

Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Wisatawan pada Pengelolaan Desa Wisata Berkelanjutan di Desa Wisata Bansari

Salma Fatimatu Zahra¹, Sri Gunani Partiw²

^{1,2}) Departemen Teknik Sistem dan Industri, Fakultas Teknologi Industri dan Rekayasa Sistem, Institut Teknologi

Sepuluh Nopember

Jl. Raya ITS, Keputih, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60111

Email: salmazahra1724@gmail.com, sg.partiwi@its.ac.id

ABSTRAK

Desa Wisata Bansari di Kabupaten Temanggung merupakan destinasi wisata berbasis alam dan pertanian yang memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Namun, kinerja layanan berbasis keberlanjutan yang dirasakan wisatawan belum sepenuhnya optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas layanan berbasis dimensi keberlanjutan serta merumuskan strategi pengembangan desa wisata berkelanjutan di Desa Wisata Bansari menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Data dikumpulkan dari 67 responden wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CSI sebesar 74,11% yang termasuk dalam kategori puas, namun masih memerlukan peningkatan. Analisis IPA mengidentifikasi empat atribut prioritas perbaikan pada kuadran A, yaitu pengelolaan sampah (L4), manajemen pengelolaan desa wisata (S5), partisipasi masyarakat (S3), dan promosi desa wisata (E4). Berdasarkan hasil tersebut, rekomendasi strategi pengembangan berkelanjutan meliputi peningkatan pengelolaan sampah, penguatan kapasitas SDM dan partisipasi masyarakat melalui pendekatan Community-Based Tourism (CBT), serta optimalisasi promosi digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan praktis bagi pengelola dan pemangku kepentingan dalam pengembangan Desa Wisata Bansari yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Kata kunci: Customer Satisfaction Index (CSI), Desa Wisata Berkelanjutan, Importance Performance Analysis (IPA)

ABSTRACT

Bansari Tourism Village in Temanggung Regency is a nature and agriculture-based tourism destination that has the potential for sustainable development. However, the performance of sustainability-based services perceived by tourists is not yet fully optimal. This study aims to analyze the level of tourist satisfaction with the quality of services based on sustainability dimensions and formulate a strategy for developing a sustainable tourism village in Bansari Tourism Village using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. Data were collected from 67 tourist respondents. The results showed that the CSI value was 74.11%, which is included in the satisfied category, but still requires improvement. The IPA analysis identified four priority attributes for improvement in quadrant A, namely waste management (L4), tourism village management (S5), community participation (S3), and tourism village promotion (E4). Based on these results, recommendations for sustainable development strategies include improving waste management, strengthening community capacity and participation through a Community-Based Tourism (CBT) approach, and optimizing digital promotion. The results of this study are expected to serve as a practical reference for managers and stakeholders in developing a sustainable and competitive Bansari Tourism Village.

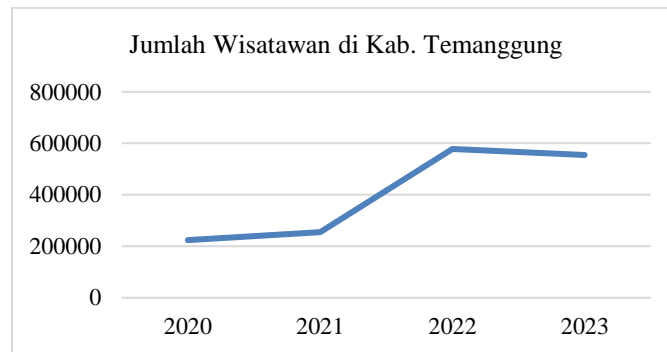
Keywords: Customer Satisfaction Index (CSI); Importance Performance Analysis (IPA); Sustainable Tourism Village

Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi global karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat hubungan lintas budaya [1]. Di Indonesia, sektor ini berkontribusi sekitar 4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2024 dan menghasilkan devisa sebesar USD 16,7 miliar [2]. Perkembangan pariwisata global pasca pandemi COVID-19 menunjukkan adanya pergeseran tren dari wisata massal ke pariwisata yang lebih berkelanjutan dan berbasis keunikan lokal [3]. Pergeseran ini menuntut paradigma baru dalam pengembangan destinasi wisata, yang tidak hanya menekankan pada pertumbuhan jumlah wisatawan, tetapi juga pada keberlanjutan sosial, lingkungan, dan ekonomi masyarakat lokal.

Salah satu bentuk implementasi pariwisata berkelanjutan di Indonesia adalah pengembangan desa wisata [4]. Namun, tidak semua desa wisata memiliki konsep berkelanjutan, diperlukan pengelolaan yang mengacu pada prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan untuk menjadi desa wisata berkelanjutan [5]. Penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan di desa wisata berpotensi memberikan dampak langsung terhadap aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi setempat. Desa wisata yang menerapkan prinsip keberlanjutan akan menjaga kelestarian sumber daya alam, memperkuat kesejahteraan masyarakat lokal, serta melestarikan budaya dan identitas lokal dalam jangka panjang [6]. Desa wisata menyediakan pengalaman wisata yang autentik melalui integrasi budaya lokal, lingkungan alam, dan kehidupan masyarakat [7]. Desa wisata juga menjadi sarana efektif untuk mengurangi kesenjangan antara daerah perkotaan dan pedesaan, memperkuat ekonomi lokal, serta melestarikan budaya tradisional [8]. Pengembangan desa wisata berpotensi meningkatkan perekonomian pedesaan dan bersifat berkelanjutan. Oleh karena itu, pengembangan desa wisata diperlukan sebagai salah satu pendekatan untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan [9]. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024, yang menempatkan desa wisata sebagai program strategis nasional [10]. Hingga 2025, tercatat 6.106 desa wisata terdaftar dalam Jejaring Desa Wisata (Jadesta), menunjukkan komitmen pemerintah dan masyarakat dalam memperkuat pariwisata berbasis komunitas [11].

