

**ANALISIS SERVICE EXPERIENCE DI DESA WISATA CISAAT****Adelia N, Mulyati, Hamiyati**

Universitas Negeri Jakarta

Email Correspondence: adelianoviyanti_1504618025@mhs.unj.ac.id, imoel.mulyati@gmail.com**Abstrak****Latar Belakang :**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis service experience yang diberikan oleh pengelola homestay di Desa Wisata Cisaat bagi para tamu staycation yang menggunakan pelayanan homestay mereka. Ada 4 dimensi yang mengukur mengenai service experience atau pengalaman pelayanan yang didapatkan oleh konsumen atau wisatawan, yang terdiri atas Hedonik (Hedonics), Ketenangan Pikiran (Peace of Mind), Keterlibatan (Involvement), dan Pengakuan (Recognition) yang dikemukakan oleh Otto dan Brent Ritchie. Keempat dimensi ini perlu menjadi perhatian bagi para pengelola homestay untuk memastikan apakah mereka memahami pengalaman pelayanan yang seharusnya mereka berikan kepada para tamu atau wisatawan yang menggunakan pelayanan homestay mereka.

Metodologi:

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode survei. Subjek penelitian ini terdiri dari 8 orang pemilik homestay di Kampung Cisaat, Desa Cisaat yang tersebar di 1 rukun warga dan 8 rukun tetangga. Teknik pengambilan data dan sumber data dilakukan dengan metode wawancara mendalam menggunakan pedoman wawancara, serta dokumentasi berupa foto dan rekaman suara dari responden secara langsung.

Temuan:

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para responden memahami pentingnya memberikan pengalaman pelayanan yang berkesan untuk tamu-tamu yang menginap di homestay mereka. Keseluruhan responden menyadari pentingnya memberikan pengalaman pelayanan yang berkesan bertujuan agar tamu mereka mau kembali dan menggunakan jasa yang mereka tawarkan. Untuk memenuhi pengalaman pelayanan yang berkesan ini diberikan pemilik homestay melalui penyediaan fasilitas yang layak digunakan serta kemampuan mereka dalam melayani para tamu yang menginap dimana mereka bisa memastikan tamu merasa aman dan nyaman.

Kesimpulan:

Memperhatikan service experience atau pengalaman pelayanan yang akan didapatkan tamu penting bagi para pengelola jasa seperti para pengelola homestay di Desa Wisata Cisaat. Dengan memperhatikan 4 dimensi service experience atau pengalaman pelayanan yaitu Hedonik (Hedonics), Ketenangan Pikiran (Peace of Mind), Keterlibatan (Involvement), dan Pengakuan (Recognition) para pengelola jasa ini dapat mengetahui aspek-aspek yang sekiranya bisa membantu mereka mewujudkan service experience atau pengalaman pelayanan yang berkesan untuk tamu atau konsumen yang menggunakan jasa mereka.

Kata kunci : *service experience, homestay, staycation*

DOI	:	10.55701/mandalika.v1i2.25
Received	:	5 Mei 2022
Accepted	:	1 Agustus 2022
Published	:	02 Agustus 2022
Copyright Notice	:	Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License that allows others to share the work with an acknowledgement of the work's authorship and initial publication in this journal. 

PENGANTAR

Pandemi Covid 19 membuat jalannya sektor industri pariwisata terganggu. Banyak negara yang memilih untuk menutup akses bagi wisatawan atau turis yang ingin berlibur ke negara mereka dan melakukan pembatasan perjalanan. Di masa pandemi seperti ini, orang-orang akan menghindari tempat atau destinasi wisata yang terlalu ramai untuk mencegah penularan virus Covid 19 (Yanti, 2021). Kegiatan wisata di desa wisata pun dinilai dapat mencegah penularan virus Covid 19 dibandingkan dengan kegiatan wisata *mass tourism* di perkotaan (Yanti, 2021). Selain itu, desa wisata juga menawarkan keindahan alam yang lebih ideal untuk dikunjungi ketimbang destinasi wisata lain (Yanti, 2021).

