



PERSEPSI MASYARAKAT LOKAL TERHADAP *HOMESTAY* DESA WISATA SIGEDONG KECAMATAN BUMIJAWA KABUPATEN TEGAL

Puput Dewi Anggraeni¹, Tantri Adithia Sabrina²

^{1,2}Politeknik Harapan Bersama

Email: puput.dewi@poltektegal.ac.id¹

Abstrak

Kegiatan pariwisata mengalami peningkatan setiap tahunnya pada seluruh destinasi yang ada di Indonesia, dimana masih banyak desa yang memiliki keindahan alamnya dan banyak wisatawan yang menghabiskan akhir pekannya ke suatu desa yang masih alami karena untuk menghilangkan penat selama hari kerja, seperti air terjun, pegunungan, pantai dan desa wisata. Beberapa desa ada juga yang menawarkan *homestay* sebagai tempat penginapan dan wisatawan juga dapat menikmati nuansa berbeda seperti budaya adat desa setempat. Seperti halnya di Desa Wisata Sigedong terkenal dengan sebutan kampung sayur, karena sebagai penghasil sayur terbesar di Kabupaten Tegal dan terletak di wilayah pegunungan dan sudah memiliki *homestay*. Hal ini dapat dijadikan tujuan wisata yang nyaman dan menarik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat lokal terhadap *homestay* Desa Wisata Sigedong Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini merupakan penghitungan persepsi masyarakat lokal terhadap variabel-variabel dalam *homestay* Desa Wisata Sigedong yang meliputi aspek kognitif, afektif dan konatif dengan menggunakan skala Likert menunjukkan hasil persepsi yang sangat bagus terbukti dengan masyarakat lokal yang sudah mengetahui potensi Desa Wisata Sigedong dari wisata alam, budaya, kuliner dan *event* yang diselenggarakan serta *homestay* yang sudah ada di Desa Wisata Sigedong dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan mengenai pengembangan Desa Wisata Sigedong.

Kata Kunci: desa wisata, *homestay*, persepsi

Abstract

Tourism activities have increased every year in all destinations in Indonesia, where there are still many villages that have natural beauty and many tourists spend their weekends in an unspoiled village to relieve fatigue during the working day, such as waterfalls, mountains, beaches and tourism village. Some villages also offer homestays as places to stay and tourists can also enjoy different nuances such as the local village's traditional culture. As the case in Sigedong tourism village is known as the vegetable village, because it is the largest vegetable producer in Tegal Regency and is located in a mountainous area and already has homestays. This can be used as a comfortable and attractive tourist destination. The purpose of this research was to determine the local community's perception of Sigedong tourism village



homestay, Bumijawa District, Tegal Regency. The research used a descriptive method with a quantitative approach. The results of this research are calculations of the local community's perception of the variables in Sigedong tourism village homestay which includes cognitive, affective and conative aspects using a Likert scale showing very good perception results as evidenced by local people who already know the potential of Sigedong tourism village from nature tourism, culture, culinary and events held as well as existing homestays in the tourism village of Sigedong can improve the economy of the local community. Further research can be carried out regarding the development of Sigedong tourism village.

Kata kunci: *homestay, perception, tourism village*

PENDAHULUAN

Kegiatan pariwisata mengalami peningkatan setiap tahunnya pada seluruh destinasi yang ada di dunia, khususnya Indonesia, di mana masih banyak desa yang memiliki keindahan alamnya dan banyak wisatawan yang menghabiskan akhir pekannya ke suatu desa yang masih alami karena untuk menghilangkan penat selama hari kerja, seperti air terjun, pegunungan, pantai dan desa wisata. Beberapa desa ada juga yang menawarkan homestay sebagai tempat penginapan sementara wisatawan. Selain dari segi harga yang lebih murah, wisatawan juga dapat menikmati nuansa berbeda seperti budaya adat desa setempat, kebiasaan masyarakat lokal dan dapat berbaur dengan masyarakat lokal secara langsung ataupun wisatawan lain. Wisatawan akan memilih *homestay* yang nyaman dan bersih serta memiliki fasilitas yang sesuai dengan keinginan.

