
***Tourist Perceptions of the Homestay Management in Tourism Destination
Humbang Hasundutan District of North Sumatera Utara***

Robert Deffie ¹

¹ Politeknik Pariwisata Medan

Correspondence : Robert Deffie, Politeknik Pariwisata Medan

Email : robertdeffie@yahoo.com

ABSTRACT

The development of the tourism sector can encourage the improvement of the quality of Human Resources (HR) in the aspect of entrepreneurship in order to provide high value added and become an engine of growth for the national economy. The development of the tourism sector is manifested in the form of tourism activities in a tourism destination and must adapt to the demands of change by always paying attention to the voices of various parties, especially domestic tourists. This study was to analyze tourist perceptions of homestay management in tourism destinations in Humbang Hasundutan Regency of North Sumatera. The results showed that the perception of domestic tourists based on cognitive aspects in average results of 17 people or 53% which showed indicators of knowledge, information, views, and understanding of homestays was still not good enough. The affective aspects of 16 people or 50% that showed indicators of emotions, feelings, and assessment of homestay management had a poor impression. The conative aspects of 17 people or 53% indicate that indicators of motivation, attitudes, products, and desires of domestic tourists can be said to be still quite low. The results of the study showed that the management of homestay based on building variables in the average yield of 6 people or 50% had been able to represent the criteria of a good building. Variable bedrooms with an average yield of 6 people or 50% have met the expectations of guests staying. Variable bathrooms with an average yield of 5 people or 42% are still not clean. Variable living room results in an average of 6 people or 50% are quite good and comfortable. Variables with an average yield of 6 people or 50% are quite clean.

Keywords: tourist perception, homestay management

***Persepsi Wisatawan terhadap Pengelolaan Homestay di Destinasi Pariwisata
Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara***

ABSTRAK

Pengembangan sektor pariwisata dapat mendorong peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam aspek kewirausahaan guna memberikan value added tinggi dan menjadi engine of growth untuk perekonomian nasional. Pengembangan sektor pariwisata tersebut diwujudkan dalam bentuk kegiatan kepariwisataan di suatu destinasi pariwisata dan harus beradaptasi terhadap tuntutan perubahan dengan selalu memperhatikan suara dari berbagai pihak khususnya wisatawan domestik. Penelitian ini untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap pengelolaan homestay di destinasi pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan domestik berdasarkan aspek kognitif secara hasil rata-rata 17 orang atau 53% yang

menunjukkan indikator pengetahuan, informasi, pandangan, dan pemahaman tentang homestay masih belum cukup baik. Aspek afektif 16 orang atau 50% yang menunjukkan indikator emosi, perasaan, dan penilaian terhadap pengelolaan homestay mendapatkan kesan yang kurang baik. Aspek konatif 17 orang atau 53% yang menunjukkan bahwa indikator motivasi, sikap, produk, dan keinginan wisatawan domestik dapat dikatakan masih cukup rendah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan homestay berdasarkan variabel bangunan/gedung secara hasil rata-rata 6 orang atau 50% sudah dapat mewakili kriteria bangunan/gedung yang baik. Variabel kamar tidur secara hasil rata-rata 6 orang atau 50% sudah memenuhi harapan tamu yang menginap. Variabel kamar mandi secara hasil rata-rata 5 orang atau 42% masih kurang bersih. Variabel ruang tamu secara hasil rata-rata 6 orang atau 50% cukup baik dan nyaman. Variabel secara hasil rata-rata 6 orang atau 50% sudah cukup bersih.

Kata kunci: persepsi wisatawan, pengelolaan homestay

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pengembangan sektor pariwisata dapat mendorong peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam aspek kewirausahaan guna memberikan value added tinggi dan menjadi *engine of growth* untuk perekonomian nasional. Pengembangan sektor pariwisata tersebut diwujudkan dalam bentuk kegiatan kepariwisataan di suatu destinasi pariwisata dan harus beradaptasi terhadap tuntutan perubahan dengan selalu memperhatikan suara dari berbagai pihak khususnya wisatawan domestik. Suara tersebut berupa persepsi mereka untuk perubahan destinasi pariwisata tersebut menjadi lebih baik.

Wisatawan domestik sudah pasti sangat menginginkan untuk mendapatkan biaya akomodasi yang murah dan terjamin kebersihannya sebagai dasar pertimbangan menginap, dan itu dapat dipenuhi dengan tersedianya *homestay* yang dikelola oleh owner/pemiliknya dengan baik. Persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera. Kesan yang diterima individu sangat tergantung pada seluruh pengalaman yang telah diperoleh melalui proses berfikir dan belajar, serta dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari

dalam individu (Drever dalam Sasanti, 2003). Rangkuti (2003) mengemukakan bahwa persepsi diidentifikasi sebagai suatu proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna.

Saat ini kebutuhan penginapan bagi wisatawan domestik semakin meningkat seiring bertumbuhnya perekonomian dan pariwisata pada suatu daerah di Indonesia. Dengan banyaknya permintaan dan variasi konsumen terhadap penginapan maka penyedia layanan penginapan seperti hotel, motel termasuk juga jenis penginapan baru yang sedang naik daun, yakni "*homestay*" harus meningkatkan kuantitas dan kualitas layanan mereka. Tak sampai di situ saja *homestay* sebagai usaha jasa bidang akomodasi harus mempunyai kriteria bangunan/gedung, kamar tidur, dan kamar mandi yang sesuai dengan standar bidang akomodasi tersebut. Beberapa yang menjadi persyaratan dasar *homestay* diantaranya sanitasi dan higienitas, tingkat pencahayaan yang baik, toilet yang menjadi satu pada rumah, terdapat air yang sehat, dan peningkatan kualitas interior dan fasilitas yang perlu diperbaiki agar sesuai dengan selera tamu yang menginap.

