

## PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK WISATA BERBASIS KARAKTERISTIK WISATAWAN

Widya Octovia Rini Simanjuntak<sup>1</sup>, Emrizal<sup>2</sup>, Rahmat Darmawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Magister Terapan Perencanaan & Pengembangan Pariwisata Politeknik Pariwisata Medan, Indonesia

Corresponding Author: [widyaoctoviarini@gmail.com](mailto:widyaoctoviarini@gmail.com)<sup>1</sup>, [emrizal@poltekparmedan.ac.id](mailto:emrizal@poltekparmedan.ac.id)<sup>2</sup>,  
[marwan69nonecanstopme@gmail.com](mailto:marwan69nonecanstopme@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Tujuan penulisan tesis ini adalah untuk mendapatkan tipe dan preferensi wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Denai Lama serta membuat rekomendasi produk sesuai karakteristik wisatawan. Untuk menjawab tujuan tersebut digunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teori Cohen, 1979 tentang Tipologi Wisatawan. Ditemukan bahwa tipe wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Denai Lama adalah wisatawan *recreational* yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk melakukan rekreasi fisik. Beberapa produk wisata yang direkomendasikan sesuai tipe wisatawan tersebut adalah keterlibatan wisatawan dalam pembuatan kuliner tradisional, keterlibatan wisatawan dalam pembuatan kerajinan tangan khas Desa Wisata Denai Lama, dan membuat paket wisata sepeda santai bagi kaum ibu. Untuk mendukung kenyamanan dan kelancaran aktivitas wisata maka disarankan untuk memperbaiki kualitas jaringan internet, pemasangan wi-fi, serta pemanfaatan aplikasi digital bagi usaha kuliner tradisional yang ada di Desa Wisata Denai Lama.

**Kata Kunci:** karakteristik wisatawan, rekreasi fisik, produk wisata

### Abstract

*The objectives of this thesis are to obtain the types and preferences of tourists visiting the Denai Lama Tourism Village and to make product recommendations according to the characteristics of tourists. To answer this objective, quantitative descriptive analysis was used using the theory of Cohen, 1979 on Tourist Typology. It was found that the types of tourists visiting the Denai Lama Tourism Village are recreational tourists, namely tourists who travel intending to do physical recreation. Some of the recommended tourism products according to the type of tourist are the involvement of tourists in making traditional culinary delights, the involvement of tourists in making handicrafts typical of the Denai Lama Tourism Village, and making a relaxing bicycle tour package for mothers. To support the convenience and smoothness of tourist activities, it is recommended to improve the quality of the internet network, install wi-fi and use digital applications for traditional culinary businesses in the Denai Lama Tourism Village.*

**Keywords:** *Tourist Characteristics, Physical Recreation, Tourism Products*

### Pendahuluan

Sektor pariwisata adalah komponen kunci dalam memicu pertumbuhan ekonomi pada hampir seluruh negara di dunia. Sektor ini telah berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan telah menggerakkan hampir 700 juta orang di seluruh dunia (Kusni et al., 2013). Dalam beberapa dekade terakhir, pariwisata mengalami pertumbuhan yang luar biasa karena pengunjung mencari tempat untuk bersantai

#### History:

Received : 08 June 2023

Revised : 08 June 2023

Accepted : 08 June 2023

Published: 10 June 2023

**Publisher:** LPPM Universitas Darma Agung

**Licensed:** This work is licensed under

[Attribution-NonCommercial-No](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Derivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



dan melepaskan stres mereka (Lin & Yeh, 2013). Sektor pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor dengan pertumbuhan tertinggi dan tercepat di dunia yang memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi negara serta berkontribusi pada manfaat ekonomi masyarakat lokal (Osman & Sentosa, 2013). UNWTO telah mengakui bahwa pariwisata merupakan salah satu kekuatan pendorong pertumbuhan ekonomi global dan saat ini bertanggung jawab untuk penciptaan lapangan pekerjaan.

