

## Importance performance analysis for destination attributes development of Segarajaya tourism village, Bekasi Regency

### Pengembangan atribut destinasi berbasis importance-performance analysis di Desa Wisata Segarajaya, Kabupaten Bekasi

Nova Eviana\*, Rudhi Achmadi

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Universitas Asa Indonesia

---

#### ARTICLE INFO

**Keywords:**

*Destination Attributes; Importance-Performance Analysis; Tourist Satisfaction*

**Katakunci:**

Atribut Destinasi; Analisa Kepentingan-Kinerja; Kepuasan Wisatawan

**DOI:**

<https://doi.org/10.26905/jpp.v7i2.7579>

**Corresponding Author:**

Nova Eviana  
[nova@akpindo.ac.id](mailto:nova@akpindo.ac.id)

#### ABSTRACT

*Segarajaya Village, located in Bekasi Regency, West Java, lacks optimal management of tourist destination attributes, which drives tourist satisfaction. Therefore, this research is crucial to consider the importance of fulfilling tourist satisfaction in encouraging tourist revisits. The purpose of the study was to determine the level of tourist satisfaction with the attributes of the tourist attraction of Segarajaya Village. The method was quantitative research with IPA analysis by comparing the level of service importance and performance. Data collected using questionnaires includes six attributes; attractions, accommodation and food services, facilities, reputation, social component, and economy. About 110 tourists participated as respondents. The results showed that tourists consider accommodation and social components very important but perform poorly. Hence, it requires the participation of all stakeholders of Segarajaya Tourism Village to provide accommodation services (homestays) that meet hygiene and comfort standards, improve the hospitality and concern of local communities, as well as professional management, to realize the principles of community-based tourism.*

#### HOW TO CITE ITEM

Eviana, N., & Achmadi, R. (2022). Importance performance analysis for destination attributes development of tourism village. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(2).  
doi:<https://doi.org/10.26905/jpp.v7i2.7579>

#### ABSTRAK

Desa Segarajaya terletak di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat memiliki permasalahan pariwisata yakni belum maksimalnya pengelolaan atribut destinasi wisata, yang menjadi faktor pendorong kepuasan wisatawan. Mempertimbangkan pentingnya pemenuhan kepuasan wisatawan dalam mendorong kunjungan kembali wisatawan, maka penelitian ini penting untuk dilakukan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut daya tarik wisata Desa Segarajaya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif menggunakan analisa IPA, dengan membandingkan tingkat kepentingan dan kinerja layanan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner mencakup 6 atribut; atraksi, layanan akomodasi dan makanan, fasilitas, reputasi, komponen sosial, serta ekonomi, yang diberikan terhadap 110 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akomodasi dan komponen sosial dianggap sangat penting namun memiliki kinerja buruk, sehingga dibutuhkan peran serta seluruh stakeholder Desa Wisata Segarajaya untuk menyediakan layanan akomodasi (homestay) yang memenuhi standar kebersihan dan kenyamanan, meningkatkan keramahan dan kepedulian masyarakat lokal, serta pengelolaan yang profesional, guna mewujudkan prinsip pariwisata berbasis masyarakat.

## PENDAHULUAN

Salah satu program Nawacita pemerintah adalah membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan, yang bertujuan pengawasan teritorial, meminimalkan urbanisasi, dan pemerataan pembangunan dan kesejahteraan sebagaimana tertulis pada Perpres RI Nomor 2 Tahun 2015 Tentang RPJMN Tahun 2015-2019. Hal ini diwujudkan melalui penerapan kebijakan strategis, salah satunya melalui pembangunan sektor pariwisata.

Tujuan utama pembangunan pariwisata umumnya didasarkan pada keyakinan bahwa pariwisata memiliki manfaat ekonomi, meningkatkan infrastruktur masyarakat dan sistem suprastruktur, dan kualitas hidup masyarakat (Presenza *et al.*, 2013). Untuk mendukung terwujudnya Nawacita, salah satu program Kementerian Pariwisata (Kemenpar) RI mengembangkan desa wisata. Pengembangan desa wisata secara ekonomi bertujuan untuk meningkatkan perekonomian bagi masyarakat karena memiliki kemampuan untuk membuka lapangan kerja (meminimalkan tingkat urbanisasi) dan pembangunan infrastruktur. Dalam aspek sosial, pengembangan desa wisata berdampak pada kemandirian desa.

Konsep pengembangan desa wisata merupakan *community based tourism* yang memberikan kewenangan masyarakat lokal untuk mengelola dan mengembangkan potensi kepariwisataan wilayahnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal serta keberlanjutan sumber daya alam dan budaya lokal (Syafi'i & Suwandono, 2015). Pemberdayaan masyarakat melalui program desa wisata diharapkan dapat membangun kapasitas masyarakat setempat dan memperoleh kesejahteraan atas keterlibatan dalam pengelolaan kegiatan pariwisata di wilayahnya (Manaf *et al.*, 2018).