Homestay merupakan salah satu sarana pendukung penting dalam usaha jasa akomodasi yang mampu memberikan

dampak positif bagi peningkatan ekonomi masyarakat. Namun masih banyak pengelola usaha jasa akomodasi dalam pengelolaan *homestay* yang belum memahami secara baik dan benar. Misalnya dalam hal promosi, manajerial maupun pemeliharaan serta perawatan yang berhubungan dengan kebersihan *homestay*. Hal tersebut masih banyak yang diabaikan oleh para pengelola. Bahkan, di beberapa tempat yang berdekatan dengan destinasi pariwisata masih sedikit fasilitas *homestay*. Pada dasarnya keberadaan *homestay* sebagian besar berkonsep menjadi satu dengan pemilik rumah. Bagaimana setelah dilakukan evaluasi oleh pemerintah setempat pada akhirnya menarik para wisatawan domestik. Para turis bisa tinggal dengan pemilik rumah jadi bisa menikmati, mengalami, menggunakan dapur, dan praktek adat budaya setempat secara langsung.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Persepsi

Pengertian persepsi secara etimologis adalah berasal dari bahasa Inggris yaitu *perception* atau bahasa Latin yaitu dari kata *percipare* yang artinya menerima atau mengambil. Menurut Leavit dalam Sobur (2003) persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi adalah pandangan atau pengertian yaitu sebagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2005).

Untuk dapat memperoleh pengertian mengenai persepsi, berikut dapat dilihat pendapat dari beberapa ahli, sebagai berikut: Schiffman dan Kanuk (2008) persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk

memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Proses ini dapat dijelaskan sebagai “bagaimana kita melihat dunia di sekeliling kita”. Dua individu mungkin menerima stimulus yang sama dalam kondisi nyata yang sama, tetapi bagaimana setiap orang mengenal, memilih, mengatur dan menafsirkannya merupakan proses yang sangat individual berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai dan harapan setiap orang itu sendiri.

Setiadi (2003) Persepsi adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Jalaludin rakhmat (2007) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, keinginan, sikap dan tujuan kita.

Aspek-Aspek Persepsi

Pada hakekatnya sikap adalah merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut menurut Allport (dalam Mar'at, 1991) ada tiga, yaitu:

1. Komponen kognitif

Yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek sikapnya. Dari pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek sikap tersebut.

2. Komponen afektif

Afektif berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang. Jadi sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

3. Komponen konatif

Yaitu merupakan kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan obyek sikapnya.

Baron dan Byrne, juga Myers (dalam Gerungan, 1996) menyatakan bahwa sikap itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu:

1. Komponen kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap obyek sikap.
2. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap obyek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.
3. Komponen konatif (komponen perilaku, atau action component), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap obyek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap obyek sikap.

Rokeach (Walgito, 2003) memberikan pengertian bahwa dalam persepsi terkandung komponen kognitif dan juga komponen konatif, yaitu sikap merupakan predisposing untuk merespons, untuk berperilaku. Ini berarti bahwa sikap berkaitan dengan perilaku, sikap merupakan predisposisi untuk berbuat atau berperilaku.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa terdapat tiga aspek atau komponen yang membentuk persepsi, yaitu komponen kognitif (komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan dan keyakinan), komponen afektif atau komponen emosional (komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau

tidak senang) dan komponen konatif atau komponen perilaku (komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak).

Terbentuknya persepsi seseorang terhadap suatu objek pada lingkungannya didasarkan pada stimulasi atau situasi yang sedang dihadapinya, terkait pada kondisi masyarakat persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi dalam otak manusia secara terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya melalui indranya seseorang terhadap suatu objek, peristiwa ini dengan melibatkan pengalaman pengalaman yang berkaitan dengan objek tersebut melalui proses kognisi, afeksi, dan konasi untuk membentuk objek tersebut (Mahmud, 1989).

Berikut ini perlu diketahui faktor-faktor yang dapat membentuk opini yang dibentuk dari proses persepsi dan sikap, hal ini untuk membedakan persepsi dan opini. Faktor-faktor yang dapat membentuk opini menurut Rajecki dalam Ruslan (2010) yaitu mempunyai 3 komponen, yang dikenal dengan istilah *ABCs of attitude*, penjelasannya, sebagai berikut:

1. Komponen A: *Affect* (perasaan atau emosi) komponen ini berkaitan dengan rasa senang, suka, sayang, takut, benci, sedih dan kebanggaan hingga muak atau bosan terhadap sesuatu, sebagai akibat setelah merasakannya atau timbul setelah melihat dan mendengarkannya. Kemudian komponen afektif tersebut merupakan evaluasi berdasarkan perasaan seseorang yang secara emotif (aspek emosional) untuk menghasilkan penilaian, yaitu: “baik atau buruk.”
2. Komponen B: *Behaviour* atau konatif (tingkah laku) komponen ini lebih menampilkan tingkah laku atau perilaku seseorang, misalnya bereaksi untuk memukul, menerima, menolak dan lain sebagainya. Jadi merupakan komponen

untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan “tindakan atau berperilaku” atas suatu reaksi yang sedang dihadapinya.

3. Komponen C: *Cognition* (pengertian atau nalar) komponen kognisi ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai suatu informasi, pesan fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan penilaian atau pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya. Artinya kognitif tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan.

Berikut aspek-aspek persepsi menurut Bimo Walgito (2003) yang dapat memperjelas, yaitu:

1. Aspek kognitif. Tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pikiran seseorang tentang apa yang ada dalam pikiran konsumen. Kognitif bersifat rasional, masuk akal.
2. Aspek afektif. Berhubungan dengan rasa senang dan rasa tidak senang, jadi sifatnya evaluative yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya. Berkaitan dengan perasaan, bersifat emosional. Wujudnya bisa berupa perasaan senang, sedih, ceria, dan gembira.
3. Aspek konatif. Kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Berkaitan dengan tindakan. Wujudnya adalah tindakan seseorang terhadap objeknya.