Beberapa tahun terakhir, perkembangan pariwisata di Indonesia cenderung mulai memasuki tatanan baru dengan mengusung konsep desa wisata. Desa wisata dibentuk untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian dalam menyikapi potensi pariwisata di wilayah masing-masing desa. Pembentukan desa wisata ini adalah untuk meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai pelaku penting dalam pembangunan sektor pariwisata dan dapat bersinergi dan bermitra dengan pemangku kepentingan untuk meningkatkan kualitas desa wisata. Sejalan dengan tujuan pembangunan kepariwisataan, pemerintah mengembangkan desa wisata yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan.

Keberadaan desa wisata menekankan pada pengenalan seluruh aspek pedesaan yang mencerminkan suasana keasrian pedesaan. Di dalamnya meliputi juga kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakatnya. Lahirnya desa wisata seakan menjadi jawaban atas tren pariwisata alternatif. Di mana konsep wisata lebih menekankan pada hubungan antara turis dengan alam dan masyarakat lokal. Aspek inilah yang menjadi keunikan desa wisata dibandingkan destinasi wisata lain. Pada praktiknya, proses pembangunan desa wisata membutuhkan dukungan banyak pihak. Dukungan dari pemangku kepentingan pariwisata tingkat desa dan pemerintahan di atasnya menjadi hal penting. Tidak kalah pentingnya, harus ada dukungan dari warga desa yang menjadi subjek kegiatan.

Seiring dengan perkembangan pariwisata di masa pandemi covid-19, pariwisata di Sumatera Utara mengalami perubahan tren di mana para wisatawan banyak mencari tempat di desa wisata yang mengutamakan rasa nyaman, kebersihan dan yang terbuka seiring dengan diberlakukannya protokol kesehatan secara ketat. Pariwisata pedesaan menjadi pusat perhatian pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), dan pelaku industri karena berperan penting dalam memimpin kegiatan perekonomian dan memberikan bantuan dalam peningkatan pendapatan masyarakat (Egbali et al., 2011). Pertumbuhan desa wisata di Sumatera Utara meningkat sangat pesat, hal ini terlihat dengan banyaknya desa wisata baru rintisan dan desa wisata berkembang yang muncul di Sumatera Utara. Hal ini sesuai dengan rencana Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam mewujudkan 244 Desa Wisata pada tahun 2024.

Perencanaan dan pengembangan desa wisata tentu tidak bisa lepas dari produk wisata. Minat dan kunjungan wisatawan sangat dipengaruhi oleh produk wisata

yang ditawarkan oleh suatu destinasi. Produk wisata merupakan inti dari pariwisata itu sendiri. Dalam ekosistem pariwisata produk wisata adalah komponen sentral selain wisatawan. Jika memiliki produk wisata yang menarik, wisatawan pun akan datang berkunjung dan pengembangan suatu destinasi wisata akan lebih terarah jika memiliki produk wisata yang pasti. Produk wisata yang jelas juga akan memudahkan dalam menentukan dukungan sumber daya manusia yang diperlukan. Produk wisata yang benar adalah produk yang dirancang bagi segmen wisatawan yang jelas. Bentuk produk wisata pada dasarnya disesuaikan dengan permintaan, kebutuhan dan karakteristik dari wisatawan. Apabila aspek permintaan dan pemenuhan tersebut jelas, maka langkah-langkah pengembangan pariwisata akan lebih mudah dan terarah.

Hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata salah satunya adalah karakteristik wisatawan. Dengan mengetahui karakteristik wisatawan dapat dilakukan perencanaan serta strategi pengembangan produk wisata yang tepat. Karakteristik wisatawan adalah kunci yang mendasari seluruh kegiatan yang dilakukan untuk merencanakan, mengembangkan, mengemas, mempromosikan dan menjual produk pariwisata. Mengenali tipe dan preferensi wisatawan merupakan salah satu pendekatan yang penting untuk dilakukan karena dapat menjadi acuan bagi pemangku kepentingan dalam melakukan perencanaan pemasaran mulai dari segmentasi, menentukan target, penetapan harga, memprediksi kecenderungan tren wisata yang berkembang, dan juga acuan untuk melakukan program pengembangan aktivitas wisata.

