

E-ISSN: 2621-3591

ISSN No. 2580-9911

Vol. 5 No.1 July 2021

BOGOR HOSPITALITY JOURNAL

Vol. 5

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI GRAND GARDEN RESTAURANT BOGOR

Rachmat Hidayat

PETITE FOURS VARIASI FILLING DAN TOPPING BUAH NANAS SEBAGAI HIDANGAN STAND PESTA

Nisa Rahmadiyah Utami dan Fitri Mulyani

DAMPAK PERSEBARAN VIRUS CORONA (COVID-19) TERHADAP PERJALANAN WISATA RELIGI (UMROH) DI WILAYAH JAKARTA

Rahmat Darmawan, Jenal Abidin dan Revi Agustin

PENGARUH PENERAPAN STANDARD RECIPE TERHADAP KUALITAS PRODUK DI D'COLONEL BOGOR

Aggy Lestari Dwi Putri

PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI ANJUNGAN DAERAH SUMATERA SELATAN TMII

Taufik Kurniawan dan Maharani Mustika Ayu

IMPLEMENTASI KONSEP PENTAHHELIX DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA

Pusparani dan Rianto



SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BOGOR
Jl. Curug Mekar No. 17, Bogor 16113
Telephone: 0251-7534343 Fax : 0251-7534513

SUSUNAN REDAKSI

Penanggung Jawab

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

Ketua Dewan Penyunting

Dhanik Puspita Sari, M.Pd., M.Par.

Dewan Penyunting

Sri Pujiastuti, S.E, M.Par.

Yuviani Kusumawardhani, S.E., M.Si.

Mitra Bestari

Dr. Nila Rifai, S.T., M.M

Redaksi Pelaksana Jurnal

Rima Pratiwi Batubara, S.Hut., M.Si.

Sekretaris Redaksi

Gisca Septy Arini Rosmawan, S.ST.

Alamat Redaksi

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat- Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

Jl. Curug Mekar No. 17 Yasmin

BOGOR BARAT 16113

Telp. (0251) 7534343

Faks. (0251) 7534513

Email: lppm@stpborog.ac.id

Website: <http://www.stpbogor.ac.id/lppm>

Salam Pariwisata!

BOGOR HOSPITALITY JOURNAL merupakan media publikasi ilmiah yang memuat artikel-artikel di bidang pariwisata dan manajemen perhotelan dengan ruang lingkup manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen sumberdaya manusia, dan manajemen operasi. BOGOR HOSPITALITY JOURNAL di dedikasikan untuk menumbuhkan kreasi dan pertukaran ide antar akademisi, kalangan industri atau bisnis praktis, dan institusi pemerintah dalam bidang pariwisata dan manajemen perhotelan. Jurnal ini diterbitkan dua kali dalam setahun, yaitu bulan Juni dan Desember oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) – Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor.

Rachmat Hidayat dari Program Studi S1 Usaha Perjalanan Wisata menulis artikel dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Grand Garden Restarurant Bogor” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Grand Garden Restaurant Bogor menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisi deskriptif.

Aggy Lestari Dwi Putri dari Program Studi D3 Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor menulis artikel yang berjudul “Pengaruh Penerapan Standard Recipe Terhadap Kualitas Produk di D’Colonel Bogor” yang bertujuan untuk melihat apakah makanan yang dihasilkan sudah memenuhi standard recipe di restaurant dengan menggunakan metode analisa deskriptif dengan studi kasus.

Nisa Rahmaniyah Utami dan Fitri Mulyani Saputra dari Program Studi D3 Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor menulis artikel yang berjudul “*Petite Fours* Variasi *Filling* dan *Topping* Buah Nanas Sebagai Hidangan *Stand* Pesta” yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan penulis dalam bidang boga khususnya Patiseri dengan menggunakan metode eksperimen melalui serangkaian uji coba sampai menemukan resep standar *Petite Fours*.

Rahmat Darmawan, Jenal Abidin dan Revi Agustin dari Universitas Trisakti menulis artikel dengan judul “Dampak Persebaran Virus Corona (Covid-19) Terhadap Pejalanan Wisata Religi (Umroh) di Wilayah Jakarta yang bertujuan untuk menganalisis dampak yang terjadi akibat penutupan izin kunjungan perjalanan wisata religi umroh baik dampak yang bersigat secara langsung maupun tidak langsung menggunakan metode penelitian kualitatif.

Taufik Kurniawan dari Program Studi S1 Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor dan Maharani Mustika Ayu menulis artikel dengan judul “Pengaruh Citra

Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan TMII” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan, menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tehnik pengambilan sampel secara *Purposive Sampling* dengan total sampel sebanyak 100 responden.

Pusparani dan Rianto, menulis artikel dengan judul “Impelementasi Konsep Pentahelix Dalam Pengembangan Desa Wisata Cibuntu” yang bertujuan untuk melihat sejauh mana konsep Penta Helix dalam pengembangan Desa Wisata Cibuntu.

Semoga Informasi yang disajikan dalam Bogor Hospitality Journal edisi ini semakin menambah wawasan pembaca.

Selamat membaca!

DAFTAR ISI

SUSUNAN REDAKSI.....	i
SALAM PARIWISATA.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Grand Garden Restaurant Bogor	
Rachmat Hidayat.....	1
Petite Fours Variasi Filling dan Topping Buah Nanas Sebagai Hidangan Stand Pesta	
Nisa Rahmaniyah Utami dan Fitri Mulyani Saputra.....	15
Dampak Persebaran Virus Corona (Covid-19) Terhadap Perjalanan Wisata Religi (Umroh) di Wilayah Jakarta	
Rahmat Darmawan, Jenal Abidin dan Revi Agustin	29
Pengaruh Penerapan Standard Recipe Terhadap Kualitas Produk di D'Colonel Bogor	
Aggy Lestari Dwi Putri	49
Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan TMII	
Taufik Kurniawan dan Maharani Mustika Ayu.....	57
Implementasi Konsep Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Cibuntu	
Pusparani dan Rianto.....	72
PEDOMAN PENULISAN.....	91

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALAU KEPUASAN PELANGGAN DI *GRAND GARDEN*
*RESTAURANT BOGOR***

Rachmat Hidayat

Usaha Perjalanan Wisata
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor
rhidayat@stp bogor.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan serta mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada *Grand Garden Restaurant* Bogor. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 149 responden di objek penelitian dan metode pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis jalur. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien yang diperoleh yaitu 0,159. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan di mediasi oleh kepuasan pelanggan, nilai signifikansi dari kepuasan pelanggan lebih besar dibandingkan dengan kualitas pelayanan dengan nilai koefisien 0,243. Dari uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bawa kepuasan pelangga berpengaruh secara tidak langsung meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan badan usaha di sektor industri restoran harus menghadapi persaingan yang ketat. Setiap badan usaha, dimana pada hal ini dikhususkan pada restoran, pada umumnya menginginkan pelanggan yang dimilikinya dapat dipertahankan. Untuk mewujudkan hal itu bukanlah suatu yang mudah, dimana persaingan usaha saat ini sangat ketat karena mengingat adanya perubahan- perubahan yang cepat dapat terjadi setiap saat, seperti; perubahan diri pelanggan, pesaing, maupun perubahan konsidi secara luas yang selalu dinamis. Hal ini menuntut para pengambil kebijakan untuk mengembangkan suatu strategi yang mampu mencapai sasaran pertumbuhan penjualan, peningkatan porsi pasar perusahaan,

serta pencapaian kemampuan sebagai dasar pertumbuhan berkelanjutan (Ferdinand,2000).

Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Untuk dapat menjadi pelanggan yang royal, seseorang pelanggan harus memulai beberapa tahapan. Proses ini berlangsung lama dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing masing tahap karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda.

Dewasa ini perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman menunjukkan tren yang sangat positif, hal ini menjadikan daya saing antara restoran semakin ketat, sehingga dibutuhkan strategi untuk mengatasi persaingan tersebut agar menjadi pilihan utama pelanggan. Banyak sekali usaha dibidang restoran (makanan dan minuman) dengan berbagai macam jenis restoran yang masing – masing memiliki ciri khas seperti *Grand Garden Restaurant* yang memiliki nuansa alam yang segar dan asri.

TABEL 1: Data Restoran Berdasarkan Wilayah Cakupan di Bogor Tengah

Nama Restoran	Lokasi
Kedai Kita	Jl. Pangrango No.21, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat.
Macaroni Panggang	Jl. Salak No. 24, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat.
<i>Klappertaart Huize</i>	Jl. Pangrango No. 25, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat.
Waroeng Tam@an	Jl. Ceremai No. 8, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat.
Hanamasa	Jl. Padjajajran No. 25, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat.
Saung Mirah	Jl. Pangrango No.32, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2005:70) adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Setiap perusahaan

dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Upaya – Upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Apabila pelanggan telah berubah menjadi pelanggan yang loyal karena merasa puas dengan kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah keperusahaan lain.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam pemberian layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan dimasa mendatang. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling berhubungan, yang artinya bila usaha dari perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat begitu pula sebaliknya, bila perusahaan atau badan usaha menurunkan kepuasan pada pelanggan maka secara otomatis loyalitas pelanggan juga akan menurun. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan merupakan penyebab terjadinya loyalitas pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODOLOGI

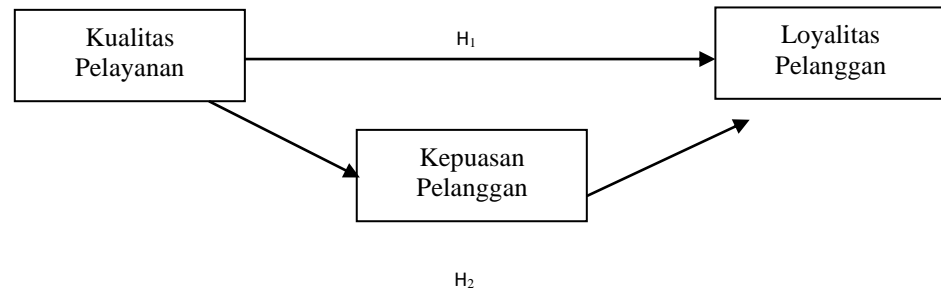
Ketika produk berwujud tidak dapat dengan mudah dibedakan, kunci utama keberhasilan kompetitifnya terletak pada penambahan nilai jasa pelayanan yang baik dan peningkatan kualitas produk. Pembeda jasa pelayanan yang dapat dinikmati oleh konsumen ialah kemudahan pemesanan, pengiriman, instalasi atau pemasangan, pelatihan konsumen, konsultasi konsumen, dan perawatan dan perbaikan. Menurut Supranto (2009), kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Gronroos dalam Ratminto (2008) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan

pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai bagian dari suatu program hubungan jangka panjang sebuah perusahaan, terbukti dapat memberikan manfaat bagi para pelanggan dan organisasi. Bagi organisasi terdapat empat manfaat utama yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Pertama, loyalitas meningkatkan pembelian pelanggan, memperlihatkan bahwa pelanggan cenderung berbelanja lebih setiap tahunnya dari satu *provider* yang memiliki hubungan khusus dengan para pelanggan itu. Pada saat para pelanggan mempersepsikan nilai produk dan jasa sebuah perusahaan berada pada tingkat tinggi, mereka cenderung membeli kembali dari penyedia jasa yang sama untuk menangkal risiko yang mungkin jika mereka pindah ke pemasok atau penyedia jasa yang lain (Tjiptono, 2001). Kedua, loyalitas pelanggan menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani pelanggan. Sebuah organisasi mengeluarkan sejumlah biaya awal dalam usahanya menarik pelanggan baru. Biaya promosi, biaya pengoperasian, dan biaya pemasangan suatu sistem baru. Menurut Tjiptono (2001) kepuasan pelanggan saat ini sangat penting, karena daya persuasif *Word of Mouth* pelanggan merupakan strategi untuk menarik pelanggan baru, reduksi sensitivitas harga pelanggan yang merasa puas dan loyal terhadap suatu perusahaan cenderung lebih jarang memperhatikan harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga, pelayanan dan kualitas. Kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan berbisnis di masa depan. Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama sebelum dapat memperlihatkan reputasi atas layanan prima.

Menurut (Tjiptono, 2001). Pelanggan yang merasa puas merupakan suatu modal bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. Terciptanya kepuasan pelanggan mempunyai manfaat seperti memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang oleh pelanggan, terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Sebelum perusahaan mencapai tahap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan

lain. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor layanan dengan para pesaing, agar perusahaan tersebut lebih memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.



Gambar 1: Kerangka Konseptual

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan yang dikemukakan dalam perumusan masalah. Dari penjabaran tentang kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan diatas maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Obyek penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah *Grand Garden Restaurant* yang berlokasi di Kebun Raya Bogor, Jl. Ir. H. Juanda No.13, Paledang, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Berlokasi di pusat kota Bogor dan satu –satunya restoran yang ada di Kebun Raya Bogor. *Grand Garden Restaurant* sebelumnya yang bernama De Daunan berdiri sejak tahun 2013 hingga saat ini, sebelumnya bernama Dedaunan yang diresmikan tahun 2007, jadi total umur bangunan restoran ini adalah 11 tahun di bawah naungan manajemen Kebun Raya Bogor.

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah metode analisis deskriptif. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) dimana peneliti dapat menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi pada *Grand Garden*

Restaurant Bogor. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode pengumpulan data primer dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan yang telah lebih dari satu kali mengunjungi *Grand Garden Restaurant Bogor*. Teknik kuesioner dapat dilakukan secara personal atau langsung kepada responden yang dituju yang berbeda dilokasi restoran atau dapat dibagikan secara *Interactive Media Online* atau *Social Networking* melalui *email* dan *social media* (Sugiarto, 2015). Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menikmati makanan dan minuman di *Grand Garden Restaurant Bogor*. Arikunto (2010) menyatakan bahwa: “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti”. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive* sampel yang termasuk dalam metode *non probability sampling* (Sugiyono, 2011). Definisi metode *purposive sampling* menurut Sugiyono (2011) adalah: “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Sampel pada penelitian ini yaitu sebagai pelanggan *Grand Garden Restaurant Bogor*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini memiliki kriteria – kriteria pelanggan yang pernah melakukan pembelian makanan dan minuman di *Grand Garden Restaurant Bogor* lebih dari 1 kali. Penelitian ini populasinya tidak terbatas, oleh karena itu perlu dilakukan metode *sampling* atau pengambilan *sampling* dari keseluruhan populasi pelanggan restoran ini. Jumlah sampel sebesar 149 responden. Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat Solimun (2007) mengemukakan bahwa untuk analisis *multivariate* besarnya sampel adalah antara 100 hingga 200 dengan minimumnya adalah 50, dan sama dengan jumlah parameter dalam model penelitian Hair *et al.*, (2008) dalam Sugiyono (2009) menyaran bahwa ukuran sampel minimum sebanyak 5-10 kali observasi untuk setiap *estimated parameter*. jumlah minimal sampel yang digunakan adalah 149 respnden. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu kualitas pelanggan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan, pengukuran untuk setiap pertanyaan kuesioner dari masing-masing variable tersebut diukur berdasarkan pada skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert, skala ini merupakan skala yang paling sering digunakan oleh peneliti untuk mengukur persetujuan responden terhadap obyek yang menjadi perhatian maupun untuk mengukur persetujuan atau ketidaksetujuan responden untuk setiap pertanyaan yang dilontarkan peneliti (Cooper, Donald R & Schindler, Pamela S, 2011). Nama lain dari skala Likert adalah *summated ratings method*.

HASIL DAN ANALISIS

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi: Analisis karakteristik responden, analisis statistik deskriptif yang terdiri dari: nilai maksimal, minimal, mean dan standar deviasi, serta kategorisasi jawaban responden. Adapun pembahasan mengenai masing – masing analisis deskriptif. Profil responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan responden pria dan wanita dengan mayoritas responden adalah responden wanita dari 79 orang atau 53% dan minoritas responden adalah pria 70 responden, atau 47%. Profil responden dengan usia di mana mayoritas usia responden berusia 29-39 tahun yang berjumlah 65 orang atau 43,6% dan minoritas responden 18-28 tahun yang berjumlah 37 responden atau 24,8%. Profil responden terhadap pendidikan terakhir di mana mayoritas Sarjana adalah 74 responden, atau 49,7% dan minoritas responden adalah SMP yang berjumlah 25 responden atau 16,8%. Profil responden untuk pekerjaan di mana sebagian besar hasil yang diperoleh bekerja sebagai Wiraswasta/Pengusaha dengan total 71 responden, atau 47,7% dan minoritas responden adalah Pegawai negeri/TNI-Polri dengan jumlah 19 responden atau 12,8%. Profil responden dengan penghasilan per bulan di mana sebagian besar hasil yang diperoleh adalah berpenghasilan sebesar >Rp.3.000.000 adalah 82 responden, atau 55,0% dan minoritas responden yang berpenghasilan <Rp.2.000.000 terdapat 22 responden, atau 14,8%.

TABEL 2: Profil Responden

Profil Demografis		Frekuensi			
n	(%)	n	(%)	n	(%)
Jenis Kelamin	Pria	70	47	Wanita	79
	53				
Usia	18 – 28 Tahun	37	24,8	29 – 39 Tahun	65
	43,6				
	> 39 Tahun	47	31,5		
Tingkat Pendidikan	SD	0	0	SMP	
	25	16,8			
	SMA/SMK	50	33,6	Sarjana	74
	49,7				
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa			25	16,8
	Negeri/TNI/Polri	19	12,8	Pegawai	
	Pegawai Swasta	34	22,8	Wiraswasta/Pengusaha	71
	47,7				
Penghasilan Bulanan	< Rp.1.000.000	22	14,8	Rp.1.000.000-Rp.3.000.000	
	45	30,2			
	> Rp 3.000.000	82	55,0		

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengoreksi skor setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat yang harus dipenuhi menurut Sugiyono (2014:178). Jika uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach*

$Alpha > 0,60$. Menurut Guilford (1956) dalam Situmorang (2008). Hasil pengujian validitas dan reliabilitas ditunjukkan dalam tabel berikut di bawah ini:

TABEL 3: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Model konstruk	<i>Factor</i>
<i>Cronbach</i>	
<i>Loadings</i>	<i>Alpha</i>
Kualitas Pelayanan	0.794
Penyajian makanan sesuai dengan pesanan	0.760
Penyajian makanan yang cepat	0.480
Pelayanan <i>Grand Garden Restaurant</i> dimulai dengan tepat waktu	0.329
Pegawai memberi tanggapan dan perhatian yang baik terhadap keluhan pelanggan	0.965
Pegawai memberikan tanggapan cepat terhadap keluhan pelanggan	0.569
Pegawai memiliki sifat sopan dapat dipercaya	0.747
Pegawai memiliki sifat ramah	0.319
Pegawai memiliki sifat jujur	0.320
Pegawai memiliki sifat dapat dipercaya	0.365
Restoran <i>Grand Garden Bogor</i> memiliki fasilitas fisik yang memadai seperti gedung, dan tempat parkir dan toilet	0.781
Kepuasan Pelanggan	0.730
Pelayanan yang diberikan <i>Grand Garden Restaurant Bogor</i> sesuai dengan keinginan pelanggan	0.524
Pelayanan yang diberikan <i>Grand Garden Restaurant Bogor</i> melebihi dari harapan pelanggan	0.362
Kinerja pelayanan <i>Grand Garden Restaurant Bogor</i> yang diterima oleh pelanggan dengan sangat baik	0.332
Kinerja pelayanan <i>Grand Garden Restaurant Bogor</i> secara keseluruhan lebih baik dibandingkan dengan restoran sekelasnya di Kota Bogor	0.681
Pegawai <i>Grand Garden Restaurant Bogor</i> memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual dan dibutuhkan oleh pelanggan	0.316
Pelayanan yang diberikan <i>Grand Garden Restaurant Bogor</i> tepat sesuai dengan permintaan pelanggan	0.356
Harga dari produk yang dijual oleh <i>Grand Garden Restaurant Bogor</i> terjangkau	0,352
Harga dari produk yang dijual oleh <i>Grand Garden Restaurant Bogor</i> lebih murah dibandingkan	0.420

restoran sekelasnya di Kota Bogor	
Pelayanan yang diberikan <i>Grand Garden Restaurant</i> Bogor cepat sesuai dengan permintaan pelanggan	0.407
<i>Grand Garden Restaurant</i> Bogor merupakan restoran yang berkualitas karena produk yang disajikan memiliki jaminan kesehatan dan kebersihan	0.701
Loyalitas Pelangga	0.709
Saya selalu membeli makanan dan minuman di <i>Grand Garden Restaurant</i> Bogor	0.521
Saya membeli makanan dan minuman di <i>Grand Garden Restaurant</i> Bogor tidak hanya satu waktu, tapi beberapa waktu	0.583
Saya juga tertarik menggunakan jasa <i>Grand Garden Restaurant</i> Bogor untuk mengadakan acara yang besar seperti: acara pernikahan atau ulang tahun	0.331
Saya berusaha mengajak orang lain untuk makan di <i>Grand Garden Restaurant</i> Bogor	0.438
Saya berusaha merekomendasikan <i>Grand Garden Restaurant</i> Bogor kepada orang lain.	0.390
<i>Grand Garden Restaurant</i> Bogor adalah restoran yang lebih baik dari pada restoran lain sekelasnya di Kota Bogor	0.407
Saya tidak akan berpindah dari <i>Grand Garden Restaurant</i> Bogor meskipun harga yang ditawarkan mengalami kenaikan	0.640

Statistik deskriptif merupakan ringkasan jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan-pernyataan didalam kuesioner. Skala yang disediakan untuk seluruh variabel adalah 1 yang berarti sangat tidak setuju sampai 5 yang berarti sangat setuju. Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang ditinjau dari nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum dan nilai maksimum, serta standar deviasi. Dalam analisis statistik deskriptif yang diuraikan berikut ini, nilai *mean* adalah nilai rata-rata dari keseluruhan responden terhadap variabel yang diteliti, sedangkan standar deviasi menunjukkan variasi dari jawaban responden. Tidak ada batasan pada nilai standar deviasi, namun nilai standar deviasi yang menjauhi angka nol menunjukkan bahwa penyebaran data (jawaban responden) adalah beragam (bervariasi). Nilai minimum adalah jawaban (skala) terendah yang dipilih responden, dan nilai maksimum adalah jawaban (skala) tertinggi yang dipilih responden.