Pengertian Wisatawan

Definisi wisatawan menurut Norval (Yoeti, 1997) adalah setiap orang yang datang dari suatu Negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di situ secara teratur, dan yang di negara dimana tinggal untuk sementara waktu dan

membalanjakan uang yang didapatkannya di lain tempat.

Sedangkan menurut Soekadijo (2000), wisatawan adalah pengunjung di negara yang dikunjunginya setidaknya tinggal 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi:

1. Mengisi waktu senggang atau untuk bersenang-senang, berlibur, untuk alasan kesehatan, studi, keluarga, dan sebagainya.
2. Melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis.
3. Melakukan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administrative, diplomatik, keagamaan, olahraga dan sebagainya).
4. Dalam rangka pelayaran pesiar, jika kalau ia tinggal kurang dari 24 jam.

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Motivasi yang bersifat fisik antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya.
2. Keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain.
3. Motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang mendatangkan gengsi (prestis), melakukan ziarah.
4. Motivasi di daerah/destinasi lain seseorang bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis.
5. Motivasi aktualisasi diri.
6. Motivasi keamanan.

Wisatawan atau konsumen pariwisata adalah orang yang melakukan perjalanan wisata. Definisi wisatawan menurut *International Union of Travel Organization* (IUTO) dalam Yoeti (1997) adalah pengunjung yang tinggal sementara di suatu tempat paling sedikit selama 24

jam di negara yang dikunjungi dengan motivasi perjalanan untuk bersenang-senang, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, olah raga, berdagang, kunjungan keluarga, konferensidan misi tertentu.

Menurut Oglivie juga dalam Yoeti (1997), wisatawan merupakan semua orang yang memenuhi dua syarat, pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun, dan kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi dengan tidak mencari nafkah di tempat tersebut.

Pengelolaan

Berdasarkan fungsi pengelolaan (manajemen) secara garis besar dapat disampaikan bahwa tahap-tahap dalam melakukan pengelolaan meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Fungsi-fungsi manajemen tersebut bersifat universal, di mana saja dan dalam organisasi apa saja. Namun, semuanya tergantung pada tipe organisasi, kebudayaan dan anggotanya.

Menurut Terry dan Leslie tentang fungsi pengelolaan dalam bukunya *Dasar-Dasar Manajemen* (2013) menyatakan sebagai berikut:

1. Perencanaan (*planning*) Yaitu sebagai dasar pemikiran dari tujuan dan penyusunan langkah-langkah yang dipakai untuk mencapai tujuan. Merencanakan berarti mempersiapkan segala kebutuhan, memperhitungkan matang-matang apa saja yang menjadi kendala, dan merumuskan bentuk pelaksanaan kegiatan yang bermaksud untuk mencapai tujuan.
2. Pengorganisasian (*organization*) Yaitu sebagai cara untuk mengumpulkan orang-orang dan menempatkan mereka menurut kemampuan dan keahliannya dalam pekerjaan yang sudah direncanakan.

3. Penggerakan (*actuating*) Yaitu untuk menggerakkan organisasi agar berjalan sesuai dengan pembagian kerja masing-masing serta menggerakkan seluruh sumber daya yang ada dalam organisasi agar pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan bisa berjalan sesuai rencana dan bisa mencapai tujuan.
4. Pengawasan (*controlling*) Yaitu untuk menggawasi apakah gerakan dari organisasi ini sudah sesuai dengan rencana atau belum. Serta mengawasi penggunaan sumber daya dalam organisasi agar bisa terpakai secara efektif dan efisien tanpa ada yang melenceng dari rencana.

Hakikat dari fungsi pengelolaan (manajemen) dari Terry dan Leslie bahwa apa yang direncanakan, itu yang akan dicapai. Maka itu fungsi perencanaan harus dilakukan sebaik mungkin agar dalam proses pelaksanaannya bisa berjalan dengan baik serta segala kekurangan bisa diatasi.

Home Stay Berdasarkan ASEAN Homestay standard 2016

Homestay saat ini sudah menjadi trend global. Organisasi Negara-negara Asia Tenggara atau yang lebih dikenal dengan ASEAN (ASEAN Standard Homestay, 2016) telah merumuskan suatu program pengelolaan standarisasi *homestay* yang berlaku di seluruh kawasan ASEAN sejak 2016.

Program *homestay* ini adalah bentuk pariwisata alternatif di mana wisatawan diberi kesempatan untuk mengalami cara hidup di desa yang khas dengan masyarakat setempat. Sifat eksperimental dari bentuk pariwisata ini menjadi semakin populer di kalangan wisatawan asing. Berbeda dengan pariwisata massal, program *homestay* sebaiknya memiliki skala rendah, kepadatan rendah, fleksibel dan spontan. Lebih penting lagi harus dimiliki dan dioperasikan oleh masyarakat setempat

sehingga manfaat ekonomi langsung kepada mereka.

Dalam pengelolaan *homestay* berdasarkan *ASEAN Homestay Standard* tahun 2016 terdapat kriteria yang harus dimiliki oleh *homestay* yang berlaku di Negara-Negara ASEAN, termasuk Indonesia dalam memberikan jasa bidang akomodasi yang meliputi gedung/bangunan, kamar tidur, dan kamar mandi. *Home Stay* ini biasanya dijadikan sarana tempat menginap untuk para *traveller* yang pergi bersama keluarga. Selain itu juga jadi pilihan tempat menginap bagi tamu. *Home Stay* pun biasanya adalah fasilitas menginap yang dimiliki oleh warga lokal. Dan keuntungannya dengan menginap tentunya memberikan suasana kehidupan yang terdapat pada masyarakat sekitar. *Home Stay* biasanya berasal dari rumah-rumah masyarakat yang fasilitas dan sarannya diubah layaknya tempat penginapan yang dapat disewa dalam jangka pendek maupun panjang.