Data menunjukkan bahwa jumlah wisatawan nusantara tahun 2014 sebesar 213.97 juta (Kementerian Pariwisata, 2017) dan tahun 2019 sebesar 312.5 juta (Kemenparekraf, 2020), atau mengalami peningkatan  $\pm$  98.53 juta di kurun waktu 2014 – 2019. Peningkatan ini dilatarbelakangi adanya *pull and push factors*. Salah satunya adalah semakin banyaknya destinasi wisata baru yang menawarkan berbagai atraksi dan aktifitas wisata menarik. Menurut Castellano *et al.* (2020) daya tarik pada destinasi wisata memainkan peran penting dalam kemampuan mereka untuk bersaing di industri pariwisata

Dalam pasar pariwisata yang semakin kompetitif, pengelola daya tarik wisata dituntut mampu meningkatkan daya saing dalam rangka menjamin kepuasan wisatawan. Kepuasan dipahami sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Persepsi wisatawan terhadap suatu daya tarik wisata akan dipengaruhi dan dibandingkan dengan pengalaman di daya tarik wisata sebelumnya (Naidoo *et al.*, 2010). Karena kontribusinya sangat penting untuk mendapatkan citra destinasi yang baik, meningkatkan konsumsi terhadap produk dan jasa (Castellano *et al.*, 2020), serta menumbuhkan loyalitas wisatawan (Meng *et al.*, 2008), sekaligus berkontribusi secara positif terhadap *word of mouth promotion* (Cong, 2021; Presenza *et al.*, 2013) dan kunjungan kembali (Naidoo *et al.*, 2010), maka pengukuran terhadap kepuasan wisatawan menjadi penting dilakukan dalam pengelolaan destinasi sekaligus sebagai umpan balik dalam rangka peningkatan dan pengembangan daya tarik wisata.

Pengembangan suatu daya tarik wisata perlu disesuaikan dengan potensinya, baik yang bersifat lingkungan fisik, maupun sosial kemasyarakatan. Terkait dengan pengembangan fisik diperlukan masukan dari wisatawan sebagai salah satu pemangku kepentingan di suatu destinasi wisata. Pendapat wisatawan harus dipertimbangkan karena mereka berkontribusi langsung terhadap tujuan ekonomi yang ingin dicapai atas pengelolaan destinasi wisata. Kontribusi wisatawan menjadi lebih krusial terutama bagi desa wisata menggabungkan kegiatan pariwisata sebagai bentuk alternatif dari pembangunan ekonomi (Mimbs *et al.*, 2020; Murray & Kline, 2015).

Kepuasan wisatawan merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan suatu daya tarik wisata. *Perceived quality* dari atribut destinasi menjadi pendorong utama kepuasan wisatawan (Alegre & Garau, 2010). *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan salah satu metodologi yang paling banyak digunakan di bidang pariwisata (Mimbs *et al.*, 2020) karena praktis dan mampu mengidentifikasi harapan dan kinerja (Lai & Hitchcock, 2015), sehingga memiliki implikasi manajerial langsung. IPA mengukur tingkat kepuasan wisatawan pengunjung terhadap layanan yang dinikmati dan memberikan perspektif umpan balik bagi upaya pengembangan melalui penggunaan kuadran IPA '*Concentrate Here*,' '*Keep up the Good Work*,' '*Low Priority*,' dan '*Potential Overkill*.'

Desa Segarajaya merupakan salah satu desa yang saat ini dikembangkan sebagai desa wisata rintisan di Jawa Barat. Terletak di pesisir utara berbatasan langsung dengan Laut Jawa, Desa Segarajaya memiliki potensi atraksi alam berupa hutan *mangrove* yang sekaligus menjadi kawasan Pusat Restorasi dan Pembelajaran *Mangrove* (PRJM). Selain hutan *mangrove*, Jembatan Cinta menjadi ikon daya tarik wisata ini. Wisatawan dapat menyusuri Sungai Rindu untuk menikmati kawasan hutan *mangrove* dengan perahu motor. Lingkungan alam yang unik menjadi keunggulan komparatif bagi desa ini. Sejak tahun 2017 dibangun BUMDes yang diberikan kewenangan untuk mengelola kegiatan pariwisata sekaligus mengembangkan kawasan ini agar mampu menambah sumber pendapatan bagi warga desa.

Kepuasan wisatawan dibangun di atas paradigma harapan-diskonfirmasi pada perbandingan antara harapan dan pengalaman nyata tentang atribut destinasi setelah berkunjung ke daya tarik wisata. Kepuasan wisatawan diukur melalui kesenjangan antara harapan wisatawan tentang kualitas destinasi sebelum perjalanan dan pengalaman yang wisatawan rasakan setelah berwisata (Qiu *et al.*, 2021). Wisatawan akan merasa puas jika pengalaman berwisata yang diperoleh sesuai atau melebihi harapannya (Castellano *et al.*, 2020; Crompton & Love, 1995). Sifat kepuasan berkunjung ke tempat wisata berbeda dari kepuasan mengkonsumsi produk lain. Kepuasan pengunjung terhadap destinasi wisata terutama dipengaruhi oleh faktor simbolik dan emosional yang membentuk kualitas pengalaman berkunjung (Nowacki, 2013).