TABEL 4: Statistik Deskriptif

Model konstruk	N	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	149	3,4658	0,56852
Kepuasan Pelanggan	149	3,5047	0,47595
Loyalitas Pelanggan	149	3,9369	0,54934

Metode *Path Analysis* merupakan perluasan dari regresi linier berganda yang digunakan untuk menaksir hubungan antara variabel dalam metode penelitian yang dibangun berdasarkan landasarn teori yang kuat, metode ini dilakukan dengan dua tahap yaitu melalui jalur regresi linier sederhana dan tahap kedua dengan uji regresi linier berganda. Analisa regresi linier berganda menurut Sugiarto (2015: 399) merupakan analisis regresi yang bertujuan untuk menganalisis bentuk hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen, pada dasarnya regresi berganda merupakan perluasan dari analisis regresi sederhana dengan menambahkan variabel independen menjadi dua atau lebih. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%), 0,05 (5%) dan), 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Menurut Singgih Santoso (2015) apabila kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05) jika nilai probabilitas <0,05 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama – sama antara variabel bebas terdapat variabel terikat, namun jika signifikansi > 0,05 maka tidak dapat berpengaruh yang signifikan secara bersama- sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Berdasarkan tabel 5, kualitas pelayanan mempunyai hubungan erat hal ini dilihat dari nilai koefisien korelasi 0,666 sedangkan nilai koefisien determinasi adalah 0,443

yang artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 44,3% terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh lainnya sebesar 55,7% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. pengaruh masing – masing variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan Pelanggan. Dari nilai probabilitas signifikansi di kolom (Sig) per variabel, bahwa skor atau nilai dibawah 0,05 memiliki pengaruh positif. Sedangkan skor atau nilai dibawah 0,05 tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan memiliki koefisien sebesar 0,557, yang menjadi koefisien jalur $P2 = 0,557$, dengan model regresi. Pada pengujian hipotesis kedua menggunakan uji regresi linier berganda dibagi melalui dua uji yaitu pengujian kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan untuk dapat membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel 5, kualitas pelayanan mempunyai hubungan sedang karena nilai koefisien korelasi menunjukkan angka 0,665. Sementara itu koefisien determinasi yang bernilai 0,442 memberi arti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 44,2% terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh lainnya sebesar 55,8% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Dari nilai probabilitas signifikansi di kolom (sig) per variabel, bahwa skor atau nilai dibawah 0,05 memiliki pengaruh positif. Sedangkan skor atau nilai dibawah 0,05 tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan memiliki koefisien sebesar 0,642, yang menjadi koefisien jalur $P2 = 0,642$.

TABEL 5: Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	R	R Square	Sig.	B
H ₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.	0.666	0.443	0.000	0.557
H ₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.	0.665	0.442	0.000	0.642

Kesimpulan yang dapat kita ambil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan di *Grand Garden Restaurant* Bogor, jika di pengaruhi atau di mediasi oleh kepuasan pelanggan . Koefisien *indirect* (jalur) lebih besar dari pada koefisien *direct* (regresi) sehingga terjadi pengaruh pada variabel mediasi. Dapat dilihat juga dari nilai pengaruh masing masing koefisien jalur yaitu, koefisien jalur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu 0,557, koefisien jalur kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu 0,642, sedangkan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yaitu 0,345. Sehingga jika dibandingkan dengan kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas yang dimediasi atau diintervensi dengan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan dari semua variabel ini disimpulkan memberikan pengaruh kuat dan positif terhadap tingkat loyalita Pelanggan di Restoran Grand Garden Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sugiarto. 2015. *Manajemen Kearsipan Modern dari Konvensional ke Basis Komputer*. Yogyakarta: Gava Media.
- Arikunto. S., 2010, *Prosedur Penelitian: Pendekatan Praktik*, Edisi Keenam, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta
- Cooper, Donald R & Schindler. Pamela S. 2011. *Bussines Research Method 9th edition*. McGraw Hill International Edition.
- Fandi Tjiptono. (2001). *Kualitas Jasa: Pengukuran Keterbatasan dan Implikasi Managerial*, Majalah Managemen Usahawan Indonesia Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2000. *Manajemen pemasaran: Sebuah pendekatan Stratejik*. Program Magister Management Universitas Diponegoro.
- Guilford, J.P. 1956. *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. 3rd Ed. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Hair, Joseph F., et.al. 2010. *Multivariate Data Analysis, 7th Edition*. New York: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Ratminto. 2006. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Solimun. *Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos*. Malang: FMIPA Universitas Brawijaya.2005.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.Bandung: ALFABETA.
- Supranto. 2009. *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.

**PETITE FOURS VARIASI FILLING DAN TOPPING BUAH NANAS
SEBAGAI HIDANGAN STAND PESTA**

Nisa Rahmadiyah Utami

Program Studi D3 Perhotelan
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor
nisarahmadiyah@yahoo.com

Fitri Mulyani Saputra

Jurusan Tata Boga

ABSTRAK

Petite fours ialah hidangan *cake* kecil, biskuit atau macam-macam *pastry* yang pada bagian atasnya diberi hiasan dari coklat yang dimasak, *fondant*, *cream*, buah-buahan yang dihias dengan istimewa dikenal dengan *bite size* atau ukuran satu dua kali suapan. Saat ini hidangan *stand* pesta berupa *petite fours* belum banyak disajikan karena masyarakat beranggapan bahwa *petite fours* merupakan hidangan mahal. Penggunaan buah nanas sebagai *filling* maupun *topping* pada *petite fours* jarang ditemukan. Tujuan penulisan yaitu untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan penulis dalam bidang boga khususnya Patiseri, dalam pengolahan *Petite Fours* dengan variasi *filling* dan *topping* buah nanas sebagai hidangan *stand* pesta. Metode yang digunakan dalam pembuatan ini adalah metode eksperimen yaitu melakukan uji coba resep sebanyak lima kali, sehingga menghasilkan *petite fours* dengan variasi *filling* dan *topping* buah nanas sebagai hidangan *stand* pesta. Hidangan *stand* pesta yaitu *Mini Cake Layers Pineapple*.

Kata Kunci : *Petite Fours*, Buah Nanas, Hidangan *Stand* Pesta

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya dunia kuliner, khususnya dibidang *patisserie*, di mana setiap tahun produk *patisserie* semakin berkembang dan mengalami perubahan. Di Jawa Barat khususnya Bandung banyak sekali kuliner *patisserie*, salah satunya dalam usaha *bakery*, dari yang menjual produk jajanan pasar seperti kelepon, onde-onde, bugis, mendut dan lepet jagung, hingga produk *patisserie continental* diantaranya *cronut*, *pie*, *canapé*, sus, dan *petite fours* yang dikembangkan menjadi usaha *patisserie* yang menarik bagi konsumen. Sebagai daerah wisata kuliner apabila hari libur, *weekend* atau hari raya, banyak sekali yang berdatangan ke Bandung hanya untuk menikmati dan membeli makanan. Dunia kuliner adalah wahana bagi pencinta

makanan, pemerhati, maupun pengelola bisnis yang tertarik pada bidang makanan dan ingin membuka usaha dalam bidang ini.

Produk *patisserie* yang sudah berkembang saat ini ialah *petite fours*. Menurut (Sudewi.Y & Yulia, R. 2012:62) “*Petite fours* merupakan hidangan *cake* kecil, biskuit atau *short paste* dan *choux paste* yang pada bagian atasnya diberi hiasan dari coklat yang dimasak, *fondant*, *jelly*, *almond pasta* atau buah-buahan, yang ditampilkan dengan mewah dan dikenal dengan *bite size* atau ukuran satu dua kali suapan”. Bagi masyarakat awam, *petite fours* ialah *cake* kecil yang diisi dan dihias secara mewah serta dilengkapi *topping* buah *import* seperti kiwi, anggur, *strawberry*, *raspberry*, *blueberry* dan jeruk mandarin, akan tetapi *petite fours* juga dapat dihias menggunakan *topping* buah nanas (buah tropis) yang harganya relatif lebih murah dan dapat ditampilkan secara mewah.

“Buah-buahan Tropis merupakan buah-buahan yang tumbuh didaerah tropis seperti Indonesia dan buah-buahan tersebut tidak tumbuh didaerah yang panas dan biasanya buah-buahan tropis ini tidak mengenal musim sehingga dapat dikonsumsi kapan pun “ (Ennie, 1992 : 25)

Penggunaan buah nanas sebagai *filling* maupun *topping* pada *petite fours* jarang ditemukan. Dalam penelitian ini, penulis mencoba menampilkan *petite fours* sebagai hidangan *stand* pesta dengan menggunakan buah tropis seperti buah nanas. Saat ini hidangan *stand* pesta berupa *petite fours* belum banyak disajikan karena masyarakat beranggapan bahwa *petite fours* merupakan hidangan mahal. Penulis ingin merubah paradigma masyarakat bahwa *petite fours* dapat menjadi hidangan *stand* pesta dengan harga terjangkau. Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penulisan penelitian ini, yaitu Bagaimana pembuatan *Petite Fours* Variasi *Filling* dan *Topping* Buah Nanas Sebagai Hidangan *Stand* Pesta ? Tujuan penulisan Penelitian dengan judul “*Petite Fours* Variasi *Filling* dan *Topping* Buah Nanas Sebagai Hidangan *Stand* Pesta”, yaitu :

1. Mengaplikasikan, mengembangkan pengetahuan dan keterampilan penulis dalam bidang boga khususnya dibidang *Patissierie*, yaitu dalam pembuatan *Petite Fours*.
2. Mengembangkan *Petite Fours* yang berbeda, dan disukai oleh pencinta kuliner.

3. Menampilkan karya nyata produk *Petite Fours* yang divariasikan seperti *Mini Layers Cake Pineapple filling* dan *topping* menggunakan buah nanas dengan tampilan istimewa.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis sebagai mendalami Konsentrasi Bidang Patiseri, tertarik untuk mengangkat judul “*Petite Fours Variasi Filling dan Topping Buah Nanas Sebagai Hidangan Stand Pesta*”.

KAJIAN PUSTAKA

A. Gambaran umum Sejarah *Petite Fours*

Menurut William (2012:9) *petite fours* adalah

Petite Fours literally translate to „a small oven“. The name is said to have originated from the practice of cooking small pastries. A petites fours, that is to say, in a low temperature oven. Petite Fours refer to: Small biscuits and cakes tastefully decorated, Sweetmeat and cakes designed to be served as dessert, with after dinner coffee or with cocktails. A good selection of Petite Fours should be small (could be in different shapes) and attractive, light, delicate, crisp and fresh and designed to be swallowed in one mouthful.

Berdasarkan pengertian yang diungkapkan oleh William yang penulis terjemahkan adalah secara harfiah, *petite fours* berasal dari praktik memasak kue-kue kecil dalam oven dengan suhu rendah. *Petite fours* seperti biskuit dan *cake* kecil yang dihias sesuai dengan selera, manis dan kue yang dirancang sebagai hidangan penutup setelah makan malam dengan kopi atau *cocktails*. Sebuah pilihan baik *petite fours* dengan ukuran kecil (dapat dalam berbagai bentuk yang berbeda), menarik, ringan, halus dan segar serta dirancang untuk ditelan dalam satu kali suapan.

Petite Fours yang penulis sarikan dari bahan ajar *Cake & Recipe Paket Manajemen Patisserie* Sudewi.Y dan Yulia.R (2010:63). Pada zaman itu yaitu zaman renaissance makanan sejenis *bonbon, dragees, marzipans, praline dan crystallized fruits* sangat digemari. Saat itu raja Louis XIV menginginkan agar dibuat makanan bentuk kecil yang lainnya atau jenis baru. Mereka menghendaki agar para juru masak berusaha untuk mengerahkan imajinasi dan bakat yang memilikinya untuk membuat

kue-kue besar kedalam bentuk yang lebih kecil (*miniature*). *Crème* sendiri mencoba untuk menggabungkan seluruh keahliannya untuk menciptakan *petite fours* yang renyah seperti *colifichets* bagian dari potongan-potongan montees yang menghiasi meja atau prasmanan.

B. Pengertian *Petite Fours*

Petite Fours menurut Campbell dan David Fosket dalam Sudewi.Y dan Rahma (2010:62) yaitu :

a. Menurut Campbell dan David Foskett (2012:238)

Petit Fours adalah jenis hidangan yang terbuat dari campuran bahan seperti mentega, gula, telur dan tepung terigu yang pada bagian atasnya diberi hiasan. hiasan yang dipakai bisa dari coklat yang dimasak, *fondant*, *jelly*, *almond* pasta atau buah-buahan yang diawetkan.

b. Menurut Campbell dan David Foskett (2012:383)

Petit Fours, berasal dari bahasa perancis, dari kata : “*petite*” yang berarti kecil dan “*fours*” yang berarti kompor atau ruang pembakaran. Dalam bahasa sehari-hari *petite fours* adalah kue-kue yang istimewa yang pengolahannya dibakar.

Petite Fours ialah hidangan *cake* kecil, biskuit atau kue *patisserie* yang pada bagian atasnya diberi hiasan dari coklat yang dimasak, *fondant*, *jelly*, *almond* pasta atau buah-buahan yang dihidangkan secara mewah dan dikenal dengan *bite size* atau ukuran satu dua kali suapan. Dalam menyiapkan *petite fours* harus memenuhi kriteria sebagai berikut

- 1) Tidak mengenyangkan (ringan dan lezat) dan Dibuat dan disajikan menarik.
- 2) Kombinasi rasa dan warna yang menarik Serta Dihidangkan dan dipresentasikan dalam keadaan dingin

C. Buah tropis sebagai *filling* dan *topping* pada pembuatan *petite fours*

Indonesia merupakan salah satu daerah tropis penghasil berbagai jenis buah-buahan . Indonesia memiliki keragaman yang jauh lebih banyak dibandingkan Negara tropis lainnya terkecuali Thailand. “Buah-buahan Tropis merupakan buah-buahan yang tumbuh didaerah tropis seperti Indonesia dan buah-buahan tersebut tidak tumbuh di

daerah yang panas dan biasanya buah-buahan tropis ini tidak mengenal musim sehingga dapat dikonsumsi kapan pun.” (Ennie, 1992 : 25). Indonesia menjadi salah satu Negara pengimport buah tropis terbesar. Kualitas buah tropis Indonesia tidak kalah bersaing dengan Negara yang ada di Asia dalam mengimport buah. Buah-buahan yang banyak tumbuh di Negara tropis antara lain, jambu biji, durian, nanga, nanas, sirsak, papaya, apel, pisang, manggis, jeruk dan belimbing.

Buah-buahan tropis yang baik untuk pembuatan produk *petite fours* yaitu buah yang memiliki karakteristik antara lain kandungan air yang cukup, daging buah yang tebal, dan serat yang halus. Buah tidak hanya enak dan segar, tapi juga mengandung berbagai nutrisi yang sangat baik bagi kesehatan.

1) Buah Nanas



Gambar 1.1 Nanas

Sumber : www.suaramerdeka.com

Nanas (*Ananas Comucuc L*) berasal dari Amerika Latin, namun saat ini sudah banyak dikembangkan di Indonesia karena pengembangan agroindustri nanas cukup prospektif, terutama sebagai komoditas ekspor. Di Indonesia saat ini sudah banyak dikembangkan varietas buah nanas unggul, seperti nanas Palembang, nanas subang, nanas bogor, dan blitar. Nanas Palembang dan Bogor termasuk varietas nanas queen sedangkan nanas Subang dan Blitar termasuk varietas Cayenne. Nanas varietas queen lebih sering dikonsumsi segar sebagai buah meja karena ukurannya yang relative lebih kecil, sedangkan nanas Cayenne lebih cocok untuk nanas kalengan. Industri pengalengan buah nanas merupakan salah satu agroindustri terbesar di Indonesia,

Bagian utama yang bernilai ekonomi penting dari tanaman nenas adalah buahnya. Buah nenas selalu dikonsumsi segar juga dapat diolah menjadi berbagai macam makanan dan minuman, seperti selai, buah kalengan, sirup dan lain-lain. Rasa buah nenas adalah manis sampai agak masam menyegarkan, sehingga disukai oleh masyarakat luas. Di samping itu, buah nanas mengandung gizi yang cukup tinggi dan lengkap. (Gardjito, Murdijati & U.Saifudin, 2011).

D. *Filling* dan *Topping* pada pembuatan *petite fours*

1) *Filling*

a. Pengertian *Filling*

Adalah sesuatu yang ada (terkandung, termuat, tersimpan). (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2000:443).

b. Karakteristik *Filling* yaitu

- (1) Tidak berserat
- (2) Bertekstur lembut
- (3) Penggunaan filling harus seimbang,
- (4) Tidak terlalu cair

2) *Topping*

a. Pengertian *Topping*

Adalah lapisan atas (*of a cake*) taburan yang berada diatas. (Kamus Inggris-Indonesia, 1975:597)

b. Karakteristik *Topping* yaitu

- (1) *Topping* tidak boleh melebihi atau menutupi pinggiran produk
- (2) Warna *topping* yang digunakan harus selaras
- (3) Tidak terlalu cair
- (4) Menggunakan bahan-bahan *topping* yang *fresh*

E. Pengertian Hidangan Stand Pesta

Hidangan stand penulis sarikan menurut pendapat (Agnes warsitaningsih,2010) dalam modul katering pesta adalah hidangan yang disajikan tersendiri disamping susunan menu pokok / utama dalam suatu penyelenggaraan pesta. Cara penyajian pada hidangan stand dibedakan dua macam cara yaitu self servics bebas yaitu: para tamu dapat mengambil / melayani sendiri sesuai keinginannya dan self service terbatas yaitu hidangan sudah disiapkan per porsi dalam tempat tertentu, sehingga para tamu tinggal mengambil sesuai dengan porsi yang sudah disediakan.

Disarikan dari buku restoran jilid 2 (Ekawatiningsih,P.2008) dalam sebuah hidangan *stand* pesta, disajikan berbagai macam hidangan mulai dari hidangan

pembuka, hidangan utama, sampai hidangan penutup. Secara garis besar, hidangan penutup dikategorikan menjadi 2 yaitu hidangan penutup panas dan hidangan penutup dingin. *Petite fours* merupakan hidangan penutup dingin, karena disajikan dalam kondisi dingin. Penggolongan ini berdasarkan pada perbedaan suhu, baik pada proses pengolahan maupun suhu penyajiannya.

- a) Hidangan penutup dingin yaitu *dessert* yang disajikan pada suhu dingin.
- b) Hidangan penutup panas yaitu *dessert* yang disajikan pada temperature panas atau hangat. Penyajian *hot dessert* pada proses akhirnya harus dipanaskan terlebih dahulu. Adapun syarat-syarat hidangan stand pesta dalam kutipan pendapat Agnes warsitaningsih (2010) diantaranya :
 - a. Tidak mengenyangkan
 - b. Variasi jenis berbagai makanan
 - c. Beraneka macam rasa

METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu eksperimen, melalui serangkaian uji coba sampai menemukan resep standar *Petite Fours* dengan berbagai variasi filling dan topping yang menarik. Uji coba pembuatan *Petite Fours* dilakukan berulang-ulang untuk menghasilkan resep *Petite Fours* yang standar, memiliki rasa yang enak. Waktu penelitian terhitung dari bulan Agustus 2020 hingga bulan September 2020. Uji coba ini dilakukan beberapa kali sampai diperoleh resep yang standar. Proses uji coba dilakukan di rumah.