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu daerah yang mengalami pertumbuhan pesat dalam pengembangan desa wisata. Terdapat 886 desa wisata aktif yang dikategorikan sebagai rintisan, berkembang, dan maju [12]. Pemerintah daerah menekankan pentingnya sinergi antara sektor publik, swasta, dan komunitas lokal untuk mengoptimalkan potensi wisata tersebut melalui Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2019 tentang Pemberdayaan Desa Wisata. Kabupaten Temanggung dikenal sebagai wilayah unggulan dengan daya tarik wisata berbasis alam dan pertanian, dibuktikan dengan tren kunjungan wisatawan yang meningkat sejak 2020 hingga 2023 seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1, meskipun terdapat fluktuasi akibat perubahan kondisi ekonomi nasional [13].



Gambar 1. Jumlah Wisatawan di Kab. Temanggung Tahun 2020 – 2023

Desa Wisata Bansari merupakan salah satu destinasi potensial di Kabupaten Temanggung. Terletak di lereng Gunung Sindoro dengan ketinggian sekitar 1.000 meter di atas permukaan laut, desa ini dikelola oleh BUMDes Tirta Sembada. Bansari memiliki sumber daya alam yang kaya berupa perkebunan kopi, sayuran hortikultura, dan panorama pegunungan yang memukau. Desa Wisata Bansari juga memiliki potensi wisata unggulan yaitu Embung Bansari, sebuah waduk buatan yang tidak hanya berfungsi sebagai irigasi pertanian tetapi juga sebagai objek wisata alam. Meski memiliki potensi besar, jumlah kunjungan wisatawan Embung Bansari di Desa Wisata Bansari masih relatif rendah dibandingkan objek wisata lain di desa wisata sekitarnya, yaitu Posong di Desa Wisata Tlahab seperti yang ditunjukkan dengan Gambar 2 [14].



Gambar 2. Jumlah Pengunjung Tiap Obyek Wisata di Kab. Temanggung Tahun 2023

Permasalahan utama Desa Wisata Bansari terletak pada kualitas layanan wisata dan strategi pengelolaan yang belum terintegrasi secara profesional. Ulasan wisatawan di Google Review menunjukkan keluhan terkait kebersihan, fasilitas, dan aksesibilitas jalan. Ulasan di media sosial perlu dikumpulkan sebagai data pendukung guna mengukur kepuasan pelanggan terhadap layanan pariwisata [15]. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan adalah

determinan utama kepuasan wisatawan [16]. Kualitas layanan dipengaruhi oleh perbedaan antara layanan yang diharapkan (*expected service*) dan yang dirasakan (*perceived service*) [17]. Ketika persepsi wisatawan lebih rendah dari harapan, kepuasan menurun dan berdampak pada kunjungan ulang (*revisit intention*) [18]. Jadi, kualitas pelayanan bergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Pengukuran kualitas layanan di Desa Wisata Bira Tengah, Madura menggunakan dimensi yang berkontribusi pada pembangunan pariwisata berkelanjutan yaitu: lingkungan (*environmental*), sosial (*social*), ekonomi (*economic*) dan penambahan dimensi budaya (*culture*) dan menghasilkan rekomendasi perbaikan kualitas layanan untuk peningkatan pariwisata keberlanjutan di Desa Wisata Bira Tengah [19]. Maka digunakan penelitian tersebut sebagai acuan untuk mengevaluasi kualitas layanan desa wisata berkelanjutan di Desa Wisata Bansari.

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) [20]. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur, namun CSI tidak dapat mengukur kinerja layanan dari sudut pandang pelanggan [21]. Jika kinerja layanan sistem tidak memenuhi harapan pelanggan, kepuasan pelanggan akan menurun. Semakin besar perbedaan antara kinerja dan harapan, semakin rendah kepuasan pelanggan. Salah satu metode pengukuran kinerja pelayanan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA), yang membandingkan penilaian pengguna berdasarkan pentingnya kualitas layanan dan kinerja pelayanan [22]. IPA dianggap efektif untuk membantu mengidentifikasi atribut yang perlu ditingkatkan dengan pendekatan yang sederhana namun kuat, terutama dalam hal pengelolaan prioritas ketika sumber daya terbatas [23]. Meskipun CSI dan IPA telah banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan wisatawan, penerapannya dalam konteks desa wisata masih didominasi oleh dimensi layanan konvensional dan belum banyak mengintegrasikan indikator keberlanjutan secara komprehensif. Di sisi lain, kajian desa wisata berkelanjutan umumnya bersifat kualitatif dan belum menyediakan pendekatan kuantitatif yang mampu mengidentifikasi kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kinerja layanan dari perspektif wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dengan mengintegrasikan metode CSI dan IPA menggunakan dimensi keberlanjutan (lingkungan, sosial, ekonomi, dan budaya) sebagai alat evaluasi sekaligus dasar perumusan strategi pengembangan desa wisata berkelanjutan, khususnya pada konteks desa wisata berkembang seperti Desa Wisata Bansari.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, Desa Wisata Bansari memiliki berbagai potensi unggulan pada sektor perkebunan, pertanian, dan wisata alam. Namun, pengelolaan desa wisata dan pemanfaatan potensi tersebut belum sepenuhnya dilakukan secara optimal, khususnya dalam penyediaan kualitas layanan yang mendukung pengelolaan desa wisata berkelanjutan. Hal ini dapat dilihat dari belum optimalnya kinerja layanan dan fasilitas wisata yang dirasakan oleh wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis kualitas layanan dan tingkat kepuasan wisatawan berbasis dimensi keberlanjutan serta perumusan strategi pengembangan pengelolaan Desa Wisata Bansari yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Metode Penelitian

Responden Penelitian

Dalam penelitian ini responden akan dipilih menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden yang memenuhi kriteria. Responden penelitian adalah wisatawan salah satu layanan wisata di Desa Wisata Bansari yaitu Embung Bansari dengan usia 15-64 tahun dengan minimal kunjungan satu kali. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga perhitungan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut [24].