Produk usaha pariwisata yang dikelola masyarakat lokal di desa wisata adalah *homestay*, dimana berfungsi sebagai tempat penginapan wisatawan yang ingin melihat dan tertarik dengan kehidupan masyarakat setempat (Fauzan

et al., 2020). Target Kementerian Pariwisata dalam mendukung wisatawan yang berkunjung ke Indonesia, yaitu mendirikan 100.000 *homestay* di desa wisata hingga tahun 2019. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) juga mendukung hal ini dan sudah melakukan di 25 kawasan (CNN Indonesia, 2017). Terdapat 1.902 desa yang memiliki potensi menjadi desa wisata, yaitu desa wisata bahari berjumlah 787, desa wisata sungai berjumlah 576, desa wisata irigasi berjumlah 165, dan desa wisata danau berjumlah 374 (Rachman, 2017). Begitu pula yang disampaikan oleh (Puspitasari et al., 2019), yaitu salah satu kriteria desa wisata adalah adanya *homestay* dikarenakan dapat membantu meningkatkan Pariwisata di desa wisata. Pemerintah Kabupaten Tegal menyadari pembangunan desa wisata sangat penting untuk meningkatkan pendapatan daerah, oleh karena itu pemerintah kabupaten Tegal gencar mengembangkan beberapa desa wisata, yaitu dengan mengembangkan desa wisata sayur di Desa Wisata Sigedong, Desa Wisata religi di wilayah Cikura, Giren, Kalisoka dan Danawarih, Desa Wisata alam dan



Desa Wisata purbakala masing-masing akan dipusatkan di Bumijawa dan Semedo. Sedangkan Desa Wisata batik di Desa Bengle, Kecamatan Talang. Desa Wisata merupakan kawasan perdesaan yang menawarkan kehidupan masyarakat setempat yang terdiri dari sosial, ekonomi dan budaya sebagai potensi komponen wisata (Suranny, 2020).

Desa Wisata Sigedong terkenal dengan sebutan kampung sayur, karena sebagai penghasil sayur terbesar di Kabupaten Tegal dan terletak di wilayah pegunungan yaitu dibawah kaki Gunung Slamet. Masyarakat desa Sigedong sebagian besar adalah petani sayur. Sigedong memiliki kekayaan sumber daya alam yang dapat dijadikan tujuan wisata yang nyaman dan menarik. Desa Wisata Sigedong sudah terdapat *homestay*, dengan jumlah 10 *homestay* (Direktori Pariwisata Indonesia & Kementerian Pariwisata RI, 2022). Adapun potensi wisata Desa Wisata Sigedong dapat dijelaskan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Potensi Wisata di Desa Sigedong Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal

No	Jenis Produk dan Jasa	Produk dan Jasa yang ditawarkan
1	Wisata Alam	Curug Cantel Taman Oemah Pinus Wisata Edukasi Pertanian “Kampoeng Sayur” Coffee Park Adventure Wisata Pendakian Gunung Slamet
2	Wisata Budaya	Kuda Lampung Kuntulan Terbang Jawa Hadroh

3	Wisata Kuliner	Ondol Ganyong Stik Kentang Keripik Sayur
4	Event	Festival Kampoeng Sayur

Sumber: Direktori Pariwisata Indonesia & Kementerian Pariwisata RI (2022)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Sigedong tersebut seharusnya dapat dijadikan daya tarik wisata sehingga dapat menarik pengunjung ke Desa Wisata Sigedong, namun ternyata masih banyak masyarakat lokal yang belum sadar akan potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata ini. Masyarakat lokal hanya berpendapat Desa Wisata Sigedong adalah kampung sayur dengan mata pencaharian utama adalah petani. Di mana masyarakat lokal seharusnya dapat mendukung penuh perkembangan dan pembangunan Desa Wisata Sigedong untuk meningkatkan pendapatan daerah setempat, karena kontribusi dari masyarakat lokal sangat penting untuk kemajuan Desa Wisata Sigedong.