HASIL PENELITIAN

1. Bahan Dan Alat Yang Dipergunakan Dalam Pembuatan *Petite Fours* Variasi Topping Dan Filling Buah Nanas Sebagai Hidangan Stand Pesta

Bahan dan alat yang digunakan dalam Uji coba pembuatan *petite fours* dilakukan untuk mendapatkan resep yang standar. Pelaksanaan uji coba lima produk *petite fours* adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Bahan dan Alat Yang digunakan dalam pembuatan Petite Fours

No	Nama Produk	Bahan	Alat
1	<i>Mini Cake Layers Pineapple,</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tepung terigu 2. Telur 3. Gula pasir 4. Sp 5. Susu bubuk 6. Maizena 7. <i>Margarine</i> 8. Nanas 9. Cengkih 10. Kayu manis 11. Garam 	<p>Alat persiapan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Scale</i> 2. <i>Spoon</i> 3. <i>Sieve</i> 4. <i>Brush</i> 5. Whisking bowl 6. <i>Bowl</i> <p>Alat pengolahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Stove</i> 2. <i>Oven</i> 3. <i>Baking pan</i> 4. <i>Mixer</i> 5. <i>Spatula</i> 6. <i>Paping bag</i> 7. <i>Blender</i>

2. Uji Coba Pembuatan *Petite Fours* Variasi *Topping* dan *Filling* Buah-buahan Tropis Sebagai Hidangan *Stand Pesta*

Uji coba pembuatan *petite fours* dilakukan untuk mendapatkan resep yang standar. Pelaksanaan uji coba meliputi lima produk *petite fours* adalah sebagai berikut:






Tabel 1.2 Uji coba *Mini Cake Layers Pineapple*

NO	UJI COBA KE 1	UJI COBA KE 2	UJI COBA KE 3	UJI COBA KE 4	UJI COBA KE 5
1	Bahan <i>Mini layers pineapple</i> Roti tawar 2 lembar	Bahan <i>Mini layers pineapple</i> Roti tawar 2 lembar	Bahan <i>Resep mini cake</i> Tepung terigu 85 gram Kuning telur 3 butir Putih telur 4 butir Gula pasir 80 gram Sp 15 gram Susu bubuk 5 gram <i>Maizena</i> 10 gram <i>Margarine</i> 125gram	Bahan <i>Resep mini cake</i> Tepung terigu 85 gram Kuning telur 3 butir Putih telur 4 butir Gula pasir 80 gram Sp 15 gram Susu bubuk 5 gram <i>Maizena</i> 10 gram <i>Margarine</i> 125gram	Bahan <i>Resep mini cake</i> Tepung terigu 85 gram Kuning telur 3 butir Putih telur 4 butir Gula pasir 80 gram Sp 15 gram Susu bubuk 5 gram <i>Maizena</i> 10 gram <i>Margarine</i> 125gram
2	Bahan selai nanas Jus nanas 300 gram Gula pasir 50 gram Garam ½ sdt	Bahan selai nanas Jus nanas 300 gram Gula pasir 75 gram Garam ½ sdt	Bahan selai nanas Jus nanas 300 gram Gula pasir 75 gram Garam ½ sdt	Bahan selai nanas Jus nanas 300 gram Gula pasir 75 gram Garam ½ sdt	Bahan selai nanas Jus nanas 300 gram Gula pasir 75 gram Garam ½ sdt
3	Bahan <i>setup nanas</i> Nanas ½ buah Gula pasir 100 gram Air 50 cc Cengkeh 5 buah Kayu manis 1 buah	Bahan pelapis roti tawar <i>Coklat powder</i> 300 gram Air 200 cc Gula pasir 150 gram	Bahan <i>setup nanas</i> Nanas ½ buah Gula pasir 100 gram Air 100 cc Cengkeh 5 buah Kayu manis 1 buah	Bahan <i>setup nanas</i> Nanas ½ buah Gula pasir 100 gram Air 100 cc Cengkeh 5 buah Kayu manis 1 buah	Bahan <i>setup nanas</i> Nanas ½ buah Gula pasir 100 gram Air 100 cc Cengkeh 5 buah Kayu manis 1 buah
4		Bahan <i>setup nanas</i> Nanas ½ buah Gula pasir 100 gram Air 50 cc Cengkeh 5 buah Kayu manis 1 buah			
5	Bahan <i>Topping</i> Irisan buah nanas	Bahan <i>Topping</i> Irisan buah nanas	Bahan <i>Topping</i> Irisan buah nanas	Bahan <i>Topping</i> Irisan buah nana	Bahan <i>Topping</i> Irisan buah

3. Evaluasi Uji Coba Pembuatan *Petite Fours* Variasi *Topping* dan *Filling* Buah Nanas Sebagai Hidangan *Stand Pesta*

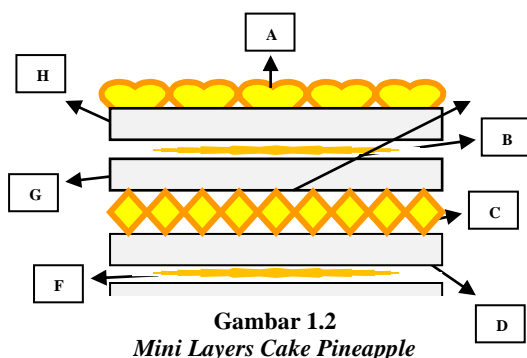
Evaluasi Uji coba pembuatan *petite fours* dilakukan untuk mendapatkan resep yang standar. Pelaksanaan uji coba meliputi produk *petite fours* adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Evaluasi Uji coba *Mini Éclair Jackfruit*

NO	UJI COBA KE 1	UJI COBA KE 2	UJI COBA KE 3	UJI COBA KE 4	UJI COBA KE 5
1	Evaluasi dari para responden 1. <i>Pastry cream</i> terlalu cair 2. Penampilan dan warna belum sesuai. 3. Rasa sus tidak terasa karena <i>pastry cream</i> terlalu banyak	Evaluasi dari para responden 1. <i>Pastry cream</i> masih sedikit cair, kentalkan lagi 2. Warna kulit sus kurang coklat 3. Kulit sus nya basah dan sedikit tipis	Evaluasi dari para responden 1. atau tidak terlalu matang. 2. Rasa susu dan <i>pastry cream</i> enak dan tambahkan <i>maizenanya</i> 3. Warna kulit susu kurang sedikit lagi.	Evaluasi dari para responden 1. kulit susnya sudah sesuai 2. Bentuk potongan buah mangga untuk <i>topping</i>	Evaluasi dari para responden 1. Sudah bagus
					

4. Desain Produk *Petite Fours* Variasi *Filling* dan *Topping* Buah Nanas Sebagai Hidangan *Stand Pesta*

Mini Layers Cake Pineapple.



Gambar 1.2
Mini Layers Cake Pineapple

Keterangan :

- A. Buah nanas segar yang dipotong kecil
- B. Selai nanas
- C. *Setup* nanas
- D. *Cake*
- E. *Cake*
- F. Selai nanas
- G. *Cake*
- H. *Cake*

5. Resep *Mini Cake Layers Pineapple*



Gambar 1.3
Resep *Mini Cake Layers Pineapple*

a) *Bahan mini cake*

- 220 gram tepung terigu
- 5 butir kuning telur
- 7 butir putih telur
- 160 gram gula pasir
- 30 gram sp
- 10 gram susu bubuk
- 20 gram *maizena*
- 250 gram *margarine*

a) *Bahan selai nanas*

- 300 gram jus nanas
- 75 gram gula pasir
- $\frac{1}{2}$ sdt garam

Cara Membuat :

a) *Cake*

1. Pecahkan telur, pisahkan kuning telur dari putih telur
2. Putih telur kocok hingga mengembang dan tambahkan sedikit gula pasir, kocok hingga kaku kemudian sisihkan.
3. Kocok telur, gula pasir, dan sp dengan handmixer sampai betul-betul mengembang
4. Masukkan susu, maizena dan tepung terigu yang sudah diayak aduk hingga tercampur rata.
5. Masukkan kocokan putih telur memakai spatula atau sendok besar
6. Masukkan margarin cair, aduk hingga tercampur
7. Tuang ke dalam loyang yang sudah diolesi margarin dan ditaburi tepung terigu
8. Panggang di dalam oven yang panasnya 220 C selama 20 menit.

d) *Topping*

- Irisan buah nanas

b) *Bahan setup nanas*

- $\frac{1}{2}$ buah nanas
- 100 gram gula pasir
- 100 cc air
- 5 buah cengkeh

e) *Garnish*

- Daun *mint*

9. Angkat dari oven dan keluarkan kue dari loyang dengan menggunakan alas kertas roti

a) Selai Nanas

1. Siapkan alat dan bahan yang akan digunakan
2. Kupas buah nanas dan buang mata biji-bijiny, kemudian blender
3. Setelah buah nanas diblender, tuangkan kedalam wajan, masak dengan menggunakan api yng kecil,hingga mengental.
4. Kemudian masukkan gula pasir dan sedikit garam, masak kembali hingga mengental dan siap digunakan.

a) Setup Nanas

1. Siapkan alat dan bahan yang akan digunakan
2. Kupas buah nanas dan buang mata biji-bijiny, kemudian potong dengan ukuran yang diinginkan.
3. Masukkan nanas kedalam panci, kemudian tambahkan air, gula pasir, kayu manis,cengkeh dan sedikit garam. panaskan
4. Masak hingga air mengental dan nanas berubah warna
5. Setelah mendidih angkat dan sisihkan, siap digunakan

Catatan : Untuk 70 buah *Mini Cake Layers Pineapple*

HASIL PEMBAHASAN

Penulisan penelitian ini dilakukan menggunakan metode eksperimen atau uji coba, yang didukung dengan studi literatur. Uji coba produk yang dilakukan penulis sebanyak lima kali percobaan. Pembuatan produk, yaitu *Mini Layers Cake Pineapple*, secara rinci akan dibahas sebagai berikut :

1. *Mini Pie Tropical Fruits*

Pembuatan *Mini Pie Tropical Fruits* dilakukan dengan lima kali uji coba. Pada uji coba ke 1, Responden memberikan penilaian yaitu rasa *pastry cream* terlalu manis, kulit *pie* keras, warna produk pucat. Kekurangan pada uji coba ke 1 menjadikan penulis melakukan uji coba yang ke 2 ini rasa *pastry cream* tidak terlalu manis, warna kulit *pie*

bagus, rasa jambu pada *topping* lebih dominan dibandingkan rasa buah manggis. Uji coba yang ke 3 hasil evaluasi dengan responden yaitu potongan *topping* belum rapih, rasa enak, penampilan produk menarik. Untuk menyempurnakan produk dilakukan uji coba yang ke 4 ialah rasa *pastry cream* enak, penggunaan buah jeruk dan manggis pada *topping* bagus, serta kulit *pie* renyah. Pada uji coba yang terakhir, penulis mengevaluasi produk kepada responden. Semua responden memberikan penilaian yang sama yaitu rasa sesuai, bentuk rapih, penampilan warna menarik, dan secara keseluruhan bagus. Setelah melakukan uji coba sebanyak 5 kali, maka didapatkan resep standar untuk pembuatan *Mini Pie Tropical Fruits* sebagai hidangan *stand* pesta

KESIMPULAN

Setelah penulis membahas tentang penelitian dengan judul *Petite Fours Variasi Filling dan Topping Buah Nanas Sebagai Hidangan Stand Pesta*, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Petite Fours* merupakan hidangan yang dihias secara istimewa, bentuknya menarik, unik, dan memiliki cita rasa yang khas.
2. Pembuatan *petite fours* menjadi resep standar dari hasil 5 kali percobaan perlu memperhatikan pemilihan dan persiapan bahan yang dibutuhkan, ketelitian dan keuletan pada proses serta membentuk sampai menghias produk *petite fours* hingga penyajian.
3. *Petite fours* dibuat dengan variasi *filling* dan *topping* pada pembuatan *petite fours* dalam Penelitian ini *Mini Layers Cake Pineapple*, yaitu *Petite fours* yang terbuat dari adonan *mini cake* yang dibentuk kotak, dengan *filling* selai nanas dan *setup* nanas, kemudian diberi *topping* potongan buah nanas
4. *Petite fours* yang dibuat dalam penelitian ini menggunakan buah tropis yaitu buah nanas
5. Pembuatan *Petite fours* variasi *filling* dan *topping* dilakukan dengan tujuan menambah pilihan hidangan istimewa pada *stand* pesta. *Petite fours* dengan menggunakan buah nanas dalam hidangan *stand* pesta masih jarang ditemukan, karena biasanya hiasan *petite fours* menggunakan buah-buahan seperti *strawberry*, kiwi, jeruk mandarin, *raspberry* dan *blueberry*.

DAFTAR PUSTAKA

- Angliss , William. *Prepare and display petit fours*, Melbourne : Institute of TAFE
- Campbell, J dan Foskett, D . 2012. *Practical Cookery Level 3*. UK : Hachette UK
- Ekawatiningsih,P., Komariah,K dan Purwanti,S.2008. *Restoran Jilid 2*. Jakarta: Departemen Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Enni,A dkk.1992. *Penelitian pembuatan makanan Pangan asal Buah-buahan Tropis*. Warta Industri Hasil Pertanian Vol.9 No.1-2
- Faridah,Anni. 2008. *Patiseri Jilid 2*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Gardjito, Murdijati & U.Saifudin . 2011. *Penanganan Pascapanen Buah-buahan Tropis*. Yogyakarta : Kanisius
- M. Echolas,John & Hassan.,S. 1975. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: PT.Gramedia
- Megawati.dkk. 2013.*Bahan Ajar Continental pastry XI Patisery*.Tidak diterbitkan
- M. Echolas,John . 2006. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta : PT Gramedia
- N. S. Budiana . 2013. *Buah Ajaib Tumpas Penyakit*. Jakarta : Penebar Swadaya
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka. Sinar Sinanti
- Tim Dosen FPTK.(1991).*Pedoman Tugas Akhir Bidang Studi*, Bandung:FPTK IKIP
- Tim Dosen Pengelola Pelasanaan Pembuatan Tugas Akhir.(2006). *Pedoman Pembuatan Tugas Akhir Jurusan PKK FPTK UPI*. Bandung:Jurusan PKK FPTK UPI.
- Tim Penyusun UPI.(2013). *Pedoman Karya Ilmiah*. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- TR.Sekar, 2011. *Manfaat Buah-buahan Disekitar Kita*. Yogyakarta : Siklus

DAMPAK PESEBARAN VIRUS CORONA (COVID-19) TERHADAP PERJALANAN WISATA RELIGI (UMROH) DI WILAYAH JAKARTA

Rahmat Darmawan

Universitas Negeri Jakarta

Jenal Abidin

Universitas Negeri Jakarta

Revi Agustin

Universitas Negeri Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak yang terjadi akibat penutupan izin kunjungan perjalanan wisata religi Umroh, baik dampak yang bersifat secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu penelitian ini juga akan menganalisa dampak yang terjadi pada wisatawan yang gagal berangkat pada perjalanan wisata Umrah dan juga dampak bagi para Biro Perjalanan Wisata khusus perjalanan religi Umroh selaku penyelenggara perjalanan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengacu pada konsep wisata religi, dan dampak ekonomi dalam bisnis perjalanan wisata religi umroh. Populasi dari penelitian ini adalah berupa social situation yaitu para stake holder yang terkait dengan perjalanan wisata yaitu Dinas Pariwisata DKI Jakarta, kantor agama wilayah Jakarta, pelaku industri wisata religi Umroh dan masyarakat yang akan menjadi peserta perjalanan wisata Umroh. Instrumen penelitian dalam ini adalah observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Analisis data menggunakan model Miles and Huberman dengan triangulasi data.

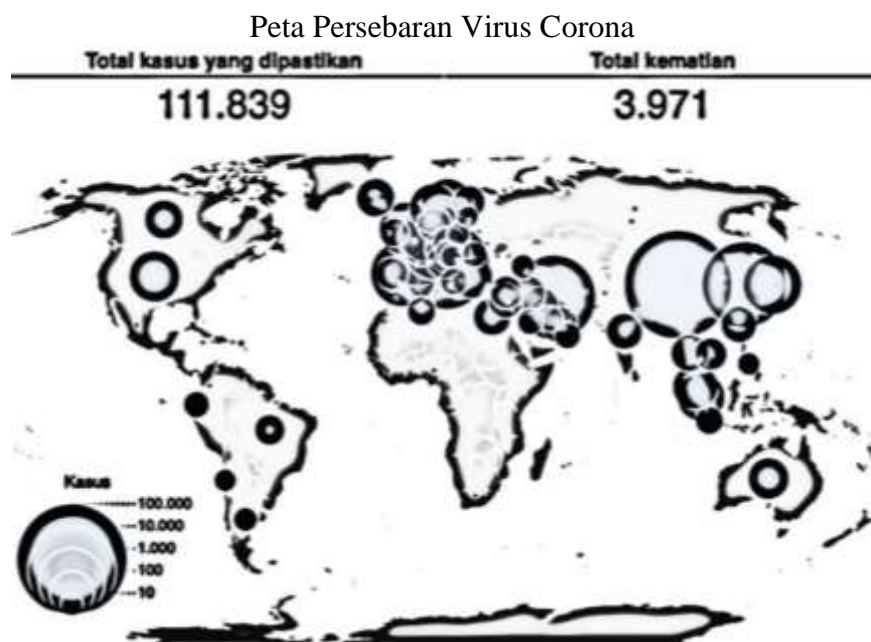
Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat dampak dari penutupan kunjungan wisata religi Umrah oleh Pemerintah Arab Saudi adalah dampak langsung, dampak tidak langsung, dampak lanjutan dan dampak psikologis.

PENDAHULUAN

Salah satu isu terbesar saat ini adalah tentang penyebaran virus Corona (Covid-19). Munculnya virus ini ternyata membuat industry pariwisata terpukul dengan sangat hebatnya. Virus ini muncul pertama kali di Wuhan Cina sejak desember 2019 kemudian pada januari 2020 Badan Kesehatan Dunia (WHO) mengidentifikasi bahwa virus yang mewabah di Wuhan, China adalah jenis corona virus (convid-19). Dilansir dari CNN, otoritas kesehatan China menyebut virus itu bisa menular dari manusia ke manusia. Virus itu dapat menyebabkan penyakit pneumonia atau radang paru-paru. Kasus

pneumonia yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China menyita perhatian dunia. Kasus ini diduga disebabkan oleh Virus Corona sebagai patogennya (tribun jogja).

Virus Hingga Senin (08/03) kasus virus corona secara global telah mencapai lebih dari 105.000, dengan kematian lebih dari 3.500 orang. Sebagian besar kasus terjadi di Hubei, China, provinsi tempat wabah bermula. Saat ini virus corona sudah makin menyebar hampir ke seluruh dunia dengan jumlah kurang lebih terindikasi di 107 negara. Berikut adalah peta persebaran virus corona yang di rilis oleh WHO



Sumber: World Health Organisation
Diperbarui pada 10/3/2020 07.01.00 WIB

Dari total kurang lebih 107 negara yang terkena dampak wabah virus corona ternyata yang terbesar adalah Cina (80.859 kasus) dan kemudian urutan kedua adalah Italia dengan (9.172 kasus) dan menyusul Korea di urutan ke 3 dengan jumlah (7.328 kasus). Salah negara yang berdampak wabah corona adalah Indonesia, dimana berdasarkan data kemenkes per 10 Maret 2020 terdeteksi jumlah kasus sebesar 19 kasus. Hal ini tentunya menjadi perhatian serius bagi pemerintah Indonesia, karena persebaran virus ini berdampak serius pada sektor pariwisata di Indonesia.

Salah satu dampak yang cukup besar dari persebaran virus corona bagi

Indonesia adalah keputusan pemerintah Arab Saudi yang memutuskan untuk menutup sementara hingga batas waktu yang tidak ditentukan kepada wisatawan wisata religi Umroh asal Indonesia. Keputusan pemerintah Arab Saudi ini ternyata berdampak serius bagi masyarakat Indonesia yang akan menjalankan wisata religi (ibadah Umroh) ke tanah Suci Mekkah yang ada di Arab Saudi. Indonesia adalah negara terbesar asal wisatawan yang berkunjung untuk melakukan wisata religi ke Makkah Arab Saudi.

Menurut Menko Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (PMK), Muhadjir Effendy dalam kompas.com mengatakan, saat ini jumlah jamaah/wisatawan umrah dan haji Indonesia mengalami kenaikan dibandingkan 5 tahun terakhir. Pada 2014- 2015, jumlah jamaah/wisatawan umrah Indonesia mencapai 649.000 orang. Sementara pada 2018-2019, jumlahnya mencapai 974.650 orang. Bahkan kata Muhadjir, jumlah Jemaah/wisatawan umrah sempat tembus 1,5 juta orang pada 2017- 2018.

Penutupan sementara ini sangat berdampak pada masyarakat Indonesia yang akan mengikuti perjalanan wisata religi Umrah. Selain itu para biro perjalanan wisata yang khusus menyelenggarakan wisata religi Umroh juga mengalami dampak yang cukup serius. Saat ini di Jakarta saja sudah lebih dari 100 biro perjalanan wisata yang menyelenggarakan wisata religi khusus Umroh. Para biro perjalanan ini mengalami kerugian yang tidak sedikit dari penutupan sementara ini. Berdasarkan pada hal tersebut diatas maka diperlukan penelitian untuk melihat sejauhmana dampak yang terjadi dari persebaran virus corona ini terhadap perjalanan wisata religi umroh yang terjadi di Jakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pariwisata

Kata Pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau berpergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling. Pariwisata adalah kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan pekerjaan sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat-tempat tujuan tersebut, mencakup kepergian untuk berbagai maksud (Pendit, 2006 : hal: 30).

Selain itu pariwisata menurut Norval (dalam Mulyadi, 2009, hal : 8): *The sum total of operation, mainly of an economic nature, which directly relate to the entry, stay*

and movement of foreigners inside and outside a certain country, city or region. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota atau wilayah tertentu.

B. Defenisi Biro Perjalanan Wisata

Perusahaan perjalanan yang disebut juga Biro Perjalanan Wisata, Travel Agent, Travel Bureau, Reisen Buro, Travel Service, Tours and Travel Service, Agen Persiaran, dll merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha jasa pariwisata, dimana perusahaan tersebut mengolah, mereservasi, merencanakan, membuat dan menyelenggarakan perjalanan wisata baik untuk kepentingan bisnis, berlibur, sosial dan budaya, dan sebagainya. Sebuah biro perjalanan wisata menjual rancangan perjalanan secara langsung pada masyarakat. Lebih khusus lagi sebuah biro perjalanan menjual transportasi udara, darat, laut; akomodasi penginapan; pelayaran wisata; paket wisata; asuransi perjalanan; dan produk lainnya yang berhubungan dengan perjalanan.

Di Indonesia defenisi biro perjalanan wisata di tuangkan dalam suatu landasan hukum yang kuat yaitu Surat Keputusan Direktur Jendral Pariwisata No.Kep 16/U/II/88 tanggal 25 Februari 1999. Pada BAB I Penelitian Umum Pasal I, undang- undang ini memberi defenisi biro perjalanan wisata dengan batasan- batasan dan pengelompokkan perusahaan sebagai berikut:

1. Usaha Perjalanan adalah perusahaan perjalanan yang kegiatan usaha- usahanya bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan berwisata.
 2. Biro Perjalanan Wisata adalah badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan wisata dan jasa lain terkait dengan penyelenggaraan perjalanan wisata baik dari dalam ke luar negeri maupun sebaliknya.
 3. Cabang Biro Perjalanan Wisata adalah salah satu unit dari usaha biro perjalanan wisata, yang berkedudukan di wilayah yang sama dengan kantor pusatnya di wilayah lain yang melakukan kegiatan kantor pusat.
- Agen Perjalanan adalah badan usaha perantara yang bertindak menyediakan jasa pelayanan yang berkaitan dengan penyelenggaraan wisata.

4. Perwakilan adalah Biro Perjalanan Wisata, Agen Perjalanan, Badan Usaha atau perseorangan yang di tunjuk oleh suatu perusahaan biro perjalanan wisata yang berkedudukan di wilayah yang sama atau wilayah lain untuk melakukan kegiatan yang diwakilkan baik secara tetap maupun tidak tetap.

C. Paket Wisata

Paket wisata merupakan perpaduan beberapa produk wisata minimal dua produk, yang dikemas menjadi satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain, sementara itu produk wisata mempunyai mempunyai pengertian totalitas pengalaman seorang wisatawan sejak ia meninggalkan suatu tempat dan kembali ke tempat ia berangkat (Desky, 2003, hal: 23).

Paket wisata adalah suatu bentuk wisata yang diselenggarakan dengan susunan program dan harga tertentu yang sudah termasuk seluruh komponen yang terlibat dalam penyelenggaraan wisata tersebut dengan periode atau jangka waktu tertentu (Suyitno, 2000, hal: 67).

Menurut Darmadjati (dalam Suyitno, 2000, hal:67) mengartikan package tour sebagai sesuatu rencana atau acara perjalanan wisata yang telah tersusun secara tetap, dengan harga tertentu yang telah termasuk pula biaya- biaya untuk transfer/pengangkutan, fasilitas akomodasi/hotel, serta darmawisata/sightseeing di kota-kota, objek-objek wisata dan atraksi-atraksi yang telah tercantum dalam acara itu. Biasanya untuk harga akan lebih murah dibandingkan dengan tour yang direncanakan secara khusus atas permintaan.