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times P \times (1 - P)}{e^2} \quad (1)$$

Keterangan:

n: Ukuran sampel

Z: Tingkat kepercayaan (90%)

P: Proporsi populasi (0,05)

e: Margin of error (10%)

Pada penelitian ini, tingkat kepercayaan yang digunakan adalah sebesar 90% dengan mempertimbangkan karakteristik responden wisatawan yang heterogen dan memiliki tingkat pemahaman yang berbeda terhadap konsep desa wisata berkelanjutan. Oleh karena itu, tingkat kepercayaan 90% dinilai cukup untuk merepresentasikan kecenderungan umum persepsi wisatawan dalam penelitian yang bersifat eksploratif dan kontekstual. Nilai *P* sebesar 0,5 digunakan karena proporsi populasi tidak diketahui, sehingga diasumsikan variasi maksimum untuk memperoleh ukuran sampel yang konservatif. Selanjutnya, *margin of error* sebesar 10% digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola kepuasan dan prioritas perbaikan layanan sebagai dasar perumusan strategi pengembangan desa wisata berkelanjutan, sehingga tidak menuntut tingkat presisi statistik yang sangat tinggi. Dengan kombinasi tersebut, ukuran sampel yang diperoleh tetap

relevan dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis. Berdasarkan rumus Lemeshow, maka didapatkan perhitungan sampel respondennya sebagai berikut.

$$n = \frac{1,64^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{2,6896 \times 0,5}{0,01}$$

$$n = 67$$

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel responden pada penelitian ini adalah 67 responden.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah keberlanjutan desa wisata, yang secara konseptual mencakup tiga pilar utama, yaitu lingkungan, sosial, dan ekonomi, serta diperluas dengan penambahan dimensi budaya mengacu pada penelitian [19] yang telah diadaptasi dengan menyesuaikan indikator terhadap karakteristik Desa Wisata Bansari melalui diskusi dengan pengelola desa wisata, sehingga indikator yang digunakan tetap relevan secara konseptual dan kontekstual. Maka, didapatkan 19 butir indikator yang ditunjukkan pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Dimensi dan Indikator Penelitian

No.	Dimensi	Indikator (kode)
1.	Lingkungan	Menjaga lingkungan destinasi (L1) Lingkungan yang aman dan sehat (L2) Ketersediaan sumber air bersih (L3) Pengelolaan sampah (L4) Atraksi wisata ramah lingkungan (L5) Kebersihan destinasi (L6) Aktivitas wisatawan (L7)
2.	Budaya	Informasi budaya lokal (B1) Akses budaya tradisional (B2) Perlindungan warisan budaya (B3)
3.	Ekonomi	Destinasi kompetitif (E1) Kontribusi wisata terhadap ekonomi lokal (E2) Peluang kerja (E3) Promosi wisata (E4)
4.	Sosial	Aktivitas wisatawan (S1) Aktivitas komunitas lokal (S2) Partisipasi masyarakat (S3) Peran pemangku kepentingan (S4) desa wisata (S5)

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan melalui tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari masing-masing atribut. Langkah-langkah dalam menghitung nilai CSI dapat dilihat sebagai berikut [25].

- Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan rumus:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n}; MSS = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \quad (2)$$

Keterangan:

y_i : Nilai kepentingan atribut ke- i

x_i : Nilai kinerja atribut ke- i

n : Jumlah responden

- Membuat *Weight Factor* (WF) yang merupakan presentasi nilai *Mean Importance Score* (MIS) terhadap total *Mean Importance Score* (MIS) setiap atribut dengan rumus:

$$WF = \frac{MIS}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \quad (3)$$

Keterangan:

p : Jumlah atribut kepentingan

i : Atribut ke- i

- Membuat *Weight Score* (WS) dengan rumus:

$$WS_i = WF_i \times MSS \quad (4)$$

Keterangan:

i: Atribut ke-*i*

- d. Menentukan *Satisfaction Index* dengan rumus:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS_i}{HS} \times 100\% \quad (5)$$

Keterangan:

HS: Skala maksimum yang digunakan (*highest scale*)

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan skor antara 1-4. Hal ini dikarenakan untuk meniadakan kategori jawaban yang ditengah, karena kategori *undeciden* dapat diartikan memiliki jawaban yang ganda arti (*multi interpretable*) dan juga dapat menimbulkan responden memiliki kecenderungan jawaban ke tengah (*central tendency effect*). Pemberian skor jawaban ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Skala Penilaian untuk Pengukuran Jawaban Responden

Skor	Tingkat Kepentingan (Harapan)	Tingkat Kepuasan (Kinerja)
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Puas
2	Tidak Penting	Tidak Puas
3	Penting	Puas
4	Sangat Penting	Sangat Puas

Tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan tertinggi akan dicapai apabila CSI menunjukkan rentang 100%. Penentu angka indeks pada kriteria nilai CSI menggunakan skala numerik dengan rumus sebagai berikut.