Merujuk pada program Kementerian Pariwisata mengenai program pengembangan *homestay* yang dimuat dalam Panduan Pengembangan *Homestay* Desa Wisata (Prasyanti, 2018), banyak desa wisata yang kemudian dijadikan sasaran pengembangan konsep *homestay* sebagai akomodasi bagi para wisatawan. Desa-desa ini merupakan desa yang memiliki daya tarik wisata alam, budaya, dan daya tarik lainnya yang bisa memberikan pengalaman menarik bagi para wisatawan. *homestay* memberikan sensasi pengalaman yang sulit didapatkan dibanding dengan menginap di hotel (Ningrum, 2019). Selain itu, wisatawan lebih memilih menginap di *homestay* karena biayanya jauh lebih murah ketimbang ketika mereka menginap di hotel (Ridwan & Ikhsan, 2019). Terlebih, pada kawasan desa wisata, *homestay* sebagai akomodasi wisata masih memiliki posisi strategis bagi peminat *low cost tourism* (Sudiarta & Suwintari, 2020).

Dengan semakin berkembangnya keberadaan *homestay* ini, tentu menuntut para pemilik *homestay* untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas mereka agar wisatawan yang menggunakan *homestay* sebagai akomodasi bisa merasa puas dan bersedia untuk kembali lagi jika ada kesempatan. Secara logis, bila seorang wisatawan mendapatkan pengalaman yang baik dari pelayanan yang diberikan oleh *homestay* tempat mereka menginap, akan ada kemungkinan bagi mereka untuk tertarik kembali ke *homestay* tersebut atau ke kawasan desa wisata tersebut. Dalam penelitiannya, (Chen, Yu, Gentry, & Yu, 2016) mengungkapkan bahwa pelanggan yang memiliki pengalaman positif tidak hanya akan mengunjungi kembali tempat tersebut, melainkan juga merekomendasikannya ke orang-orang sekitar.

Desa Wisata Cisaat di Subang adalah salah satu desa wisata edukasi yang berbasis pendidikan yang berbudaya yang mengembangkan *homestay* untuk wisatawan yang ingin berwisata di sana dan sangat cocok untuk *staycation*. Desa Wisata Cisaat merupakan desa wisata binaan milik Program Studi Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta sejak tahun 2018 hingga 2020. Desa ini memiliki total 10 kampung dengan 6 RW (Rukun Warga). Desa ini memiliki potensi wisata yang menarik yaitu agrowisata, wisata budaya, dan wisata edukasi.

Di Desa Wisata Cisaat ada banyak rumah warga yang dijadikan *homestay* sebagai akomodasi bagi wisatawan atau tamu yang hendak melakukan *staycation* ataupun untuk melakukan kegiatan wisata lain yang ditawarkan oleh Desa Wisata Cisaat. Jumlah total *homestay* di desa ini sebanyak 80 *homestay* yang terbagi di 8 RT. Wisatawan yang berwisata ke desa ini menginap di *homestay* yang disediakan dan berbaur dengan pemilik *homestay* yang tinggal di rumah yang sama. Sehingga akan ada interaksi dan mampu menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan. Namun, di masa pandemi ini Desa Wisata Cisaat belum bisa menerima tamu dikarenakan adanya kebijakan pembatasan kegiatan untuk mengurangi penularan Covid-19.

METODOLOGI

Pendekatan penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2013). Untuk metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif mengenai bagaimana pengalaman pelayanan yang diberikan oleh pemilik *homestay* kepada tamu yang telah menggunakan pelayanan *homestay* mereka. Metode penelitian deskriptif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu (Mukhtar, 2013).

Adapun subjek penelitian yang hendak diteliti melalui penelitian ini adalah pemilik *homestay* di Desa Wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat. Subjek-subjek penelitian ini sebanyak 8 orang pemilik *homestay*. Responden yang terlibat di dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive*

sampling, dimana peneliti memilih partisipan yang akan didapatkan informasinya berdasarkan kebutuhan dan tujuan penelitian semata.

Pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber data primernya adalah hasil wawancara bersama pemilik *homestay* mengenai pelayanan macam apa yang diberikan kepada tamu *staycation* dan apakah sudah sesuai dengan dimensi *Experience in Service*. Sementara sumber data sekundernya didapatkan dari observasi, dokumentasi (berupa rekaman dan foto), serta sumber-sumber literatur terpercaya seperti buku dan penelitian-penelitian serupa yang sudah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya.