Pemilihan lokasi penelitian pada Desa Wisata Denai Lama di Kabupaten Deli Serdang dikarenakan sebagai desa wisata pertama di Kabupaten Deli Serdang, Denai Lama memang dikenal oleh masyarakat dengan agrowisata sawah. Namun, selain pemandangan sawah, ada daya tarik wisata lain yang dikembangkan, yaitu Pasar Kamu (Pekan Sarapan Karya Anak Muda) yang merupakan pasar rakyat tradisional sekaligus ruang usaha ekonomi kreatif berbasis kebudayaan dan Sanggar Lingkaran yang merupakan tempat pendidikan non formal bagi anak-anak yang berfokus pada bidang seni, budaya, dan pendidikan karakter.

Berbagai produk wisata yang tersedia pada Desa Wisata Denai Lama merupakan cara Pemerintah Kabupaten Deli Serdang dalam meningkatkan ekonomi masyarakat desa sekaligus usaha Pemerintah Daerah dalam mengurangi urbanisasi dengan harapan bahwa masyarakat lokal dapat merasakan manfaat dalam perkembangan desa wisata. Pada awal peresmiannya desa wisata ini ramai dikunjungi oleh wisatawan, tetapi jumlah kunjungan wisatawan menurun yang bisa saja merupakan indikasi tidak adanya produk wisata baru yang dapat dinikmati atau sesuai dengan permintaan wisatawan. Apabila hal ini terus dibiarkan, tidak saja menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan secara terus-menerus tetapi dapat berakibat fatal, yaitu tutupnya daya tarik wisata di Desa Wisata Denai Lama.

Oleh sebab itu sangat penting bagi Pemerintah Daerah dan pengelola desa wisata untuk mengetahui karakteristik wisatawan yang berkunjung dan bagaimana preferensi wisatawan tersebut sehingga dapat menciptakan produk wisata yang

dapat memenuhi ekspektasi atau harapan wisatawan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk dapat merencanakan dan mengembangkan produk wisata berbasis karakteristik wisatawan pada Desa Wisata Denai Lama Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

Dalam pelaksanaan pengembangan, perencanaan merupakan faktor yang perlu dilakukan dan dipertimbangkan. Perencanaan pariwisata haruslah didasarkan pada kondisi dan daya dukung dengan maksud menciptakan interaksi jangka panjang yang saling menguntungkan di antara pencapaian tujuan pembangunan pariwisata, peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat, dan berkelanjutan daya dukung lingkungan di masa mendatang (Fandeli, 1995).

Produk pariwisata (*tourism product*) merupakan suatu bentukan yang nyata (*tangible product*) dan tidak nyata (*intangible product*), dikemas dalam suatu kesatuan rangkaian perjalanan yang hanya dapat dinikmati, apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik bagi orang yang melakukan perjalanan atau yang menggunakan produk tersebut. Sehingga bentuk dari produk pariwisata itu pada hakikatnya adalah tidak nyata, karena dalam suatu rangkaian perjalanan terdapat berbagai macam unsur yang saling melengkapi, tergantung pada jenis perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan (Suwena & Widyatmaja, 2010). Sebuah produk pariwisata dapat dikatakan baik bila wisatawan mendapatkan kepuasan total sejak kedatangan sampai dengan kepulangannya. Ia mengalami kepuasan dalam proses perjalanan, menginap, makan, hiburan, dan sebagainya. Ukuran baiknya kualitas produk adalah besarnya kunjungan ulang wisatawan (*repeater*) yang mencerminkan kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) (Indonesia, 2015).

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Tjiptono, 2008).

Perilaku konsumen menurut (Loudon & Albert, 1998) mengemukakan bahwa *consumer behavior may be defined as decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using or disposing of goods and service*. Menurut (Horner & Swarbrooke, 2007) *an understanding of consumer behavior is therefore crucial to make marketing activity more successful*. Masih menurut (Horner & Swarbrooke, 2007) *consumer behavior is the study of why people buy the product they do, and how they make their decision. Consumer behavior is the process involved when individuals or groups select, purchase, use, or dispose of products, services, ideas or experiences to satisfy needs and wants* (Salomon, 1996).