$$RS = \frac{m - n}{b} \quad (6)$$

Keterangan:

RS: Rentang Skala

m: Skor tertinggi

n: Skor terendah

b: Jumlah kelas atau kategori yang akan dibuat

Berdasarkan rumus tersebut, maka didapatkan rentang skala sebagai berikut.

$$RS = \frac{100\% - 0\%}{4}$$

$$RS = 25\%$$

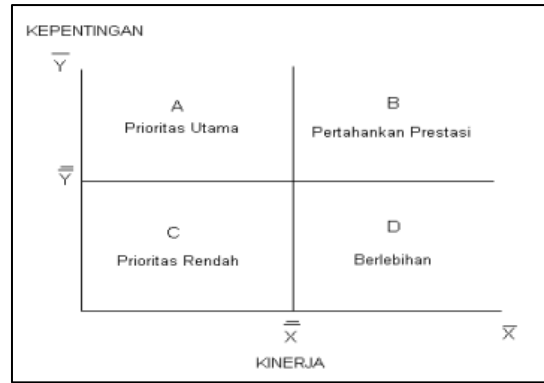
Setelah didapatkan indeks kepuasan menggunakan langkah-langkah di atas, tahap selanjutnya adalah mengklasifikasikan nilai CSI tersebut ke dalam kriteria CSI.

Tabel 3. Kriteria CSI

Nilai Indeks	Kriteria CSI
75,00%-100,00%	Sangat Puas
50,00%-74,99%	Puas
25,00%-49,99%	Tidak Puas
0,00%-24,99%	Sangat Tidak Puas

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martila dan James pada tahun 1977. IPA merupakan metode yang memetakan persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan (*importance*) aspek pelayanan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja (*performance*) dari aspek pelayanan untuk mengidentifikasi layanan yang perlu ditingkatkan [23]. Dalam metode IPA, atribut akan dipetakan ke dalam empat kuadran diagram matriks IPA, dimana setiap kuadran menunjukkan tingkat kinerja (sumbu x) dan tingkat kepentingan (sumbu y) yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Diagram Matriks IPA

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan pernyataan yang diajukan dalam mendefinisikan suatu variabel. Hasil dari uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r yang didapatkan (r hitung) dengan r tabel yang didapatkan dari tabel r *Corrected Item - Total Correlation*. Nilai kritis dilihat pada tabel r dengan taraf signifikansi $\alpha = 10\%$ dan jumlah sampel sebesar 67 responden dengan derajat kebebasan $df = N - 2 = 67 - 2 = 65$, maka didapatkan *critical value* sebesar 0,240. Oleh karena itu, pengujian validitas kuisioner dalam penelitian ini memiliki batas r hitung $\geq 0,240$. Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa 19 indikator kepentingan dan kepuasan dinyatakan valid karena seluruh nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	R Kepentingan	R Kepuasan	Keterangan	Variabel	R Kepentingan	R Kepuasan	Keterangan
L1	0,675	0,821	VALID	E1	0,732	0,561	VALID
L2	0,726	0,763	VALID	E2	0,794	0,805	VALID
L3	0,631	0,794	VALID	E3	0,836	0,773	VALID
L4	0,726	0,835	VALID	E4	0,785	0,842	VALID
L5	0,620	0,821	VALID	S1	0,832	0,915	VALID
L6	0,755	0,794	VALID	S2	0,699	0,777	VALID
L7	0,702	0,784	VALID	S3	0,833	0,829	VALID
B1	0,775	0,803	VALID	S4	0,777	0,884	VALID
B2	0,790	0,809	VALID	S5	0,820	0,921	VALID
B3	0,681	0,868	VALID				

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini berfungsi untuk menguji kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan pada setiap variabel yang telah lolos uji validitas. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel. Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan semua variabel lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Keterangan
Performance	0,971	Reliabel
Importance	0,955	Reliabel

Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI dihitung dengan membagi *Weight Score* (WS) dengan skala maksimum yang digunakan. Berikut ini adalah nilai CSI:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS_i}{HS} \times 100\% = \frac{2,96}{4} = 74,11\%$$

Didapatkan hasil bahwa indeks kepuasan wisatawan termasuk dalam kriteria “puas” karena berada pada rentang nilai 50%-75% yakni sebesar 74,11%, yang berarti secara umum indeks kepuasan wisatawan sudah memenuhi harapan namun masih ada ruang perbaikan pada pengembangan pariwisata berkelanjutan. Hasil ini mengindikasikan peluang untuk mengintegrasikan praktik *sustainability* (lingkungan, budaya, ekonomi, dan sosial) di Desa Wisata Bansari menuju kategori sangat puas atau diatas rentang nilai 75% agar kepuasan wisatawan terpenuhi dan berpengaruh terhadap minat kunjungan kembali. Pendekatan berkelanjutan juga berperan penting dalam menjaga manfaat jangka panjang bagi komunitas dan kualitas pengalaman pengunjung pariwisata [26].

