100-ribu-homestay-desa-wisata). Pada 24 Januari 2019.

Walgito, Bimo. (2010). *Pengantar Psikolog Umum*. Yogyakarta : C.V Andi Offset

Yue.X.D. (2016). Adult Playfulness Humor Styles, and Subjective Happiness. *Journal of Psychological Reports*.p.2-11.

## BIODATA PENULIS

**Lestari Ningrum, MH., Msi. Par**, Lektor Kepala. Beberapa Karya ilmiah hingga tahun 2019 adalah:

“How The Panelists Votes Chicken Ballotine With Analog Chicken Turkey and Duck” (*The Journal of Innovative Science and Research Technology*), **Thomson Reuters :-** <https://goo.gl/3bkzww>.

“The Analysis of Tourism Travel Demand Model in Three Destination: Bandung, Lombok and Raja Ampat – Indonesia” (Proceeding at ASEAN Tourism Research Conference - Singapore). And a book entitled *Push and Pull Factors for Medical Tourism Toward Purchase Decision*. 2017. Publish by Lambert Academic Publishing. ISBN 978-620-2-06764-5. “Healty Rural Tourism with Good Management in Penglipuran Bali – Indonesia”, (1st UPI International Geography Seminar 2017 IOP Conf. Series: Earth and Environmental) Science 145 (2018) 012068 doi :10.1088/1755-1315/145/1/012068, “Uji Kesukaan dan Organoleptik terhadap 5 kemasan dan produk Kepulauan Seribu Secara Deskriptif” (2018). *Jurnal Pariwisata*, Vol.5 No.2.ISSN:2355-6587,e-ISSN:2528-2220. The Influence of Recruitment Process on Performance of New Employees at 5 Star Hotel Jakarta, *Jurnal IKRA-ITH Humaniora* Juli 2019 ISSN 2597-5064.

Surya Fadjar Boediman, lulusan pasca sarjana dari Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung tahun 2005, mengampu mata kuliah Pengantar Industri Hospitalitas dan Pariwisata, Praktek Memandu,

Perencanaan Destinasi dan Manajemen Atraksi dan melakukan proceeding dengan judul “The Analysis of Tourists’ Motivation to Visit Inscription Park Museum pada International Research Symposium On Sustainable Tourism Development Mataram (2014).

Dian Octarina, SST, MSi. Par, lahir di Jakarta pada tanggal 11 Juli 1975. Menempuh pendidikan di program Magister Terapan Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata risakti.

Mengajar di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta sejak tahun mata kuliah Housekeeping (Room) teori dan praktek serta Pengantar Ilmu Pariwisata dan Hospitality untuk Program Diploma 4 Perhotelan Reguler, Management Housekeeping untuk Diploma 4 Program Internasional.

Selama menjadi dosen telah menulis :

“Keberadaan Trainee Terhadap Kelancaran Operasional Kerja di Departemen Tata Graha Hotel Dharmawangsa Jakarta”

“Lempah Sebagai Ikon Kuliner Khas Pangkal Pinang ( Bangka)”

“Faktor – faktor yang mendorong mahasiswa Diploma 4 perhotelan angkatan 2012 dalam memilih Praktek Kerja Industri di Malaysia”.

Semua Tulisan tersebut di atas belum dimuat di jurnal manapun dan menjadi referensi yang disimpan di perpustakaan.