Cohen, in 1979, suggested a five-group classification of tourists, based on the type of experience they were seeking:

1. *The recreational tourist, for whom the emphasis is on physical recreation*
2. *The diversionary tourist, who seeks ways of forgetting their everyday life at home*
3. *The experiential tourist, who looks for authentic experiences*
4. *The experimental tourist, whose the main desire is to be in contact with local people*

5. *The existential tourist, who wants to become totally immerse in the culture and lifestyles of the vacation destination* (Horner & Swarbrooke, 2007)

Desa wisata menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan-minuman, dan kebutuhan wisata lainnya (Priasukmana & Mulyadin, 2001). Desa wisata dalam konteks wisata pedesaan tersebut dapat disebut sebagai aset kepariwisataan yang berbasis pada potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut.

### Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Denai Lama, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2022 sampai September 2022. Jenis metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengolah data kuesioner yang disebarkan pada pengunjung terkait karakteristik pengunjung di lokasi penelitian. Metode analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan kondisi dan permasalahan, menjelaskan hasil pengamatan dan studi lapangan yang akan dijadikan pembahasan di dalam *Focus Group Discussion* untuk memperoleh kesimpulan dan rekomendasi. Jumlah populasi 250 orang dan perkiraan tingkat kesalahan 5% maka didapat jumlah sampel sebanyak 150 orang.

Hasil pengolahan data kuantitatif akan dipresentasikan dalam *Focus Group Discussion* dengan melibatkan unsur *stakeholder* pariwisata yaitu akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, media serta investor (heksahelix). Konsep heksahelix tersebut diharapkan mampu memberikan dampak positif kepada masyarakat untuk mewujudkan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Tabel 1. Responden FGD

No	Pihak	Keahlian
1.	Akademisi	Sebagai konsultan pengembangan pariwisata yang berasal dari perguruan tinggi, akademisi mengetahui teori dan konsep ideal perencanaan dan pengembangan produk wisata. Hal ini juga sebagai salah satu wujud pengabdian seorang akademisi perguruan tinggi yaitu bermanfaat bagi masyarakat sekitar, khususnya desa wisata.
2.	Pendamping UMKM	Pendamping UMKM memiliki kapasitas dalam

memberikan konsultasi dan sosialisasi kepada pelaku UMKM. Selain itu pendamping juga memiliki pengetahuan, keahlian serta *network* yang luas.

3.	Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)	Terdiri dari para pelaku pariwisata yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan sebagai penggerak untuk menciptakan iklim yang kondusif bagi berkembangnya kepariwisataan di wilayah desa serta mewujudkan Sapta Pesona.
4.	<i>Dinas</i> Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta <i>Pariwisata Kabupaten Deli Serdang</i>	Membuat regulasi yang diterbitkan dan menetapkan program-program serta prioritas kebijakan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan
5.	Media	Media mendukung publikasi promosi produk dan layanan yang dihasilkan masyarakat serta membangun <i>brand image</i> dari perubahan sosial yang sedang dibangun dalam masyarakat, sehingga akses informasi mudah didapat.
6.	Investor	Memberikan investasi bagi pengembangan UMKM dan desa wisata

Setelah didapatkan tipe dan preferensi wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Denai Lama maka peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendukung pengumpulan data dalam menjawab rumusan masalah dalam merencanakan dan mengemas produk wisata melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dengan melibatkan unsur heksahelix.

### Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil *focus group discussion* ada lima rekomendasi produk wisata yang dapat direncanakan dan dikembangkan pada Desa Wisata Denai Lama, yaitu: pelibatan wisatawan dalam pembuatan kuliner tradisional di Agrowisata Paloh Naga, pelibatan wisatawan dalam pembuatan kerajinan tangan khas Desa Wisata Denai Lama, menambah variasi produk wisata, perbaikan jaringan internet, pemasangan wi-fi, penyediaan fitur SMS Blast dan digitalisasi UMKM. Pelibatan wisatawan dalam membuat kuliner tradisional dan pembuatan kerajinan tangan khas Desa Wisata Denai Lama merupakan strategi untuk menjawab kebutuhan wisatawan yang biasanya tertarik pada hal yang unik dari tempat wisata yang mereka kunjungi. Melalui kesempatan ini masyarakat lokal dapat memfasilitasi atau menjalani aktivitas kearifan lokal yang dimiliki untuk dikenalkan kepada para wisatawan. Perencanaan dan pengembangan paket sepeda santai merupakan cara untuk menambah variasi produk wisata di Desa Wisata Denai Lama. Pembuatan