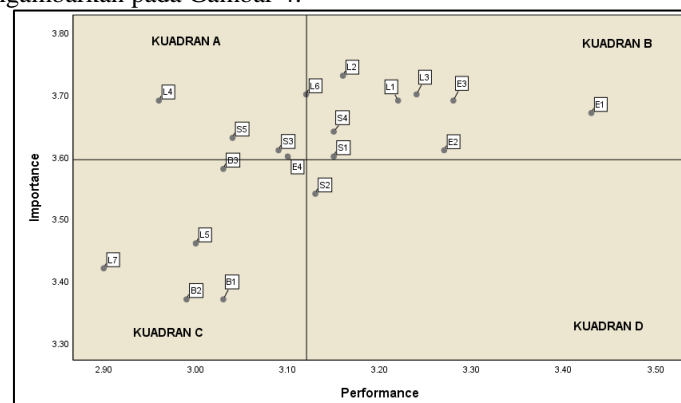
Importance Performance Analysis (IPA)

IPA mengukur tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar wisatawan merasa puas terhadap pelayanan di Desa Wisata Bansari, dan seberapa besar Desa Wisata Bansari memahami apa yang diinginkan wisatawan terhadap layanan yang diberikan. Tabel 6 merupakan rekapitulasi nilai kinerja (X) dan kepentingan (Y) untuk setiap atribut.

Tabel 6. Rekapitulasi IPA

Dimensi	Indikator (Kode)	X	Y	Gap
Lingkungan	L1	3,22	3,69	-0,47
	L2	3,16	3,73	-0,57
	L3	3,24	3,70	-0,46
	L4	2,96	3,69	-0,73
	L5	3,00	3,46	-0,46
	L6	3,12	3,70	-0,58
	L7	2,90	3,42	-0,52
Budaya	B1	3,03	3,37	-0,34
	B2	2,99	3,37	-0,38
	B3	3,03	3,58	-0,55
Ekonomi	E1	3,43	3,67	-0,24
	E2	3,27	3,61	-0,34
	E3	3,28	3,69	-0,41
	E4	3,10	3,60	-0,50
Sosial	S1	3,15	3,60	-0,45
	S2	3,13	3,54	-0,41
	S3	3,09	3,61	-0,52
	S4	3,15	3,64	-0,49
	S5	3,04	3,63	-0,59

Hubungan yang dirasakan oleh wisatawan antara tingkat kepentingan dan kinerja ditentukan oleh matriks IPA dalam diagram kartesius dengan pemetaan menjadi empat kuadran yang didefinisikan oleh dua garis tegak lurus (X dan Y). Grafik nilai rata-rata X dan Y pada diagram kartesius menunjukkan posisi atribut dalam empat kuadran, seperti yang digambarkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram Matriks IPA

Berdasarkan Gambar 2 dapat diketahui bahwa setiap atribut layanan tersebar pada keempat kuadran dengan karakteristik yang berbeda. Pada kuadran A (Prioritas Utama), terdapat indikator dengan urutan prioritas perbaikan berdasarkan nilai gapnya yaitu: L4, S5, S3, dan E4 yang memiliki tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerjanya masih rendah. Hal ini menandakan bahwa aspek-aspek tersebut merupakan titik lemah yang perlu

segera ditingkatkan oleh pengelola Desa Wisata Bansari karena dianggap penting oleh wisatawan, namun belum mampu memberikan kepuasan yang optimal. Kondisi ini berpotensi menghambat keberlanjutan desa wisata, khususnya pada aspek lingkungan dan tata kelola, karena pengelolaan sampah yang tidak optimal dapat menurunkan kualitas lingkungan, sementara lemahnya manajemen dan partisipasi masyarakat dapat mengganggu keberlanjutan sosial dan ekonomi desa wisata dalam jangka panjang [5]. Sehingga, aspek ini dianggap penting dalam menjaga keberlanjutan lingkungan, sosial, ekonomi, dan budaya di desa wisata dan perlu segera dilakukan perbaikan.

Selanjutnya, kuadran B (Pertahankan Prestasi) berisi indikator L6, L2, L1, L3, E3, S4, S1, E2, dan E1 yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang sama-sama tinggi. Atribut dalam kuadran ini mencerminkan kekuatan utama Desa Wisata Bansari yang telah dikelola dengan baik dan sesuai dengan harapan pengunjung. Oleh karena itu, pengelola perlu mempertahankan kualitas pada aspek-aspek ini agar citra positif dan tingkat kepuasan wisatawan tetap terjaga. Keberadaan atribut kuat dalam kuadran ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Bansari telah memiliki pondasi keberlanjutan yang baik, terutama dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas dan mendukung keberlanjutan ekonomi melalui kepuasan dan loyalitas wisatawan.

Pada kuadran C (Prioritas Rendah), indikator L5, L7, B2, B1, dan B3 menunjukkan bahwa aspek-aspek tersebut memiliki tingkat kepentingan maupun kinerja yang rendah. Artinya, meskipun kinerjanya belum optimal, pengunjung tidak terlalu menganggapnya penting. Pengelola dapat menunda peningkatan pada indikator-indikator ini dan lebih memfokuskan sumber daya pada kuadran prioritas utama. Namun demikian, jika tidak dikelola secara bertahap, aspek-aspek ini berpotensi menjadi penghambat keberlanjutan budaya dan ekonomi lokal di masa depan, terutama apabila desa wisata berkembang dan ekspektasi wisatawan meningkat.