Pengertian *home stay* sebagai rumah tinggal atau tempat tinggal sementara yang bercorak tradisional, sebagai fasilitas wisata yang sedang berlibur untuk waktu tertentu, kini sudah mengalami pergeseran orientasi. Perubahan pergeseran tersebut semakin kental jika dikaitkan dengan beberapa hal yang melekat menjadi bagian dalam satu kesatuan. Misalnya bentuk bangunan, lokasi, fasilitas, service dan yang terakhir tentunya harga sewa atau harga kontrak.

Keberadaan rumah tinggal sementara pada saat ini, lebih cenderung mengarah pada bisnis murni atau *money oriented* sebagai bagian dari proses implementasi sosial ekonomi. Sehingga setiap orang yang menggarap sektor ini sudah memikirkan dan paham betul bagaimana mengemas sebuah *home stay* agar menarik bagi calon penghuninya. Pemilihan lokasi yang strategis, bentuk bangunan, fasilitas yang

tersedia sampai dengan pelayanan serta kenyamanan penghuninya. Semuanya sudah dipikirkan dan sangat terencana, dan ini akan menjadi komoditi alternatif yang sangat menjanjikan.

Beberapa ciri-ciri *home stay* modern saat ini salah satunya adalah sebagai berikut :

1. Bangunan *home stay* dibuat standar dengan segala fasilitasnya seperti, *private room, reading room, televisi, telepon, bathroom, linens, dresser, closet, mirror* dan sebagainya.
2. Pemberlakuan *House Rules*
3. *Service breakfast, lunch, dinner* dan transportasi

Dari uraian standar pengelolaan *homestay* modern di atas terdapat sedikit perbedaan dengan keberadaan *homestay* dahulu, yaitu bahwa semangat tersedianya akomodasi atau rumah tinggal dahulu (sebelum muncul istilah "*home stay*"), di mana penyediaan fasilitas dan perlakuannya sangat sederhana. Hampir tidak ada manajemen yang mengatur seperti pemberlakuan "*house rules*" yang biasa terdapat dalam *homestay* modern saat ini. Kenyataan ini kemungkinan disebabkan oleh adanya perubahan *trend* secara *linear* baik menyangkut tujuan datangnya wisatawan maupun tujuan penyedia akomodasi dimaksud. Secara ekonomi makro, *trend* seperti ini mungkin baik dari sudut pertumbuhan pendapatan daerah karena pajak dari penghasilan ini akan mendongkrak APBD yang tentu akan berdampak positif bagi pertumbuhan perekonomian daerah.

Tetapi satu hal yang sering terlupakan adalah ikut berubahnya tatanan infra struktur, tata ruang serta originalitas suatu tempat, jika hanya terfokus pada orientasi bisnis. Karena pada kenyataannya, banyak pelaku bisnis *homestay* yang melupakan keaslian wajah wilayahnya. Dalam kalimat berbeda dapat dikatakan, bahwa pembangunan dewasa ini cenderung pada kepentingan bisnis

semata tanpa memikirkan lingkungan sekitarnya, dengan tetap mempertahankan nuansa dan ciri khas daerahnya. Kenyataan ini sudah berlangsung di banyak tempat yang menjadi daerah tujuan wisata. Ini yang sebenarnya boleh dikatakan sebagai *homestay* modern. Yang paling penting, bagaimana dituntut untuk lebih kreatif di dalam memberikan sentuhan baru, agar tercipta *homestay* modern yang berakar pada budaya tradisional yang kuat. Dengan tidak mengorbankan keindahan yang sudah menjadi bagian warisan masa lalu. Karena pada kenyataannya, sekarang banyak menjamur bangunan yang tidak mengindahkan tata ruang kota. Semuanya berlomba untuk mendapatkan lokasi dipinggir jalan, sehingga wajah kota terkesan semrawut antara pusat pemerintahan, pertokoan, taman kota, perkantoran, *home stay* maupun rumah penduduk.

Jika semuanya dapat direncanakan dengan matang, untuk melokalisir dan membuat bangunan sesuai dengan fungsi masing-masing tentu akan menjadi lebih nyaman dan indah. Disamping juga masing-masing kompleks tersebut akan memiliki identitas dan ciri khas tersendiri. (<http://pamitrarentalmotor.com/pengertian-homestay-jogja.com>).

Definisi *Homestay*

Dalam bahasa Indonesia dapat diartikan rumah tinggal. Berdasarkan *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (2009) *Homestay* merupakan jenis akomodasi yang populer di wilayah perkotaan maupun pedesaan di Indonesia, menggunakan rumah tinggal pribadi sebagai tempat wisatawan menginap.

Menurut beberapa pengertian, definisi dari akomodasi *Homestay* adalah sebagai berikut : Menurut Lynch dalam Sweeney (2008) *Homestay is a specialist term used variously to refer to types of accommodation where visitors of guests*

pay directly or indirectly to stay in private (commercial) homes, where interaction takes place to a greater or lesser degree with a host and/or family who usually live upon the premises and with whom public space is shared to a greater or lesser degree.

Konsep *Homestay* merupakan salah satu kegiatan wisata yang menggunakan rumah tinggal pribadi sebagai akomodasi bagi wisatawan untuk menginap. Pada akomodasi *homestay* umumnya wisatawan mendapatkan pelayanan kamar, makanan dan minuman.