Menurut Ismayanti (dalam Cahyana et al, 2011, hal : 10) paket wisata adalah suatu produk wisata yang diciptakan oleh Biro Perjalanan Wisata yang telah tersusun dengan baik dengan cara menggabungkan beberapa unsur atau komponen jasa wisata beserta harga yang dilaksanakan secara tetap dan teratur.

D. Wisata Religi Umrah

Nuki Mayasaripada tahun 2014 menulis tesis yang berjudul “*Recharging Faith: The Practice of Multiple Umrah Trips among Middle Class in Yogyakarta*”.⁷ Menurutnya pelaksanaan umroh adalah sebagai alternatif dari berbagai permasalahan yang terjadi pada haji, terutama mengenai lamanya proses keberangkatan haji ke tanah suci. Kemudian, berbelanja souvenir bagi kelas menengah pada saat umroh merupakan hal

yang esensial. Tesis ini lebih terfokus pada objek masyarakat kelas menengah yang melaksanakan umroh berkali-kali. Meskipun terdapat fakta demikian, landasan utama mereka melaksanakan umroh berkali-kali masih tersirat adanya panggilan Allah kepada mereka untuk secara berulang melaksanakan umroh.

Razaq Raj dan Dino Bozonelos dalam jurnal mereka yang berjudul “*Pilgrimage Experience and Consumption of Travel to the City of Makkah for Hajj Ritual*”⁸ menyatakan bahwa haji dan umroh yang dilakukan oleh umat Islam bukan sekedar menjadi perjalanan wisata semata melainkan sebuah ritual peribadahan yang disandarkan kepada al-Qur’an dan Hadis. Perjalanan umroh dan haji tidak seperti perjalanan ibadah yang dilaksanakan oleh agama lain dimana orang-orang agama tersebut melaksanakan ibadah sekaligus berwisata. Orang muslim yang melaksanakan haji dan umroh merasakan pengalaman spiritual yang luar melaksanakannya. Kristel Kessler menulis “*Conceptualizing Mosque Tourism: A central feature of Islamic and Religious Tourism*” dalam jurnal terbitan *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*.

E. Paket Wisata

Paket wisata merupakan perpaduan beberapa produk wisata minimal dua produk, yang dikemas menjadi satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain, sementara itu produk wisata mempunyai mempunyai pengertian totalitas pengalaman seorang wisatawan sejak ia meninggalkan suatu tempat dan kembali ke tempat ia berangkat (Desky, 2003, hal: 23).

Paket wisata adalah suatu bentuk wisata yang diselenggarakan dengan susunan program dan harga tertentu yang sudah termasuk seluruh komponen yang terlibat dalam penyelenggaraan wisata tersebut dengan periode atau jangka waktu tertentu (Suyitno, 2000, hal: 67).

Menurut Darmadjati (dalam Suyitno, 2000, hal:67) mengartikan package tour sebagai sesuatu rencana atau acara perjalanan wisata yang telah tersusun secara tetap, dengan harga tertentu yang telah termasuk pula biaya-biaya untuk transfer/pengangkutan, fasilitas akomodasi/hotel, serta darmawisata/sightseeing di kota-kota, objek-objek wisata dan atraksi-atraksi yang telah tercantum dalam acara itu. Biasanya untuk harga akan lebih murah dibandingkan dengan tour yang direncanakan

secara khusus atas permintaan.

Menurut Ismayanti (dalam Cahyana et al, 2011, hal : 10) paket wisata adalah suatu produk wisata yang diciptakan oleh Biro Perjalanan Wisata yang telah tersusun dengan baik dengan cara menggabungkan beberapa unsur atau komponen jasa wisata beserta harga yang dilaksanakan secara tetap dan teratur.

F. Wisata Religi Umrah

Nuki Mayasaripada tahun 2014 menulis tesis yang berjudul “*Recharging Faith: The Practice of Multiple Umrah Trips among Middle Class in Yogyakarta*”.⁷ Menurutnya pelaksanaan umroh adalah sebagai alternatif dari berbagai permasalahan yang terjadi pada haji, terutama mengenai lamanya proses keberangkatan haji ke tanah suci. Kemudian, berbelanja souvenir bagi kelas menengah pada saat umroh merupakan hal yang esensial. Tesis ini lebih terfokus pada objek masyarakat kelas menengah yang melaksanakan umroh berkali-kali. Meskipun terdapat fakta demikian, landasan utama mereka melaksanakan umroh berkali-kali masih tersirat adanya panggilan Allah kepada mereka untuk secara berulang melaksanakan umroh.

Razaq Raj dan Dino Bozonelos dalam jurnal mereka yang berjudul “*Pilgrimage Experience and Consumption of Travel to the City of Makkah for Hajj Ritual*”⁸ menyatakan bahwa haji dan umroh yang dilakukan oleh umat Islam bukan sekedar menjadi perjalanan wisata semata melainkan sebuah ritual peribadahan yang disandarkan kepada al-Qur’an dan Hadis. Perjalanan umroh dan haji tidak seperti perjalanan ibadah yang dilaksanakan oleh agama lain dimana orang-orang agama tersebut melaksanakan ibadah sekaligus berwisata. Orang muslim yang melaksanakan haji dan umroh merasakan pengalaman spiritual yang luar melaksanakannya. Kristel Kessler menulis “*Conceptualizing Mosque Tourism: A central feature of Islamic and Religious Tourism*” dalam jurnal terbitan *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan metode kualitatif dimana metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi pada suatu konteks khusus dengan memanfaatkan berbagai metode

alamiah (Moleong, 2011, hal: 302).

Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis terkait dampak yang terjadi akibat persebaran virus corona dan penutupan sementara kunjungan wisata religi umroh oleh pemerintah Arab Saudi terhadap masyarakat Indonesia yang akan menjalankan perjalanan wisata religi umroh dan juga biro perjalanan wisata khusus umroh di wilayah Jakarta.

Data dalam penelitian kualitatif mengacu pada esensi manusia, objek dan situasi yang kemudian diubah menjadi tulisan atau dengan kata-kata (Huberman dalam Denzin, 2009, hal : 593). Kata-kata sebagai data dalam penelitian kualitatif didasarkan pada hasil pengamatan yang merupakan gambaran rinci mengenai situasi, kejadian, interaksi dan tingkah laku yang diamati di lapangan. Kualitas pengumpulan data merupakan salah satu hal yang paling mempengaruhi hasil penelitian. Kualitas pengumpulan data ini berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Adapun tehnik dalam pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, studi literatur

Selama proses pengumpulan data, peneliti melakukan analisis data. Metode analisis data (Huberman dalam Denzin et al, 2009, hal: 592) terdiri dari tiga proses yang saling terkait, yaitu

a. Reduksi data, adalah proses penyederhanaan data setelah data berhasil dikumpulkan, peneliti melakukan penyeleksian data dengan cara melakukan ringkasan data, melakukan pengkodean, merumuskan tema, mengelompokkan dan penyajian cerita secara tertulis.

b. Penyajian data, Setelah data diseleksi dan diringkas, tahap kedua adalah penyajian data. Jika pada reduksi data menjadi tahap dasar pemaknaan, pada tahap penyajian data peneliti memfokuskan pada ringkasan terstruktur berupa sinopsis, deskripsi singkat, diagram, atau matrik dengan teks.

Verifikasi data merupakan tahap ketiga sebagai tahap akhir adalah pengambilan kesimpulan dan verifikasi, peneliti melakukan interpretasi atas penetapan makna dari data yang tersaji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring dengan meningkatnya populasi masyarakat islam di dunia yang ingin menjalankan ibadah Haji dan daya tampung serta adanya pelaksanaan pembangunan infrastruk yang di lakukan oleh pemerintah Arab Saudi dikota Mekkah dan madinah maka jumlah kunjungan jamaah haji pun turut dibatasi agar aktivitas ibadah haji dapat berjalan dengan aman dan nyaman serta tidak terlalu padat. Pembatasan ini jumlah kunjungan ibadah haji ini ternyata juga berdampak langsung pada Indonesia sebagai negara yang memiliki populasi umat muslim terbesar dunia. Akhirnya Indonesia mengalami pembatasan kuota haji dari pemerintah kerajaan Arab Saudi.

Pembatasan kuota Haji ini ternyata pernah terjadi sebelumnya yaitu ketika Indonesia masih berada di dalam kekuasaan pemerintah kolonial Belanda, pembatasan untuk umat Muslim Indonesia yang akan berangkat haji terjadi pada tahun 1825, 1827, 1831, dan 1859. Pembatasan tersebut muncul lantaran banyaknya kasus perlawanan terhadap pemerintahan yang berasal dari golongan haji. Pemerintah kolonial Belanda juga pernah menunda keberangkatan jemaah haji Indonesia pada 1915, akibat pecahnya Perang Dunia Pertama. Kala itu, biaya hidup dan transportasi menjadi mahal, dan tidak ada transportasi milik Belanda yang beroperasi. Ibadah haji untuk jemaah Indonesia pun pernah dihentikan pada 1947 berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh pimpinan Majelis Syuro Muslimin Indonesia (Masyumi), KH Hasyim Asj'ari, menyusul situasi genting di Indonesia pasca kemerdekaan.

Jumlah jemaah haji asal Indonesia setiap tahunnya bertambah hal ini terjadi karena faktor ekonomi dan juga bertambahnya keyakinan masyarakat Indonesia bahwa pergi haji itu menjadi hal yang wajib dalam mencapai kesempurnaan sebagai umat muslim. Berikut ini adalah data kuota haji Indonesia 7 tahun terakhir.

Tabel 4.1. Data Jumlah Kuota Haj

No	TAHUN	KUOTA
1	2014	154.467
2	2015	154.455
3	2016	168.800
4	2017	211.000
5	2018	221.000
6	2019	231.000
7	2020	250.000

Sumber : data sikoat Haji, Kemenag.go.id

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa pada tahun 2017 kuota jamaah haji Indonesia naik dari 168.800 orang menjadi 211.000 dan kemudian naik kembali menjadi 221.000 pada tahun 2018. Setahun kemudian kuota haji Indonesia naik kembali menjadi 231.000 orang jamaah dan tahun 2020 ditambah menjadi 250.000 jamaah Haji. Penambahan jamaah haji tersebut didasari atas permintaan presiden Jokowi kepada raja Salman ketika berkunjung ke Indonesia untuk berlibur dengan seluruh keluarga kerajaan. Walaupun kuota haji pemerintah Indonesia di naikan setiap tahunnya, namun jumlah kuota tersebut tidak sebanding dengan jumlah masyarakat Indonesia yang mendaftar untuk berangkat ke Mekkah dalam rangka menunaikan ibadah haji.

Pembatasan kuota haji yang di berlakukan kepada pemerintah Indonesia oleh Kerajaan Arab Saudi karena pembangunan infrastruktur di Mekkah dan Madinah dan juga tidak sebandingnya antara angka pendaftar yang setiap tahun melonjak tajam dengan kuota yang diberikan akhirnya berdampak pada masa tunggu keberangkatan yang relatif cukup lama. Rata-rata saat ini daftar antri jamaah haji yang akan berangkat itu bisa sampai 18-20 tahun.

Kondisi inilah yang pada akhirnya mendorong secara alamiah perjalanan umroh sebagai pengganti seentara atau sebagai pengisi masa tunggu perjalanan ibadah Haji. Perjalanan ibadah umrah bagi sebagian umat Islam di Indonesia adalah dianggap sebagai haji kecil, karena mereka khawatir bahwasanya di masa tunggu tersebut mereka meninggal dunia sehingga mereka tidak bisa menjalan ibadah haji walaupun sudah mendaftar dan membayar.

Atas dasar kondisi diatas maka lonjakan peminat perjalanan ibadah umrah meningkat cukup signifikan. Berikut adalah data lonjakan peminat perjalanan ibadah umrah dari tahun 2016-2019.

Tabel 4.2. Jumlah Jamaah umroh dari tahun 2016-2019

TAHUN	JUMLAH JAMAAH UMROH
2016	699,6 ribu jamaah
2017	750 ribu jamaah
2018	1 juta jamaah
2019	1,1 juta jamaah

Sumber: Biaya umroh, dunia tempo & inews

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa dari tahun 2016 ke tahun berikutnya yaitu 2017 kenikannya tidak terlalu besar, namun pada tahun 2017-2018 kenaikannya

cukup signifikan di bandingkan kenaikan 2018-2019. Pertumbuhan jumlah peserta perjalanan ibadah umrah ini memiliki dampak ekonomi yang cukup luas, tidak hanya di Indonesia sendiri tapi juga bagi negara Arab Saudi. Pertumbuhan ini juga di sebabkan oleh bertambahnya penerbangan yang langsung (*direct flight*) dari Indonesia menuju Makkah dan Madinah. Penerbangan *direct flight* ini tidak hanya di buka oleh perusahaan penerbangan milik negara yaitu Garuda Indonesia akan tetapi perusahaan swasta pun mulai membuka seperti Lion Air. Tidak hanya itu penerbangan internasional juga pada akhirnya melirik potensi tersebut seperti Malaysia Airlines, Etihad, Fly Emirates, dan juga penerbangan LCC (low cost carrier) milik Arab Saudi yaitu Flynas airlines.

Perjalanan ibadah umrah merupakan potensi besar dalam bisnis perjalanan wisata di tanah air karena jumlahnya yang tiap tahun meningkat dan pasarnya tidak akan pernah putus. Semakin besarnya permintaan perjalanan umrah di Indonesia akhirnya pemerintah pada tahun 2018 melalui Keputusan Menteri Agama (KMA) no 229 memutuskan untuk memotorium pemberian izin pendirian usaha perjalanan haji dan umrah. Langkah ini diambil dalam rangka mengurangi tingkat pelanggaran serta penyelewengan dana masyarakat oleh para pemilik Biro Perjalanan Wisata haji dan umrah.

Keputusan Menteri Agama no 229 2018 pada akhirnya di cabut kembali melalui keputusan menteri agama nomer 28 tahun 2020 karena ternyata berdampak pada perkembangan bisnis syariah dan berdampak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Perputaran uang dalam bisnis umrah merupakan sangat besar sehingga potensi ini tidak bisa di anggap sebelah mata. Selain itu tingginya permintaan akan perjalanan ibadah umrah pun tidak bisa di bendung.

Industri perjalanan umrah di Indonesia tahun 2020 mendapat sebuah pukulan yang sangat menyakitkan karena pemerintah Arab Saudi melakukan moratorium atau penutupan sementara sejak tanggal 27 februrari 2020 sampai batas waktu yang tidak di tentukan terhadap kunjungan ibadah umrah dan haji. Penutupan ini disebabkan persebaran wabah corona virus 19. Wabah ini sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat Arab Saudi, oleh karena itu untuk mengurangi persebarannya pemerintah Arab Saudi melalkukan penutupan sementara bagi jaah umrah dan haji. Penutupan sementara ini sangat berdampak pada ritme bisnis usaha penyelenggara perjalanan

ibadah haji dan dampak ini pada akhirnya bermuara pada pertumbuhan dan perekonomian nasional.

Penutupan sementara kunjungan perjalanan ibadah umrah oleh pemerintah Arab Saudi dilakukan secara mendadak tanpa pemberitahuan lebih dahulu kepada seluruh negara yang menyelenggarakan perjalanan ibadah umrah. Hal ini sangat mengagetkan seluruh masyarakat Indonesia khususnya adalah para peserta perjalanan ibadah umrah dan para penyelenggara perjalanan ibadah umrah. Penutupan ini dilakukan dalam rangka tindakan preventif pemerintah Arab Saudi terhadap persebaran virus corona di negranya.

Tindakan pencegahan atau preventif ini dilakukan lebih awal dari sebelum WHO menyatakan Covid-19 sebagai sebuah pandemi yaitu tanggal 27 februari 2020. Pemerintah Arab Saudi berkeyakinan bahwasanya kalau mencegah lebih awal itu lebih baik dari pada terjadi penyebaran dari Covid-19 ini. Tindakan pertama yang dilakukan oleh pemerintah adalah membentuk komite untuk menentukan tindakan yang akan dilakukan kedepannya pada Covid-19 ini dengan 19 kementerian yang dipimpin oleh Menteri Kesehatan. Selanjutnya pemerintahan Arab Saudi melakukan penundaan pelaksanaan Umroh dan tidak mengizinkan orang untuk mengunjungi masjid di Makkah ataupun Madinah, lalu berhenti mengeluarkan visa untuk orang-orang yang berasal dari negara-negara yang terjangkit Covid-19. Informasi ini juga di rilis melalui akun twitter resmi dari kementerian luar negeri Arab Saudi terkait dengan penutupan sementara terhadap kunjungan ibadah umrah. Berikut adalah kutipan twitter tersebut :



Sumber : Kompas.com 05/03/2020

Pengumuman penutupan sementara kunjungan umrah akan di tinjau secara berkala oleh pemerintah Arab Saudi dan akan dapat dibatalkan tergantung pada situasi dan perkembangan pandemic virus corona (reuters : 2020). Meski penangguhan umrah diberlakukan, warga negara dan penduduk Arab Saudi masih diperbolehkan mengunjungi Mekkah dan Madinah untuk berdoa di sana, asalkan mereka tidak melakukannya untuk tujuan umrah. Pernyataan tersebut diucapkan oleh Wakil Menteri Haji Arab Saudi, Abdulfattah (kompas.com 2020).

Industri perjalanan wisata khususnya di bidang perjalanan ibadah umrah mengalami permasalahan yang sangat serius terkait dengan penutupan Arab Saudi terhadap kunjungan jamaah umrah. Apalagi penutupan ini di umumkan secara mendadak karena saat itu kondisi para jamaah umrah dan juga para industri perjalanan wisata ada yang sedang melakukan perjalanan ibadah umrah dan ada juga yang akan berangkat. Pada situasi ini terdapat tiga kondisi yang di alami oleh para industri perjalanan wisata yaitu :

1. Pada saat pengumuman penutupan terdapat beberapa biro perjalanan umrah sudah berangkat ataupun tiba di Makkah serta Madinah.

Menurut Syam Resfiadi selaku Ketua Umum Serikat Penyelenggara Haji dan Umroh Indonesia (Sapuhi)

“Terdapat beberapa biro perjalanan haji dan umrah yang telah tiba di mekkah sebelum pengumuman penutupan sementara di keluarkan oleh pemerintah Arab Saudi. Bagi biro perjalanan ibadah haji dan umroh beserta jamaahnya yang sudah tiba dan sudah beraktivitas lebih dari satu hari dimakkah maupun madinah maka kebijakan yang di berlakukan adalah diberikan izin untuk tetap melaksanakan ibadah umrah. Hal ini berlaku juga bagi para biro perjalanan dan jamaah umrah yang sudah tiba di bandara King Abdul Azis kemudian baru diumumkan penutupan sementara maka juga diizinkan oleh pemerintah Saudi arabia untuk menjalankan ibadah umrahnya”

Berdasarkan pada data kementerian agama Republik Indonesia yang terinput dalam sistem siskopatuh yang merupakan sistem pendataan jamaah umrah terdapat 2.579 orang jamaah yang sudah tiba di Arab Saudi sebelum pengumuman penutupan sementara kegiatan umrah dan diizinkan untuk melaksanakan kegiatan ibadah umrah (siskohat kemenag.go.id)

Pada kondisi ini juga terdapat biro perjalanan ibadah umrah beserta jamaahnya sudah berangkat namun masih berada di negara transit pada saat pengumuman penutupan sementara di rilis oleh pemerintah Arab Saudi karena menggunakan penerbangan yang tidak direct flight tetapi connected flight. Untuk kasus ini para biro perjalanan ibadah umrah dan jamaahnya di pulangkan kembali oleh pihak maskapai karena semua bandara di Arab Saudi di tutup untuk semua kedatangan penerbangan dari luar ke dalam wilayah Arab Saudi.

Berdasarkan data siskopatuh jumlah jamaah yang tertahan di negara transit dan kemudian di pulangkan ke Indonesia sebanyak 1685 orang.

2. Terdapat biro perjalanan wisata yang baru akan berangkat dan mereka baik biro perjalanannya dan juga jamaahnya sudah tiba di Bandara Soetta untuk persiapan terbang menuju Jeddah atau Madinah.

Pada kondisi ini merupakan kondisi yang sangat mengkhawatirkan karena pada kondisi ini baik antara biro perjalanan wisata selaku penyelenggara perjalan ibadah umrah maupun para jamaah ibadah umrah bingung karena tidak ada kejelasan dari pemerintah Arab Saudi sampai kapan penutupan ini selesai. Sedangkan untuk biaya perjalanan seperti tiket pesawat, hotel, transportasi lokal dan catering di Arab Saudi sudah di bayarkan oleh pihak biro perjalanan ke seluruh rekanan tersebut.

Terdapat dua ketidakjelasan pada kondisi ini yaitu masalah batasan waktu atas penutupan sementara kegiatan umrah dan masalah uang jamaah yang sudah disetorkan kepada biro perjalanan ibadah umroh. Sementara para biro perjalanan sendiri telah menyetorkan kepada semua rekanan yang terlibat dalam perjalanan tersebut seperti maskapai penerbangan, transportasi lokal, catering dan hotel.

Menurut Achamd Chairul selaku officer in charge (OIC) bandara Soekarno Hatta (Soetta) tangerang Banten mengatakan bahwa “Akibat penutupan ini terjadi penumpukan jamaah di bandara Soekarno Hatta. Pada tanggal 27 Februari 2020 yaitu pada saat pengumuman penutupan berlangsung terdapat kurang lebih 1.300 orang jamaah yang akan berangkat menuju Makkah dan Madinah yang rencananya akan terbang dengan menggunakan 8 penerbangan yaitu 4 penerbangan Garuda Indonesia, 3 penerbangan Saudi airlines dan 1 Lion air.

3. Terdapat biro perjalanan wisata yang belum berangkat namun akan memberangkatkan jamaahnya ditahun 2020 dan semua jemaahnya sudah mendaftar dan membayarkan biaya perjalanan ibadah umrahnya kepada para biro perjalanan wisata.