Terakhir, kuadran D (Berlebihan) hanya memuat indikator S2, yang menunjukkan bahwa kinerjanya relatif tinggi tetapi tingkat kepentingannya rendah. Dengan demikian, pengelola mungkin telah memberikan perhatian atau sumber daya yang berlebih pada aspek ini. Disarankan agar sumber daya tersebut dialihkan untuk memperbaiki aspek-aspek di kuadran A yang lebih membutuhkan peningkatan. Pengalihan sumber daya ini penting agar pengelolaan desa wisata menjadi lebih efisien dan selaras dengan prinsip keberlanjutan. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa pengelolaan Desa Wisata Bansari telah berjalan cukup baik dengan beberapa indikator yang kuat pada kuadran B, namun masih diperlukan perbaikan khusus pada aspek-aspek di kuadran A agar tingkat kepuasan wisatawan dapat meningkat secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA), empat atribut yang berada dalam kuadran A, yaitu pengelolaan sampah (L4), manajemen pengelolaan desa wisata (S5), partisipasi masyarakat (S3), dan promosi desa wisata (E4) menjadi prioritas utama perbaikan dalam pengembangan Desa Wisata Bansari. Atribut-atribut tersebut berperan penting dalam mendukung keberlanjutan desa wisata baik dari aspek lingkungan, sosial, ekonomi, maupun budaya, sehingga diperlukan usulan rekomendasi perbaikan yang dapat dijadikan sebagai strategi pengembangan berkelanjutan di Desa Wisata Bansari sebagai berikut.

1. Pertama, pengelolaan sampah (L4) merupakan salah satu faktor penting untuk menciptakan kenyamanan wisatawan sekaligus mendukung keberlanjutan ekologis. Pengelolaan sampah yang baik seperti ketersediaan fasilitas pengelolaan sampah, kebersihan area, dan upaya edukasi terhadap pengunjung berkontribusi langsung pada persepsi kualitas destinasi dan kepuasan wisatawan [27]. Penyediaan tempat sampah yang memadai, pemilahan sampah, petugas kebersihan yang terlihat, dan kampanye perilaku bersih meningkatkan kepuasan pengunjung serta niat kunjungan ulang [28]. Pengelolaan sampah juga memainkan peran penting dalam memastikan pembangunan pariwisata berkelanjutan [29].
2. Kedua, manajemen pengelolaan desa wisata (S5) merupakan salah satu aspek yang memiliki peranan penting dalam pengembangan pariwisata [30]. Keberhasilan dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata membutuhkan SDM yang berkualitas, yang diharapkan mampu memberikan nilai tambah bagi masyarakat pada suatu objek wisata. Di Desa Wisata Margacinta Kab. Pangandaran menunjukkan bahwa investasi pada penguatan kompetensi SDM (*hospitality, housekeeping, pemanduan, manajemen destinasi*) berkorelasi positif dengan performa destinasi dan kepuasan wisatawan, sehingga penguatan kapasitas SDM merupakan aset promosi tidak langsung sekaligus sumber keunggulan kompetitif bagi desa wisata agar tercipta ekosistem pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan [31]. Investasi pada sumber daya manusia memiliki makna penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan desa wisata [32].
3. Ketiga, partisipasi masyarakat (S3) dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, dimana faktor internal yaitu mencakup karakteristik individu yang dapat mempengaruhi individu tersebut untuk berpartisipasi, sedangkan faktor eksternal adalah semua pihak luar yang berkepentingan dan berpengaruh, seperti pengurus desa, tokoh masyarakat, pemerintah ataupun swasta [33]. Partisipasi masyarakat akan tumbuh jika ada partisipasi dari para pemangku kepentingan antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam menyediakan layanan publik di sektor pariwisata seperti infrastruktur, jalan, fasilitas, dan promosi [34]. Pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT) merupakan pendekatan penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan karena menempatkan

masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya wisata [35]. Melalui pendekatan ini, masyarakat diberdayakan untuk mengembangkan potensi alam dan budaya secara bertanggung jawab dengan tetap menjaga konservasi lingkungan. Penerapan CBT memperkuat tata kelola berbasis komunitas, meningkatkan kapasitas lokal, serta mendorong loyalitas wisatawan melalui interaksi dan keterlibatan masyarakat dalam menjaga kualitas layanan. [36]. Partisipasi masyarakat dalam keberlanjutan pariwisata juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan [37].

4. Keempat, dalam meningkatkan promosi di desa wisata (E4) diperlukan promosi digital yang terbukti memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah dan dapat diarahkan untuk menyaring segmen wisatawan [38]. Pada Februari tahun 2025 pengguna media sosial di Indonesia mencapai angka 143 juta dengan pertumbuhan 2,9% per tahunnya atau sekitar 50,2% dari total populasi Indonesia di tahun 2025 yang sebanyak 285 juta [39]. Hal ini memberikan *insight* baru terkait dengan peluang media promosi di sosial media. Pemasaran media sosial dapat meningkatkan promosi desa wisata dan keputusan berkunjung wisatawan secara signifikan jika diterapkan secara konsisten dan strategis [40]. Peran strategi digital marketing dalam pariwisata berkelanjutan di desa wisata seperti penggunaan *platform* digital, dapat meningkatkan kunjungan wisatawan sekaligus meningkatkan partisipasi dan pelestarian budaya serta lingkungan di desa wisata [41]. Dengan demikian, meningkatnya penggunaan media sosial tidak hanya menjadi peluang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga memperkuat partisipasi komunitas, dan mendorong promosi yang lebih efektif bagi Desa Wisata Bansari.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan di Desa Wisata Bansari memiliki nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 74,11% yang termasuk dalam kategori puas. Meskipun hasil CSI dikategorikan puas, beberapa atribut masih perlu ditingkatkan berdasarkan matriks IPA. Hasil pengukuran kinerja yang diperoleh menggunakan metode IPA menunjukkan bahwa terdapat empat atribut yang diklasifikasikan ke dalam kuadran A dan menjadi prioritas perbaikan, yaitu pengelolaan sampah (L4), manajemen pengelolaan desa wisata (S5), partisipasi masyarakat (S3), dan promosi desa wisata (E4). Atribut-atribut tersebut berperan penting dalam mendukung keberlanjutan desa wisata, terutama pada aspek lingkungan, sosial, ekonomi, dan budaya. Rekomendasi perbaikan meliputi peningkatan pengelolaan sampah, penguatan kapasitas SDM dan partisipasi masyarakat melalui pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT), serta optimalisasi promosi digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan praktis bagi pengelola desa wisata dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pengembangan desa wisata berkelanjutan. Keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupan lokasi dan pendekatan kuantitatif, sehingga penelitian selanjutnya disarankan mengintegrasikan pendekatan kualitatif untuk memperdalam analisis keberlanjutan.