Bagi pengelola, memasarkan suatu destinasi wisata memerlukan pemahaman tentang seberapa menarik tujuan destinasi tersebut bagi wisatawan untuk memastikan kunjungan wisatawan. Daya tarik destinasi oleh karenanya menjadi konsep yang penting untuk memahami motivasi berwisata dan keputusan memilih destinasi (Herington *et al.*, 2013). Daya tarik destinasi adalah kekuatan pendorong pariwisata. Destinasi wisata harus memiliki atribut yang menarik bagi calon wisatawan dan memenuhi kebutuhannya. Semakin baik destinasi wisata mampu memenuhi kebutuhan wisatawan, semakin semakin berpeluang untuk dijadikan preferensi untuk dikunjungi (Ariya *et al.*, 2017). Yangzhou Hu & Ritchie, (1993) menjelaskan bahwa daya tarik wisata mencerminkan perasaan, keyakinan, dan pendapat yang dimiliki seseorang tentang kemampuan yang dimiliki suatu destinasi untuk memberikan kepuasan dalam kaitannya dengan kebutuhan liburan mereka, sementara Vengesai *et al.* (2009) menjelaskan daya tarik suatu destinasi sebagai pendapat tentang kemampuan destinasi wisata untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan wisata mereka.

Sejumlah penelitian mengidentifikasi atribut daya tarik wisata yang dinilai penting untuk mengukur daya tarik suatu destinasi wisata. Ariya *et al.*, (2017) mengidentifikasi tiga atribut untuk mengukur daya tarik destinasi antara lain harga, sumber daya, citra destinasi, serta aksesibilitas, sementara (Caouette *et al.*, 2010) menjelaskan bahwa destinasi unggul harus mampu menyediakan produk dan pengalaman wisata berkualitas melalui 3 dimensi meliputi produk, kinerja dan *futurity*. Dimensi produk diukur melalui daya tarik inti, kualitas, kepuasan, aksesibilitas dan akomodasi. Dimensi kinerja diukur melalui tingkat kunjungan, okupansi dan tingkat keluhan. Sedangkan dimensi *futurity* melihat pada aspek keberlanjutan dengan melihat pada pemasaran, pembaharuan produk, pengelolaan daya dukung. Herington *et al.* (2013) mensintesis enam komponen utama fitur daya tarik destinasi meliputi; (1) atraksi baik yang bersifat alam maupun buatan; (2) layanan akomodasi & makanan; (3) fasilitas, termasuk infrastruktur, aksesibilitas, transportasi, tempat belanja; (4) reputasi, yang mencakup gambaran keseluruhan destinasi, termasuk sikap terhadap wisatawan; (5) komponen sosial, yang mencakup bagaimana pengelolaan oleh penduduk setempat; dan (6) ekonomi, terkait dengan nilai uang dan atau biaya liburan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut-atribut daya tarik wisata di desa wisata Segarajaya. Hasil penelitian akan memberikan masukan bagi pengelola daya tarik wisata untuk merumuskan kebijakan pengembangan berdasarkan prioritas, dengan mempertimbangkan tingkat kepuasan wisatawan. Dengan demikian, arah kebijakan pengembangan akan menjadi tepat sasaran.

## METODE

Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan angket sebagai alat kumpul data. Butir angket dikembangkan berdasarkan pada pendapat Herington *et al.* (2013) tentang atribut daya tarik wisata yang meliputi atraksi, layanan akomodasi dan makanan, fasilitas, reputasi, komponen sosial dan biaya. Seluruh butir pernyataan merupakan *favourable items* menggunakan skala pengukuran Likert dengan 5 rentang penilaian mulai sangat setuju (bobot 5) sampai dengan sangat tidak setuju (bobot 1). Uji coba instrumen angket dilakukan secara terbatas dan dianalisa untuk uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan rumus *Pearson product Moment* dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Butir valid selanjutnya diuji reliabilitas dengan rumus *alpha Cronbach* dengan nilai kritis  $> 0.60$ . Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel dinyatakan reliabel dengan nilai  $\alpha$  0.920 pada variabel harapan dan 0.964 pada variabel kinerja atau  $> 0.60$

Identifikasi tingkat kepentingan-kinerja oleh wisatawan dilakukan melalui penyebaran angket kepada 110 wisatawan Desa Wisata Segarajaya. Penetapan jumlah sampel responden berdasarkan rumus Lemeshow dikarenakan tidak tersedia data populasi pengunjung wisatawan, dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin error* 10%. Hasil perhitungan diperoleh jumlah minimal sampel diperlukan sebanyak 97 responden. Hasil angket dianalisa secara kuantitatif dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode IPA merupakan metode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan (*gap*) antara kinerja suatu variabel/atribut dengan harapan pelanggan terhadap variabel/atribut tersebut (*gap analysis*). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi tentang atribut yang menurut wisatawan sangat mempengaruhi kepuasan, dan yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan kualitasnya, karena pada saat ini dinilai oleh wisatawan belum memuaskan. Atribut daya tarik wisata akan dipetakan dalam 4 kuadran yang berbeda. Kuadran 1 menunjukkan bahwa kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, kuadran 2 menunjukkan bahwa kinerja telah sesuai dengan harapan wisatawan, kuadran 3 menunjukkan bahwa kinerja atribut rendah namun tidak mengecewakan wisatawan, dan