Pada kondisi ini merupakan kondisi yang relatif aman karena semua uang yang di bayarkan oleh para jamaah umrah masih berada di biro perjalanan ibadah umrah, walaupun ada beberapa biro perjalanan yang sudah menyetorkan kepada para rekanan maka hal tersebut masih bisa di reschedule atau penjadwalan ulang terhadap resevasinya. Hal tersebut tentu dapat dilakukan karena keberangkatannya belum dilakukan. Menurut Arfi selaku Direktur Bina Umrah dan Haji Khusus Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kementerian Agama menyatakan bahwa :

“ Jumlah jemaah yang sudah terdata lunas biaya penyelenggaraan ibadah umrah di Siskopatuh per tanggal 4 Maret 2020 sebanyak 32.994 jemaah. Mereka awalnya terjadwal akan diberangkatkan dalam rentang 28 Februari sampai 31 Mei 2020,”

Penutupan sementara ini sangat berdampak terhadap kegiatan bisnis perjalanan wisata khususnya perjalanan ibadah Umrah. Dampak yang terjadi terbagi 4 yaitu dampak yang bersifat langsung, tidak langsung dan dampak lanjutan serta dampak psikologis.

a. Dampak langsung

Dampak langsung yang terjadi akibat pandemi covid ini adalah pada perusahaan biro perjalanan ibadah umrah. Karena perusahaan perjalanan ini mengandalkan pemasukannya dari perjalanan umrah dan haji. Menurut Ketua Umum Serikat Penyelenggara Haji dan Umroh Indonesia (Sapuhi) Syam Resfiadi menyatakan bahwa :

“ Dampak dari pandemi covid-19 saat ini membuat seluruh biro perjalanan haji dan umroh tutup total. Karena layanan yang tersedia dalam biro perjalanan juga mengalami lumpuh total.”

Berhentinya operasional para biro perjalanan ibadah umrah sangat berdampak pada perekonomian hal ini terlihat dari nilai ekonomi atau perputaran di bisnis perjalanan umrah saja. Jika rata-rata biaya perjalanan umrah adalah berkisar 20-25 juta per orang dan mengacu pada jumlah jamaah umrah pada tahun sebelumnya yaitu berjumlah 1,1juta orang maka jika di kalikan dengan harga paket wisata umrah maka

potensi ekonomi khususnya perputaran uang di bisnis ini akan mengalami kehilangan sekitar 20-25 triliun. Ini adalah angka yang cukup besar dalam perputaran uang dalam bisnis ini, walaupun dari total seluruh biaya tersebut 60 %nya adalah untuk maskapai penerbangan dan hotel tapi sisanya merupakan biaya pendukung dan keuntungan perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umrah.

Hampir seluruh biro perjalan umrah dari mulai yang kecil hingga besar di wilayah jakarta mengalami kerugian dan bahkan tidak sedikit dari mereka yang pada akhirnya menutup sementara perusahaannya, karena tidak dapat beroperasi lagi dan tidak ada pemasukan lagi.

b. Dampak tidak langsung

Bisnis perjalanan wisata pada umumnya merupakan suatu bisnis yang memiliki dampak ekonomi cukup luas atau multiflier effect. Hal ini di karenakan bisnis perjalanan wisata melibatkan berbagai sektor bisnis lainnya seperti maskapai penerbangan, hotel, perlengkapan ibadah, katering dan souvenir.

Dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah, secara perhitungan biaya production costnya adalah 60-70 % di peruntukan untuk biaya penerbangan dan hotel. Penerbangan nasional yaitu garuda Indonesia dan lion Air turut menerima dampaknya, karena kedua maskapai nasional ini memiliki jalur penerbangan menuju Arab Saudi secara langsung.

Menurut Irfan Setiাপutra selaku Direktur Utama Garuda Indonesia menyatakan bahwa :

“larangan penerbangan umrah oleh Arab Saudi menjadi pukulan berat bagi maskapainya. Apalagi, belum lama ini juga ada pelarangan terbang ke daratan Cina yang penyebabnya sama, yakni mewabahnya virus corona atau COVID-

19. “Ini pasti menimbulkan kerugian. Kerugian itu tantangan direksi memperbaiki kinerja dalam kondisi apapun,” Irfan juga menyatakan Garuda saat ini memiliki empat rute penerbangan ke Arab Saudi, terdiri dari dua rute menuju Jeddah dan dua rute menuju Madinah. Pesawat yang digunakan pun tak main- main yaitu tipe badan lebar yaitu Airbus A 380 400”

Selain maskapai Garuda Indonesia, maskapai lainnya adalah lion air yang juga terdampak dari penutupan sementara perjalanan ibadah umrah ini. Lion air saat ini

memiliki satu penerbangan setiap harinya. Kedua maskapai ini mengalami penurunan pendapatan karena untuk melayani rute ke Arab Saudi pesawat selalu penuh.

PT Angkasa Pura I sebagai penyedia jasa bandara Soetta juga mengalami dampak yang cukup signifikan, karena selain maskapai penerbangan milik nasional terdapat pula maskapai internasional yang melayani penerbangan menuju ke Arab Saudi seperti Malaysia Airlines, Fly Emirates, Etihad dan lain-lain. Pendapatan dari maskapai internasional ini cukup signifikan karena biaya sewa airport, runway dan pelayanan jasa lainnya dibayarkan dengan mata uang dollar dan hal ini merupakan bagian dari devisa negara Indonesia.

c. Dampak lanjutan

Penutupan sementara oleh pemerintah Arab Saudi terhadap kegiatan umrah hingga batas yang tidak dapat dipastikan ternyata menciptakan dampak lanjutan khususnya bagi para industri penyelenggara perjalanan umrah. Ketidakpastian penutupan sementara ini pada akhirnya menuntut para pemilik usaha perjalanan ibadah umrah untuk menyesuaikan diri dan bertahan dikala pendapatan tidak ada tapi pengeluaran rutin seperti gaji karyawan, listrik telepon dan biaya operasional lainnya tetap berjalan.

Salah satu bentuk strategi bertahannya para perusahaan biro perjalanan umroh di masa krisis ini yang dilakukan adalah mengalihkan usaha yang ada ke perdagangan barang, seperti menjual hewan qurban, menjadi distributor kurma dari Arab Saudi hingga menjual makanan lainnya. Ada juga yang memanfaatkan aset yang ada untuk disewakan.

d. Dampak psikologis

Dampak psikologis adalah dampak yang dirasakan oleh para pekerja di industri perjalanan ibadah umrah dan juga bagi para peserta atau jamaah umrah yang gagal berangkat menuju tanah suci Makkah. Pandemi covid-19 yang berkepanjangan ini ternyata akan menciptakan gelombang pemutusan hubungan kerja berskala besar. Hal inilah yang ditakutkan oleh sebagian besar pekerja yang terlibat dalam perjalanan ibadah umrah ini seperti para pembimbing umrah (muttawif), karyawan biro perjalanan ibadah umrah. Gelombang PHK ini juga tidak hanya menjadi mimpi buruk si karyawan tetapi juga menjadi mimpi buruk para anggota keluarganya karena pekerjaan tersebut

merupakan satu satunya sumber penghasilan yang dimilikinya.

Disisi lain dampak psikologis juga di rasakan oleh para jamaah yang gagal berangkat khususnya bagi jamaah yang sudah tiba di negara transit yang kemudian harus kembali lagi ketanah air. Dampak psikologisnya adalah mereka merasa telah mengeluarkan uang tapi tidak bisa menginjakan kakinya di tanah suci Makkah dan mereka telah mengeluarkan uang yang kemungkinan tidak semuanya bisa dikembalikan. Sedangkan bagi jamaah yang sudah membayar penuh dan berkumpul di Bandara Soekarno Hatta namun tidak jadi terbang menuju tanah suci Makkah juga mengalami dampak psikologis selain masalah uang yang mereka bayarkan juga mereka merasa sedih karena impian mereka untuk beribadah secara langsung di Makkah dan Madinah tidak bisa terwujud.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Penutupan sementara ini dilakukan secara mendadak tanpa pemberitahuan sebelumnya sehingga terciptalah 3 kondisi yang membuat industri perjalanan wisata khususnya perjalanan ibadah umrah bergejolak cukup kuat. Ketiga kondisi itu adalah pertama, jamaah umrah kita telah berangkat dan tiba ketika diumumkan penutupan oleh pemerintah Arab Saudi, yang kedua jamaah dan para perusahaan perjalanan sudah tiba di bandara dan tinggal menunggu keberangkatan namun di batalkan karena ada penutupan. Dan yang ke tiga adalah peserta atau jamaah baru mau akan berangkat setelah pengumuman.

Dari ketiga kondisi diatas maka kondisi yang kedua adalah kondisi yang sangat krusial karena tidak ada kejelasan mengenai sampai kapan penutupannya sementara mereka sudah menyetorkan uangnya untuk keberangkatan umrah. Dampak yang terjadi dari penutupan ini bagi bisnis perjalanan ibadah umrah dan para jamaah umrah adalah terdapat 4 dampak diantaranya adalah, dampak langsung, dampak tidak langsung, dampak lanjutan dan dampak psikologi.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat tiga saran yaitu

1. Bagi pemerintah yaitu hendaknya terus berkordinasi dengan pihak arab saudi terkait dengan pembukaan lagi kunjungan ibadah umrah dan juga bernegosiasi untuk mendapatkan kompensasi atas penutupan sementara yang secara mendadak diumumkan tanpa berkordinasi lebih awal dengan pemerintah Indonesia sebagai negara penyumbang jamaah umrah terbesar di dunia.
2. Bagi industri perjalanan wisata khusus yang menangani perjalanan ibadah umrah, diharapkan bedialog secara terbuka kepada para jamaah mengenai pembayaran yang sudah masuk apakah sudah dibayarkan kepada rekanan atau belum. Selain itu juga diharapkan para perusahaan tersebut senantia memperjuangkan hak-hak jamaah yang tertunda akibat pandemik.
3. Bagi para jamaah senantia memahami bahwa masalah ini bukanlah permasalahan biro perjalanan maupun pemerintah arab saudi dan oemerintah Indonesia namun merupakan force majeure yaitu kejadian di luar jangkauan manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, W, John. 2012. Research Design : pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Jogjakarta : Pustaka pelajar
- Denzin, K Norman, dan Yvonna S. Lincoln (Eds) 2009 Handbook of Qualitative Research, Terjemahan, Yogyakarta: Pustaka Pelajar,
- Desky. M.A. 2003. Manajemen Perjalanan Wisata. Yogyakarta : Adicita Kesrul, M. Operasional perjalanan Wisata. Jakarta : Prady
- Kessler, Kristel, “Conceptualizing Mosque Tourism: A central feature of Islamic and Religious Tourism”, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, (2015) Vol. 3, Iss 2, Article 2.
- Laurensius. SR 2011. Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Spiritual Di Kota Larantuka Kabupaten Flores Timur Provinsi Nusa Tenggara Timur. Bali : Unud
- Muhammad Nuri, “Pragmatisme Pelaksanaan Haji di Indonesia,” Universitas Malaya Malaysia, 2014.
- Moleong, Lexy J, 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Rosda Karya.
- Nuki Mayasari, “Recharging Fairh: The Practice of Multiple Umrah Trips among Middle Class in Yogyakarta”. Tesis CRCS UGM, Perpustakaan Pusat UGM, (2014).
- Pay, Betsy. 1992. Essentials of Tour Management. New Jersey 07632 : Prentice-Hall, inc. A Simon & Schuster Company.
- Pendit, Nyoman S. 2006. Ilmu Pariwisata. Jakarta : PT Pradya Paramita.
- Razaq Raj and Bozonelos, “Pilgrimage Experience and Consumption of Travel to the City of Makkah for Hajj Ritual”, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, (2015), Vol. 3: Iss. 1, Article .

PENGARUH PENERAPAN *STANDRAD RECIPE* TERHADAP KUALITAS PRODUK DI D'COLONEL BOGOR

Aggy Lestari Dwi Putri
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor
aggylestari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian untuk meneliti analisa pelaksanaan penerapan standard recipe, penulis menyimpulkan bahwa makanan yang dihasilkan sudah melalui standar dan karyawan kitchen menjalankan penerapan standard recipe dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui nalis penerapan standard recipe di restaurant. Desain penelitian ini adalah observasi ke tempat objek penelitian, wawancara kepada para karyawan kitchen, penyebaran kuesioner kepada para pelanggan restoran, dan studi nalisa untuk mendukung teori – teori yang dipakai penulis dalam penelitian ini. Data Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode nalisa deskriptif dengan studi kasus. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu, Dari hasil penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada beberapa karayawan mendapatkan hasil yaitu, *head chef* sudah tepat untuk menyampaikan materi dengan baik, hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian yang menyebutkan angka 35 yaitu setuju untuk pernyataan tersebut

Kata Kunci : Standard Ricipes dan Kualitas produk,

PENDAHULUAN

Indonesia kaya dengan beragam wisata budaya dan keindahan wisata alam, serta berbagai masakan yang mengandung nilai cita rasa tinggi dalam wisata kulinernya. Keindahan itu semua yang akhirnya membuat Indonesia dikenal sebagai salah satu negara tempat wisata yang populer. Menjual makanan dan minuman memerlukan menu, karena menu sebagai salah satu alat informasi dan promosi makanan dan minuman kepada konsumen. Membuat sebuah menu harus bisa tepat sasaran, menu tergantung dari konsep restoran tersebut. Untuk memenuhi syarat tersebut haruslah memiliki kualitas bahan makanan yang baik, peralatan yang baik dan sumber daya yang kompetitif. Untuk mendapatkan hasil makanan yang konsisten diperlukan sebuah standarisasi dari resep makanan tersebut, memerlukan sebuah pengangan untuk

mengatur setiap tahapan-tahapan dalam memasak. Untuk itu diperlukan *standard recipe* agar semua yang diinginkan terwujud. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan penerapan *standard recipe* merupakan salah satu bagian yang terpenting bagi karyawan *kitchen*. Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif disebut juga dengan penelitian positivis (positivist) yang menekankan pada pengujian teori – teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan pengolahan data statistik (Sugiarto, 2015). Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan. Adapun Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yaitu: survei, observasi, kuisioner dan studi pustaka. Di dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang hendak diteliti, yaitu penerapan *standard recipe* terhadap kualitas produk. Pengukuran untuk setiap pertanyaan kuisioner dari masing-masing variabel tersebut berdasarkan pada skala likert. Teknik Analisa Data Di dalam penelitian ini, teknik analisis yang dipakai adalah teknik penelitian deskriptif dan teknik analisis data statistik dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana. Berikut ini adalah alat-alat dan metode yang dipakai didalam penelitian ini, yaitu : Teknik Penelitian Deskriptif, Uji Validitas dan Uji Reabilitas, uji normalitas, Analisis regresi atau pengujian hipotesa, Uji F, Uji T dan uji Koefisien korelasi.

HASIL PENELITIAN

Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran suatu data yang ditinjau dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum. Dalam penelitian ini mean adalah nilai rata-rata keseluruhan responden terhadap

pernyataan yang diajukan, sedangkan standar deviasi menunjukkan variasi dari jawaban responden. Nilai minimum adalah jawaban (skala) terendah yang dipilih responden. Demikian pula nilai maksimum adalah jawaban (skala) tertinggi yang dipilih responden. Statistik untuk setiap variable dalam penelitian ini secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	60	3.38	4.88	4.0208	.49476
Y	60	3.29	4.86	3.9286	.52294
Valid N (listwise)	60				

Dari hasil data di atas dapat dikatakan bahwa variable X penerapan *standard recipe* memiliki mean atau rata-rata jawaban responden adalah 4,0208 dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa jawaban responden menyatakan bahwa penerapan *standard recipe* dinilai tinggi. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa penerapan *standard recipe* sudah diterapkan dengan baik Pada variable Y kualitas produk memiliki mean atau rata-rata jawaban responden adalah 3,9286 dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa jawaban responden menyatakan bahwa kualitas produk dinilai tinggi.

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data dalam variable yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal.

		Y
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.9286
	Std. Deviation	.52294
Most Extreme Differences	Absolute	.279
	Positive	.279
	Negative	-.129
Test Statistic		.279
Asymp. Sig. (2-tailed)		.158 ^c

Berdasarkan hasil olah data di samping tersebut tampak bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0.158 atau > 0.05 , yang artinya menunjukkan bahwa nilai residual telah terdistribusi secara normal.

Uji F atau koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variable independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.360	1	1.360	738.579	.000 ^b
	Residual	.007	4	.002		
	Total	1.367	5			

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada model penelitian ini adalah 0,000 yang artinya bobot nilai tersebut $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variable X memiliki hasil yang signifikan atau mempunyai hubungan dengan variable Y.

Uji T atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variable independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variable dependen.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.310	.157		-1.974	.120		
X	1.054	.039	.997	27.177	.000	1.000	1.000

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variable X yaitu penerapan *standard recipe* mempunyai nilai sebesar 0,000 yang artinya bobot nilai tersebut <0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variable X memiliki hasil yang signifikan atau mempunyai hubungan dengan variable Y.

Uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi adalah uji yang dapat disebut dengan kolerasi. Uji ini merupakan salah satu statistik infarensi yang akan menguji apakah dua variable atau lebih yang ada mempunyai hubungan atau tidak.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.997 ^a	.995	.993	.04291	.381

Uji koefisien korelasi atau uji R berdasarkan diatas menunjukkan bahwa nilai uji R dalam penelitian ini sebesar 0,997. Nilai korelasi tersebut menggambarkan bahwa hubungan antara variable independen yaitu penerapan *standard recipe* dengan variable dependen yaitu kualitas produk mempunyai hubungan sangat kuat.

Sedangkan uji koefisien determinasi atau R^2 (*R Square*) yang ada diatas menunjukkan bahwa pengaruh antara variable independen dan variable dependen memiliki nilai sebesar 0,995, dengan demikian maka jika nilai tersebut diubah ke dalam bentuk persentase, nilai tersebut akan memperoleh 99,5%. Nilai tersebut memberikan kesimpulan bahwa variable independen memberikan pengaruh naik turunnya variable dependen adalah 99,5% dan sisanya sebesar 0,5% merupakan sumbangan dari variable lain yang tidak dimasukan dalam model (tidak diteliti) dan tergabung dalam variable pengganggu dalam model regresi linier.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh penerapan *standard recipe* terhadap kualitas produk, dengan jelas memperlihatkan hasil untuk hipotesis bahwa hubungan antara variable independen yaitu penerapan *standard recipe* dengan variable dependen yaitu kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. 2007. *Prospek Bisnis Restoran Waralaba: Kasus Mr.Celup's dan Mr.Kerax's*. HoReka Hotel Restoran Katering Volume 1, No. 1, 1.
- Ahyari, Agus. 2002. *Manajemen Produksi dan Pengendalian Produksi*. Yogyakarta. BPFE.
- Akhmad dan Yoyok Soesatyo. *Pengaruh Industri Pengolahan, Perdagangan, Hotel, dan Restoran, dan Pertanian Terhadap PDRB Kabupaten Mojokerto*. Fakultas Ekonomi, Unesa, Kampus Ketintang Surabaya: hlm 4.
- Assauri, Sofyan. 1995. *Manajemen Produksi*. Jakarta: FEUI.
- Bhuono, Agung Nugroho. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Dittmer, Paul. 2006. *Principles of FB Labor Cost Control*. John Wiley & Sons, Inc.
- Ericson, Myrtle H. 2015. *Recipe Standardization*. Univ Calgary Library.
- Fiani S, Margaretha. 2012. *Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*. Vol. 1, No. 1. Universitas Kristen Petra.
- Fillippo, Edwin B. 2006. *Variabel Pelaksanaan Penerapan Jilid II*. Erlangga. Jakarta.
- Gisslen, Wayne. 2011. *Professional Cooking seventh Edition*. John Wiley & Sons, Inc.
- Gisslen, Wayne. 2013. *Professional Baking Sixth Edition*. John Wiley & Sons, Inc.
- Hornby, A. S. 1980. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Oxford: O.U.P.
- Iskandar, M. 1995. *Teori Pengolahan Makanan untuk Sekolah Menengah Industry Pariwisata*. Jakarta: Rasindo.
- Kusmayadi, Ayi, dan Dadang Sukandar. 2008. *Cara Memilih dan Mengola Makanan Untuk Perbaikan Gizi Masyarakat*. Jakarta.
- Minor, Lewis J. & Cichy, Ronald F. 1984. *Foodservice Systems Management*. Wesport.
- Nasution, Mulia. 2000. *Manajemen Personalia Aplikasi Dalam Perusahaan*. Djambatan. Jakarta.
- Nenden, S.A. *Data Perjalanan Wisatawan Nusantara*. 2015. Melalui <<http://m.bisnis.com/traveling/read/20151230/224/505781/inilah-data-perjalanan-wisatawan-nusantara-sepanjang-2015>> [30/12/2015].

- Ninemeier, Jack D. & Hayes, David K. 2011. *Restaurant Operations Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ojugo, Clement. 2010. *Practical Food and Beverage Cost Control. Second Edition*. New York. Cengage Learning.
- Pauli, E. 1979. *Classical Cooking the Modem Way*. USA: CBI Publishing Company.
- Prasetyono, 2009. *Pengertian Makanan Sehat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Robertson, Gordon L. 2013. *Food Packagin Principles and Practice, Third Edition*. CRC Press. Boca Raton.
- Sihite, R. 2001. *Sanition & Hygiene*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Soekidjo Notoatmodjo. 2009. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soekresno. 2007. *Manajemen Food and Beverage (edisi 2)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Stoner, James A.F. 2006. *Management*. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, Inc.
- Sudira, Sabudi. 1996. *Tata Boga*. Jakarta: Dirjen Dekdaspen.
- Sugiarto, Tony & Djoko Sudiby. 2007. *Metodologi Penelitian Hospitality dan Pariwisata*. Tangerang.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabete.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Taub, Irwin A & Singh, R Paul. 1998. *Food Storage Stability First Edition*. CRC Press.
- Wiley, John. 2011. *The Culinary Institute Of America*. John Willey & Sons. Inc. Hoboken. New Jersey.
- Winarno, F. G. 2007. *Naskah Akademis Keamanan Pangan*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Wirartna Sujarweni. 2014. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta.

PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATWAN DI ANJUNGAN DAERAH SUMATERA SELATAN TMII

Taufiq Kurniawan

Program S1 Usaha Perjalanan Wisata
taufiqkurn8@gmail.com

Maharani Mustika Ayu

Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor
maharaniayu01@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Taman Mini Indonesia Indah. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel secara *Purposive Sampling* dan total sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan variabel citra destinasi sebagai variabel bebas dan variabel kepuasan wisatawan dengan variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan terdiri dari dimensi *Cognitive Image*, *Unique Image* dan *Affective Image*.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra destinasi secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Anjungan Daerah Sumatra Selatan di Taman Mini Indonesia Indah. Hal ini dapat dilihat dari nilai p-value yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,092. Dimensi yang memberikan kontribusi terbesar adalah dimensi *Cognitive Image*, dengan nilai faktor muatan sebesar 0,64. Hubungan antara dimensi *Cognitive Image* dan indikatornya menunjukkan bahwa indikator karyawan mampu menyampaikan informasi mengenai anjungan dengan baik memberikan kontribusi terbesar terhadap dimensi *Cognitive Image* dengan nilai faktor muatan 0,95.