KAJIAN PUSTAKA

Persepsi

Berdasarkan latar belakang di atas, akan diungkap persepsi masyarakat lokal terhadap *homestay* di Desa Wisata Sigedong kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Di mana persepsi adalah proses dalam memilih, menyusun dan manafsirkan informasi yang didapat untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Persepsi bukan hanya terpengaruh rangsangan secara fisik tetapi juga lingkungan dan keadaan (Deffie, 2019).



Aspek-aspek persepsi, aspek kognitif, berupa susunan dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki mengenai objek (Deffie, 2019). Pada penelitian ini komponen kognitif meliputi pengetahuan, informasi, pandangan dan pemahaman dan dikaitkan dengan potensi yang ada pada Desa Wisata Sigedong, seperti desa wisata kampung sayur, terdapat *homestay* dan desa wisata yang menonjolkan kearifan lokal serta budaya setempat. Bertautan dengan perasaan, bersifat emosional bisa berwujud perasaan senang, sedih, ceria dan gembira. Pada penelitian ini dikaitkan dengan hal-hal yang menunjukkan masyarakat senang dengan adanya Desa Wisata Sigedong dan percaya dengan adanya *homestay* dapat meningkatkan pendapatan, oleh karena itu masyarakat mau jika rumahnya dijadikan *homestay* dan memberikan pelayanan kamar beserta makanan dan minuman. Aspek Konatif, kesiapan individu berkelakuan dengan objek bertautan dengan perilaku berwujud perilaku individu dengan objeknya. Aspek konatif menggunakan komponen motivasi, sikap, produk dan keinginan, pada penelitian ini dikaitkan dengan menciptakan *homestay* yang bersih dan aman, keinginan menawarkan produk lengkap berupa paket menginap, memberikan pelayanan luar biasa dan keinginan untuk berinteraksi dengan wisatawan secara langsung.

Homestay

Homestay adalah pemanfaatan bangunan rumah tinggal yang dijadikan tempat penginapan sehingga wisatawan

dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat setempat (Arto et al., 2021). Sedangkan menurut Ningrum et al. (2019), lain halnya *guest house*, *homestay* merupakan tempat penginapan yang digunakan wisatawan, sehingga dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat setempat dan lengkap dengan pelayanan makanan dan minuman.

Homestay adalah tempat penginapan yang ada di desa wisata dan dapat mengembangkan pariwisata yang ada di desa wisata tersebut, karena *homestay* termasuk produk industri pariwisata yang sangat menarik (Puspitasari et al., 2019).

Desa Wisata

Widyaningsih (2020) mengungkapkan bahwa salah satu potensi yang ada di desa wisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Budaya dan kearifan lokal merupakan potensi desa wisata yang dapat dipamerkan dan dikelola secara langsung oleh masyarakat setempat (Rahmanda & Harsasta, 2019). Kehidupan sosial, ekonomi dan budaya merupakan komponen wisata yang ditonjolkan pada desa wisata (Suranny, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dimana pada penelitian ini lebih ditekankan pada pengujian teori-teori yang diukur dengan variabel penelitian dengan angka dan dianalisis dengan statistika (Sugiarto et al., 2015). Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dengan analisis statistik deskriptif. Metode



deskriptif menurut Handayani et al. (2017) yaitu “suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang langsung pada saat ini atau saat yang lampau”. Analisis data yang dilakukan pertama kali adalah pemberian skor pada hasil tes, kemudian dilanjutkan dengan perhitungan data responden, tabulasi data, persentase dan penafsiran data menggunakan sistem SPSS terbaru. Selanjutnya dilakukan analisis hasil penafsiran data yang kemudian dapat dijelaskan ke dalam kriteria sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 sampai bulan Februari 2022 pada *homestay* Desa Wisata Sigidong. Sampel penelitian ini adalah masyarakat lokal Desa Wisata Sigidong. Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Wisata Sigidong yang berjumlah 1.818 kepala keluarga (Uvi, 2022). Kemudian sampel pada penelitian ini adalah kepala keluarga Desa Wisata Sigidong yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Toleransi kesalahan yang diambil sebesar 10% (0,10) dan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin ini mendapatkan hasil 95 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling* atau pengambilan sampel yang mempunyai kondisi dan peluang yang sama secara acak (Sugiarto et al., 2015).