kuadran 4 menunjukkan kinerja atribut dianggap tidak terlalu penting. Hasil analisa tentang kepuasan wisatawan terkait dengan atribut daya tarik wisata, selanjutnya digunakan untuk merumuskan strategi yang perlu dilakukan pengelola untuk mengembangkan daya tarik Desa Segarajaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan jenis kelamin wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata tidak terlalu signifikan. Berlokasi di wilayah Kabupaten Bekasi dan berbatasan dengan Jakarta, wisatawan sebagian besar berdomisili di Bekasi sebesar 56.36%, sisanya dari luar Bekasi termasuk Jakarta sebesar 43.64%. Meskipun umumnya wisatawan berkunjung untuk tujuan rekreasi, sebagian wisatawan (16.36%) menyebutkan alasan pembelajaran mengingat Desa Segara Jaya merupakan tempat restorasi *mangrove*.

**Tabel 1.** Profil Responden

	n (110)	%
Jenis kelamin		
Pria	62	56.36
Wanita	48	43.64
Asal domisili		
Bekasi	62	56.36
Luar Bekasi	48	43.64
Alasan Kunjungan		
Rekreasi	76	69.09
Pembelajaran	18	16.36
Lainnya	16	14.55

Sumber: Olah Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil olah data menunjukkan bahwa untuk seluruh indikator pada atribut memiliki nilai *gap* negatif. Ini menunjukkan bahwa persepsi kinerja (*perceived quality of performance*) masih lebih rendah dibandingkan harapan/ekspektasi. *Gap* tertinggi ditunjukkan oleh ketersediaan layanan *homestay* yang memadai sebesar 1.11, artinya wisatawan menilai bahwa layanan *homestay* belum tersedia dan memadai sebagai salah satu komponen penting suatu desa wisata. Sedangkan *gap* terendah ditunjukkan dengan ketersediaan kuliner khas daerah pesisir sebesar 0.35. Detail hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

**Tabel 2.** Analisa IPA

Atribut	No.	Item	Overall Rank by Importance	Mean (N=110)		Overall Rank by Performance
				Importance (I) Grand Mean (4.43)	Performance (P) Grand Mean	
Atraksi wisata	1	Hutan <i>mangrove</i> sebagai atraksi utama	9	4.41	4.04	3
	2	Jembatan cinta sebagai ikon destinasi	3	4.53	4.14	1
Layanan akomodasi & makanan	3	Ketersediaan layanan <i>homestay</i> yang memadai	1	4.55	3.44	10
	4	Ketersediaan kuliner khas daerah pesisir	4	4.48	4.13	2
Fasilitas	5	Aksesibilitas menuju lokasi	7	4.43	3.83	8
	6	Ketersediaan tempat belanja oleh-oleh/souvenir	8	4.42	3.88	7
	7	Fasilitas perahu wisata susur hutan <i>mangrove</i>	6	4.44	3.96	6
Reputasi	8	Keramahan masyarakat lokal terhadap wisatawan	10	4.34	3.41	12
	9	Jaminan keamanan terhadap wisatawan	11	4.15	3.35	13
Komponen sosial	10	Pengelolaan secara profesional	9	4.41	3.56	9
	11	Dukungan masyarakat lokal	2	4.54	3.47	11
Ekonomi	12	Harga tiket sesuai dengan pelayanan yang diperoleh	5	4.46	4.00	4
	13	Harga tiket sesuai dengan pengalaman yang diperoleh	5	4.46	3.99	5

Nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja pada keseluruhan atribut dihitung. Rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja pada keseluruhan *item* berdasarkan hasil olah data pada responden juga dihitung. Selanjutnya atribut diplot pada dua dimensi kepentingan dan kinerja. Rata-rata atribut baik aspek harapan dan kinerja akan menentukan penempatan sumbu X dan Y pada matriks IPA, sehingga membentuk kuadran-kuadran. Selanjutnya setiap *item* akan ditempatkan pada masing-masing kuadran. Hasil penempatan *item* pada kuadran matriks IPA dapat dilihat pada gambar 1.

Hasil survei menunjukkan bahwa terdapat 2 *item* yang berada pada kuadran 1 dimana tingkat kepentingan wisatawan yang tinggi tidak dibarengi dengan dengan kinerja yang baik dan memuaskan, meliputi ketersediaan layanan *homestay* dan dukungan masyarakat lokal. Tabel 2 menunjukkan bahwa ketersediaan akomodasi (*homestay*) berada di peringkat pertama sebagai atribut sangat penting, namun memperoleh penilaian kinerja yang sangat rendah.