Salah satu kelebihan dari *homestay* adalah wisatawan bisa mendapatkan kesempatan untuk mengenal keluarga pemilik dan dapat mengenal budaya serta tradisi yang ada di lingkungan sekitar. *Homestay* memiliki konsep seperti rumah dan berbeda dengan bentuk-bentuk akomodasi lain yang ada.

Menurut Lashley dan Morrison dalam Seubsamarn (2009) *Homestay accommodation types include farmstay accommodation, some small hotels, host families, and bed and breakfasts. It is used to refer to types of accommodation where tourists or guests pay directly or indirectly to stay in private homes.* Menurut Lynch dalam Seubsamarn (2009) *In homestay accommodations, the boundaries of private homes are opened to public space, distinguishing from other accommodations which private space open to staff only.* Menurut Rivers dalam Seubsamarn (2009) *Utilities and meals are usually included and the length of stay could be daily, weekly, monthly, or unlimited unless specified otherwise by the host.*

Berdasarkan beberapa konsep tersebut dapat disimpulkan bahwa menurut Lashley dan Morrison pada akomodasi *homestay* terdapat akomodasi *farmstay*, beberapa fasilitas hotel kecil, keluarga pemilik serta tempat tidur dan makanan di mana wisatawan atau tamu membayar

langsung atau tidak langsung untuk tinggal di rumah-rumah pribadi tersebut. Menurut Lynch pada akomodasi *homestay*, ruang privat dalam rumah dibuka menjadi ruang publik, berbeda dari akomodasi lain yang ruang privatnya hanya terbuka bagi staf saja. Rivers menyatakan bahwa pada akomodasi *homestay* utilitas dan makanan biasanya disertakan, lama menginap bisa harian, mingguan, bulanan, bahkan tidak terbatas kecuali ditentukan oleh pemilik rumah. Rhodri dalam Seubsamarn (2009) menyatakan bahwa “*distinction between homestay and hotel is boundaries of private area. The private space of homestay is opened to visitors that would not fall under the term of hotel*”.

Hal ini dapat diartikan bahwa perbedaan antara *homestay* dan hotel adalah batas area privat. Ruang privat pada *homestay* dibuka untuk pengunjung, berbeda dengan akomodasi Hotel. Konsep rumah yang dirasakan pada *homestay* membedakan akomodasi *homestay* dengan bentuk-bentuk akomodasi lainnya.

Berdasarkan data yang ada dapat disimpulkan bahwa *homestay* adalah jenis akomodasi yang menggunakan rumah tinggal sebagai tempat menginap, tamu atau wisatawan dapat membayar secara langsung atau tidak langsung untuk tamu tinggal di rumah milik tuan rumah. Pada akomodasi *homestay* wisatawan dapat berbagi bersama tuan rumah beserta keluarganya, ruang privat dibuka menjadi ruang publik serta dilengkapi akomodasi berupa tempat tidur dan sarapan. Pada dasarnya pengertian rumah-hotel sama dengan *homestay*. ASEAN National Touris Organization (2007) menjelaskan *homestay* merupakan salah satu bentuk akomodasi yang menggunakan rumah tinggal, menyediakan kesempatan bagi tamu/wisatawan untuk menjalani kehidupan sehari-hari keluarga atau komunitas sekaligus sebagai daya tarik wisata. Ulumlert (2007) mendefinisikan *homestay* sebagai jenis hunian yang

ditujukan bagi wisatawan yang bertujuan untuk mempelajari budaya dan keseharian dengan tinggal bersama dengan pemilik rumah. Pemilik rumah adalah orang yang menyiapkan penginapan dan makanan bagi wisatawan dengan biaya yang sesuai.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *homestay* adalah salah satu alternatif akomodasi berupa rumah tinggal dengan fasilitas dan pelayanan yang murah dan sederhana bagi wisatawan untuk memberikan kesempatan bagi wisatawan, pemilik rumah maupun komunitas sekitar untuk saling mempelajari gaya hidup (*way of life*), bahasa, dan budaya masing-masing. Berdasarkan teori-teori di atas, dapat disimpulkan bahwa konsep rumah-hotel atau *homestay* adalah tinggal satu atap dan berinteraksi langsung dengan *host family*, ruang privat dibuka menjadi ruang publik, serta dilengkapi sarapan dan segala keperluan utilitas seperti listrik (penerangan), air bersih, maupun pemanas.

METODOLOGI

Pendekatan dan jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yaitu berusaha menggambarkan tentang persepsi wisatawan domestic terhadap pengelolaan *Homestay* di Kecamatan Bakti Raja pada Destinasi Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat dilaksanakan penelitian ini adalah pada *homestay* yang berlokasi di Desa Simamora, Desa Sinambela, Desa Marbun, Istana Raja Sisimangaraja XI, dan Ramses *Homestay* pada Kecamatan Bakti Raja sebagai destinasi pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan.

Waktu penelitian dimulai dalam dua bulan, yakni pada bulan Februari sampai dengan Maret 2018.

Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah dan wisatawan domestik sebanyak 32 orang yang berkunjung dan 12 orang dari pengelola (*owner*) dan anggota masyarakat yang terlibat dan berlokasi di Desa Simamora, Desa Sinambela, Desa Marbun, Istana Raja Sisimangaraja XI, dan Ramses *Homestay* di Kecamatan Bakti Raja terhadap pengelolaan *homestay* pada destinasi pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara teknik *Purpose-sampling*.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berdasarkan data primer yang diperoleh dari wawancara (*interview*) dan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada pengelola (*owner*) dan wisatawan domestik terhadap pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja pada destinasi pariwisata Kabupaten Humbang hasundutan Sumatera Utara. Berdasarkan data sekunder diperoleh dari studi dokumentasi dan literatur-literatur yang didapat berdasarkan informasi, seperti studi kepustakaan, karya dan jurnal ilmiah, dan melalui media internet.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan teknik observasi, *interview* dan penyebaran kuesioner kepada pengelola (*owner*) dan wisatawan domestik terhadap pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja pada destinasi pariwisata Kabupaten Humbang hasundutan Sumatera Utara.