Untuk proses analisis data, analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dalam penelitian ini menggunakan prosedur analisis data di lapangan model Miles and Huberman yang terdiri atas (Sugiyono, 2013):

- Data Reduction, mereduksi data-data yang sudah didapatkan.
- Data Display, men-display data yang telah direduksi dalam bentuk peta kode.
- Conclusion Drawing, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL

Hasil penelitian ini dirincikan berdasarkan pada dimensi *service experience* yang dikemukakan oleh Otto dan Brent Ritchie yang terdiri atas H Hedonik (Hedonics), Ketenangan Pikiran (Peace of Mind), Keterlibatan (Involvement), dan Pengakuan (Recognition) (Otto & Brent Ritchie, 2012).

1. Hedonics (Hedonik)

Dimensi Hedonik adalah dimensi yang menangkap persepsi yang dimiliki wisatawan tentang melakukan hal yang mereka suka, tentang diri mereka yang menjadi senang, dan tentang menciptakan kenangan untuk diri mereka sendiri ataupun untuk dibagikan kepada orang lain. Dimensi ini mampu mempengaruhi *Service Experience* atau pengalaman pelayanan yang dirasakan oleh tamu karena dimensi ini mengukur mengenai bagaimana mereka melakukan hal yang mereka suka, mengenai perasaan mereka selama menggunakan jasa, serta bagaimana menciptakan kenangan yang bisa mereka simpan untuk diri sendiri maupun untuk dibagikan kepada orang lain.

a. Terlibat dalam kegiatan sehari-hari

Berdasarkan data yang didapat dari seluruh responden, tak jarang tamu-tamu yang menginap di *homestay* mereka ikut serta dalam kegiatan sehari-hari mereka selaku pengelola *homestay*. Namun, kebanyakan dari tamu sudah memiliki kegiatan yang diatur jadwalnya oleh para mentor yang bertanggung jawab atas mereka sehingga tidak bisa setiap saat ikut serta dalam kegiatan sehari-hari responden. Para responden juga mengaku bahwa mereka hanya akan membiarkan tamu ikut serta apabila tamu memang berinisiatif atau ingin terlibat dalam kegiatan sehari-hari. Selain dari kegiatan sehari-hari, sayangnya para responden tidak memiliki kegiatan khusus atau tidak merancang kegiatan khusus dimana tamu bisa ikut terlibat sehingga bisa memberikan pengalaman baru yang akan menjadi kenangan tersendiri bagi tamu.

b. Pengalaman berkesan

Para responden juga menuturkan bahwa tamu-tamu mengaku memiliki pengalaman yang berkesan selama menginap, tapi banyak dari mereka yang tidak memberikan alasan. Hanya ada salah satu responden yang mendapatkan pengakuan dari tamunya bahwa tamunya memiliki pengalaman yang berkesan selama menggunakan *homestay* miliknya karena responden tersebut memiliki kepribadian yang ramah dan baik. Sementara sisanya berpikir bahwa tamu-tamu mereka bisa memiliki pengalaman yang mengesankan karena mengikuti banyak kegiatan di luar *homestay* yang memang sudah dijadwalkan.

Pentingnya menciptakan dan memberikan kenangan serta pengalaman yang berkesan untuk tamu sangat disadari oleh responden. Alasannya adalah agar tamu bisa mendapatkan pengetahuan baru mengenai kehidupan yang berbeda antara di desa dan tempat asal tamu tersebut yang kebanyakan berasal dari kota. Selain itu, dengan menciptakan dan memberikan kenangan serta pengalaman yang berkesan untuk tamu, para responden berharap tamu bisa kembali lagi untuk menginap di *homestay* mereka suatu saat nanti.

c. Kesan dan pesan

Dari pengalaman para responden yang melayani tamu, mereka juga sering mendapatkan kesan dan pesan dari para tamu sebelum mereka pulang. Kesan dan pesannya biasanya berisi bahwa tamu-tamu tersebut

merasa senang selama menginap di homestay yang mereka kelola. Perasaan senang ini muncul dari berbagai faktor, mulai dari kepribadian para responden selaku pemilik homestay, dari pengalaman yang bisa mereka dapatkan, dan suasana di homestay itu sendiri. Hal ini menjadi bukti mengapa para responden perlu memberikan pelayanan yang baik, menunjukkan karakteristik yang ramah, dan harus bisa menciptakan kenangan atau pengalaman berharga yang tak akan bisa dilupakan oleh para tamunya.