paket wisata ini adalah cara untuk mengangkat potensi wisata dan untuk meningkatkan penghasilan masyarakat lokal. Jalur sepeda yang menghubungkan tiga daya tarik wisata Desa Wisata Denai Lama yaitu Pasar Kamu, Sanggar Lingkaran, dan Paloh Naga membuat wisatawan dapat sekaligus menikmati ketiga daya tarik wisata tersebut, juga dapat tinggal lebih lama, sehingga mengeluarkan biaya lebih banyak. Fasilitas pendukung yaitu perbaikan jaringan internet, pemasangan wi-fi dan penyediaan fitur SMS Blast yang akan difasilitasi oleh Telkomsel merupakan cara untuk menjawab kebutuhan wisatawan akan digitalisasi. Mengingat banyak wisatawan mulai dari generasi muda hingga tua yang sangat senang untuk langsung mengunggah hasil foto ke media sosial, maka hal ini secara tidak langsung merupakan bagian dari promosi Desa Wisata Denai Lama. Di sisi lain dengan adanya digitalisasi desa juga diyakini mampu membantu dan menumbuhkan potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Dari kelima rekomendasi tersebut, maka peneliti menyadari bahwa sebaiknya ada prioritas produk wisata mana yang dapat segera direalisasikan oleh pengelola Desa Wisata Denai Lama yang dapat didukung oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga, serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang.

Merujuk kepada karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Denai Lama, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan wisata untuk rekreasi fisik (*physical recreation*) dan didominasi oleh perempuan dengan rentang usia 27 sampai 31 tahun maka peneliti merekomendasikan tiga produk wisata bagi Desa Wisata Denai Lama yang dapat segera direalisasikan yaitu pelibatan wisatawan dalam pembuatan kuliner tradisional di Agrowisata Paloh Naga, pelibatan wisatawan dalam pembuatan kerajinan tangan khas Desa Wisata Denai Lama, dan menambah variasi produk wisata berupa paket wisata sepeda santai bagi kaum ibu. Ketiga produk wisata yang direkomendasikan peneliti menasar kepada wisatawan yang berasal dari kota yang ingin merasakan nuansa kehidupan desa. Untuk melibatkan wisatawan dalam pembuatan kuliner tradisional yang dijual di Pasar KAMU dan Pasar Tradisional Paloh Naga, maka dilakukan perencanaan sebagai berikut:

1. Menentukan jenis kuliner tradisional yang akan dibuat oleh wisatawan.
2. Menentukan lokasi pembuatan kuliner tradisional. Lokasi pembuatan kuliner ini harus diperhatikan kebersihan dan sanitasinya.
3. Menentukan harga yang harus dibayarkan oleh wisatawan dalam proses pembuatan kuliner tradisional.
4. Membuat *flyer* yang dapat diunggah melalui media sosial atau *banner* yang dapat dipasang di Paloh Naga sebagai bagian dari usaha untuk mempromosikan produk wisata.

Untuk menarik minat kaum perempuan dalam pembuatan piring lidi yang merupakan kerajinan tangan khas Desa Wisata Denai Lama, maka dibuat perencanaan sebagai berikut:

1. Mempersiapkan bahan baku yang diperlukan dalam pembuatan piring lidi.
2. Memberdayakan kaum perempuan yang merupakan masyarakat lokal Desa Wisata Denai Lama untuk ikut membuat piring lidi sebagai usaha untuk

menarik minat wisatawan.

3. Menentukan harga pembuatan piring lidi.
4. Membuat promosi berupa *flyer* yang dapat diunggah melalui media sosial atau *banner* yang dapat dipasang di Pasar Kamu atau Paloh Naga

Produk wisata yang dapat dijadikan pilihan berikutnya adalah paket wisata sepeda bagi kaum perempuan. Dalam merancang paket ini diperlukan beberapa perencanaan sebagai berikut:

1. Rute perjalanan sepeda santai yang akan ditempuh.
2. Jenis sepeda yang digunakan.
3. Durasi pemakaian sepeda.
4. Harga paket wisata sepeda santai.
5. Promosi dalam bentuk *flyer* yang dapat diunggah melalui media sosial atau pemasangan *banner* di Pasar KAMU, Sanggar Lingkaran dan Paloh Naga sebagai bagian dari pengembangan produk wisata.