Analisa Data

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisa kualitatif dengan pendekatan analisa statistik variabel untuk mengetahui tentang tentang persepsi wisatawan domestik terhadap pengelolaan *homestay* pada destinasi pariwisata di Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara

Kabupaten Humbang Hasundutan berada pada garis 201°-202° Lintang Utara dan 98010°-98058° Bujur Timur, dengan ketinggian 330-2.075 m di atas permukaan laut. Luas wilayah 251.765,93 ha terdiri dari 250.271,02 ha daratan dan 1.494,91 ha danau.

Berdasarkan letak geografisnya terhadap Provinsi Sumatera Utara, kabupaten ini berada di tengah-tengah dengan batas-batas teritorialnya sebagai berikut:

- Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Samosir
- Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Tapanuli Utara
- Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Tapanuli Tengah
- Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Pakpak Bharat

Secara administrasi, sejak dimekarkan tahun 2003, Kabupaten Humbang Hasundutan di tahun 2017 terdiri dari sepuluh kecamatan dengan 153 desa dan 1 kelurahan. Ibukota kabupaten adalah Kecamatan Doloksanggul.

Gambar Peta Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara



Sumber: Wikipedia.org.com, 2019
Kabupaten Humbang Hasundutan terdiri dari 10 kecamatan yaitu:

- Bakti Raja
- Dolok Sanggul
- Lintong Nihuta
- Onan Ganjang
- Pakkat
- Paranginan
- Parlilitan
- Pollung
- Sijama Polang
- Tarabintang

Kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar adalah Dolok Sanggul dengan 43.197 jiwa sedangkan jumlah penduduk terkecil berada di kecamatan Sijamapolang dengan 5.112 jiwa. Penyebaran penduduk di kabupaten Humbang Hasundutan termasuk belum merata, masih terpusat di Ibukota Kabupaten yaitu Kecamatan Dolok Sanggul dengan 26,19 persen penduduk berdomisili di kecamatan ini. Sementara dari segi kepadatan penduduk, kecamatan dengan tingkat kepadatan penduduk tertinggi adalah Bakti Raja dengan kisaran 319 penduduk di setiap km². Hal ini agak berbeda dengan asumsi umum bahwa wilayah dengan populasi terbesar otomatis memiliki kepadatan terbesar, dalam hal ini pada Kecamatan Bakti Raja memiliki wilayah terkecil dengan jumlah 7.236 penduduk yang bermukim di kecamatan tersebut menjadi cukup padat. (<https://humbanghasundutankab.bps.go.id>, 2017).

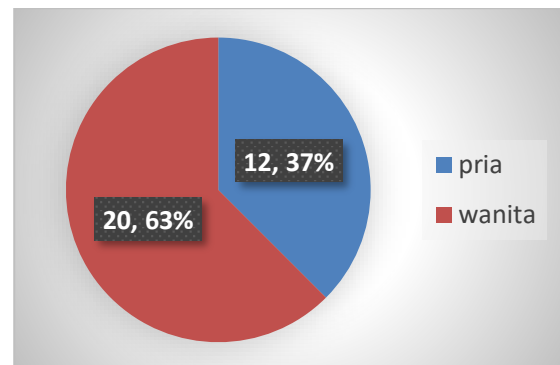
Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung pada Kecamatan Bakti Raja sebagai destinasi pariwisata di Kabupaten Bakti Raja yang diuraikan berdasarkan gender, asal daerah, dan pekerjaan.

a. Gender

Gender responden penelitian berdasarkan wisatawan domestik sebagai berikut:

Gambar Gender



Sumber: Hasil olahan kuesioner, 2019

Komposisi gender atau jenis kelamin responden penelitian lebih didominasi oleh wanita 20 orang (63%) dibandingkan pria 12 orang (37%). Hal ini menunjukkan bahwa wanita lebih mendapatkan kesempatan yang lebih baik daripada pria dalam melakukan perjalanan wisata di Kecamatan Bakti Raja di Kabupaten Humbang Hasundutan.

b. Asal Daerah

Asal daerah responden penelitian sebagai berikut:

Tabel Asal Daerah

No.	Keterangan	Jumlah (n)
1.	Dolok Sanggul	9
2.	Siborong-borong	7
3.	Balige	6
4.	Sidikalang/Kaban Jahe	1
5.	Porsea	3
6.	Parapat	2
7.	Tarutung	4
Total		32

Sumber: Hasil olahan kuesioner, 2019

Pada Tabel berdasarkan asal daerah bahwa wisatawan domestik yang berasal dari Dolok Sanggul menempati jumlah dan persentase yang terbanyak, yakni 9 orang (28%), Siborong-borong 7 orang (22%), Balige 6 orang (19%), Tarutung 4 orang (13%), dan jumlah dan persentase dibawahnya, yakni Porsea 3 orang (9%),

Parapat 2 orang (6%), dan Sidikalang/Kaban Jahe 1 orang (3%).

c. Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan responden penelitian sebagai berikut:

Tabel Pekerjaan

N o.	Pekerjaan	Jumlah
1.	<i>Petani</i>	10
2.	<i>Wiraswata</i>	5
3.	<i>Pemerintah</i>	3
4.	<i>Pedagang</i>	6
5.	<i>Pelajar</i>	8
	Total	32

Sumber: Hasil Olahan Kuesioner, 2019

Jika dilihat pada Tabel tersebut di atas, maka dapat dianalisis bahwa pekerjaan wisatawan domestik yang berkunjung di Kecamatan Bakti Raja sebagai destinasi pariwisata Kabupaten Humbang hasundutan adalah *petani* yang berkontribusi paling banyak yakni 10 orang (31%), pelajar 8 orang (25%), pedagang 6 orang (19%), Wiraswasta 5 orang (16%), dan pemerintah 3 orang (9%).