Metode pengumpulan data pada penelitian menggunakan (a) angket/kuesioner, di mana instrumen pengukurannya menggunakan teknik Skala Likert (*Likert-type scales*). Menurut Sugiarto et al. (2015), *Likert Scale* (Skala Likert) digunakan untuk mengukur responden yang setuju maupun tidak setuju pada setiap pernyataan peneliti (Cooper & Schindler, 2013). Nama lain dari Skala Likert adalah *Summated Ratings Method*. Skala Likert menggunakan lima angka penilaian, yaitu: (1) Tidak Tahu, (2) Kurang Tahu, (3) Cukup Tahu, (4) Tahu, (5) Sangat Tahu. (b) Observasi yang dimaksud adalah peneliti melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. (c) Studi pustaka yaitu jurnal dan teori yang berkaitan langsung dengan objek penelitian. Selanjutnya (d) pencatatan langsung yaitu pengambilan data dengan mencatat langsung dari objek-objek yang berhubungan. Di mana untuk variabel dan pengukurannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2. Variabel dan Pengukurannya

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kognitif	Pengetahuan Informasi Pandangan Pemahaman	Skala Interval
2	Afektif	Emosi Perasaan Penilaian	Skala Interval
3	Konatif	Motivasi Sikap Produk Keinginan	Skala Interval

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 2 di atas, definisi operasional variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Kognitif, komponen yang berhubungan dengan pengetahuan, informasi, pandangan, dan pemahaman, di mana dikaitkan dengan persepsi masyarakat setempat terhadap *homestay* di Desa Wisata Sigedong.
- Afektif, yaitu komponen yang berhubungan dengan emosi, perasaan dan penilaian terhadap *homestay* di Desa Wisata Sigedong.
- Konatif, yaitu komponen yang berhubungan dengan motivasi, sikap, produk dan keinginan terhadap *homestay* di Desa Wisata Sigedong.

Uji Validitas

Teknik korelasi persepsi masyarakat lokal terhadap *homestay* Desa Wisata Sigedong, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, semua item yang diujicobakan adalah valid. Dengan dasar perhitungan dimana keseluruhan nilai sig δ (2-tailed) adalah $\leq 0,05$.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.795	17

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3 nilai Cronbach's Alpha adalah >0.70 pada 17 item. Maka dapat disimpulkan 17 item tersebut reliabel didasarkan jika Cronbach's Alpha > 0.7 maka reliabel.

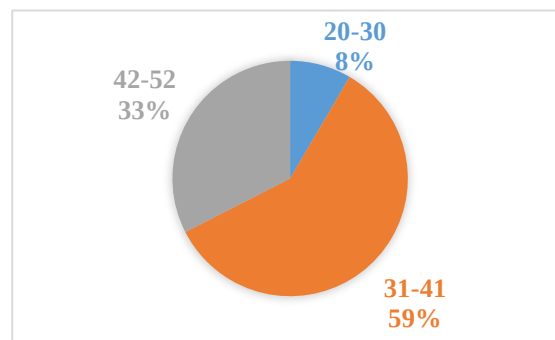
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pengumpulan Data

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan penyebaran kuesioner secara langsung di Desa Wisata Sigedong, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal. Kuesioner yang disebar ada 95 kuesioner, namun hanya 83 responden yang mengisi kuesioner tersebut. Total soal ada 17 butir soal terdiri dari 6 soal aspek kognitif, 6 soal aspek afektif dan 5 soal aspek konatif dan semua dapat diolah.