2. *Peace of Mind (Ketenangan Pikiran)*

Dimensi Ketenangan Pikiran merupakan dimensi yang lebih mengacu kepada keamanan, kenyamanan, serta privasi tamu yang membuat mereka tidak perlu merasa takut atau gelisah.

a. *Sistem keamanan*

Salah satu hal yang mampu menunjang rasa aman bagi para tamu yang menginap adalah dengan menggunakan sistem keamanan yang baik seperti adanya kunci atau penjagaan khusus. Namun, karena para responden termasuk masyarakat kalangan menengah dimana mereka tidak bisa menyediakan sistem keamanan yang canggih seperti kunci khusus atau menyewa seseorang untuk menjaga di homestay mereka setiap harinya, para responden hanya bisa mengandalkan diri sendiri. Dimana mereka akan tetap tinggal di rumah ketika tamu yang menginap di homestay mereka tengah melakukan kegiatan di luar homestay, untuk memastikan tidak ada penyusup atau barang yang hilang.

Setidaknya, karena kegiatan para responden ini biasanya tidak jauh dari rumah, seperti halnya berkebun, bertani, ataupun berternak, mereka tidak merasa terbebani jika harus tetap tinggal di rumah. Pun, berdasarkan observasi peneliti selama tinggal di Desa Wisata Cisaat, lingkungan Desa Wisata Cisaat adalah lingkungan yang aman dimana minim sekali aksi kejahatan di sana. Selain itu, dengan adanya patroli dari petugas siskamling atau sistem keamanan keliling, dapat meminimalisir kemungkinan adanya penjahat yang berkeliaran di desa tersebut. Sehingga tamu tidak perlu merasa khawatir terkait keamanan mereka selama tinggal di sana.

b. *Ruang privasi*

Kemudian, selain keamanan, hal lain yang bisa membuat tamu merasa nyaman selama menginap di homestay yang dikelola oleh para responden adalah dengan adanya ruang privasi, dimana tamu bisa merasa nyaman dan tenang dengan apapun yang dilakukannya tanpa ada gangguan atau campur tangan dari pengelola homestay. Dan para responden dalam penelitian ini mengaku telah menyediakan ruang privasi untuk tamunya. Tidak hanya dari segi tangible atau

yang terlihat seperti diberi kamar atau ruangan yang berbeda dengan mereka, namun juga dari segi intangible atau yang tidak terlihat dan hanya bisa dirasakan seperti memberi tamu mereka waktu untuk sendiri.

Dari hasil wawancara pun juga didapatkan keterangan bahwa seluruh responden memang menyediakan satu kamar atau satu ruangan khusus yang diberi sekat khusus untuk tamunya dimana mereka selaku pemilik homestay tidak bisa sembarangan masuk walau berada di bawah atap yang sama. Selain itu, para responden pun mengaku hanya akan ikut berkumpul atau ikut terlibat dalam kegiatan tamu-tamunya apabila tamunya membutuhkan mereka. Di luar itu, mereka tidak akan ikut campur dengan urusan tamunya karena takut tamunya akan terganggu. Sehingga dari data tersebut diketahui bahwa para responden sudah mengetahui pentingnya ruang privasi bagi tamunya agar tamunya bisa merasa nyaman selama menginap di homestay mereka.

3. *Involvement (Keterlibatan)*

Dimensi Keterlibatan merupakan dimensi yang mengacu pada kesediaan tamu untuk bergabung atau terlibat kegiatan bersama, keaktifan para tamu selama menginap, serta mencakup keinginan untuk dididik ataupun diberitahu mengenai kegiatan-kegiatan apa yang bisa dilakukan selama menginap di sana. Dalam penelitian ini, dimana data diambil dari pandangan pengelola homestay selaku penyedia jasa, maka perlu diketahui apakah para pengelola homestay ini melibatkan para tamunya dalam kegiatan bersama, bagaimana pendapat para pengelola homestay terkait keaktifan tamu mereka, serta bagaimana mereka memberi edukasi atau pengetahuan mengenai apa yang ada di tempat mereka tinggal kepada tamu mereka.