Pembahasan

Analisis Deskripsi Variabel

Analisis deskripsi variabel dilakukan dengan menghitung persentase skor dari setiap jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan dalam penelitian, sehingga diperoleh gambaran jelas dari penilaian masing-masing responden dan kecenderungannya dalam mendeskripsikan setiap item pertanyaan yang diajukan tentang persepsi wisatawan domestik yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan konatif terhadap pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja pada destinasi pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan.

Persepsi Wisatawan Domestik Di Kecamatan Bakti Raja

Persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus. Berdasarkan persepsi tersebut dapat diartikan sebagai proses dimana individu mencoba menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada kemudian menafsirkan dalam gambaran dan sikap.

Aspek Kognitif

Pengetahuan atau informasi yang dimiliki wisatawan domestik tentang obyek atas sikapnya terhadap pengelolaan *homestay* di destinasi pariwisata yang dikunjunginya sudah pasti mendorong tindakan untuk mengambil keputusan menginap di beberapa *homestay* di Kecamatan Bakti Raja di Kabupaten Humbang Hasundutan. Disamping itu juga pandangan dan pemahaman yang benar dan baik oleh wisatawan domestik sebagai persepsi yang positif dalam pengambilan keputusan berikutnya untuk mencoba beristirahat dan tinggal untuk sementara waktu. Sebaliknya kurangnya pengetahuan atau informasi, sedikitnya pandangan dan pemahaman tentang *homestay* bagi wisatawan domestik menjadi tidak berminat untuk beristirahat dan menginap pada *homestay* tersebut.

Hasil jawaban responden tentang aspek kognitif wisatawan domestik dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. Kognitif

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)			Total
		Ya	Tidak	Ragu-ragu	
1.	Pengetahuan	6 19%	17 53%	9 28%	32 100%
2.	Informasi	5 16%	18 56%	9 28%	
3.	Pandangan	9 28%	15 47%	8 25%	
4.	Pemahaman	10 31%	20 63%	2 6%	
	Rataan	8 25%	17 53%	7 22%	32 100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Pada Tabel dapat dianalisis bahwa aspek kognitif secara hasil rata-rata dari responden penelitian adalah 17 orang atau 53%, yang menunjukkan bahwa persepsi wisatawan domestik berdasarkan aspek kognitif yang meliputi indikator pengetahuan, informasi, pandangan, dan pemahaman tentang *homestay* masih belum cukup baik.

Aspek Afektif

Wisatawan domestik sudah tentu mempunyai persepsi tentang rasa senang atau tidak senang terhadap obyek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif. Rasa senang atau tidak senang terhadap obyek sikap yang dimiliki wisatawan domestik terhadap pengelolaan *homestay* di destinasi pariwisata yang dikunjunginya sudah pasti

mendorong tindakan untuk mengambil keputusan menginap di beberapa *homestay* di Kecamatan Bakti Raja di Kabupaten Humbang Hasundutan. Disamping itu juga emosi dan penilaian yang baik oleh wisatawan domestik dapat menghasilkan persepsi yang positif dalam pengambilan keputusan berikutnya untuk mencoba beristirahat dan tinggal untuk sementara waktu di *homestay*. Sebaliknya kurangnya emosi, sedikitnya rasa senang dan suka, serta penilaian yang negatif terhadap pengelolaan *homestay* bagi wisatawan domestik menjadi tidak atau kurang berminat untuk beristirahat dan menginap pada *homestay* tersebut.

Hasil jawaban responden penelitian tentang aspek afektif dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel Afektif

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)			Total
		Ya	Tidak	Ragu-ragu	
1.	Emosi	12 38%	15 47%	5 15%	32 100%
2.	Perasaan	8 25%	18 56%	6 19%	
3.	Penilaian	10 31%	14 44%	8 25%	
	Rataan	10 31%	16 50%	6 19%	32 100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Pada Tabel dapat dianalisis bahwa indikator afektif secara hasil rata-rata dari

responden penelitian adalah 16 orang atau 50%, yang menunjukkan

bahwa persepsi wisatawan domestik berdasarkan aspek afektif yang meliputi indikator emosi, perasaan, dan penilaian terhadap pengelolaan *homestay* mendapatkan kesan yang kurang baik.

Aspek Konaktif

Persepsi wisatawan domestik dalam pengambilan keputusan untuk beristirahat dan menginap pada *homestay* yang diketahui dan dipahaminya berdasarkan pengetahuan dan informasi yang didapat berhubungan dengan

kecenderungan bertindak terhadap obyek sikap. Obyek sikap ini mengarah pada rasa senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, puas atau tidak puas. Kesemuanya ini menyangkut emosi, perasaan, dan penilaian mengarah pada aspek konatif. Aspek ini menunjukkan indikator motivasi, sikap, produk, dan keinginan yang mendorong wisatawan domestik untuk bertindak dengan mengunjungi destinasi pariwisata yang diinginkannya.

Hasil jawaban responden tentang aspek konatif dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel Konatif

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)			Total
		Ya	Tidak	Ragu-ragu	
1.	Motivasi	10 31%	13 41%	9 28%	32 100%
2.	Sikap	9 28%	19 59%	4 13%	
3.	Produk	8 25%	18 56%	6 19%	
4.	Keinginan	7 22%	20 63%	5 15%	
	Rataan	9 28%	17 53%	6 19%	32 100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Pada Tabel dapat dianalisis bahwa aspek konatif secara hasil rata-rata dari responden penelitian adalah 17 orang atau 53%, yang menunjukkan bahwa persepsi wisatawan domestik yang meliputi indikator motivasi, sikap, produk, dan keinginan wisatawan domestik dapat dikatakan masih cukup rendah.