Hasil dan Karakteristik Responden

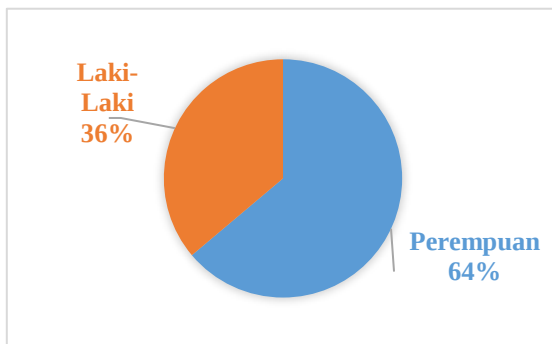
Karakteristik responden pada penelitian ini terdiri dari usia dan jenis kelamin, di mana untuk hasil usia dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Usia
Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner usia pada gambar 1 di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden yang berusia antara 20-30 tahun adalah 8% atau 7 responden, yang berusia antara 31-41 tahun adalah 59% atau 49 responden, dan yang berusia antara 42-52 tahun adalah 33% atau 27 responden.

Sedangkan untuk hasil jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Jenis Kelamin
Sumber: Data Diolah (2023)

Menurut hasil dari kuesioner yang sudah diolah pada gambar 2, total responden 36% adalah berjenis kelamin laki-laki Sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 64% atau 53 responden perempuan.

Analisis Data Kuesioner

Analisis data kuesioner pada penelitian ini terbagi menjadi aspek kognitif, aspek afektif dan aspek konatif. Berikut hasil aspek kognitif diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Kuesioner Aspek Kognitif

No	Pernyataan	Penilaian Tahu dan Sangat Tahu	
		Frekuensi	Percent
1	Sigedong merupakan desa wisata kampung sayur	79	95,1

2	Potensi desa wisata dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat	79	95,2
3	Karakteristik desa wisata terletak pada kearifan lokal dan budaya setempat	79	95,2
4	Pengelolaan desa wisata dilakukan oleh masyarakat setempat dengan memanfaatkan potensi desa	79	95,2
5	Terdapat <i>homestay</i> di Desa Wisata Sigedong <i>Homestay</i> adalah rodruk industri	79	95,1
6	Pariwisata yang melibatkan warga setempat dengan wisatawan secara langsung	79	95,1
Rata-Rata		95,2	

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner aspek kognitif di atas dapat disimpulkan bahwa hasil penilaian aspek kognitif yang diambil adalah hasil terbesar pada skala tahu dan sangat tahu, yaitu indikator pengetahuan, dinilai dari Sigedong merupakan wisata kampung sayur sebesar 95,1%. Hal ini didukung dengan adanya potensi Desa Wisata Sigedong yang sangat besar, di



mana lokasi wisata Desa Sigidong bernuansa alam dan berada di wilayah pegunungan sebagai penghasil sayur dan sebagian besar penduduknya adalah petani sayur. Potensi desa wisata dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat mendapatkan nilai sebesar 95,2%. Hal ini terbukti dari masyarakat lokal yang sudah pernah merasakan dampaknya dari rumah warga yang dijadikan *homestay* atau tempat menginap ketika ada wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata Sigidong. Selain itu juga karena adanya wisata petik sayur yang lahan perkebunannya dari warga setempat sehingga dapat meningkatkan ekonomi pedesaan setiap ada wisatawan yang datang.

Indikator informasi, dinilai dari karakteristik desa wisata terletak pada kearifan lokal dan budaya setempat sebesar 95,2%. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya potensi yang dimiliki Desa Wisata Sigidong yaitu wisata kampung sayur, karena terletak di nuansa alam di pegunungan dan juga terdapatnya kesenian budaya seperti Kuda Lumping, Kuntulan, Terbang Jawa, dan hadroh. Pengelolaan desa wisata langsung dari masyarakat setempat dengan memanfaatkan potensi desa mendapatkan nilai sebesar 95,2%. Hal ini terbukti dengan pengelolaan Desa Wisata Sigidong dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan BumDes setempat.

