



MEMREDIKSI LOYALITAS WISATAWAN DI DESA WISATA PENGLIPURAN MELALUI COMMUNITY BASED TOURISM DAN KEPUASAN

I Made Buda Yasa^{1*}, Nyoman Diah Utari Dewi¹

¹Program Studi Magister Administrasi Publik, Pasca Sarjana Universitas Ngurah Rai, Denpasar, Indonesia

History Article

Article history:

Received Oct 1, 2023
Approved 15 Nov 15, 2023

Keywords:

satisfaction, CBT (community-based tourism), loyalty

ABSTRACT

This research is motivated by the existence of numerous tourism villages that are designed as tourist destinations but have not been able to operate according to plan. Penglipuran Village, which currently operates as a popular tourist village, serves as an inspiration to be used as a research model. This study aims to analyze variables that can serve as predictors of tourist loyalty to visiting a tourist village. The research involves 50 respondents selected through the accidental sampling method. Data collection is conducted using a questionnaire. The data analysis technique employs multiple linear regression analysis with the SmartPLS application. The research findings indicate that tourist satisfaction and community-based tourism (CBT) have a positive influence on tourist loyalty. Tourist satisfaction is represented by accessibility, while CBT is represented by community participation. Tourist satisfaction stands out as the dominant variable capable of predicting the loyalty of tourists who visit the tourist village.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya desa wisata yang dirancang sebagai desa wisata, namun masih belum dapat berjalan sesuai dengan rencana, Desa Penglipuran sebagai desa wisata yang telah berjalan sebagai desa wisata populer saat ini menjadikan inspirasi untuk menjadi sebuah model penelitian, terkait untuk mendeteksi loyalitas wisatawan yang berkunjung ke desa wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel yang dapat dijadikan variabel prediksi wisatawan agar loyal untuk mengunjungi desa wisata. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 50 orang menggunakan metode *accidental sampling*.

Pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda, menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan dan *community based tourism* (CBT) berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan. Kepuasan direpresentasikan oleh aksesibilitas, CBT direpresentasikan oleh partisipasi masyarakat. dan Kepuasan wisatawan merupakan variabel dominan yang mampu memprediksi loyalitas wisatawan yang berkunjung ke desa wisata.

© 2023 Jurnal Ilmiah Global Education

*Corresponding author email: 72madebudayasa@gmail.com

PENDAHULUAN

Pengukuhan desa sebagai destinasi wisata desa dilakukan apabila suatu desa memiliki potensi yang luar biasa dalam hal kekayaan budaya, arsitektur unik, tata ruang yang menarik, serta pesona alamnya. Konsep yang mendasari pengembangan desa wisata adalah pariwisata yang berakar pada partisipasi masyarakat, dengan fokus pada pelestarian budaya dan lingkungan. Desa Wisata Penglipuran adalah salah satu contoh yang menunjukkan tren positif dalam perkembangannya dari tahun ke tahun. Berdasarkan data kunjungan wisata pada tahun 2022, Desa Wisata Penglipuran berhasil mencatat angka kunjungan sebanyak 608.133 orang sepanjang tahun sebelumnya. Dari jumlah tersebut, sekitar 564 ribu wisatawan berasal dari dalam negeri, sedangkan 43.749 lainnya merupakan wisatawan mancanegara (wisman) (detikBali.com, 2023). Data ini menggambarkan peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan setelah masa pandemi COVID-19.

Pengembangan desa wisata di Penglipuran mengusung prinsip dasar pariwisata yang mengedepankan nilai-nilai budaya dan perlindungan lingkungan, dengan dasar konsep pariwisata berbasis masyarakat. Salah satu prinsip utama dalam pengembangan model ini adalah melibatkan secara aktif partisipasi masyarakat. Partisipasi masyarakat dianggap sebagai inti atau semangat dari pendekatan ini. Keterlibatan masyarakat ini memiliki kemampuan untuk menciptakan pariwisata yang berasal dari, dipelihara oleh, dan bermanfaat untuk masyarakat itu sendiri. Masyarakat yang terlibat berkontribusi dalam melestarikan baik aspek lingkungan maupun aspek budaya, baik yang berwujud fisik maupun yang bersifat immaterial, sebagai bentuk partisipasi mereka dalam pengembangan pariwisata di Penglipuran.