Daftar Pustaka

- [1] A. F. Amin And W. Budilestari, "The Triple Impact Of Tourism : Economic Growth , Cultural Dynamics , And Environmental Change," Vol. 11, No. 1, Pp. 19–26, 2025.
- [2] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, "Mendongkrak Kinerja Sektor Pariwisata, Pemerintah Siapkan Berbagai Program Lintas Sektor," 2025.
- [3] A. Wirdayanti *Et Al.*, "Pedoman Desa Wisata," *Pedoman Desa Wisata Kemenparekraf 2019*, Pp. 1–94, 2021, [Online]. Available: <https://www.ciptadesa.com/2021/06/pedoman-desawisata.html>.
- [4] I. Junaid, W. O. Dewi, A. Said, And H. Hanafi, "Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan: Studi Kasus Di Desa Paccekke, Kabupaten Barru, Indonesia," *J. Reg. Rural Dev. Plan.*, Vol. 6, No. 3, Pp. 287–301, 2022, Doi: 10.29244/Jp2wd.2022.6.3.287-301.
- [5] U. N. W. T. Organization, *Sustainable Tourism For Development*, First Edit. Madrid, Spain): World Tourism Organization, 2013.
- [6] F. Marveina, S. Samtono, And Y. Denik, "Penerapan Pariwisata Berkelanjutan Sebagai Upaya Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wisata Lerep)," Vol. 07, No. 02, Pp. 1–14, 2023.
- [7] H. I. Mustaqim, H. Puspito, D. Setiyorini, And R. Khaerani, "Terhadap Pemasaran Desa Wisata (Sensory Experience Analysis And Its Implications For Rural Tourism Marketing)," Vol. 4, Pp. 156–170, 2025.
- [8] F. Ferdian *Et Al.*, "Driving Sustainable Tourism Villages: Evaluating Stakeholder Commitment, Attitude, And Performance: Evidence From West Sumatra, Indonesia," *Sustain.*, Vol. 16, No. 14, 2024, Doi: 10.3390/Su16146066.
- [9] A. Nugraha, G. Prayitno, R. Rahmawati, And A. Auliah, "Farmers' Social Capital In Supporting