Indikator Pandangan, dinilai dari terdapat *homestay* di Desa Wisata Sigidong sebesar 95,1%, hal ini dapat dibuktikan bahwa di Desa Wisata Sigidong sudah terdapat *homestay* berjumlah 10 rumah dengan jumlah kamar

sebanyak 13 kamar dengan kapasitas masing-masing kamar untuk dua orang.

Indikator pemahaman dinilai dari *homestay*, di mana merupakan produk industri pariwisata yang melibatkan wisatawan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat setempat sebesar 95,1%, hal ini terbukti dengan rumah warga setempat yang dijadikan *homestay* dan wisatawan berinteraksi secara langsung dengan warga setempat, dari tinggal bersama warga, makan bersama dan melakukan kegiatan positif bersama warga setempat.

Selanjutnya adalah hasil aspek afektif dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Kuesioner Aspek Afektif

No	Pernyataan	Penilaian Tahu dan Sangat Tahu	
		Frekuensi	Percent
1	Masyarakat senang dengan adanya <i>homestay</i> di Desa Wisata Sigidong	83	100
2	Masyarakat percaya <i>homestay</i> dapat meningkatkan pendapatan	83	100
3	Masyarakat senang berinteraksi dengan wisatawan yang menginap di rumahnya secara langsung	83	100
4	Masyarakat yang menjadikan rumah tinggalnya untuk <i>homestay</i> mau memberikan pelayanan kamar beserta makanan dan minuman	70	84,4



5	Masyarakat harus sopan dengan tamu yang menginap di <i>homestay</i>	74	89,1
6	Masyarakat berhak komplain kepada tamu yang menginap jika terjadi ketidaknyamanan suatu hal	62	74,7
Rata-Rata		91,4	

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 di atas, hasil kuesioner dari aspek afektif diambil dari penilaian terbesar yaitu tahu dan sangat tahu. Pertama yaitu indikator emosi, dinilai dari masyarakat senang dengan adanya *homestay* di Desa Wisata Sigedong sebesar 100%. Hal ini dapat dibuktikan dengan warga setempat yang senang menjadikan rumahnya untuk *homestay* karena dapat meningkatkan pendapatan dan juga dapat berinteraksi dengan wisatawan secara langsung. Masyarakat percaya *homestay* dapat meningkatkan pendapatan mendapatkan nilai sebesar 100%. Hal ini terbukti dengan pernyataan masyarakat yang menyatakan bahwa sudah adanya paket desa wisata 2 malam atau 3 malam yang dibuat oleh ketua pokdarwis yang menjadikan rumah warga setempat sebagai tempat penginapan dan membayar, sehingga hasil dari harga jual paket wisata tersebut dibagi kepada warga sesuai dengan ketentuan yang sudah dibuat.

Indikator perasaan, dinilai dari masyarakat senang rumah tinggalnya dijadikan penginapan, sehingga wisatawan dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat setempat untuk jangka waktu tertentu dengan perhitungan pembayaran

harian sebesar 100%. Hal ini dapat dibuktikan dengan warga setempat yang senang menjadikan rumahnya untuk *homestay* karena dapat meningkatkan pendapatan dan juga dapat berinteraksi dengan wisatawan secara langsung. Masyarakat yang menjadikan rumah tinggalnya untuk *homestay* mau memberikan pelayanan kamar beserta makanan dan minuman mendapatkan nilai sebesar 84,4%, hal ini terbukti dari sudah terlaksananya warga setempat yang melayani wisatawan ketika rumahnya dijadikan sebagai tempat penginapan atau *homestay*.

Indikator penilaian, dinilai dari masyarakat harus sopan dengan tamu yang menginap di *homestay* sebesar 89,1%, hal ini dapat dibuktikan dengan warga setempat yang sudah menerapkan perilaku baik dan sopan serta dari hasil pernyataan warga juga ada yang menyatakan tamu atau wisatawan puas dengan menginap di *homestay*. Masyarakat berhak komplain kepada tamu yang menginap jika terjadi ketidaknyamanan suatu hal mendapatkan nilai sebesar 74,7%, hal ini dapat dibuktikan dengan sudah terdapatnya kotak saran dimasing-masing rumah yang dijadikan *homestay* dan jika ada tamu yang komplain itu dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan kedepannya.