Sebagai destinasi Desa Wisata yang telah direncanakan oleh pemerintah daerah Provinsi Bali dalam waktu yang lama, berbagai variasi produk wisata dihasilkan, dengan melibatkan sumber daya manusia yang penuh kreativitas dalam menciptakan kerajinan dan menghasilkan makanan serta minuman khas. Hal ini merupakan nilai tambah yang ditawarkan kepada para wisatawan. Tidak hanya itu, komunitas setempat juga menyediakan akomodasi berupa homestay yang telah berkembang dengan baik. Oleh karena itu, dapat diungkapkan bahwa masyarakat telah menerima nilai tambah (*added value*) dari pelaksanaan industri pariwisata di Penglipuran yang memberikan dampak positif terhadap sektor ekonomi.

Yasa dan Bagiana (2015) pada penelitiannya yang membahas mengenai pengembangan desa wisata terhadap kesejahteraan masyarakat Desa Penglipuran, mengungkapkan bahwa pengembangan desa wisata dan jumlah kunjungan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesempatan kerja. Selain itu pengembangan desa wisata, jumlah kunjungan wisatawan

dan kesempatan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Sesuai temuan tersebut menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan menjadi sebuah indikator dalam melihat kesejahteraan masyarakat. Karena jika kunjungan wisatawan meningkat tentunya *income* dari retribusi desa wisata meningkat pula. Begitu juga dengan potensi peningkatan *income* dari masing-masing masyarakat seperti pedagang souvenir, warung makan, pengrajin, dan sebagainya.

Penerapan *community based tourism* (CBT) di desa wisata dapat berjalan dengan sukses ketika ada penerimaan dan kemauan dari masyarakat lokal untuk terlibat aktif dalam sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan masyarakat lokal yang memiliki warisan budaya dan memahami kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) yang ada di dalam komunitasnya. Pengembangan pariwisata dengan konsep CBT diharapkan dapat memberikan kontribusi secara signifikan terhadap masyarakat lokal di desa wisata sehingga berdampak pada peningkatan kualitas hidupnya. Partisipasi masyarakat melalui model kerjasama kemitraan pengembangan wisata berbasis komunitas diharapkan mampu meningkatkan responsibilitas pemerintah daerah untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat lokal dan lebih mendekatkan pelayanan publik terhadap masyarakatnya.

Salah satu aspek penting dalam mencapai tujuan industri pariwisata adalah kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan kunci keberhasilan pengembangan pariwisata di suatu daerah. Mistriani *et al.*, (2021:33) mengemukakan bahwa kepuasan wisatawan adalah sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan wisatawan dapat terpenuhi melalui produk barang/jasa yang digunakan. Wisatawan akan merasa puas jika apa yang dirasakannya sesuai dengan harapannya.. Hikmah dan Nurdin (2021:98) mengungkapkan bahwa kepuasan wisatawan tidak hanya datang dari destinasi yang indah, tetapi juga dari pertemuannya dengan masyarakat lokal. Kepuasan wisatawan terhadap konsep CBT adalah kepuasan wisatawan terhadap fenomena-fenomena alam dan budaya dalam kegiatan pariwisata yang dapat dinikmati dari adanya keterlibatan masyarakat. Hal ini akan berdampak terhadap kesadaran dan penghargaan wisatawan terhadap pelestarian budaya, lingkungan, dan sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat lokal.