Kata kunci: Kepuasan Wisatawan, Citra Destinasi, Anjungan Sumatera Selatan, *Structural Equation Model*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan bidang yang membantu perkembangan ekonomi, sosial dan budaya. Selain itu juga sebagai wadah untuk mempromosikan citra bangsa terhadap negara lain. Indonesia dengan ragam wisata dan budaya sebenarnya memiliki potensi yang kaya dan diharapkan dapat menjadi sumber penghasilan devisa terbesar.

Daerah Khusus Ibukota Jakarta (DKI Jakarta) dikenal sebagai ibukota Negara Indonesia. Hal tersebut menjadikannya sebagai pusat bisnis, politik, dan kebudayaan. Selain menjadi pusat pemerintahan dan bisnis, Jakarta memiliki beberapa destinasi

wisata seperti Ancol *Dreamland*, Taman Mini Indonesia Indah, Monumen Nasional, Museum Gajah, Planetarium dan lain-lain.

Semakin banyak dan beragamnya destinasi wisata yang ada menyebabkan persaingan menjadi semakin kompetitif antar destinasi wisata. Barang atau jasa-jasa perusahaan harus dapat dikenal dengan baik dan dipercaya citranya oleh masyarakat pada umumnya dan konsumen pada khususnya. Citra destinasi tidak hanya sebagai atribut destinasi tetapi juga kesan menyeluruh yang ditampilkan oleh destinasi menurut Echtner & Ritchie (dalam Jørgensen, 2004:15).

Taman Mini Indonesia Indah adalah salah satu destinasi wisata yang berlokasi di Kota Jakarta dan merupakan destinasi wisata yang berbasis wisata edukasi dan budaya. Hal ini disebabkan karena Taman Mini Indonesia Indah selain sebagai tempat rekreasi dan hiburan, memiliki peran penting sebagai tempat pelestarian budaya dan pendidikan. Tersedianya museum yang berada di bawah beberapa kementerian di Indonesia serta adanya anjungan-anjungan berupa rumah adat setiap provinsi di Indonesia mendukung citra Taman Mini Indonesia Indah sebagai destinasi wisata berbasis edukasi dan budaya yang dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai budaya di Indonesia.

Citra Taman Mini Indonesia yang telah terbentuk di mata masyarakat selain memiliki banyak sarana untuk rekreasi dan hiburan, yaitu akses mudah untuk menuju lokasinya dan harga tiket masuk yang terjangkau.

Tabel 1.1. Jumlah Wisatawan Taman Mini Indonesia Indah Jakarta

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2013	4.605.876
2	2014	4.695.304
3	2015	5.575.904
4	2016	5.371.765
5	2017	6.345.028
6	2018	7.127.420

Sumber : *Marketing Taman Mini Indonesia Indah, Tahun 2018*

Berdasarkan Tabel 1.1 data wisatawan diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah wisatawan di Taman Mini Indonesia Indah terlihat setiap tahunnya mengalami tren peningkatan, dengan total jumlah wisatawan pada tahun 2018 sebesar 7.127.420 wisatawan. Sedangkan berdasarkan Tabel 1.2, menunjukkan bahwa jumlah wisatawan Anjungan Daerah Sumatera Selatan pada tahun 2018 lebih didominasi oleh wisatawan lokal sebesar 57.242 wisatawan dibandingkan wisatawan asing 919 wisatawan. Tren kunjungan wisatawan ke Anjungan Daerah Sumatera Selatan pada tahun 2018 lebih banyak pada akhir tahun mulai bulan Oktober, November dan Desember.

Tabel 1.2. Jumlah Wisatawan Anjungan Daerah Sumatera Selatan Tahun 2018

No	Bulan	Wisatawan Asing	Wisatawan Lokal	Total Wisatawan
1	Januari	76	2,131	2,207
2	Febrari	98	744	842
3	Maret	72	2,467	2,539
4	April	43	2,611	2,654
5	Mei	59	1,793	1,852
6	Juni	118	3,477	3,595
7	Juli	71	1,009	1,08
8	Agustus	94	857	951
9	September	65	1,141	1,206
10	Oktober	77	10,838	10,915
11	November	66	12,335	12,401
12	Desember	80	17,839	17,919
	Total	919	57,242	58,161

Sumber : *Pengelola Anjungan Daerah Sumatera Selatan, Tahun 2018*

Sejak pertama dibangun, Taman Mini Indonesia Indah sudah direncanakan sebagai tempat yang diharapkan mampu mewakili wajah Indonesia melalui festival budaya maupun fasilitas yang tersedia kepada masyarakat luas baik untuk wisatawan *domestic* ataupun mancanegara. Adapun fasilitas utama yang menjadi daya tarik dari Taman Mini Indonesia Indah diantaranya Museum, Anjungan Rumah Adat, *Theater* Keong Mas, Taman Istana Anak, Taman Burung, *Snow Bay Swimming poll* dan lain lain. Namun disisi lain, dari beragamnya fasilitas utama yang menjadi daya tarik, terdapat beberapa fasilitas penunjangnya yang kurang baik kondisinya sehingga menyebabkan wisatawan agak kecewa. Fasilitas utama yang penulis maksud dan akan diteliti yaitu Anjungan Daerah.

Anjungan daerah merupakan bangunan-bangunan rumah adat yang bercirikan arsitektur tradisional khas Indonesia. Taman Mini Indonesia Indah memiliki 33 anjungan daerah yang mewakili 33 provinsi di Indonesia. Setiap provinsi menampilkan tiga bentuk rumah adat khas daerah yang bersangkutan. Bentuk rumah adat dibuat sesuai dengan bangunan asli, baik ukuran, bentuk atap, ragam hias, susunan ruangan, bentuk jendela, tangga dan detail lainnya. Disediakkannya anjungan daerah yaitu guna menjadi tempat yang bisa memberikan informasi mengenai bangunan adat setiap suku di Indonesia sekaligus menjadi tempat memamerkan berbagai benda sejarah, pakaian adat, alat-alat kesenian dan benda budaya lainnya yang menjadi warisan bangsa. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada Anjungan Daerah Sumatera Selatan.

Citra Anjungan Daerah Sumatera Selatan menurut beberapa wisatawan dan pengelola anjungan tersebut merupakan anjungan daerah yang memiliki susunan ruangan, benda budaya, pakaian adat dan alat – alat kesenian yang lengkap sehingga wisatawan mendapat banyak informasi terkait daerah Sumatera Selatan, karena beberapa anjungan tidak memiliki banyak informasi terkait daerah yang diwakilinya. Selain itu anjungan Sumatera Selatan memiliki corak bangunan yang unik dan terlihat mewah karena ukiran berwarna emas dan juga luas bangunannya cukup besar. Namun dari citra yang dilihat oleh wisatawan dari anjungan ini masih memiliki kekurangan, yaitu fasilitas anjungan tampak kurang terawat. Hal ini dapat dilihat dari adanya beberapa sarang laba-laba, debu, boneka peraga yang sudah tua, dan kaca etalase yang jarang dibersihkan, pencahayaan di anjungan ini pun hanya bergantung dengan sinar matahari dikarenakan ada kerusakan pada lampu-lampu yang tidak segera diperbaiki, baju adat yang dipamerkan sudah usang serta susasana yang terlalu hening karena tidak ada alunan musik khas daerah yang dimainkan seperti yang ada di anjungan Sumatera Barat. Dengan keadaan tersebut peneliti ingin mengetahui pengaruh citra dari Anjungan Daerah Sumatera Selatan yang terhadap kepuasan wisatawan.

Menurut Gheraldine Bella (2014:4) dalam jurnalnya mengungkapkan bahwa, kepuasan wisatawan sebagai pembeli atau penikmat jasa dapat diukur melalui penilaian keseluruhan wisata. Penilaian tersebut berkaitan dengan kualitas dari destinasi pariwisata yang didapatkan wisatawan. Destinasi yang baik, tentunya dapat membuat wisatawan merasa puas dan kemudian memutuskan untuk berkunjung lagi.

Terkait dengan perilaku berkunjung ulang dapat dipengaruhi oleh citra destinasi wisata yang baik, dengan adanya citra yang baik dapat mendorong keinginan pengunjung untuk mengunjunginya lagi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat mengangkat sebuah penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Taman Mini Indonesia Indah Jakarta”**

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan permasalahan diatas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Pengaruh Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan dan Taman Mini Indonesia Indah?

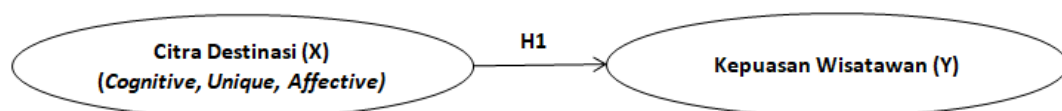
TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Citra Tempat Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Taman Mini Indonesia Indah.

METODOLOGI PENELITIAN

Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini sesuai dengan Gambar 1 yang menggambarkan pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Taman Mini Indonesia Indah.



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

Adapun hipotesis penelitian berdasarkan kerangka pemikiran Gambar 1 diatas adalah sebagai berikut :

H0 : Tidak ada pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Taman Mini Indonesia Indah

H1 : Ada pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Taman Mini Indonesia Indah

Metodologi penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif yang mencakup pengumpulan dan analisis data menggunakan metode pengujian secara statistik. Pendekatan yang dilakukan penulis untuk mendapatkan data dilakukan melalui survei wawancara langsung dengan bantuan kuesioner yang mencantumkan bobot nilai pada setiap pilihan jawabannya. Data kuantitatif menurut Sugiarto, 2015 adalah data yang berbentuk bilangan atau angka. Klasifikasi data kuantitatif adalah data yang berskala ukuran interval dan rasio.

Adapun objek penelitian ini terdiri dari variabel X sebagai variabel bebas yaitu Citra Destinasi Wisata dan variabel Y sebagai variabel terikat yaitu Kepuasan Wisatawan. Penelitian ini akan membahas mengenai Pengaruh Citra Destinasi Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan di Taman Mini Indonesia Indah.

Populasi

Populasi ialah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian. (Ferdinand 2006:223)

Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mengunjungi Anjungan Daerah Sumatera Selatan di Taman Mini Indonesia Indah.

Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari jumlah serta karakteristik populasi yang diteliti. Penelitian ini mengambil jumlah sampel wisatawan dengan menggunakan metode Slovin dengan *margin error* sebesar 10%, maka didapatkan sampel wisatawan yang berkunjung ke Anjungan Daerah Sumatera Selatan di Taman Mini Indonesia Indah sebanyak 100 orang.

Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tehnik pengambilan sampel yaitu

Purposive Sampling yang dimana penulis menentukan responden dengan pertimbangan/criteria tertentu.

HASIL PENELITIAN

. Uji Validitas

Pengujian validitas adalah pengujian yang ditujukan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya dan telah sesuai dengan kenyataan. Pengujian ini untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Imam Ghozali (2016: 52).

Uji Reabilitas

Uji Realibilitas bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

	P-value	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	.000	.815
X2	.000	.816
X3	.000	.812
X4	.000	.810
X5	.000	.814
X6	.000	.803
X7	.000	.807
X8	.000	.791
X9	.000	.817
X10	.000	.826
Y	.000	.799

Sumber: Olah data

Berdasarkan tabel 3.1 diatas diperoleh hasil uji validitas dengan nilai p-value dibawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa semua data adalah valid. Sedangkan, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sudah diatas 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa semua data reliabel. Untuk itu seluruh pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid dan reliabel.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji variabel terikat dan variabel bebas memiliki sebaran data yang normal. Uji normalitas menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dan menghasilkan nilai p-value 0,696, maka dapat disimpulkan bahwa variabel terikat dan variabel bebas memiliki sebaran data yang normal karena nilai p-value sudah diatas 0,05.

Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Analisis *Structural Equation Model* (SEM) adalah analisis kuantitatif berupa pemodelan yang menunjukkan hubungan kausal sebab akibat antara variabel terikat dan variabel bebas. Analisis *Structural Equation Model* (SEM) mempunyai kelebihan dalam membuat pemodelan variabel yang bersifat tersembunyi.

Analisis *Structural Equation Model* (SEM) dalam penelitian ini menjelaskan variabel citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan dan menggambarkan pola keterkaitan hubungan antara peubah pengamatan dan peubah laten.

Uji Kecocokan Pada Beberapa Kriteria *Goodness of Fit Index*

Uji kecocokan bertujuan untuk menguji kriteria *Goodness of Fit Index* hasil *Structural Equation Model* (SEM). Uji kecocokan bisa dilihat pada tabel 3.2 dibawah ini.

Tabel 3.2. Uji Kecocokan pada Beberapa Kriteria *Goodness of Fit Index*

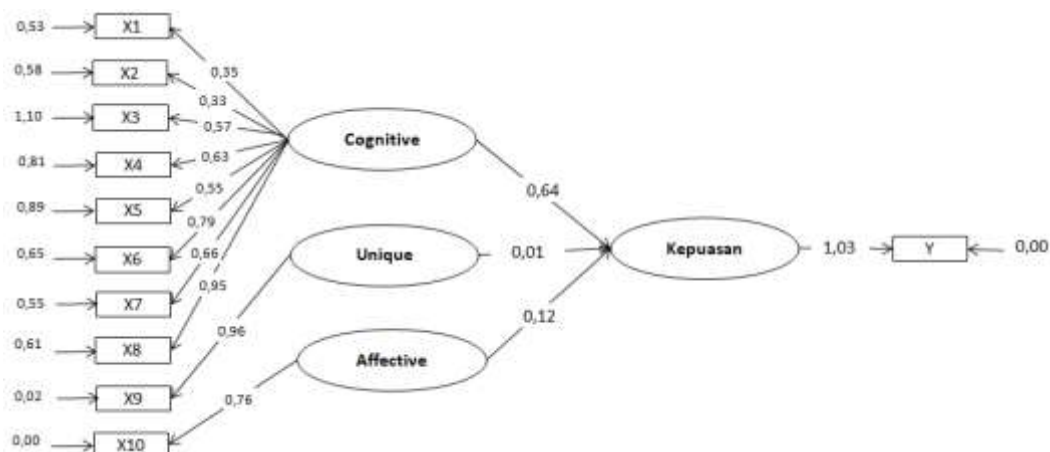
<i>Goodness-of-Fit Index</i>	<i>Cutt-off-Value</i>	Hasil	Keterangan
<i>Chi-square</i>	Kecil	32.43	<i>Good Fit</i>
<i>Significance Probability(P-value)</i>	$\geq 0,05$	0.092	<i>Good Fit</i>
<i>RMR(Root Mean Square Residual)</i>	$\leq 0,05$ atau $\leq 0,1$	0.100	<i>Good Fit</i>
<i>RMSEA(Root Mean square Error of Approximation)</i>	$\leq 0,08$	0.064	<i>Good Fit</i>
<i>GFI(Goodness of Fit)</i>	$\geq 0,90$	0.950	<i>Good Fit</i>
<i>CFI (Comparative Fit Index)</i>	$\geq 0,90$	0.920	<i>Good Fit</i>

Sumber : Olah Data

Berdasarkan Tabel 3.2 uji kecocokan diatas, menunjukkan bahwa beberapa kriteria menurut Wijayanto, 2008 yang termasuk *Good of Fit Index*, adalah nilai *Chi-square* yang kecil, nilai *Significance Probability (P-value)* diatas 0,05, nilai *RMR (Root Mean Square Residual)* sama dengan 0,1, nilai *RMSEA (Root Mean square error of Approximation)* dibawah 0,08, nilai *GFI (Goodness of Fit)* diatas 0,9 dan nilai *CFI (Comparative Fit Index)* diatas 0,9. Berdasarkan hasil uji kecocokan tabel 3.2 diatas maka dapat disimpulkan bahwa hasil *Structural Equation Model (SEM)* sudah memenuhi kriteria dan data diterima.

Path Diagram Structural Equation Model (SEM)

Path Diagram *Structural Equation Model (SEM)* Gambar 3.1 dibawah ini menggambarkan pengaruh citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan. Citra destinasi wisata yang terdiri dari *Cognitive Image*, *Affective Image* dan *Unique Image* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Taman Mini Indonesia Indah.



Gambar 3.1. Path Diagram *Structural Equation Model* (SEM)

Berdasarkan Tabel 3.3 dibawah ini, menunjukkan bahwa dimensi *Cognitive Image* memberikan kontribusi pengaruh paling besar terhadap kepuasan wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Taman Mini Indonesia Indah, dengan nilai faktor muatan sebesar 0,64, kemudian dimensi *Affective Image* dengan nilai faktor muatan 0,12 dan *Unique Image* 0,01.

Tabel 3.3. Dimensi Kepuasan Wisatawan

Dimensi Kepuasan	Faktor Muatan	t-hitung ($\alpha=0,05$)	Keterangan
<i>Cognitive</i>	0.64	8.37	Significant
<i>Unique</i>	0.01	0.05	Significant
<i>Affective</i>	0.12	0.97	Significant

Hubungan Dimensi Dengan Indikator *Cognitive Image*

Berdasarkan Tabel 3.4 dibawah ini, menunjukkan bahwa hubungan dimensi *Cognitive Image* dengan indikatornya, maka dapat disimpulkan indikator X8 atau karyawan mampu menyampaikan informasi mengenai anjungan dengan baik memberikan kontribusi terbesar kepada Dimensi *Cognitive Image*, ditunjukkan dengan nilai faktor muatan sebesar 0,95.

Tabel 3.4. Hubungan Dimensi Dengan Indikator *Cognitive Image*

<i>Cognitive</i>	Faktor Muatan	t-hitung ($\alpha=0,05$)	Keterangan
X1	0.35	6.88	Significant
X2	0.33	6.17	Significant
X3	0.57	10.34	Significant
X4	0.63	11.66	Significant
X5	0.55	10.60	Significant
X6	0.79	14.95	Significant
X7	0.66	11.42	Significant
X8	0.95	14.62	Significant

Persamaan Spesifikasi Model Pengukuran

Persamaan spesifikasi model pengukuran berdasarkan hasil analisis *Structural Equation Model* (SEM), adalah sebagai berikut :

$$\text{Kepuasan} = 0.64 * \text{Cognitive} + 0.0063 * \text{Unique} + 0.12 * \text{Affective}$$

Ketiga dimensi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Taman Mini Indonesia Indah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan dari penelitian ini, citra destinasi wisata yaitu *Cognitive Image*, *Unique Image* dan *Affectif Image* memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Anjungan Daerah Sumatra Selatan Taman Mini Indonesia Indah. Dimensi yang memberikan kontribusi terbesar adalah dimensi *Cognitive Image*. Hubungan antara dimensi *Cognitive Image* dan indikatornya menunjukkan bahwa indikator karyawan mampu menyampaikan informasi mengenai anjungan dengan baik memberikan kontribusi terbesar kepada dimensi *Cognitive Image*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2013. Marketing, Cetakan Pertama, Media Pressdindo, Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2002. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2010. Manajemen Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang : Universitas Diponegoro
- Buchari Alma. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta, Erlangga.
- Chen, Nan & Funk, Daniel C. 2010. Exploring Destination Image, Experience And Revisit Intention : A Comparison Of Sport And Non – Sport & Tourism Vol. 15, No. 3, August 2010, Pp. 239 – 259.
- Destari, F. 2017. Meningkatkan Intention To Revisit Melalui Keunikan Jasa Pariwisata & Destinasion Image: Studi Kasus Pada Big Event JFC, Universitas Jember
- Gheraldine Bella. 2017. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. 2012. Dasar – Dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong. R. C., Salemba Empat, Buku 2, Edisi 5. Jakarta.
- Handawan, Y Galih. 2015. Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Ulang. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Handika, Ricky. 2013, Pengertian Persepsi Kualitas. (Online). Tersedia : <http://boentialoe.blogspot.co.id/2013/09/pengertian-persepsikualitasperceived.html>, diunduh tanggal Januari 2019.
- Hanif, Asya. 2016. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu). Universitas Brawijaya Malang.

- Ilma, M. D. 2017. Penataan Wisata Air “Tanggo Rajo” di Kota Jambi (Skripsi). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Irawan, Koko. 2010. Potensi Obyek Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata. Yogyakarta: Kertas Karya.
- Juliansyah Noor. 2012. Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Karya Ilmiah. Cetakan Kedua. Jakarta:Kencana Prenada Media.
- Kemenpar. 2018. Ranking Devisa Pariwisata. Diakses 9 november 2018, dari <http://www.kemenpar.go.id/asp?c=193&id=3443>
- Keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor KM.98/PW.102/MPPT-87 Tanggal 23 Desember 1987 Tentang Ketentuan Usaha Obyek Wisata.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran (Edisi 12 jilid 1), Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Penerjemah: Hendra Teguh, dkk. Jakarta: Prenhallindo.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang. Tesis PS Magister Kajian Pariwisata: Universitas Gadjah Mada.
- Lopes, Sergio Dominique F. 2011. Destination Image : Origins, Developments And Implication. Journal homepage : www.pasosonline.org
- Maesaroh, Eanggi. 2016. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Experiential Purchasing terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Pengunjung Domestik Wisata Benteng Vredeburg). Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Meyers, Koen. 2009. Pengertian Pariwisata, Jakarta : UNESCO Office
- Mulyadi, A. J . 2012. Kepariwisata dan Perjalanan. Rajagrafindo Persada : Jakarta.
- Neuman, W. L. 2007. Basic Of Social Research : Qualitative And Quantitative Approach, Boston : Pearson Education, Inc.
- Novrisa Dewi, Scoria. 2013. Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Kabupaten Belitung Terhadap Perilaku Wisatawan Pasca Berkunjung. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.