a. *Keterlibatan tamu*

Dari pengamatan para responden pun, tamu-tamu mereka sangat antusias mengikuti setiap kegiatan yang diselenggarakan. Para responden pun senang ketika melihat tamu-tamunya aktif dan antusias mengikuti kegiatan. Tamu-tamu mereka pun juga antusias terlibat dalam kegiatan keseharian para responden selaku pengelola homestay terlebih untuk tamu anak-anak yang pada dasarnya ingin tahu banyak hal. Dari wawancara yang dilakukan, mereka mengaku mereka akan membolehkan atau mempersilahkan apabila tamu hendak ikut dalam kegiatan keseharian mereka. Karena mereka berpikir dengan begitu, maka tamu-tamu bisa mendapatkan pengalaman yang berkesan, yang sebelumnya tidak pernah mereka dapatkan. Meski begitu, mereka tidak akan memaksa. Karena para responden sangat mengerti bahwa kegiatan yang dilakukan tamu mereka di luar homestay sudah cukup melelahkan.

b. Edukasi atau pengetahuan

Dari segi edukasi atau pengetahuan yang diberikan, sayangnya masih sedikit sekali responden yang menyadari pentingnya hal ini. Hanya sebagian dari responden yang mampu memberikan edukasi atau pengetahuan mengenai lingkungan mereka dan tentang Desa Wisata Cisaat secara keseluruhan. Biasanya dilakukan ketika sedang berkumpul bersama atau ketika sedang melakukan kegiatan bersama seperti memasak atau membersihkan rumah. Sisanya, mengaku tidak memberikan pengetahuan tersebut karena mereka berpikir bahwa tamu sudah mendapatkannya dari mentor atau penanggung jawab tamunya masing-masing. Padahal, dengan mereka memberikan edukasi atau pengetahuan itu bisa menjadi salah satu cara untuk mendekatkan diri dengan tamu dan membantu menciptakan kenangan yang berkesan untuk tamu.

4. Recognition (Pengakuan)

Dimensi ini merupakan dimensi yang mengacu pada adanya gagasan bahwa tamu menyukai anggapan dirinya adalah penting dan ingin merasa bahwa mereka dianggap serius oleh penyedia layanan. Apabila dilihat dari sisi penyedia layanan, maka responden selaku pengelola homestay harusnya bisa menunjukkan bagaimana mereka mengagap keberadaan tamu yang menginap di homestay mereka dan bagaimana cara yang bisa mereka lakukan untuk menunjukkan bahwa tamu adalah seseorang yang harus mereka layani dengan sebaik-baiknya.

a. Mengutamakan kepentingan dan kepuasan tamu

Dari wawancara yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa seluruh responden sudah mengetahui pentingnya mengutamakan kepentingan dan kepuasan tamu. Bahkan, menurut mereka, mengutamakan kepentingan dan kepuasan tamu sama pentingnya dengan menjaga kenyamanan dan keamanan tamu karena dengan mereka mengutamakan kepentingan dan kepuasan tamu dapat membuat tamu itu bisa merasa betah dan puas selama menginap di homestay yang mereka kelola.

Untuk menunjukkan hal tersebut, seharusnya diperlukan perlakuan khusus yang dapat membuat tamu merasa bahwa mereka memang dipentingkan oleh pengelola homestay. Sayangnya, tidak banyak dari responden yang memberi perlakuan khusus. Kebanyakan dari responden mengaku bahwa mereka memperlakukan semua tamunya sama, tanpa ada perlakuan khusus yang berbeda antara satu tamu dengan tamu yang lain. Mereka juga hanya melayani dengan ala kadarnya, dan hanya memastikan bahwa tamu merasa nyaman dan

fasilitas yang mereka punya sudah cukup layak. Hal ini bisa terjadi karena keterbatasan ekonomi mereka juga, dimana mereka tidak bisa selalu menyediakan pelayanan khusus seperti menyediakan fasilitas yang lebih mewah atau yang lainnya. Sehingga para responden hanya bisa memberikan fasilitas yang sama seperti fasilitas yang mereka gunakan sehari-hari dengan memastikan fasilitas tersebut sudah dalam keadaan bersih dan memang layak digunakan.