Akomodasi merupakan salah satu atribut destinasi yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Penelitian Biswas *et al.* (2020) tentang atribut destinasi bahkan menjelaskan bahwa akomodasi memiliki kontribusi terbesar dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan. Layanan akomodasi yang berkualitas akan menarik kunjungan wisatawan dan menjamin kepuasan wisatawan. Ketersediaan *homestay* merupakan salah satu indikator dalam pengembangan desa wisata. *Homestay* menjadi salah satu pemenuhan unsur amenities yang harus terpenuhi kebersihan dan kenyamanannya. Ketersediaan *homestay* menjadi salah satu cara agar masyarakat setempat dapat memperoleh manfaat dari kegiatan pariwisata. Ketersediaan *homestay* akan meningkatkan masa tinggal wisatawan sehingga memberikan peluang untuk memperbesar belanja wisatawan sekaligus pendapatan masyarakat sebagai pengelola. Dari perspektif wisatawan, keberadaan *homestay* berpeluang meningkatkan pengalaman berwisata karena lebih terbangun interaksi dinamis dengan masyarakat dan lingkungan lokal (Long & Zhu, 2020). Saat ini belum tersedia *homestay* yang menyediakan layanan akomodasi bagi wisatawan karena sebagian besar masyarakat belum bersedia menjadikan rumah mereka sebagai sarana akomodasi bagi wisatawan.

Pengembangan desa wisata berbasis *community based tourism* dilakukan melalui pendekatan dalam pengembangan pariwisata yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi pemicu tumbuhnya keberdayaan masyarakat desa wisata, yang pada akhirnya masyarakat merasakan manfaat kesejahteraan sebagai prioritas pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Dalam pengelolaan kegiatan wisata di Segarajaya telah dibentuk BUMDes, Pokmaswas, Pokdarwis, dan melibatkan Karang Taruna, namun pengelolaan masih kurang profesional, karena belum ada sinergi. Keterlibatan dan dukungan masyarakat terkait dengan kegiatan pariwisata masih cukup rendah, terbukti dengan pengelolaan yang belum maksimal, belum terbentuk sikap melayani, dan kondisi lingkungan yang kurang bersih dan terawat sehingga mengganggu kenyamanan wisatawan.

Terdapat lima *item* berada pada kuadran 2 yang menunjukkan kesamaan tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi sehingga perlu dipertahankan. Aspek yang dianggap penting dan memiliki kinerja baik antara lain Jembatan Cinta sebagai ikon destinasi Segarajaya, ketersediaan kuliner khas daerah pesisir, fasilitas perahu wisata susur hutan *mangrove*, kesesuaian harga tiket dengan pelayanan dan pengalaman berwisata yang diperoleh wisatawan.

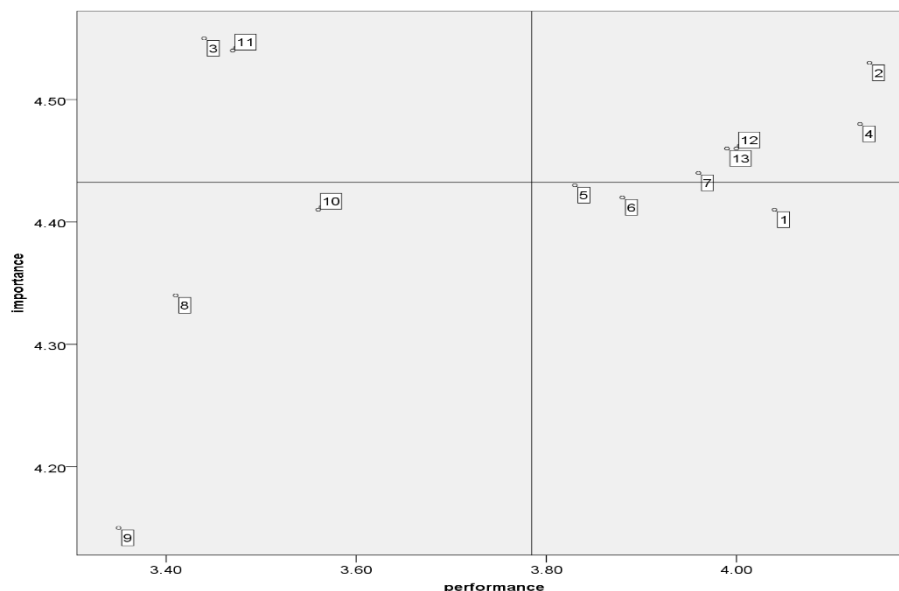
Desa Segarajaya memiliki hutan *mangrove* yang cukup luas berada pada kawasan pesisir pantai PAL Jaya yang berbatasan langsung dengan kawasan pesisir Pantai Marunda Jakarta Utara. Tidak hanya untuk melindungi kawasan pantai dari abrasi, hutan *mangrove* Desa Segarajaya menjadi Pusat Restorasi dan Pembelajaran *Mangrove* (PRPM) dan habitat beberapa satwa liar dan ikan. Hutan *mangrove* ini menjadi daya tarik utama Desa Segarajaya. Pengunjung dapat menyusuri hutan *mangrove* menggunakan perahu motor selama 15 menit dengan biaya yang cukup terjangkau. Untuk menjamin keamanan dan keselamatan, perahu telah dilengkapi dengan fasilitas pengaman seperti pelampung bagi penumpang. Selain susur sungai menikmati hutan *mangrove*, pengunjung dapat melakukan aktifitas memancing sambil bersantai di gazebo yang dibangun di atas lahan perairan. Selain hutan *mangrove*, Jembatan Cinta yang menghubungkan wilayah daratan dengan hutan *mangrove*, menjadi ikon sekaligus daya tarik utama. Jembatan warna warni yang dibangun di atas hutan *mangrove* menjadi spot favorit dan banyak dimanfaatkan sebagai spot foto bagi pengunjung karena *instagrammable*.