Hasil kuesioner pada aspek konatif dijabarkan dalam tabel berikut:



Tabel 6. Hasil Kuesioner Aspek Konatif

No	Pernyataan	Penilaian Tahu dan Sangat Tahu	
		Frekuensi	Percent
1	Masyarakat saling termotivasi untuk menciptakan <i>homestay</i> yang bersih dan nyaman	67	80,7
2	Masyarakat harus melayani wisatawan yang menginap di <i>homestay</i> dengan baik dan sopan	83	100
3	Keinginan masyarakat untuk berinteraksi secara langsung dengan wisatawan	70	84,3
4	Keinginan memberikan pelayanan yang luar biasa dan selalu dikenang oleh wisatawan	70	95,2
5	Masyarakat menawarkan produk lengkap berupa paket tur menginap dan jalan-jalan di kawasan Desa Wisata Sigedong	43	51,8
		Rata-Rata	82,4

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 di atas hasil kuesioner aspek konatif diambil dari penilaian terbesar tahu dan sangat tahu dengan indikator motivasi, dinilai dari masyarakat saling termotivasi untuk menciptakan *homestay* yang bersih dan nyaman sebesar 80,7%. Hal ini dapat dibuktikan dengan rumah warga yang

dijadikan *homestay* selalu dibersihkan pagi dan sore, serta dipel rutin setiap beberapa hari sekali sehingga menjadikan tamu yang menginap nyaman dan puas.

Indikator sikap, dinilai dari masyarakat harus melayani wisatawan yang menginap di *homestay* dengan baik dan sopan sebesar 100%. Hal ini terbukti dengan pelayanan kepada tamu pada saat menginap di *homestay* adalah hal paling penting atau utama yang harus diperhatikan oleh karena itu pelayanan yang baik dan sopan harus dipertahankan sehingga tamu menjadi nyaman dan puas.

Indikator keinginan, dinilai dari keinginan masyarakat untuk berinteraksi secara langsung dengan wisatawan sebesar 84,3%. Hal ini terbukti dengan warga sangat senang sekali dapat berinteraksi secara langsung dengan wisatawan karena warga bisa bertukar cerita dengan tamu dan sangat menarik. Keinginan memberikan pelayanan yang luar biasa dan selalu dikenang oleh wisatawan mendapatkan nilai sebesar 95,2%. Hal ini dapat dibuktikan dengan pelayanan yang luar biasa sangat diperlukan untuk melayani tamu yang menginap di *homestay*, sehingga akan selalu dikenang oleh tamu dan menjadikan tamu mau datang kembali ke Desa Wisata Sigedong.

Indikator produk, dinilai dari masyarakat menawarkan produk lengkap berupa paket tur menginap dan jalan-jalan di kawasan Desa Wisata Sigedong sebesar 51,8%. Hal ini terbukti dengan sudah adanya sosialisasi dari pokdarwis kepada masyarakat lokal Sigedong mengenai



paket tur menginap dan jalan-jalan di kawasan Desa Wisata Sigedong sehingga warga setempat dapat menjelaskan kepada tamu secara langsung jika ada tamu yang datang ke Desa Wisata Sigedong.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini merupakan penghitungan persepsi masyarakat lokal terhadap variabel-variabel dalam *homestay* Desa Wisata Sigedong yang meliputi aspek kognitif, afektif dan konatif dengan menggunakan skala Likert menunjukkan hasil persepsi yang sangat bagus terbukti dengan masyarakat lokal yang sudah mengetahui potensi Desa Wisata Sigedong dari wisata alam, budaya, kuliner dan *event* yang diselenggarakan serta *homestay* yang sudah ada di Desa Wisata Sigedong dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan mengenai pengembangan Desa Wisata Sigedong.