Meski tidak ada pelayanan khusus yang bisa mereka berikan, para responden mengaku telah menganggap tamu-tamu yang menginap di homestay mereka layaknya anggota keluarga, terutama untuk tamu anak-anak. Tujuannya adalah agar tamu bisa merasa betah seolah-olah sedang di rumah sendiri. Selain itu, agar komunikasi di antara mereka bisa terjalin dengan baik. Karena ketika responden menganggap tamu sebagai keluarga sendiri, maka rasa canggung di antara keduanya akan sedikit berkurang dan tamu bisa mengutarakan apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka inginkan sehingga para responden selaku penyedia jasa dapat berusaha untuk memenuhinya agar tamu bisa merasa puas.

b. 3.4.2 Mengatasi complain tamu

Dengan adanya complaint atau keluhan tamu, maka bisa menunjukkan bahwa tamu merasa tidak puas oleh pelayanan yang ada atau ada yang dirasa kurang dari pelayanan yang diberikan. Lalu, ketika pemilik homestay mampu menanggapi complaint itu dengan baik maka ada upaya dalam dirinya untuk meningkatkan diri dalam mengutamakan kepuasan tamu. Dari sini, responden bisa memberikan kesan yang baik pada tamu dan bukan tidak mungkin jika suatu saat nanti tamu akan kembali lagi untuk menginap di homestay yang dikelola oleh responden karena tamu tersebut sudah tahu bagaimana cara responden mengutamakan kepuasan dan kenyamanan tamunya.

Ketika responden dapat memenuhi apa yang tamu inginkan, maka kemungkinan tamu untuk memiliki complaint atau keluhan bisa diminimalisir. Beruntungnya, para responden sudah mengetahui cara menanggapi complaint atau keluhan tamu yang baik dan benar dimana mereka akan mendengarkan keluhan tamu dengan sebaik-baiknya, meminta maaf, baru kemudian menindaklanjuti keluhan agar tamu bisa merasa puas. Namun, ada sebagian kecil responden yang masih belum mampu menanggapi complaint atau keluhan tamu dengan baik. Sebagian kecil responden ini memilih untuk menjelaskan pada tamu bahwa apa yang dikeluhkan memang adanya begitu,

dalam artian lain mereka meminta tamu untuk memahami kondisi homestay responden yang ala kadarnya saja. Padahal, harusnya mereka bisa mengusahakan yang terbaik untuk mengatasi keluhan tersebut. Sebab, jika tidak segera diperbaiki, maka bisa berpotensi munculnya keluhan lain dari tamu selanjutnya.