Kuliner merupakan aspek penting dalam pariwisata karena mampu mempengaruhi dan menjadi bagian integral dengan pengalaman wisatawan. Pengeluaran untuk kebutuhan makan saat di destinasi wisata menyumbang sebagian besar anggaran belanja wisatawan (Birch & Memery, 2020). Kuliner juga merupakan salah satu aspek penting yang berkontribusi secara positif dalam mempengaruhi keputusan berkunjung (Supriatna *et al.*, 2016). Saat berkunjung ke suatu destinasi wisata, wisatawan akan bertanya tentang makanan lokal, menjelajah tempat makanannya, mencicipi makanan khas, dan memahami tradisi kuliner lokal. Ini dilakukan untuk mendapatkan pengalaman berwisata yang unik dan istimewa. Sebagai destinasi wisata yang terletak di wilayah pesisir, tersedia beberapa warung makan yang menjual produk kuliner berbahan utama berbagai olahan hasil laut, dengan harga yang relative terjangkau. Selain sebagai sajian kuliner, hasil laut yang sudah dikeringkan juga dimanfaatkan sebagai oleh-oleh.

Persepsi harga menunjukkan sudut pandang konsumen terhadap harga yang mereka bayar sebagai imbalan atas barang/layanan yang mereka beli atau dapatkan. Harga merupakan faktor penting konsumen akan memutuskan untuk membeli produk/jasa karena harga akan memberikan gambaran kualitas dan citra produk.

Jika harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas produk/jasa yang diharapkan, akan mempengaruhi perilaku positif konsumen. Perilaku positif dapat ditunjukkan dengan adanya perasaan puas dan minat berkunjung kembali. Persepsi harga berakar pada teori ekuitas yang pertamam kali dikembangkan oleh Adams (1969), yang menjelaskan bahwa ekuitas akan diukur dengan membandingkan rasio biaya yang dibayarkan dan manfaat yang diterima (Ghozali, 2020). Untuk menikmati atraksi di Desa Segarajaya, wisatawan hanya cukup membayar harga tiket masuk relative murah dan dinilai sesuai dengan layanan dan pengalaman berwisata yang diperoleh wisatawan.

Faktor aksesibilitas merupakan unsur penting dalam pengembangan pariwisata dan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Aksesibilitas dan atraksi menjadi faktor penting dalam menentukan daya saing destinasi yang sekaligus berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan (Hossain & Islam, 2019; Nasir *et al.*, 2020). Aksesibilitas dievaluasi tidak hanya dari perspektif transportasi atau kedekatan geografis tetapi juga dari perspektif fungsi dan kualitas fasilitas yang tersedia di tempat wisata (Kahtani *et al.*, 2011). Desa Segarajaya terletak di Kabupaten Bekasi dan berbatasan langsung dengan Jakarta. Lokasinya dapat dijangkau dari Kota Bekasi dengan kendaraan bermotor selama 60 menit. Meskipun terakses secara baik melalui *google maps* dan aplikasi pencarian lokasi lainnya (*waze*), belum banyak tersedia rambu petunjuk arah untuk memudahkan wisatawan tiba di lokasi. Wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata ini menggunakan kendaraan pribadi atau angkutan umum berbasis aplikasi *online* karena tidak ada trayek tetap melewati wilayah ini. Jika dari arah Jakarta, pengunjung harus melewati akses jalan yang padat lalu lintasnya dengan kendaraan bertonase besar sehingga kondisi jalan rentan kerusakan. Kondisi jalan menuju ke lokasi cukup baik beraspal dan beton, baik dari arah Bekasi maupun Jakarta dan dapat dilalui oleh kendaraan roda dua maupun empat. Di wilayah ini telah dibangun empat menara BTS sehingga signal telepon seluler di sebagian wilayah stabil dan kuat. Secara umum atribut aksesibilitas dinilai memuaskan bagi wisatawan. Hasil olah data dengan menggunakan IPA ditunjukkan pada Gambar berikut:



Gambar 1. Importance Performance Matrix

**Gambar 1.** Matriks IPA

Kualitas layanan dan kepuasan wisatawan merupakan aspek penting dalam industri jasa. Dalam rangka menjamin tingkat kepuasan wisatawan, penting bagi pengelola untuk menyediakan layanan berkualitas berkaitan dengan kebutuhan wisatawan saat berada di destinasi wisata. Layanan akomodasi merupakan salah satu atribut penting di destinasi wisata, yang dibutuhkan dan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Ketersediaan layanan akomodasi yang bersih dan nyaman diharapkan dapat meningkatkan masa tinggal wisatawan. Secara ekonomis, peningkatan masa tinggal wisatawan akan meningkatkan belanja wisatawan, sehingga berdampak positif peningkatan pendapatan masyarakat. Secara sosial, masa tinggal lebih lama akan meningkatkan interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal sehingga diharapkan dapat meningkatkan pengalaman berwisata. Oleh karenanya penting bagi pengelola untuk mengusahakan ketersediaan layanan akomodasi (*homestay*) yang bersih dan nyaman di Desa Wisata Segarajaya.