- Nurhayati, dan Wahyu, W. M. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. Value Added: Vol 8, No 2. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Odin, Y., Odin n. Velette Florence P. 2001. Conceptual and Operational of Brand Loyalty : An Empirical Investigation. Journal of Business Research 53, 75–84.
- Philip Kotler. 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Pramudita, Yoana Arina dan Edwin Japarianto. 2013. Analisa Pengaruh Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya, dalam Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1, No. 1, hal. 1-7.
- Priyanto, Duwi. 2012. Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20. Edisi Kesatu. Yogyakarta : ANDI.
- Rahab, Handayani, S. R., & Nawarini, A. T. 2015. Peran Perceived Value dan Kepuasan Dalam Upaya Membangun Loyalitas Pengguna Kartu Seluler. Media Ekonomi dan Manajemen, 78.
- Ridwan, Mohamad. 2012. Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata. PT SOFMEDIA : Medan.
- Santoso, Singgih. 2015. SPSS 20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi, Jakarta, PT. Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Santoso, Singgih. 2010. Statistik Parametrik. Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS. Cetakan Pertama. PT. Gramedia, Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2012. Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT. Elex Media komputindo.
- Simamora, Bilson. 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen, Surabaya : Pustaka Utama.
- Sinaga, Supriono. 2010. Potensi Dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Smith, Stephen L.S. 1998. Tourism Analysis: A Handbook, Harlow. England: Longman Group.
- Sugiyama, A Gima S. 2011. Developing Model of Agri-tourism based on Tourism Quality Components that Influence Tourist Satisfaction and Loyalty (Case of

- Service in Bandung), Proceeding-International Seminar on Scientific Issues and Trends (ISSIT)-2011, BSI Univesity, Yogyakarta.
- Sugiaro, Eko. 2015. Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis. Yogyakarta : Suaka Media.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono.2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan RND. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D). Penerbit CV. Alfabeta : Bandung.
- Suharsaputra, Uhar. 2012. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sujarweni,V.Wiratna.2014. Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistyari, I. N. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame : Universitas Diponegoro.
- Sunaryo, Bambang. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata : Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia, Yogyakarta ; Gava Media.
- Sunyoto, Danang. 2013. Teori Kuisisioner Dan Analisis Data: Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Graha Ilmu.
- Suwena, Widyatmaja. 2010. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar : Udayana University Press.
- Untari, Rini.2009. Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Zona Wisata Bogor Barat Kabupaten Bogor. Tesis. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Wijayanto, S. 2008. Structural Equation Modelling dengan LISREL 8.8: Konsep dan Tutorial. Graha Ilmu. Yogyakarta.

IMPLEMENTASI KONSEP PENTAHELIX DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA CIBUNTU

Pusparani

pusparani@stptrisakti.ac.id

Rianto

rianto@stptrisakti.ac.id

ABSTRACT

Cibuntu Village is one of the villages in Kuningan Regency which has various tourist destinations and attractive natural beauty. The success of developing the tourism sector cannot be separated from the synergistic collaboration of various parties. The Ministry of Tourism, through Permen number 14/2016 on Guidelines for Sustainable Tourism Destinations, emphasizes that there is need for optimal interconnection between the business, government, community, academic and media (BGCAM) sectors in building the tourism sector or more commonly known as the Penta Helix Concept so that tourism can provide benefits to society. To see the extent to which the Penta Helix concept has been applied in the development of the Cibuntu tourist village, this research was conducted. This research is a case study, the sources in this research are five peoples who are representatives of business people, government, community, academics and the media. The results show that the implementation of the Penta helix concept has gone well. The synergic coordination and collaboration of each Penta helix element has led to Cibuntu Tourism Village winning several awards in the tourism sector. The coordination and collaboration that has been built between the government, tourism business actors, communities, academics, and the media need to be maintained.

Keyword : Tourism village, Pentahelix

ABSTRAK

Desa Cibuntu merupakan salah satu desa di Kabupaten Kuningan yang memiliki destinasi wisata yang beragam dan keindahan alam yang menarik. Keberhasilan pembangunan sektor wisata tidak terlepas dari kolaborasi secara sinergis dari berbagai pihak. Kementerian Pariwisata melalui Permen Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan menegaskan bahwa perlu adanya interkoneksi antar sektor *business, government, community, academic, dan media* (BGCAM) secara optimal dalam membangun sektor kepariwisataan atau yang lebih sering dikenal dengan Konsep Penta Helix sehingga pariwisata dapat memberikan manfaat pada masyarakat. Untuk melihat sejauh mana penerapan konsep Penta Helix dalam pengembangan desa wisata Cibuntu maka penelitian ini dilakukan. Penelitian ini merupakan studi kasus, narasumber dalam penelitian ini sebanyak lima orang yang merupakan perwakilan dari pebisnis, pemerintah, komunitas, akademisi dan media.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan konsep Pentahelix telah berjalan dengan baik. Koordinasi dan kolaborasi yang sinergis dari masing-masing elemen Pentahelix mengantarkan Desa Wisata Cibuntu meraih beberapa penghargaan dalam bidang pariwisata. Koordinasi dan kolaborasi yang telah terbangun antara pihak pemerintah, pelaku bisnis pariwisata, komunitas, akademisi, serta media perlu dipertahankan.

Kata Kunci: Desa wisata, Pentahelix

PENDAHULUAN

Undang Undang Otonomi Daerah memberikan keleluasaan Pemerintah Daerah dalam menentukan prioritas pembangunan di wilayahnya. Pariwisata dipandang sebagai salah satu sektor pembangunan yang dapat memacu pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. Hal ini juga ditegaskan pada pasal 4 dalam Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa :“tujuan dari kepariwisataan diantaranya adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran serta melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya”.

Kementerian Pariwisata pada era Kabinet Kerja (2014 - 2019) telah menetapkan bahwa program pengembangan desa wisata menjadi salah satu agenda prioritas dalam pembangunan di bidang pariwisata. Menurut Pitana (2009), ada banyak dampak positif pariwisata bagi perekonomian, di antaranya adalah pendapatan dari penukaran uang asing, menyehatkan neraca perdagangan luar negeri, pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata, pendapatan pemerintah, penyerapan tenaga kerja, multiplier effect, dan pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal.

Sejalan dengan disahkannya Undang - Undang Nomor 6 tahun 2014 memberikan angin segar bagi pembangunan masyarakat di pedesaan. Desa didorong untuk mampu mengembangkan berbagai inovasi dalam pengelolaan potensi desa guna meningkatkan kesejahteraan serta kemandirian masyarakat.

Dengan banyaknya potensi wisata yang dimiliki oleh sebuah desa, diharapkan potensi tersebut dapat dikembangkan menjadi suatu destinasi wisata sehingga dapat

memberikan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat melalui peningkatan pendapatan seiring dengan meningkatnya kedatangan para wisatawan. Agar tujuan tersebut dapat terwujud untuk itu dibutuhkan konsolidasi dan kolaborasi antar berbagai elemen yang terlibat. Salah satu konsep kolaborasi dalam pengembangan pariwisata yang didorong oleh pemerintah adalah penggunaan kolaborasi Model Pentahelix yang melibatkan peran dari pebisnis, pemerintah, masyarakat, akademisi dan juga media .

Sejalan dengan pelaksanaan otonomi daerah, Kabupaten Kuningan telah mengembangkan desa wisata di beberapa desa yang mempunyai potensi sebagai destinasi wisata yang salah satunya adalah desa Cibuntu. Desa Wisata Cibuntu yang terletak di Kecamatan Pesawahan, telah berdiri menjadi desa wisata sejak tahun 2012. Dalam perkembangannya desa Cibuntu ini telah meraih banyak prestasi dan penghargaan. Desa Cibuntu pernah dinobatkan menjadi desa wisata terbaik urutan lima tingkat ASEAN pada tahun 2016 untuk bidang *homestay*. Pada tahun 2017, Cibuntu terpilih sebagai desa wisata terbaik peringkat dua di Indonesia dalam ajang *Community Based Tourism* (CBT) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia. Lalu pada tahun 2019, Cibuntu meraih penghargaan tingkat nasional berupa *Indonesia Sustainable Tourism Award (ISTA)*. Jika dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke desa Cibuntu, data menunjukkan bahwa setiap tahunnya sampai tahun 2018 ada kenaikan jumlah pengunjung.

Tabel 1.

Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Desa Cibuntu (2012 - 2019)

No	Tahun	Jumlah Kunjungan	% Kenaikan
1	2012	2.457	
2	2013	3.385	38%
3	2014	5.772	71%
4	2015	11.276	95%
5	2016	11.381	1%
6	2017	19.385	70%
7	2018	65.014	235%
8	2019	42.894	-34%

Keberhasilan pembangunan sektor wisata tidak terlepas dari kolaborasi secara sinergis dari berbagai pihak. Industri pariwisata sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi, sering kali hasilnya kurang optimal dalam menggerakkan sektor

perekonomian yang salah satu sebabnya adalah kurangnya koordinasi di antara berbagai elemen-elemen terkait. Sinkronisasi dari berbagai sektor pariwisata merupakan modal dasar bagi tercapainya pembangunan pariwisata. Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan menyatakan bahwa agar pariwisata memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungannya maka perlu adanya interkoneksi sistem, subsistem, sektor, dan juga dimensi sehingga tercipta orkestrasi yang terintegrasi secara optimal baik peran *bussiness, government, community, academic, dan media* (BGCAM) yang dikenal dengan Konsep Penta Helix.

Menurut Rampersad, Quester, & Troshani, dalam Halibas, Sibyan, dan Maat (2017) bahwa kolaborasi pentahelix mempunyai peran penting di dalam mendukung tujuan inovasi bersama dan pentahelix juga berkontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi daerah.

Desa Cibuntu sebagai salah satu destinasi wisata diharapkan dalam pelaksanaan pembangunan pariwisatanya juga telah menerapkan kolaborasi dari berbagai sektor secara sinergi dengan melibatkan peran dari pebisnis, pemerintah, masyarakat, akademisi dan juga media. Untuk melihat sejauh mana Implementasi Konsep Kolaborasi Pentahelix pada Desa Wisata Cibuntu maka penelitian ini dilakukan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Gambaran Umum Desa Wisata Cibuntu

Desa Cibuntu merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Pasawahan. Luas wilayah Desa Cibuntu adalah 1.078,741 Ha, dengan batas wilayah di sebelah utara adalah Desa Paniis, Sebelah selatan adalah gunung Ciremai, sebelah timur adalah Desa Seda, dan Sebelah Barat adalah Desa Pasawahan. Secara umum Desa Cibuntu terletak pada ketinggian 600 meter dari permukaan laut dengan kontur permukaan tanah 15% datar dan 50 % berbukit dan 35 % berupa lereng.

Desa ini adalah desa terakhir yang mengarah ke kaki gunung Ciremai, sehingga berudara dingin dengan pemandangan alam yang indah dan asri. Adapun mata pencaharian penduduknya mayoritas berkebun / petani dan pedagang

Desa Cibuntu menawarkan pemandangan alam yang indah serta memiliki keunikan daya tarik wisata berupa beberapa situs peninggalan purbakala. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan pada desa Cibuntu ini antara lain adalah sepeda gunung, agrowisata, wisata sejarah. Pengunjung juga dapat menginap di rumah penduduk (*homestay*) sambil menikmati berbagai macam kuliner khas desa Cibuntu. Destinasi wisata Desa Cibuntu sebagai berikut:

a. SITUS PURBAKALA



Terdapat berbagai situs bersejarah diantaranya: Situs Buyut Kencring, Situs Sorog Jaya, Situs Hulu Dayeuh, Situs Bujal Dayeuh, Situs Birit Dayeuh dan Situs Saurip Kidul. Situs purbakala merupakan salah satu keistimewaan daya tarik wisata, situs purbakala ini merupakan rangkaian lokus napak tilas dari para Wali ketika dalam perjalanan menuju Gunung Ciremai. Situs-situs purbakala yang banyak ditemui kebanyakan berupa kuburan batu yang berasal dari jaman megalithikum.

b. SUMBER MATA AIR



Selain situs purbakala Desa Wisata Cibuntu juga memiliki mata air yang dianggap bertuah oleh masyarakat setempat, yaitu Mata Air Cikahuripan/Kahuripan yang memiliki makna sebagai air kehidupan. Biasanya wisatawan yang berkunjung ke Desa Cibuntu akan menyempatkan waktu untuk mampir ke mata air ini, dan tak jarang banyak wisatawan yang juga membawa pulang air dari Mata Air Cikahuripan

c. CURUG



Daya tarik wisata lainnya yang dimiliki Desa Cibuntu yaitu air terjun atau yang lebih dikenal dengan nama Curug. Air terjun yang dimiliki oleh desa Cibuntu yaitu Curug Bongsreng.

Curug Brongseng dengan ketinggian lebih dari 25 meter, wisatawan dapat menikmati air terjun dengan nyaman karena disekeliling tepian air terjun sudah dibangun tempat duduk.

d. ATRAKSI BUDAYA



Atraksi budaya juga sering dijadikan sebagai destinasi wisata yaitu sedekah bumi

e. CAMPING GROUND

Di desa Cibuntu juga telah dibangun *camping ground* untuk mengakomodir wisatawan yang ingin menikmati indahnya udara malam dan ingin mendirikan tenda yang menyatu langsung dengan alam.

2. Konsep Pentahelix

Pengelolaan dan pengembangan suatu destinasi wisata tidak dapat berdiri sendiri, diperlukan kolaborasi antar berbagai elemen yang terlibat. Pengelolaan tersebut tentunya membutuhkan sinergi dan kemitraan berbagai pihak, dengan adanya keterlibatan dari berbagai pihak tersebut diharapkan akan memudahkan dalam koordinasi, penerapan, dan evaluasi dari setiap kegiatan yang diselenggarakan.

Menurut Palmer dan Haryer (1996) bahwa kolaborasi pada dasarnya merupakan kesepakatan formal atau informal dua atau lebih organisasi untuk meningkatkan kompetensinya melalui kombinasi sumber daya yang dimilikinya dengan para mitranya. Kotler, Bowens, dan Makens (2004) menyatakan bahwa destinasi wisata akan mendapatkan suatu keunggulan bersaing jika masing-masing organisasi yang terlibat dapat berbagi pengetahuan, keterampilan, keahlian, dan sumber daya lain. Sedangkan Wang dan Pizam (2011) menyatakan bahwa terdapat 4 pilar strategi kolaborasi dalam meningkatkan keunggulan destinasi wisata antara lain Building Vision, Building Commitment, Building Identity, dan Building Condition.

Setiap daerah berkepentingan untuk memacu daya tarik pariwisata sehingga menjadi daerah tujuan wisata yang mampu menggerakkan ekonomi lokal. Untuk mengintegrasikan potensi wisata yang dimiliki oleh desa dan mengembangkan kemampuan untuk menjual potensi tersebut demi peningkatan pendapatan masyarakat desa, perlu adanya konsep kolaborasi. Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan menyatakan bahwa untuk menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan agar memberikan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, perlu adanya pendorong sistem kepariwisataan melalui optimasi peran bussiness, government, community, academic, and media (BGCAM) atau yang lebih sering dikenal dengan Konsep Pentahelix.

Sejarah berkembangnya konsep Penta Helix ini diawali dengan konsep Triple Helix yang hanya terdiri dari unsur Academics, Business dan Government. Sejalan dengan berkembangnya tuntutan adanya keterlibatan masyarakat untuk mengakomodasi perspektif masyarakat sehingga konsep Triple Helix tersebut ditambahkan satu unsur lagi yaitu Communities sehingga menjadi Quadruple Helix. Peran media yang semakin signifikan dalam era digital ini maka konsep Quadruple juga berkembang menjadi konsep Pentahelix dengan menambahkan unsur media dalam konsep ini.

Menurut Soemaryani (2016), model Penta Helix merupakan referensi dalam pengembangan sinergitas antara instansi untuk mencapai tujuan. Menurut Rampersad, Quester, & Troshani, dalam Halibas, Sibyan, dan Maat (2017) bahwa kolaborasi pentahelix mempunyai peran penting untuk bermain di dalam mendukung tujuan inovasi bersama dan pentahelix berkontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi daerah.

Secara konsep model Pentahelix dalam Sektor Pariwisata dapat diilustrasikan dalam gambar dibawah ini



Sumber: (Calzada, 2016)

Berdasarkan gambar tersebut diatas dapat diuraikan peran masing masing unsur yaitu :

1. Akademisi pada model Penta Helix berperan sebagai konseptor. Seperti melakukan identifikasi potensi, melakukan pelatihan ketrampilan sumber daya manusia untuk mendukung peningkatan potensi desa tersebut, dan juga melakukan sertifikasi produk. Akademisi juga sebagai sumber pengetahuan dengan konsep, teori-teori terbaru dan relevan dengan kondisi pengembangan potensi desa.
2. Sektor swasta pada model Penta Helix berperan sebagai enabler. Sektor swasta merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam rangka menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Sektor swasta dapat berperan menghadirkan infrastruktur teknologi dan modal.
3. Komunitas pada model Penta Helix berperan sebagai akselerator. Komunitas dalam hal ini adalah orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dalam pengembangan potensi dan bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu masyarakat dalam memperlancar keseluruhan proses. Disamping itu komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan yang dimiliki oleh desa .
4. Pemerintah sebagai regulator sekaligus bertindak sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan usaha. Regulasi ini mencakup kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi anggaran serta penerbitan perijinan. Sebagai regulator pemerintah disamping membuat Undang Undang juga menetapkan

kebijakan publik, serta memberikan dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Pemerintah juga memiliki peran dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan potensi desa.

5. Media berperan expander, mendukung publikasi dan promosi serta membentuk brand image. Dengan adanya perubahan ke era digital maka dapat membantu pengembangan potensi desa menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif. Media merupakan elemen yang mandiri dan tidak terpengaruh oleh unsur lainnya (Satari & Asad, 2016)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk melihat bagaimana implementasi kolaborasi model Penta Helix dalam pengembangan desa wisata Cibuntu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan penelitian studi kasus (*case study*), narasumber atau informan yang diwawancarai dalam penelitian ini sebanyak 5 orang merupakan perwakilan dari masing masing unsur Penta Helix yaitu pebisnis, pemerintah, komunitas, akademisi dan media.

Untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan, dilakukan juga kajian literatur baik berupa jurnal maupun buku-buku penunjang, surat kabar, majalah, laporan publikasi riset dengan studi empiris dari lembaga kompeten. Analisis yang digunakan dalam penelitian dilakukan dengan cara yang logis, sistematis, serta argumentatif yang kritis.

Tabel Daftar Informan Penelitian

No	Nama	Profesi
1.	Muhammad Fajar Akbar	Pebisnis
2.	Ritto Riswanto	Pemerintah
3.	Adang	Masyarakat
4.	Agie Pradhipta	Akademisi
5.	Bambang Priatna	Media

HASIL

Peran Akademisi

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Agie Pradipta selaku informan yang mewakili akademisi, diungkapkan bahwa pada tahun 2011, tim pascasarjana Trisakti mengadakan penelitian yang terdiri atas dosen dan mahasiswa pascasarjana. Tim pascasarjana menemukan hasil identifikasi bahwa Cibuntu memiliki potensi luar biasa untuk dijadikan destinasi pariwisata dan Desa Wisata.

Menurut informan, bahwa potensi destinasi wisata yang dimiliki oleh desa apabila dikelola dan dikemas dengan baik akan menjadi atraksi yang menarik bagi wisatawan dan dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat.

Terkait dengan kolaborasi model Pentahelix, menurut bapak Agie Pradipta berpendapat bahwa peran akademisi terbagi dalam beberapa tahapan yaitu :

- ✓ Tahap awal persiapan pembentukan desa wisata dengan cara melakukan identifikasi potensi destinasi wisata desa yang dilakukan pada tahun 2011
- ✓ Tahap pelaksanaan pembentukan desa wisata, pihak akademisi memberikan pelatihan dalam bidang kepariwisataan diantaranya meliputi : *character building*, *guiding*, dan juga pengembangan *digital product*. Pelatihan tersebut mencakup bagaimana pemenuhan fasilitas suatu penginapan (*homestay*), pemberian layanan yang baik kepada pengunjung yang datang dan bermalam di rumah penginapan , serta pelatihan dalam diversifikasi kuliner dengan memanfaatkan bahan yang ada di desa.
- ✓ Tahap Pemantauan dengan melakukan evaluasi dan saran terhadap perbaikan apa yang telah dicapai dan apa yang perlu diperbaiki dalam mencapai tujuan

Peran Pemerintah

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Ritto Riswanto selaku informan yang mewakili pemerintah, diungkapkan bahwa sebagai regulator peran pemerintah dalam pembentukan desa wisata ini mencakup dari awal persiapan pembentukan desa wisata sampai dengan tahapan monitoring dan evaluasi.

- ✓ Tahap awal (persiapan) peran pemerintah adalah berawal dengan menyamakan pandangan masyarakat, pemerintah desa, lembaga tingkat desa tentang bagaimana membuat satu komitmen bagaimana bersama sama mewujudkan desa wisata, pendekatan-pendekatan secara persuasif dan kontinyu, melakukan pertemuan formal dan non-formal melibatkan komponen masyarakat, anak muda, ibu-ibu, kelompok petani, kelompok UMKM, karang taruna, dan lembaga masyarakat desa lain. Membentuk lembaga, memberikan penguatan kepada organisasi tingkat desa, dan menyusun perencanaan visi untuk penataan Desa Cibuntu. Lalu ada deklarasi dan ada kajian akademis, pembuatan PERDA dan Peraturan Desa
- ✓ Tahap Pelaksanaan Pembentukan Desa Wisata peran pemerintah adalah sebagai berikut :
 - Menyusun Perencanaan dan penyediaan anggaran dalam pengadaan dan perbaikan infrastruktur penunjang bagi destinasi desa wisata Cibuntu
 - Memberikan Pelatihan dan Bimbingan Teknis kepada masyarakat untuk penyelenggaraan event, workshop, pelatihan-pelatihan, sertifikasi *guide* (pemandu wisata), guna mengembangkan sumber daya yang ada agar masyarakat lebih sadar wisata, lebih kreatif dan memiliki rasa tanggung jawab sebagai tuan rumah pengelola homestay, pengemasan kuliner, pelayanan pariwisata
 - Perumus kebijakan dan perijinan
- ✓ Tahap Monitoring dan Evaluasi
Melakukan monitoring atas pembentukan desa wisata dan melakukan evaluasi bagi perbaikan pengelolaan desa wisata

Peran Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Adang selaku informan yang mewakili masyarakat, diungkapkan bahwa Masyarakat Cibuntu berperan sebagai pelaku utama dalam proses pengembangan desa wisata Cibuntu yang dimulai dari tahap persiapan, pelaksanaan dan monitoring dan evaluasi.