KESIMPULAN

1. Setiap tamu yang menginap di homestay sering ikut serta dalam kegiatan sehari-hari pengelola homestay dalam hal pengelolaan homestay seperti membersihkan rumah dan memasak bersama. Para responden juga mendapatkan kesan yang baik dari tamu dimana tamu mengaku memiliki pengalaman yang berkesan selama menginap di homestay mereka dan pelayanan yang diberikan oleh para responden memuaskan. Responden pun menyadari pentingnya menciptakan dan memberikan kenangan serta pengalaman yang berkesan untuk tamu agar tamu merasa nyaman selama menggunakan pelayanan yang mereka diberikan dan agar tamu memiliki niat untuk kembali menggunakan pelayanan mereka melalui homestay yang mereka sewakan. Mereka terus meningkatkan pelayanan serta fasilitas yang mereka sediakan agar tamu-tamu selanjutnya dapat memiliki pengalaman pelayanan yang baik dari mereka.
2. Meskipun tidak memiliki sistem pengamanan yang canggih seperti kunci khusus ataupun kemampuan untuk menyewa seseorang yang bisa secara khusus menjaga homestay, para responden memahami bahwa memastikan lingkungan homestay mereka tetap aman dapat menghindarkan tamu dari rasa was-was dan bisa membuat tamu merasa betah tanpa perlu ketakutan menginap di homestay mereka. Ruang privasi yang bersifat tangible (nyata) dan intangible (tidak nyata) pun juga sudah diberikan oleh para responden selaku pemilik dan pengelola homestay, dimana mereka menyediakan ruangan khusus bagi para tamu dan tidak mengganggu ataupun ikut campur dalam kegiatan tamu, kecuali tamu memang membutuhkan bantuan mereka. Kenyamanan tamu merupakan tujuan para responden mengapa mereka menganggap
3. bahwa keamanan dan ruang privasi itu sangat penting untuk diperhatikan.
3. Tamu yang menginap di homestay milik para responden merupakan tamu-tamu yang aktif mengikuti setiap kegiatan yang telah dijadwalkan. Di luar kegiatan tersebut, para tamu ini juga antusias untuk mengetahui seperti apa kegiatan sehari-hari para responden selaku pemilik homestay. Karena hal itulah, para responden merasa senang dan mau memberi kesempatan apabila tamu-tamu mereka memang ingin mencoba ikut serta dalam kegiatan sehari-hari dalam pengelolaan homestay maupun kegiatan bersama masyarakat sekitar homestay. Selain itu, para responden juga selalu berusaha untuk melibatkan para tamu dalam pengambilan keputusan di dalam rumah, salah satunya seperti menentukan menu makan. Sayangnya, para responden masih kurang mampu untuk memberikan edukasi atau pengetahuan mengenai Desa Wisata Cisaat maupun masyarakat sekitar kepada para tamunya. Padahal, dengan mereka mampu mengedukasi para tamu, diharapkan tamu bisa mendapatkan pengetahuan baru yang sebelumnya tidak pernah didapatkan para tamu di tempat asalnya. Dan dari sini, tamu diharapkan bisa mendapatkan pengalaman yang berkesan dan tidak mudah dilupakan.
4. Para responden memahami dengan baik bahwa sangat penting untuk mengutamakan kepentingan dan kepuasan tamu yang sama pentingnya dengan menjaga kenyamanan serta keamanan tamu. Meski begitu, tidak seluruh responden mampu memberi perlakuan khusus atau special treatment untuk tamunya. Kebanyakan dari responden memperlakukan semua tamunya dengan cara yang sama yaitu dengan menganggap setiap tamu yang menginap di homestay mereka adalah keluarga. Hal ini dilakukan dengan harapan tamu bisa merasa betah seolah sedang berada di rumah sendiri. Ketika para responden memahami pentingnya mengutamakan kepentingan dan kepuasan tamu, mereka juga bisa memahami bagaimana mengatasi keluhan yang diberikan tamu. Para responden akan

menanggapi setiap keluhan dengan baik lalu menindaklanjutinya, tidak hanya untuk meyakinkan tamu bahwa keluhan mereka memang didengar dan mereka memang diutamakan, namun juga untuk menjaga kenyamanan tamu serta menjaga nama baik homestay yang mereka kelola.

REFERENSI

- Chen, X., Yu, H., Gentry, J. W., & Yu, F. (2016). Complaint or recommendation? The impact of customers' state and trait goal orientations on customer engagement behaviors. *Journal of Consumer Behaviour, J. Consumer Behav.*
- Mukhtar, P. D. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Ningrum, L. (2019). HOMESTAY DESA WISATA DI INDONESIA – Bagaimana Persepsi Masyarakat Kota? *Jurnal Pariwisata, 6*(1), 80–91. <https://doi.org/10.31311/par.v6i1.5113>
- Otto, J. E., & Brent Ritchie, J. R. (2012). The service experience in tourism. *Tourism Management, 17*(3), 404–419. <https://doi.org/10.4324/9780080519449-38>
- Prasyanti, A. et. a. (2018). *media_1592238115_Panduan_Pengembangan_Homestay_Desa_Wisata_Untuk_Masyarakat.pdf*.
- Ridwan, M., & Ikhsan, A. M. (2019). HOMESTAY SEBAGAI FASILITAS PARIWISATA DARI PERSPEKTIF WISATAWAN DI KABUPATEN SAMOSIR. *LOSARI: Jurnal Arsitektur Kota Dan Pemukiman, 15*–19. <https://doi.org/10.33096/losari.v4i1.120>
- Sudiarta, I. N., & Suwintari, I. G. A. E. (2020). PENGARUH PELAYANAN DAN FASILITAS HOMESTAY CANGGU TERHADAP KEPUASAN BACKPACKER. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 11*(1), 24–35. <https://doi.org/10.22334/jihm.v11i1.174>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Yanti, A. A. I. E. K. (2021). Community Based Tourism dalam Menyongsong New Normal Desa Wisata Bali. *Jurnal Komunikasi Hukum, 7*, 387–402.