Sumber daya manusia memiliki peran penting dalam memajukan sektor pariwisata dan menjadi faktor kunci dalam mewujudkan keberhasilan kinerja (Evans *et al.*, 2003). Menciptakan sumber daya manusia kompeten dan profesional menjadi kunci keberhasilan dalam mengembangkan sektor pariwisata, termasuk desa wisata. Sebagai *community based tourism*, peran serta masyarakat lokal dalam pengelolaan desa wisata menjadi salah satu kunci keberhasilan. Keberlibatan aktif masyarakat dalam mendukung kegiatan pariwisata, dan kompetensi serta profesionalisme pengelola desa wisata menjadi faktor penting yang turut berkontribusi dalam keberhasilan mengembangkan desa wisata. Untuk itu, dalam mengembangkan desa wisata salah satu fokus kegiatan adalah mendorong partisipasi masyarakat serta peningkatan kompetensi sumber daya masyarakat setempat.

Pengembangan Desa Wisata Segarajaya memerlukan sinergi dan kontribusi para pemangku kepentingan agar dapat berjalan secara optimal. BUMDes, Pokdarwis, Pokmaswas dan unsur lainnya diharapkan dapat lebih bersinergi dalam mengelola Desa Segarajaya. Pengelolaan secara profesional dilakukan melalui pembagian tugas dan peran yang jelas serta transparansi dalam sistem pengelolaan keuangan. Selain masyarakat lokal, peran pemerintah daerah Kabupaten Bekasi turut memberikan andil dalam mendorong pengembangan Desa Wisata Segarajaya melalui penerbitan regulasi dan alokasi pendanaan. Pihak akademisi diharapkan juga mampu memberikan kontribusi melalui penyelenggaraan pelatihan dalam rangka meningkatkan kinerja pengelolaan. Perlu didorong kontribusi pemangku kepentingan lainnya sesuai dengan kolaborasi *pentahelix*.

## KESIMPULAN

Kepuasan wisatawan terhadap atribut destinasi merupakan salah satu faktor penting dan menjadi umpan balik yang dipertimbangkan dalam pengembangan Desa Segarajaya. Hasil analisa menunjukkan bahwa atribut layanan akomodasi dan pengelolaan dianggap paling penting namun memiliki kinerja yang buruk. Untuk itu penting bagi pengelola untuk mengusahakan ketersediaan layanan akomodasi (*homestay*) di Desa Wisata Segarajaya yang memenuhi standar kebersihan dan kenyamanan. Keberlibatan masyarakat mendukung kegiatan pariwisata, dan kompetensi serta profesionalisme pengelola desa wisata perlu ditingkatkan melalui mekanisme pelatihan dengan melibatkan akademisi sebagai fasilitator. Perlu sinergi antara unsur pengelola, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya dalam pengelolaan Desa Segarajaya melalui fungsi dan peran masing-masing sesuai dengan kolaborasi *pentahelix*.

## DAFTAR RUJUKAN

- Alegre, J., & Garau, J. (2010). Tourist Satisfaction and Dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 52–73. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.07.001>
- Ariya, G., Wishitemi, B., & Sitati, N. (2017). Tourism Destination Attractiveness as Perceived by Tourists Visiting Lake Nakuru National Park, Kenya. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 3(4), 1–13. <https://doi.org/10.20431/2455-0043.0304001>
- Birch, D., & Memery, J. (2020). Tourists, local food and the intention-behaviour gap. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43(July 2019), 53–61. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.02.006>
- Biswas, C., Deb, S. K., Hasan, A. A. T., & Khandakar, M. S. A. (2020). Mediating effect of tourists' emotional involvement on the relationship between destination attributes and tourist satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(4), 490–510. <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2020-0075>
- Caouette, L., Connolly, D., Lanteigne, J., Joan, P., & Hypes, J. (2010). *Premier-ranked Tourist Destinations Project – Research Report*. [http://www.mtc.gov.on.ca/en/publications/PR\\_Belleville\\_Quinte\\_West\\_.pdf](http://www.mtc.gov.on.ca/en/publications/PR_Belleville_Quinte_West_.pdf)
- Castellano, R., Chelli, F. M., Ciommi, M., Musella, G., Punzo, G., & Salvati, L. (2020). Trahit sua quemque voluptas. The multidimensional satisfaction of foreign tourists visiting Italy. *Socio-Economic Planning Sciences*, 70(October 2018), 100722. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2019.06.007>
- Cong, L. C. (2021). Perceived risk and destination knowledge in the satisfaction-loyalty intention relationship: An empirical study of european tourists in vietnam. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 33(October 2020), 100343. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100343>
- Crompton, J. L., & Love, L. L. (1995). The Predictive Validity of Alternative Approaches to Evaluating Quality of a Festival. *Journal of Travel Research*, 34(1), 11–24. <https://doi.org/10.1177/004728759503400102>
- Evans, N., Campbell, D., & Stonehouse, G. (2003). *Strategic Management for Travel and Tourism*. Elsevier Ltd.

- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory: 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama.
- Herington, C., Merrilees, B., & Wilkins, H. (2013). Preferences for destination attributes: Differences between short and long breaks. *Journal of Vacation Marketing*, 19(2), 149–163. <https://doi.org/10.1177/1356766712463718>
- Hossain, M. K., & Islam, S. (2019). An analysis of destination attributes to enhance tourism competitiveness in Bangladesh. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2), 1–17.
- Kahtani, S. J. . Al, Xia, J., & Veenendaal, B. (2011). Measuring accessibility to tourist. *Geospatial Science Research Symposium*. [https://www.researchgate.net/publication/257603174\\_Measuring\\_accessibility\\_to\\_tourist\\_attractions](https://www.researchgate.net/publication/257603174_Measuring_accessibility_to_tourist_attractions)
- Kemendikpar. (2020). Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2019. In *Kemendikpar.go.id*. <https://www.kemendikpar.go.id/post/laporan-akuntabilitas-kinerja-kemendikpar>
- Kementerian Pariwisata. (2017). *Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara* (Vol. 53, Issue 9). [https://www.kemendikpar.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/pdf/media\\_1553500574\\_Publikasi\\_Kajian\\_Data\\_Pasar\\_Wisnus\\_2017.pdf](https://www.kemendikpar.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1553500574_Publikasi_Kajian_Data_Pasar_Wisnus_2017.pdf)
- Lai, I. K. W., & Hitchcock, M. (2015). Importance-performance analysis in tourism: A framework for researchers. *Tourism Management*, 48, 242–267. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.008>
- Long, F., & Zhu, H. (2020). Supporting the development of homestay tourism in the Yangtze River Delta: A study based on tourists' perceived value. *Journal of Resources and Ecology*, 11(6), 624–632. <https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2020.06.010>
- Manaf, A., Purbasari, N., Damayanti, M., Aprilia, N., & Astuti, W. (2018). Community-based rural tourism in inter-organizational collaboration: How does it work sustainably? Lessons learned from Nglanggan Tourism Village, Gunungkidul Regency, Yogyakarta, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 10(7). <https://doi.org/10.3390/su10072142>
- Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41–56. <https://doi.org/10.1177/1356766707084218>
- Middleton, V. (1989). *Tourism marketing and management handbook* (S. . Witt & L. Moutinho (Eds.)). London: Prentice Hall.
- Mimbs, B. P., Boley, B. B., Bowker, J. M., Woosnam, K. M., & Green, G. T. (2020). Importance-performance analysis of residents' and tourists' preferences for water-based recreation in the Southeastern United States. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31(August), 100324. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100324>
- Murray, A., & Kline, C. (2015). Rural tourism and the craft beer experience: factors influencing brand loyalty in rural North Carolina, USA. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1198–1216. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.987146>
- Naidoo, P., Ramseook-munhurrin, P., & Ladsawut, J. (2010). Tourist satisfaction with mauritius as a holiday destination. *Journal of Business Research*, 4(2), 113–124.
- Nasir, M. N. M., Mohamad, M., Ghani, N. I. A., & Afthanorhan, A. (2020). Testing mediation roles of place attachment and tourist satisfaction on destination attractiveness and destination loyalty relationship using phantom approach. *Management Science Letters*, 10(2), 443–454. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.026>
- Nowacki, M. (2013). *The Determinants of Satisfaction of Tourist Attractions' Visitors*. Poznan: Active. [https://www.academia.edu/3588598/The\\_Determinants\\_of\\_Satisfaction\\_of\\_Tourist\\_Attractions\\_Visitors](https://www.academia.edu/3588598/The_Determinants_of_Satisfaction_of_Tourist_Attractions_Visitors)



- Perpres RI Nomor 2 Tahun 2015 Tentang RPJMN Tahun 2015-2019. (2014). In *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional* (Issue 1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/114/1/012081>
- Presenza, A., Del Chiappa, G., & Sheehan, L. (2013). Residents' engagement and local tourism governance in maturing beach destinations. Evidence from an Italian case study. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(1), 22–30. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.01.001>
- Qiu, Y., Wang, E., Bu, Y., & Yu, Y. (2021). Valuing recreational fishery attributes, opportunities and associated activities in China from the tourists' satisfaction perspectives. *Marine Policy*, 131(September 2020), 104616. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104616>
- Supriatna, D., Wibowo, L. A., & Yuniawati, Y. (2016). Analisis Faktor-Faktor Dominan Dalam Pembentukan Creative Tourism Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei terhadap Wisatawan Mancanegara Asal Belanda, Jerman dan Perancis yang berkunjung ke D.I. Yogyakarta). *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 4(2), 823. <https://doi.org/10.17509/thej.v4i2.1990>
- Syafi'i, M., & Suwandono, D. (2015). Perencanaan Desa Wisata Dengan Pendekatan Konsep Community Based Tourism (CBT) Di Desa Bedono, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. *Ruang*, 1(2), 51–60. <https://doi.org/10.14710/ruang.1.2.61-70>
- Vengesayi, S., Mavondo, F. T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14(5), 621–636. <https://doi.org/10.3727/108354209X12597959359211>
- Yangzhou Hu, & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25–34. <https://doi.org/10.1177/004728759303200204>