Berkembangnya desa wisata lain sesuai harapan pemerintah, kedepannya dianggap penting juga untuk melihat aspek persaingan pasar desa wisata, maka aspek kepuasan maupun loyalitas merupakan dua aspek kunci yang mampu mencerminkan perilaku wisatawan dan sebagai refleksi dalam melihat keberhasilan maupun keberlanjutan sebuah desa wisata. Mengingat belum adanya riset mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas wisatawan di Desa Wisata secara bersama-sama antara variabel kepuasan dengan CBT, maka penting untuk dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang layak dijadikan variabel prediksi loyalitas wisatawan apabila ingin mengembangkan sebuah desa wisata.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang melibatkan responden sebanyak 30 orang menggunakan metode *accidental sampling*. Variabel CBT diukur menggunakan 4 indikator yaitu partisipasi masyarakat, berbagi sumber daya, rasa tanggungjawab bersama, kekhasan lokal. Kepuasan wisatawan menggunakan 4 indikator yaitu daya tarik destinasi, keramahan penduduk setempat, akomodasi, aksesibilitas. Sedangkan loyalitas diukur menggunakan 4 indikator ingin datang kembali, mengajak orang lain, merekomendasikan, pembelaan pada informasi yang keliru. Sebelum penelitian dilakukan terlebih dahulu dilakukan pengujian hipotesis terlebih

dahulu dilakukan uji kelakayan instrumen penelitian. Pengumpulan data menggunakan kuesioner skala likert. Teknik analisa data menggunakan Smart PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Convergen Validity

Convergen validity bertujuan untuk mengukur validitas indikator sebagai pengukur konstruk yang dapat dilihat pada *outer loading* (output SmartPLS). Indikator dianggap valid jika memiliki nilai *outer loading* di atas 0,50 dan nilai T-Statistic di atas 1,96 atau nilai p value < 0,05. Disamping itu juga, nilai *outer loading* dapat mengetahui kontribusi setiap indikator/indikator terhadap variabel latennya. *Outer loading* suatu indikator dengan nilai paling tinggi menunjukkan indikator tersebut sebagai pengukur terkuat atau dengan kata lain paling penting dalam variabel latennya. Adapun hasil pemeriksaan *outer model* dapat diketahui *outer loading* tiap-tiap indikator pada suatu variabel, seperti disajikan dalam Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1
Hasil Outer Loading

Variabel/Indikator	<i>Original Sample (O)</i>	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1.1 <- Kepuasan Wisatawan	0,950	10,232	0,000
X1.2 <- Kepuasan Wisatawan	0,828	6,214	0,000
X1.3 <- Kepuasan Wisatawan	0,945	9,137	0,000
X1.4 <- Kepuasan Wisatawan	0,953	10,310	0,000
X2.1 <- CBT	0,972	3,043	0,002
X2.2 <- CBT	0,952	2,992	0,003
X2.3 <- CBT	0,941	2,892	0,004
X2.4 <- CBT	0,970	3,019	0,003
Y1 <- Loyalitas Wisatawan	0,769	6,999	0,000
Y2 <- Loyalitas Wisatawan	0,535	2,412	0,016
Y3 <- Loyalitas Wisatawan	0,727	7,105	0,000
Y4 <- Loyalitas Wisatawan	0,556	3,964	0,000

Berdasarkan informasi pada Tabel 1 di atas dapat diketahui semua indikator yang mengukur variabel kepuasan wisatawan, CBT, dan loyalitas wisatawan memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari 0,50, T statistic berada di atas 1,96 dan nilai p value < 0,05, ini berarti, indikator yang dirancang untuk mengukur variabel adalah layak dan valid.

Discriminant Validity

Nilai AVE yang direkomendasikan adalah lebih besar dari 0,50. Adapun hasil pemeriksaan *discriminant validity* (Tabel 2) menunjukkan nilai AVE lebih besar dari 0,50 serta ke empat variabel laten yang diteliti memiliki nilai *square root of average variance extracted* (\sqrt{AVE}) lebih besar dengan koefisien korelasi antar variabel lainnya. Dengan demikian, hasil yang diperoleh mengindikasikan memiliki *discriminant validity* yang baik.