Produk wisata yang direkomendasikan atau ditawarkan kepada wisatawan tidak saja dalam bentuk *tangible* tetapi dapat juga dalam bentuk *intangible*. Untuk produk wisata *intangible* maka perlu perencanaan dan pengembangan sebagai berikut:

1. Menunjukkan keramahan dan ketulusan dalam melayani wisatawan. Mengingat pentingnya keramahan dan ketulusan dalam melayani wisatawan maka dapat dibuatkan pelatihan *service excellence* dengan mendatangkan narasumber yang berpengalaman pada bidangnya.
2. Memperhatikan kenyamanan wisatawan mulai dari datang sampai meninggalkan daya tarik wisata. Kenyamanan yang dimaksud termasuk keramahan para petugas, lokasi parkir kendaraan yang baik, tarif parkir yang sesuai, dan kebersihan daya tarik wisata

## **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya maka kesimpulan terhadap karakteristik (tipe dan preferensi) wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Denai Lama merujuk pada teori Cohen, 1972 adalah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk rekreasi fisik (*physical recreation*). Wisatawan yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk rekreasi fisik (*physical recreation*) di dominasi oleh wisatawan perempuan dengan rentang usia 27 – 31 tahun, pendidikan terakhir SMA, pekerjaan wiraswasta, pendapatan rata-rata perbulan  $\leq$  Rp. 2.000.000 dan mengeluarkan biaya selama berada di Desa Wisata Denai Lama sebesar Rp. 150.001 – Rp 200.000. Wisatawan dengan jenis kelamin perempuan menjadikan Desa Wisata Denai Lama sebagai tujuan utama berkunjung di akhir pekan pada pagi hari pukul 08.00 – 12.00 Wib. Jarak yang ditempuh menuju Desa Wisata Denai Lama yaitu 2-3 jam dan menghabiskan waktu selama 3 - < 5 jam berada di Denai Lama. Wisatawan tertarik dengan keindahan sawah agrowisata Paloh Naga dan kuliner tradisional yang disediakan oleh pedagang perempuan dengan mayoritas kaum ibu yang merupakan masyarakat sekitar Desa Denai Lama. Preferensi wisatawan dilihat dari komponen

pengembangan pariwisata 6A yaitu:

- a) *Attractions* yang paling diminati adalah Agrowisata Paloh Naga
- b) *Accessibilities* menuju Desa Wisata Denai Lama dominan menggunakan kendaraan pribadi
- c) *Amenities* yang tersedia berupa *foodstall* yang menjual kuliner tradisional menjadi preferensi utama wisatawan dalam menikmati kuliner sembari duduk di saung-saung yang tersedia
- d) *Available Packages* yang paling diminati adalah paket kuliner kemudian pertunjukan seni budaya tradisional
- e) *Activities* yang paling diminati oleh wisatawan adalah melihat pemandangan sawah, menikmati kuliner tradisional dan berfoto
- f) *Ancillary Services* yang bisa dinikmati adalah kualitas jaringan internet dan digitalisasi produk UMKM meskipun masih perlu diperbaiki dan dikembangkan.

### **Rekomendasi**

Berdasarkan karakteristik (tipe dan preferensi) wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Denai Lama, maka peneliti merekomendasikan produk wisata yang ditujukan bagi wisatawan dengan tipe *recreational tourist* sebagai berikut:

1. Pengelola desa wisata dapat membuat produk wisata bagi pengunjung yang didominasi oleh kaum perempuan berupa pembuatan kuliner tradisional baik di Pasar KAMU dan Paloh Naga seperti kue rasida dan dodol.
2. Pengelola desa wisata dapat membuat produk wisata berupa pembuatan piring lidi dari daun pohon kelapa yang ditujukan bagi kaum perempuan.
3. Produk wisata lain yang direkomendasikan adalah membuat paket wisata sepeda santai bagi kaum ibu yang juga dapat membonceng anak kecil. Jalur sepeda santai dapat dirancang dengan mengunjungi tiga daya tarik wisata Desa Denai Lama yaitu Pasar KAMU, Sanggar Lingkaran dan Agrowisata Paloh Naga.
4. Membuat pelatihan *service excellence* bagi para petugas di Desa Wisata Denai Lama.