DAFTAR PUSTAKA

- Arto, S. N., Agus, S., Suryanto, A., DIV Manajemen Pariwisata, D., & DIV Manajemen Pariwisata, M. (2021). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Homestay Di Desa Wisata Pangsan Kabupaten Badung*. https://www.researchgate.net/publication/349780044_Partisipasi_Masyarakat_Dalam_Pengembangan_Homestay_Di_Desa_Wisata_Pangsan_Kabupaten_Badung
- CNN Indonesia. (2017, May 19). *Kementerian PUPR Dorong Pembangunan Homestay Desa Wisata*. Baca artikel CNN Indonesia. CNNIndonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170519143808-307-215963/kementerian-pupr-dorong-pembangunan-homestay-desawisata>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2013). *Business research methods* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Deffie, R. (2019). Tourist Perceptions of the Homestay Management in Tourism Destination Humbang Hasundutan District of North Sumatera Utara. *Jurnal Akademisi Pariwisata Medan*, 7(1), 1–20.
- Direktori Pariwisata Indonesia, & Kementrian Pariwisata RI. (2022, September 29). *Desa Wisata Sigedong (Kampung Sayur)*. Direktoripariwisata.Id. <https://direktoripariwisata.id/unit/2768>
- Fauzan, N. M., Indriani, N., & Sukmana, E. (2020). *PEMBANGUNAN HOMESTAY SEBAGAI FASILITAS PARIWISATA PENUNJANG KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA BUDAYA PAMPANG, SAMARINDA*. www.indonesia-tourism.com
- Handayani, D., Subekti, S., & Nurhayati, A. (2017). Analisis Pengetahuan Tentang “Flour” Untuk Kesiapan Praktek Pastry Siswa Smk Pariwisata Telkom Bandung. *Media Pendidikan, Gizi, Dan Kuliner*, 6(1), 34–41.
- Ningrum, L., Boediman, S. F., & Octarina, D. (2019). Homestay Desa Wisata di Indonesia: Bagaimana Persepsi



Vol. 2, No. 1, Juli 2023
Hlm 70–81

P-ISSN: 2963-4512
E-ISSN: 2964-4739

- Masyarakat Kota? *Jurnal Pariwisata*, 16 (3), 80–91.
- Puspitasari, D., Ahimsa-Putra, H. S., & Wijono, D. (2019). PERSEPSI DAN PENGELOLAAN HOMESTAY DI DESA WISATA WUKIRSARI, BANTUL. *Jurnal Kawistara*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.22146/kawistara.37314>
- Rachman, V. (2017, April 4). *Proyek Besar Kemenpar: Bangun 100 Ribu Homestay Desa Wisata*. Swa.Co.Id. <https://swa.co.id/swa/trends/proyek-besar-kemenpar-bangun-100-ribu-homestay-desa-wisata>
- Rahmanda, E., & Harsasta, P. (2019). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM DESA WISATA DALAM MENANGGULANGI KEMISKINAN (STUDI DI DESA CEMPAKA KECAMATAN BUMIJAWA KABUPATEN TEGAL)*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/24071>
- Sugiarto, Hendratono, T., & Sudibyo, D. (2015). *Metodologi Penelitian Hospitaliti & Pariwisata* (T. A. P. P. Antonius Andy Permana, Ed.; Cetakan Pe). PT Matana Publishing Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suranny, L. E. (2020). PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN EKONOMI PERDESAAN DI KABUPATEN WONOGIRI. *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan*, 5(1), 49–62. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i1.212>
- Uvi. (2022). *Sigedong - Tegal*. Sigedong.Tegal.Website. <https://sigedong.tegal.website/>
- Widyaningsih, H. (2020). Pengembangan Pengelolaan Homestay Dalam Mendukung Desa Wisata Diro Sendangmulyo, Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11/1(Maret 2020), 9–15. <https://doi.org/DOI:10.31294/khi.v11i1.7822>