Tabel 2

Pemeriksaan Discriminant Validity

Variabel	CBT	Kepuasan Wisatawan	Loyalitas Wisatawan
CBT	0,959		
Kepuasan Wisatawan	-0,274	0,921	
Loyalitas Wisatawan	0,393	0,500	0,655

Composite Reliability

Composite Reliability bertujuan mengevaluasi nilai reliabilitas antara blok indikator dari konstruk yang membentuknya. Hasil penilaian composite reliability dalam model pengukuran (Tabel 3), tampak nilai composite reliability dari empat variabel laten berada di atas 0.70, sehingga blok indikator dinyatakan reliable mengukur variabel.

Tabel 3

Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
CBT	0,978
Kepuasan Wisatawan	0,957
Loyalitas Wisatawan	0,745

Sesuai dengan hasil evaluasi *convergent*, *discriminant validity* masing-masing indikator, dan *composite reliability* untuk blok indikator yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa indikator pada masing-masing variabel laten merupakan pengukur yang valid dan reliabel. Langkah selanjutnya, dilakukan analisis inner model untuk mengetahui kesesuaian model (*goodness of fit model*) pada penelitian ini

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Hasil evaluasi ini memberi bukti bahwa model struktural memiliki kesesuaian (*goodness-fit model*) yang baik. Hasil ini dapat dimaknai bahwa informasi yang terkandung dalam data, 55,3 % dapat dijelaskan oleh model sedangkan sisanya sebesar 44,7% dijelaskan oleh *error* atau variabel lain yang tidak terdapat dalam model.

Uji Hipotesis

Berikut adalah hasil *path coefficient* pada tabel 4

Tabel 4

Hasil Path Coefficient

Variabel	Koefisien Jalur	T Statistics	P value	Ket
CBT -> Loyalitas Wisatawan	0,573	2,800	0,005	Signifikan
Kepuasan Wisatawan -> Loyalitas Wisatawan	0,657	5,631	0,000	Signifikan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Penglipuran.

Dengan koefisien regresi sebesar 0,657. Kepuasan wisatawan pada penelitian ini diukur menggunakan daya tarik destinasi, keramahan penduduk setempat, akomodasi, aksesibilitas terbukti secara valid dapat mempengaruhi loyalitas wisatawan yang datang ke desa wisata Penglipuran. Indikator yang paling penting mewakili kepuasan wisatawan yang berkunjung ke desa wisata adalah aksesibilitas.

Aksesibilitas memegang peran sentral dalam menentukan tingkat kepuasan para tamu yang mengunjungi sebuah desa wisata. Ketersediaan akses yang mudah dan nyaman, baik melalui jalan raya, transportasi umum, maupun infrastruktur pendukung lainnya, memungkinkan para wisatawan untuk merasa lebih terhubung dan diakomodasi dengan baik. Akses yang lancar memberi kesempatan kepada tamu untuk mengeksplorasi semua aspek yang ditawarkan oleh desa wisata, mulai dari daya tarik budaya dan alam hingga interaksi dengan masyarakat setempat. Dengan aksesibilitas yang baik, pengalaman wisatawan menjadi lebih lancar dan minim hambatan, menciptakan suasana yang positif dan memuaskan selama kunjungan mereka, serta memungkinkan mereka untuk benar-benar merasakan esensi dan keragaman desa wisata yang mereka kunjungi.

Temuan penelitian ini diperkuat oleh Gultom, D. K., & Christiana, I. (2018), Listyawati, I. H. (2020), dan Lesmana, dkk. (2020) menyebutkan bahwa kepuasan wisatawan merupakan variabel yang penting dalam meningkatkan loyalitas wisatawan.