- ✓ Tahap Persiapan

Mengikuti pertemuan baik formal maupun nonformal dengan semua pemangku kepentingan dalam rangka pembentukan desa wisata, membentuk kelompok, mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh akademisi, pemerintah maupun pihak lainnya mulai dari pelatihan dan pembelajaran informasi, cara pelayanan untuk tamu, pengetahuan tentang kearifan lokal dan lingkungan, menjaga kebersihan pada homestay, dan pelatihan ekonomi kreatif di desa,

✓ Tahap Pelaksanaan

Melakukan pembenahan dan penataan infrastruktur pendukung daerah wisata yang belum tersentuh, membuat kerajinan tangan untuk cendramata, oleh-oleh, dan kuliner dari hasil tani seperti jasreh dan pukis rebung. Menjadi guide (pemandu wisata), karena masyarakat yang paling mengenal daerah sendiri

✓ Tahap Monitoring dan Evaluasi

Melakukan monitoring dan evaluasi sebagai upaya perbaikan pengembangan desa wisata atas saran dan masukan semua pihak terkait termasuk dari wisatawan yang pernah berkunjung ke desa tersebut .

Peran Pebisnis

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Fajar informan yang mewakili pebisnis, diungkapkan bahwa peran pebisnis sebagai industri biro perjalanan wisata adalah :

- ✓ Tahap pelaksanaan dengan melakukan pengembangan produk tour dengan membuat dan menjual paket paket desa wisata Cibuntu melalui analisis potensi desa seperti situs bersejarah, masyarakat yang ramah, keindahan alam, dan pertanian untuk dirangkai menjadi produk wisata. Menurut infoman peran industri sangat penting, karena travel agent berperan penting dalam mendatangkan tamu untuk mewujudkan desa wisata, mengenalkan, mempresentasikan keseluruhan paket wisata yang ada. Sebenarnya peluang bisnis sangat besar karena desa Cibuntu memiliki potensi alam, kesenian, dan kebudayaan yang menarik sehingga menjadikan industri lebih mudah untuk menjual Desa Cibuntu untuk menjadi Desa Wisata, dan mendatangkan tamu dan menguntungkan kedua belah pihak

- ✓ Tahap Monitoring dan Evaluasi , peran pebisnis adalah memberikan masukan atas hal hal yang masih kurang bagi perbaikan Desa Wisata, sesuai dengan masukan dari wisatawan yang telah berkunjung di desa tersebut.

Peran Media

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Bambang Priatna selaku infoman yang mewakili industri media bahwa peran media adalah :

- ✓ Mendukung publikasi dalam promosi dan membuat *brand image* Cibuntu. Dalam program pengembangan Desa Cibuntu melalui website <http://desacibuntu.com/> sebagai media untuk promosi dan informasi.

Dalam digital ini kebutuhan promosi adalah hal utama. Suatu destinasi wisata sebaiknya sudah mempunyai website dan media sosial, karena setiap kali wisatawan ingin berkunjung ke tempat wisata hal pertama kali yang dilakukan adalah *searching* di media digital untuk mencari informasi terkait tempat wisata tersebut. tentang tempat tersebut. Sebagai tempat publikasi dan promosi agar bisa dikenal oleh orang banyak, peliputan kegiatan yang ada pada desa wisata termasuk kehidupan masyarakat dan adat istiadatnya serta penghargaan yang telah dicapai, liputan berita yang disajikan harus sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan sehingga wisatawan akan mendapatkan informasi yang benar. Sebaiknya liputan tersebut tidak terlalu melambungkan dan mem-booming kan suatu destinasi wisata karena promosi yang paling baik adalah dari testimoni dan tulisan dari orang lain yang pernah berkunjung ke destinasi wisata tersebut . Menurut Pak Bambang indah dan lain sebagainya itu relatif, yang pasti Desa Wisata Cibuntu harus dapat memberikan kenangan baik untuk diingat dan memiliki rasa ingin kembali

- ✓ Selain itu media juga menyebarluaskan informasi tentang Desa Wisata Cibuntu melalui media daring sebagai penghubung antara masyarakat, pengusaha dengan pemerintah.
- ✓ Dan media juga berperan penting dalam membantu perkembangan pariwisata di Desa Cibuntu

PEMBAHASAN

Sejak awal ditetapkan sebagai desa wisata, kunjungan wisatawan ke desa Cibuntu setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah wisatawan. Hal ini tidak terlepas dari terbangunnya kolaborasi yang melibatkan berbagai elemen yang ikut berperan dalam pelaksanaan konsep Pentahelix yakni akademisi, pemerintah, masyarakat, pebisnis dan media dalam mendukung terbentuknya desa wisata

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan ke-lima narasumber, bisa dikatakan bahwa semua pilar atau bidang dari Penta Helix telah terlaksana dan terwujud di Desa Wisata Cibuntu. Peran masing-masing pilar sesuai dengan kapabilitas dan perkembangan dari waktu ke waktu diikuti dengan kolaborasi yang sinergis dari seluruh unsur Penta Helix pariwisata yang terlibat dalam usaha mengembangkan desa wisata Cibuntu memberikan dampak pemberian beberapa penghargaan besar atas prestasi yang diraih oleh Desa Cibuntu. Hal ini terjadi karena kekuatan semua komponen pelaku wisata yang ada dalam konsep Penta Helix, telah melakukan peranan masing masing.

Peranan masyarakat sangat penting karena yang menjadi pelaku pariwisata desa wisata adalah masyarakat itu sendiri. Konsep pemberdayaan masyarakat, sebisa mungkin masyarakat harus terjun langsung untuk menjadi pelaku pariwisata. Hubungan yang baik antara masyarakat dan akademisi/ perguruan tinggi menjadi modal dasar dalam mewujudkan Cibuntu sebagai Desa Wisata. Hal ini tentu memberikan dampak positif bagi masyarakat karena adanya penambahan wawasan yang diperoleh dari akademisi.

Akademisi telah memberikan bantuan berbasis pengetahuan dan bentuk pengembangan kapasitas bagi komunitas Desa Cibuntu sehingga membangkitkan kesadaran komunitas Desa Cibuntu akan potensi wisata yang dimiliki dan kebutuhan untuk melakukan pembenahan terhadap masalah yang ada. Akademisi juga telah membimbing masyarakat menjadi sadar wisata dan dapat menerapkan konsep Sapta Pesona. Bantuan dan kerjasama antar pelaku pariwisata akan membantu terwujudnya capaian pengembangan desa wisata yang pada akhirnya akan mampu mensejahterakan masyarakat desa sebagai imbas dari banyaknya kunjungan wisatawan yang mengunjungi dari desa wisata tersebut.

Pemerintah sebagai pendorong memberikan motivasi kepada masyarakat agar lebih meningkatkan kinerja sebagai pelaku pariwisata di desa. Peran pemerintah juga untuk membuka lapangan pekerjaan, memberikan pedampingan, *monitoring*, evaluasi, pengawasan, pembinaan, memberikan perizinan.

Peranan Pebisnis juga tidak kalah penting, yaitu membantu penyediaan infrastruktur penunjang seperti membuat *camping ground* (bumi perkemahan), kolam renang, dan juga kegiatan konservasi bersama-sama dengan masyarakat agar pembangunan desa wisata berkelanjutan. Peran pebisnis yang tidak kalah penting lainnya adalah dalam membuat dan menjual paket- paket wisata.

Salah satu aspek dalam pariwisata adalah media, yang berfungsi sebagai penghubung antara masyarakat, pengusaha dengan pemerintah. Dan media juga berperan penting dalam membantu perkembangan pariwisata. Peran media sendiri harus bisa memberikan stigma positif tentang desa wisata tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Implementasi Konsep Penta Helix di Desa Wisata Cibuntu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pelaksanaan konsep Penta Helix di Desa Wisata Cibuntu telah berjalan dengan baik. Koordinasi dan kolaborasi yang sinergis dari setiap pilar pada akhirnya mampu membuahkan hasil Desa Wisata meraih berbagai penghargaan sebagai sebuah Desa Wisata.

Peran masing masing pilar Penta Helix dapat disarikan dalam tabel berikut

Tahapan Perkembangan Desa Wisata	Pelaku	Peran
Persiapan Pembentukan Desa Wisata	Pemerintah	Melakukan Kajian Akademisi
		Desiminasi Visi Pembentukan Desa Wisata
		Penataan Organisasi
	Akademisi	Identifikasi Potensi Desa Wisata
	Masyarakat	Mengikuti Pertemuan Formal maupun Non Formal dengan Pemerintah dan Akademisi
Pembentukan Lembaga Mengikuti Pelatihan yang diberikan oleh Pemerintah dan Akademisi		
Pelaksanaan Desa Wisata	Pemerintah	Perencanaan dan Anggaran
		Pendampingan
		Pelatihan
		Perijinan
		Perumus Kebijakan
	Akademisi	Pelatihan
	Masyarakat	Pembenahan dan Penataan Infrastruktur Pendukung Pariwisata
		Penyediaan Fasilitas Pendukung Desa Wisata (homestay, cinderamata)
		Mengikuti Pelatihan yang diberikan oleh Pemerintah dan Akademisi
	Pebisnis	Pengemasan paket produk wisata
		Penyediaan sarana dan prasarana destinasi wisata
		Promosi produk wisata
Media	Promosi dan Publikasi	
Monitoring dan Evaluasi	Pemerintah	Pengawasan
		Evaluasi
	Akademisi	Masukan untuk upaya perbaikan
	Masyarakat	Pelaksana perbaikan atas masukan dan evaluasi dari semua stakeholder
	Pebisnis	Evaluasi pembuatan paket perjalanan wisata atas masukan wisatawan
Media	Masukan untuk upaya perbaikan	

Saran

- ✓ Agar capaian penghargaan yang telah dicapai oleh Desa Cibuntu selama ini dapat dipertahankan, maka kolaborasi sinergis antar komponen Pentahelix perlu dipertahankan .
- ✓ Desa Wisata Cibuntu yang telah mendapatkan capaian beberapa penghargaan merupakan peluang pasar untuk lokal maupun internasional, untuk itu setiap masukan dalam upaya perbaikan dari wisatawan yang berkunjung ke desa Cibuntu perlu ditindak lanjuti
- ✓ Semua aspek masih bisa digali karena Desa Cibuntu kaya akan potensi dan kekayaan alam untuk itu evaluasi seperti pelayanan *homestay*, kegiatan-kegiatan yang ada, penyesuaian peluang pasar perlu dilakukan secara intens agar dalam pembuatan paket perjalanan wisata sudah mengakomodir kebutuhan wisatawan

DAFTAR PUSTAKA

- Halibas Alrence Santiago, Sibayan, Rowena Ocien, Maata, Rolou Lyu Rodrigues (2017) *The Pentahelix Model Of Innovation*
- Kotler, P., Bowen, J & Makens, J (2006) *Marketing for hospitality & Tourism* (4th ed) Upper Saddle River, NJ:Prentice hall
- Pitana (2009) *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta : Penerbit Andi
- Satari, F.C & Asad, N (2016). Model strategi Pengembangan Wirausaha & Ekonomi kreatif di Tingkat kota (Pemetaan Per-kecamatan) di Bandung, dengan pendekatan Ekosistem Ekonomi kreatif, SWOT, identifikasi peran (Pentahelix) Stakeholders & Rencana Aksi Implementasinya, Bandung, Retrieved from http://www.feb.unpad.ac.id/dokumen/files/01-Laporan-Kemajuan_RFU_FINAL.pdf
- Soemaryani Imas (2016). Pentahelix Model To Increax Tourist Visit To Bandung & Its Surrounding Areas Through Huan Rescue Development. *Academy of Strategic Management Journal Vol 15, Special Issues*, 2016
- Wang, Youcheng & Pizam, Abraham (2011). *Destinations Marketing & Management. Theories & Applications*, Oxford: CABI Publishing.

**BOGOR HOSPITALITY JOURNAL (BHJ)
PEDOMAN BAGI PENULIS NASKAH**

1. PERSYARATAN UMUM

Redaksi hanya menerima naskah atau artikel yang belum pernah dipublikasikan dan tidak dalam proses penerbitan pada publikasi lain. Naskah atau artikel tersebut harus sesuai dengan misi BOGOR HOSPITALITY JOURNAL (BHJ) yaitu sebagai media ilmiah primer penyebaran hasil-hasil penelitian pariwisata dan manajemen perhotelan yang meliputi manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen produksi, manajemen operasi dan manajemen sumberdaya manusia. BHJ ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan profesional para ahli pariwisata dan manajemen perhotelan serta informasi bagi pengambilan kebijakan, pelaku, dan pemerhati pembangunan dan pengembangan industri pariwisata. Naskah dikirim beserta softcopy atau file elektronik dan dialamatkan kepada Redaksi Pelaksana Bogor Hospitality Journal (BHJ), LPPM-STP Bogor Jl. Curug Mekar No. 17 Yasmin, Kota Bogor atau e-mail: lppm@stpbogor.ac.id.

2. BAHASA

Artikel atau naskah harus menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris yang baku. Untuk artikel dalam Bahasa Indonesia pemakaian istilah-istilah asing disarankan dikurangi dan disesuaikan dengan Pedoman Bahasa Indonesia.

3. BENTUK NASKAH

Naskah diketik pada kertas ukuran A4 (21,0 x 29,7 cm) dengan jarak 2 spasi untuk teks dan 1 spasi untuk abstrak. Batas margin yang digunakan adalah batas atas 3, batas bawah 3, batas kiri 3.5 dan batas kanan 2.5. Huruf yang disarankan adalah Times New Roman ukuran 12 pada satu permukaan saja. Panjang naskah minimum 20 halaman dan maksimum 30 halaman termasuk tabel, gambar, perhitungan dan literatur. Artikel disusun dengan urutan sebagai berikut: Judul Artikel (dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris) yang ditulis dengan huruf kapital, Nama Penulis, Nama dan alamat institusi tempat penulis bekerja (baik pos maupun elektronik/email), Abstrak dan kata kunci dalam 2 bahasa (Inggris dan Indonesia), Pendahuluan (memuat latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian), Metode Penelitian (memuat hasil-hasil penelitian sebelumnya, rancangan penelitian, peubah, model yang digunakan, teknik pengumpulan dan analisis data, lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian, serta cara penafsiran), Hasil dan Pembahasan, Kesimpulan, Daftar Pustaka dan Lampiran (jika ada).

4. JUDUL NASKAH

Judul harus mencerminkan secara tepat dan jelas inti dari isi naskah, singkat, faktual dan informatif, serta tidak boleh lebih dari 15 kata.

Contoh:

MANAJEMEN PROMOSI PARIWISATA ONLINE RAJA AMPAT

Online Tourism Promotion Management of Raja Ampat

5. NAMA PENULIS DAN INSTITUSI

Nama penulis dicantumkan di bawah judul diikuti di bawahnya nama institusi tempat penulis bekerja yang ditulis lengkap beserta alamat pos dan elektronik (e-mail). Bila penulis terdiri lebih dari satu orang maka penulisan nama dan alamat mengikuti kode etik penulisan.

Contoh 1:

Mariska Wijaya

Program Studi D4 Perhotelan STP Bogor
Jl. Curug Mekar No. 17 Yasmin, Bogor
Email: mariskawijaya@gmail.com

Contoh 2:

Alexandra Nurcahya¹ dan Mikaila Malik²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, Jl. Curug Mekar No. 17 Yasmin, Bogor
Email: alexandraN@gmail.com

²Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor
Email: mikaila@gmail.com

6. ABSTRAK

Abstrak ditulis dalam satu atau maksimum dua paragraf dan panjangnya tidak lebih dari 250 kata. Abstrak harus mencakup tujuan, metode, lokasi, hasil utama serta saran dan atau implikasi kebijakan.

Contoh:

ABSTRACT

.....
.....
.....

Keywords:,,

ABSTRAK

.....
.....
.....

Kata Kunci:,,

7. KATA KUNCI

Pemilihan kata kunci mengacu pada deskriptor yang tercantum dalam kosakata pariwisata dan manajemen perhotelan. Penulisan kata kunci minimal tiga kata, maksimal 5 kata.

8. TEKS NASKAH

Teks naskah terdiri dari Pendahuluan, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan, Kesimpulan. Tinjauan Pustaka yang terkait dengan metode penelitian atau Kerangka Pemikiran tidak perlu disajikan dalam Bab tersendiri tetapi dimasukkan dalam metode penelitian. Untuk memperjelas uraian, disarankan memanfaatkan tabel, gambar, grafik atau instrumen pendukung lain. Tabel atau gambar tersebut diberi nomor dan peletakkannya tidak jauh dari teks yang menyebutkannya. Tabel yang berukuran besar dan isinya rumit disarankan diletakkan pada lampiran.

9. PENGACUAN PUSTAKA

Penggunaan kutipan pustaka dalam pendahuluan dan hasil dan pembahasan harus dicantumkan nama (keluarga) penulis dan tahun penerbitan, contoh: (Ismail, 2019); (Rahmat dan Hidayat, 2018). Jika ada lebih dari 2 penulis maka nama (keluarga) penulis pertama diikuti dengan *et al.*, contohnya (Pujiastuti et al., 2017). Meskipun *et al.* boleh dipergunakan sebagai acuan pustaka dalam teks, tetapi tidak boleh digunakan dalam Daftar Pustaka dan semua nama (keluarga) penulis harus ditulis lengkap. Jika terdapat lebih dari satu pustaka yang diacu secara bersamaan harus diurut berdasarkan tahun terbitan, contoh: (Pasaribu, 2016; Tampubolon, 2018). Hendaknya pustaka acuan diterbitkan paling lama dalam kurun waktu 10 tahun terakhir.

10. TABEL

Tabel diberi judul singkat, jelas dan diikuti keterangan tempat dan waktu cakupan data. Jumlah digit yang dipergunakan untuk parameter estimasi dapat mencapai 4 (empat) digit di belakang koma, sedangkan untuk parameter lain 2 (dua) digit di belakang koma.

Contoh:

Tabel xx. Judul Tabel

Parameter	Nilai (m)	Persentase (%)
Panjang	2,15	10
Lebar	1,25	15

Sumber: Kementerian Pariwisata, 2019

11. GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar dan grafik harus dicetak tebal sehingga memungkinkan direduksi kisaran 50 persen dari gambar dan grafik asli. Judul gambar dan grafik diletakkan di bawahnya tanpa mempengaruhi bagian gambar atau grafik.

Contoh:



Sumber: Kementerian Pariwisata, 2019

Gambar xx. Judul Gambar

12. SATUAN PENGUKURAN

Satuan pengukuran dalam teks, grafik dan gambar memakai sistem metrik misalnya cm, kg, lt, ha dan lain sebagainya.

13. KESIMPULAN

Kesimpulan sedapat mungkin berupa paragraf dan hindari bentuk pointer, penomoran atau urutan abjad. Pada Kesimpulan tidak perlu lagi mencantumkan angka-angka hasil penelitian karena sudah tercantum pada Bab hasil dan Pembahasan.

14. DAFTAR PUSTAKA

Kutipan pustaka di dalam teks harus ada di dalam Daftar Pustaka dan disusun menurut abjad dengan urutan nama (keluarga) penulis, tahun, judul karangan, nama majalah, penerbit dan halaman. Dalam Daftar Pustaka semua nama (keluarga) penulis harus ditulis lengkap dan tidak diperkenankan menggunakan et al.. Dalam Daftar Pustaka tidak boleh dimasukkan pustaka yang tidak diacu dalam teks. Sumber acuan pustaka primer (karya tulis ilmiah yang dimuat dalam jurnal serta hasil penelitian dalam laporan hasil penelitian, disertasi, tesis dan skripsi) diharapkan lebih banyak (>60%) dibandingkan sumber acuan lainnya. Contoh penulisan Daftar Pustaka adalah sebagai berikut:

Artikel Jurnal

Rifai, N. 2014. Dampak Pengembangan Produk Turunan Minyak Sawit Terhadap Peningkatan Ekspor Produk Minyak Sawit Ke Pasar Amerika Serikat . Jurnal Agro Ekonomi 32 (2): 155 – 176.

Rifai, N. dan P. Sembiring 2018. Strategi Pengembangan Desa Wisata Bahari di Pantai Pangandaran. Bogor Hospitality Journal 15 (2): 155 – 176.

Rifai, N., M. Simanjuntak dan P. Sembiring 2019. Strategi Pengembangan Desa Wisata Pertanian di Cimande Bogor. Bogor Hospitality Journal 20 (2): 150 – 170.

Laporan Penelitian

Rifai, N. 2018. Pemanfaatan Produk Turunan Minyak Sawit Untuk Pengembangan Produk Pastry. Laporan Hasil Penelitian. Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat (LPPM) – STP Bogor. Bogor.

Buku

Rifai, N. 2011. Manfaat dan Khasil Daun Sirsak. Mata Elang. Jakarta

Disertasi/Tesis/Skripsi

Rifai, N. 2014. Evaluasi Kebijakan Ekonomi Ekspor Minyak Sawit dan Produk Turunannya Ke Pasar Amerika Serikat . Disertasi. Institut Pertanian Bogor. Bogor. 300 hal.

Artikel Online

Rifai, N. 2015. The Development and Prospect of Indonesian Palm Oil Industry and Its Derivative Products. IOSR Journal Economics and Finance 4 (5), <http://www.iosrjournals.org/iosr-jef/papers/vol4-issue5/D0452739.pdf> (8 Agustus 2014).

15. EVALUASI DEWAN REDAKSI/MITRA BESTARI

Semua naskah yang masuk ke BHI akan dievaluasi oleh Dewan Redaksi. Jika tema dari naskah tersebut tidak ada yang sesuai dengan bidang kepakaran Dewan Redaksi, naskah akan disampaikan ke Mitra Bestari sebagai penilai ahli (referee) untuk mempertimbangkan layak atau tidak untuk dimuat di BHI. Penolakan oleh Dewan Redaksi BHI atas suatu naskah adalah final.

16. DRAFT CETAK

Naskah akan mengalami beberapa draft cetak. Untuk draft cetak pertama, penulis akan dikirim draft hasil cetakan dan diberi waktu memeriksa kembali angka, rumus, tabel, gambar dan teks.

17. WAKTU PENERBITAN

BHI diterbitkan minimal satu nomor dan maksimal dua nomor dalam setahun.



SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BOGOR
Anyone Can Be Someone
With Our Caring Way

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BOGOR



Jl. Curug Mekar No. 17, Bogor 16113
Telephone: 0251-7534343 Fax : 0251-7534513

E- ISSN 2621-3591



9 772580 991009