- Sustainable Agriculture: The Case Of Pujon Kidul Tourism Village, Indonesia,” *Civ. Environ. Sci.*, Vol. 005, No. 02, Pp. 235–249, 2022, Doi: 10.21776/Ub.Civense.2022.00502.12.
- [10] Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif, “Menorong Tren Pariwisata 2025,” 2025.
 - [11] Jadesta, “Peta Sebaran Desa Wisata,” *Jejaring Desa Wisata - Jadesta*, 2025. .
 - [12] Dinas Kepemudaan Olahraga Dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, “Kerangka Acuan Kerja Kegiatan Pembangunan Dan Pemantapan Desa Wisata Dan Pengelolaan Daya Tarik Wisata Tahun Anggaran 2025,” 2025.
 - [13] Badan Pusat Statistik, “Provinsi Jawa Tengah Dalam Angka,” 2025.
 - [14] Badan Pusat Statistik, “Statistik Kabupaten Temanggung 2024,” 2024.
 - [15] K. Zhou And Z. Yao, “Analysis Of Customer Satisfaction In Tourism Services Based On The Kano Model,” *Systems*, Vol. 11, No. 7, 2023, Doi: 10.3390/Systems11070345.
 - [16] J. Park And E. B. Jeong, “Service Quality In Tourism: A Systematic Literature Review And Keyword Network Analysis,” *Sustain.*, Vol. 11, No. 13, Pp. 1–21, 2019, Doi: 10.3390/Su11133665.
 - [17] D. Thi, K. Tuan, D. Van Huynh, And B. Stangl, “Annals Of Tourism Research Empirical Insights Satisfaction With Response : The Impact On Potential Customers ’ Perceived Service Quality And Intent To Stay,” *Ann. Tour. Res. Empir. Insights*, Vol. 6, No. 1, P. 100179, 2025, Doi: 10.1016/J.Annale.2025.100179.
 - [18] D. Yuwono, “Jurnal Bisnis Dan Manajemen Using The Expectancy Disconfirmation Model In Analysis Of The Effect Of Service Quality On Tourist ’ S Satisfaction And Revisiting Tourist ’ S In Bali,” Vol. 11, No. 1, 2024.
 - [19] F. Agustina, B. K. Khotimah, D. Susilowanto, And P. Rahma, “The Key Success Factor For Sustainable Rural Tourism Development In Using Integration Of The Ipa-Kano Model,” Vol. 18, No. December, Pp. 315–330, 2024, Doi: 10.47608/Jki.V18i22024.315.
 - [20] I. Ardiansyah, H. Iskandar, A. R. Krisnadi, And Y. Fajar, “Measuring Tourist Satisfaction Index On Attraction , Amenities , Accessibility , And Ancillary Service In Mangrove Tourism Park Angke Kapuk Jakarta,” Vol. 3, No. 1, 2023.
 - [21] H. Yuliyanto, C. Chotib, A. Subroto, B. Al Aufa, S. Sancoko, And D. Kusumaningrum, “The Perception Of Spada-Dikti Services In Underdeveloped Area Using Customer Satisfaction Index (Csi) And Importance Performance Analysis (Ipa) †,” 2022.
 - [22] A. Justitia, R. Semiati, And N. R. Ayuwindi, “Customer Satisfaction Analysis Of Online Taxi Mobile Apps,” *J. Inf. Syst. Eng. Bus. Intell.*, Vol. 5, No. 1, P. 85, 2019, Doi: 10.20473/Jisebi.5.1.85-92.
 - [23] T. Q. Nguyen, L. T. T. Ngo, N. T. Huynh, T. Le Quoc, And L. Van Hoang, “Assessing Port Service Quality: An Application Of The Extension Fuzzy Ahp And Importance-Performance Analysis,” *Plos One*, Vol. 17, No. 2 February, Pp. 1–24, 2022, Doi: 10.1371/Journal.Pone.0264590.
 - [24] S. Lemeshow, D. W. Hosmer, J. Klar, And S. K. Lwanga, “Adequacy Of Sample Size In Health Studies Stanley Lemeshow,” *W.H. Organ. Others*, Vol. 33, P. 1991, 1990, [Online]. Available: https://books.google.com/books/about/Adequacy_Of_Sample_Size_In_Health_Studies.html?hl=id&id=Gubjqgaacaaj.
 - [25] L. Aritonang, *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2005.
 - [26] K. Krittayaruangroj, S. Suriyankietkaew, And P. Hallinger, “Research On Sustainability In Community-Based Tourism : A Bibliometric Review And Future Directions,” Vol. 1665, 2023, Doi: 10.1080/10941665.2023.2276477.
 - [27] S. Aziz, M. Abdullah, And K. Niazi, “Journal Of Outdoor Recreation And Tourism Protecting Coastal Tourism Through Developing Tourists ’ Environment Responsible Behaviour,” *J. Outdoor Recreat. Tour.*, Vol. 44, No. Pb, P. 100698, 2023, Doi: 10.1016/J.Jort.2023.100698.
 - [28] F. Al Muqsi, R. Setiadi, And A. Lo, “Waste Management In Heritage Tourism Area : Perspectives From Visitors And Waste Management Operators,” Vol. 5, No. 1, Pp. 15–26, 2024, Doi: 10.46456/Jisdep.V5i1.524.
 - [29] N. Putridira And M. D. Ramdhani, “Sustainable Solid Waste Management In Tourism Villages : Challenges And Strategies For Environmental Sustainability Tourism Village,” Vol. 2, No. 2, Pp. 168–181, 2025.
 - [30] A. Amrullah, U. Kaltum, M. C. Sondari, And D. Pranita, “The Influence Of Capability , Business Innovation , And Competitive Advantage On A Smart Sustainable Tourism Village And Its Impact On The Management Performance Of Tourism Villages On Java Island,” No. July 2020, 2023.
 - [31] R. Iskandar, M. A. S. Saefullah, And O. Rusmana, “Analysis Of The Role Of Human Resources In Tourism Development In Margacinta Tourism Village Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran,” Vol. 12, No. 1, 2024.
 - [32] Y. Kristiana And T. Nathalia, “Model Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Desa Wisata Kemiri, Jember, Jawa Timur,” Vol. 18, No. 1978, Pp. 2577–2586, 2024.
 - [33] G. A. Amandawati, G. K. Sutawa, M. N. Efendi, And I. Pariwisata, “Partisipasi Masyarakat Lokal

- Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Hidden Canyon Desa Guwang , Kecamatan Sukawati , Kabupaten Gianyar , Provinsi Bali,” Vol. 7, Pp. 21326–21335, 2023.
- [34] W. P. Rani *Et Al.*, “Edunity,” Vol. 3, No. 7, Pp. 567–575, 2024.
 - [35] M. R. Ilhami, P. Studi, I. Pemerintahan, And U. M. Malang, “Hubungan Antara Pembangunan Berkelanjutan Dengan Community Based Tourism :,” Vol. 6, No. 2, 2021.
 - [36] I. M. B. Yasa And D. U. D. Nyoman, “Memprediksi Loyalitas Wisatawan Di Desa Wisata Penglipuran Melalui Community Based Tourism Dan,” Vol. 4, No. 4, Pp. 1986–1992, 2023.
 - [37] S. Lestari, Z. Ridho, D. Mellita, And M. T. Roseno, “The Community Participation In Tourism Sustainability And Tourist Satisfaction : A Study Of Post-Visit Behaviour To Cultural Destinations In Palembang City,” Vol. 5, No. 1, Pp. 53–63, 2021.
 - [38] R. Priopae, E. S. Marinescu, A. Turtureanu, And C. Cret, “Sustainable Development Through Agritourism And Rural Tourism : Research Trends And Future Perspectives In The Pandemic And Post-Pandemic Period,” Pp. 1–30, 2025.
 - [39] “Digital Report Indonesia,” 2025. .
 - [40] R. P. Juniarti, “Exploring Social Media Marketing For Promoting Tourism Villages : A Qualitative Approach,” Vol. 13, No. 5, Pp. 4167–4178, 2025, Doi: 10.37641/Jimkes.V13i5.3739.
 - [41] M. Maulana, D. Deliana, And T. Indah, “Integrating Digital Marketing Communication And Community Participation For Sustainable Tourism Development: A Case Study Of Sumberbulu Tourism Village , Indonesia,” Vol. 13, No. 1, Pp. 76–87, 2025, Doi: 10.12928/Channel.V13i1.1061.