Sedangkan pada variabel *community based tourism* (CBT) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, artinya CBT yang diukur menggunakan partisipasi masyarakat, berbagi sumber daya, rasa tanggungjawab bersama, kekhasan lokal dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke desa wisata. Indikator yang penting dalam CBT adalah partisipasi masyarakat.

Partisipasi masyarakat dalam Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community-Based Tourism/CBT*) memiliki peran krusial dalam memengaruhi kepuasan wisatawan yang mengunjungi desa wisata. Keterlibatan aktif masyarakat dalam merencanakan, mengelola, dan menyediakan pengalaman wisata memberikan dimensi autentis dan mendalam bagi para wisatawan. Melalui partisipasi ini, wisatawan dapat merasakan keramahan lokal, budaya unik, dan kehidupan sehari-hari masyarakat, yang tidak hanya memberi mereka wawasan yang lebih mendalam tetapi juga merasa diterima secara personal. Partisipasi masyarakat menciptakan interaksi yang lebih berarti dan berdampak pada pengalaman berkelanjutan bagi wisatawan, mengajak mereka untuk merasakan keterikatan yang lebih dalam dengan desa wisata dan penduduk lokalnya. Ini berujung pada tingkat kepuasan yang lebih tinggi karena wisatawan merasa terlibat dalam pengalaman yang lebih otentik dan bermakna serta memberikan dampak positif pada komunitas yang mereka kunjungi.

Penelitian yang dilakukan oleh Hermawan, Dkk (2019) dan Lee, K. H., & Hyun, S. S. (2018) mengungkapkan bahwa CBT merupakan keterlibatan aktif masyarakat dalam merencanakan, mengelola, dan menyediakan pengalaman wisata memberikan dimensi autentis dan mendalam bagi para wisatawan.

Diantara dua variabel yang menjadi variabel prediksi terhadap loyalitas tamu yang berkunjung ke desa wisata, dapat diketahui bahwa kepuasan wisatawan merupakan variabel kunci dalam membuat tamu loyal agar berkunjung ke desa wisata.

KESIMPULAN

Kepuasan wisatawan dan *community based tourism* (CBT) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung ke desa wisata. Kepuasan wisatawan dapat direpresentasikan oleh aksesibilitas dan CBT direpresentasikan oleh partisipasi masyarakat. Kepuasan wisatawan merupakan variabel dominan yang mempengaruhi loyalitas wisatawan yang berkunjung ke desa wisata. Disarankan bagi pemerintah daerah yang akan mengembangkan desa wisata, dapat memprioritaskan indikator penting pembentuk variabel kepuasan dan *community based tourism* (CBT).

DAFTAR PUSTAKA

- Bagiana, I Gusti Bagus Yogi Sutanegara, I Nyoman Mahendra Yasa. Pengembangan Desa Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Penglipuran Kecamatan Bangle Kabupaten Bangle. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol.6, No. 9
- Mistriani, N., Octafian, R., dan Dewi, I.K. (2021). *Pemasaran Destinasi Positioning (Jejak Desa Pejuang Indonesia) Dalam Mencapai Kepuasan Wisatawan di Desa Kartikajaya Kendal*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Hikmah dan Nurdin. (2021). *Pemasaran Pariwisata*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Gultom, D. K., & Christiana, I. (2018). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap citra destinasi dan kepuasan wisatawan serta implikasinya terhadap loyalitas wisatawan. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Listyawati, I. H. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 6(2), 35-44.
- Lesmana, R., Habiyah, W., & Nabila, N. I. (2020). Peran Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu Jakarta. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 3(2), 142-149.
- Hermawan, H., Wijayanti, A., & Nugroho, D. S. (2019). Loyalty on Ecotourism analysed using the factors of tourist attraction, safety, and amenities, with satisfaction as an intervening variable. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1-19.
- Lee, K. H., & Hyun, S. S. (2018). The effects of tourists' knowledge-sharing motivation on online tourist community loyalty: the moderating role of ambient stimuli. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1521-1546.