### **Daftar Pustaka**

- Agoes, A. (2015). Pengembangan Produk Pariwisata Pedesaan Di Kampung Dago Pojok Bandung. *Manajemen Resort & Leisure*, 12(1), 73–99.
- Aquino, R. S., Lück, M., & Schänzel, H. A. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 23–32. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.001>
- Damasdino, F. (2015). Studi Karakteristik Wisatawan dan Upaya Pengembangan Produk Wisata Tematik di Pantai Goa Cemara, Pantai Kuwaru dan Pantai Pandansimo Baru Kabupaten Bantul. *Media Wisata*, 13(2), 308–320.
- David, L. Loudon dan Albert J. Della Bitta. (1998). *Consumer Behavior*. Third

- Edition. McGraw-Hill Book Company, New York.
- Egbali, N., Nosrat, A. B., Khalil, S., & Ali, S. (2011). Effects of positive and negative rural tourism (case study: Rural Semnan Province). *Journal of Geography and Regional Planning*, 4(2), 63–76. <http://www.academicjournals.org/JGRP>
- Grilli, G., Tyllianakis, E., Luisetti, T., Ferrini, S., & Turner, R. K. (2021). Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States. *Tourism Management*
- Herrera, M. R. G., Sasidharan, V., Hernández, J. A. Á., & Herrera, L. D. A. (2018). Quality and sustainability of tourism development in Copper Canyon, Mexico: Perceptions of community stakeholders and visitors. *Tourism Management Perspectives*, 27(1210), 91–103. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.05.003>
- Indonesia, K. K. dan U. R. (2015). *Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau* (C. Novianti (ed.); 2nd ed.). Asisten Deputi Urusan Ketenagalistrikan dan Aneka Usaha Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kusni, A., Kadir, N., & Nayan, S. (2013). International Tourism Demand in Malaysia by Tourists from OECD Countries: A Panel Data Econometric Analysis. *Procedia Economics and Finance*, 7(13), 28–34. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(13\)00214-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(13)00214-1)
- Lin, L. Z., & Yeh, H. R. (2013). Analysis of tour values to develop enablers using an interpretive hierarchy-based model in Taiwan. *Tourism Management*, 34, 133–144. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.04.004>
- Nuryanti, Wiendu. (1993). *Concept, Perspective and Challenges*, Laporan Konferensi Internasional Mengenai Pariwisata Budaya.
- Osman, Z., & Sentosa, I. (2013). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism. *International Journal of Economics Business and Management Studies IJEBMS* ISSN International Journal of Economics Business and Management Studies, 2(21), 22264809.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan* (22nd ed.). Alfabeta.
- Superyadi, N. L. P., Wiwin, I. W., & Agung, I. G. N. P. (2019). Pengembangan Produk Wisata Berbasis Karakteristik Wisatawan Prancis di PT. Karang Bali Asli (KBA) Tur Denpasar. *Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 4(1), 17–22.
- Sutawa, Gusti Kade. (2012). Issues on Bali Tourism Development and Community Empowerment to Support Sustainable Tourism Development. *Economics and Finance*, Volume 4. Page 41- 42
- Suwena, I. K., & Widayatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.
- Tjiptono, Fandy. (2003). *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Jakarta: Andi
- Wirakusuma, R. M. (2014). Analisis Karakter Wisatawan Mancanegara terhadap Fasilitas Wisata Kawasan Prawirotaman. *Jurnal Pariwisata*, 1(1), 42–51. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/view/188>
- Wondirad, A., & Ewnetu, B. (2019). Community participation in tourism development as a tool to foster sustainable land and resource use practices in a

national park milieu

Yoeti, Oka A. (1996) "Pengantar Ilmu Pariwisata" Angkasa, Bandung

Yoeti, Oka A. (2002). "Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata".  
Pradnya Paramita, Jakarta.

Zanuar, Z. A., Sendra, I. M., & Mananda, I. G. S. (2017). Preferensi Wisatawan  
Berpasangan Mancanegara Terhadap Produk Wisata Di Gili Trawangan,  
Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat. Jurnal IPTA, 5(1),