Pengelolaan *Homestay* Di Kecamatan Bakti Raja Kabupaten Humbang Hasundutan

Homestay merupakan salah satu sarana pendukung penting dalam pengelolaan kawasan yang dijadikan sebagai destinasi pariwisata di Kecamatan Bakti Raja pada Kabupaten Humbang Hasundutan. Sebagai usaha, *homestay* mampu memberikan dampak positif bagi peningkatan ekonomi masyarakat sekitar. Namun masih banyak pengelola *homestay* yang belum memahami pengelolaan

homestay secara baik dan benar. Misalnya dalam hal promosi, manajemen maupun pemeliharaan serta perawatan *homestay*. Hal-hal itu masih banyak diabaikan oleh para pengelola, bahkan, di beberapa desa masih belum ada fasilitas *homestay*. Hal itu tentu harus diperhatikan apabila destinasi pariwisata tersebut ingin berkembang.

Berdasarkan hasil kuesioner yang ditujukan kepada pengelola *homestay* di Kecamatan Bakti Raja pada Desa Simamora, Desa Sinambela, Desa Marbun, Istana Raja Sisimangaraja XI, dan Ramses *Homestay*, maka didapatkan analisis tentang pengelolaan *homestay* yang meliputi gedung/bangunan, kamar tidur, kamar mandi, ruangan tamu, dan dapur pada beberapa *homestay* yang terdapat dan atau sedang dibangun pada desa-desa yang

telah dijadikan sebagai destinasi pariwisata.

Responden penelitian yang dijadikan sampel penelitian dalam menganalisis pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja sebanyak 12 orang, yakni dari Desa Simamora Bapak Parningotan Bakkara dengan 2 orang staf dari Kelurahan Simamora. Dari Desa Sinambela 2 orang yang berperan aktif dalam menjadikan rumah tinggalnya untuk dijadikan *homestay*, dari Desa Marbun 2 orang yang ikut membantu dalam membangun *homestay*. Responden penelitian berikutnya berasal dari Istana Sisimangaraja XI sebanyak 2 orang yang berfungsi dengan pekerjaannya sebagai pengelola, dan dari Ramses *Homestay* Bapak Ramses Manullang beserta isteri Ibu Turadan Br. Siringo-ringo, dan 1 anak laki-lakinya.

Berikut diuraikan pengelolaan *homestay* yang terdapat di Kecamatan Bakti Raja berdasarkan kuesioner penelitian tentang Bangunan/gedung, kamar tidur, kamar mandi, ruangan tamu, dan dapur.

Bangunan/Gedung

Bangunan/gedung telah menjadi salah satu syarat yang sangat utama bagi siapapun pelaku usaha, terlebih bagi owner/pemilik *homestay* di destinasi pariwisata Humbang Hasundutan dalam menjangkau wisatawan domestik untuk menginap dan diharapkan datang kembali.

Hasil jawaban responden dari pengelola dan anggota masyarakat pada *Homestay* di Kecamatan Bakti Raja tentang bangunan/gedung (*building*) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel Bangunan/Gedung (Building)

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)				Total
		Ss	s	ks	ts	
1.	Unik	4 %	5 %	3 %	0 0%	12 100%
2.	Sanitasi yang baik	4 %	6 %	2 %	0 0%	
3.	Penerangan lampu yang cukup	4 %	4 %	4 %	0 2%	
4.	Bebas dari kebisingan disekitar	2 %	7 %	3 %	0 5%	
5.	Toilet bersih	3 %	8 %	1 %	0 0%	
6.	Ketersediaan air	5 %	5 %	2 %	0 0%	
	Rataan	4 33%	6 50%	2 17%	0 0%	12 100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Keterangan: ss=sangat setuju;s=setuju;ks=kurang setuju;ts=tidak setuju

Pada Tabel dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel bangunan/gedung tentang keunikan, sanitasi, penerangan, kebisingan, toilet, dan air bersih yang secara hasil rata-rata dari responden adalah 6 orang atau 50% sudah dapat mewakili kriteria bangunan/gedung yang baik. Pengelola dan anggota masyarakat yang

terlibat dalam pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja dapat memahami bahwa gedung/bangunan *homestay* pada dasarnya harus mencerminkan bangunan/gedung fisik adat istiadat daerah setempat dengan menyediakan penerangan yang cukup dari PLN atau genzet, sistem drainase yang baik, toilet yang bersih, dan

tentunya didukung oleh ketersediaan air bersih yang cukup.

Kamar Tidur (*Bed Room*)

Kamar tidur pada *homestay* yang dikelola pada dasarnya harus mewakili keinginan dan harapan tamu yang menginap dengan menjamin istirahat yang

cukup dan dapat tidur dengan nyaman. Hasil jawaban responden dari pengelola dan anggota masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan *homestay* tentang kamar tidur (*Bed room*) di Kecamatan Bakti Raja dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel Kamar Tidur (*Bed Room*)

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)				Total
		ss	s	ks	ts	
5.	Bersih	4 33%	5 42%	3 25%	0 0%	42 100%
6.	Penerangan	4 33%	6 50%	2 17%	0 0%	
7.	Kebisingan	3 25%	7 58%	2 17%	0 2%	
	Rataan	4 33%	6 50%	2 17%	0 0%	42 100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Keterangan: ss=sangat setuju;s=setuju;ks=kurang setuju;ts=tidak setuju

Pada Tabel dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel kamar tidur dalam pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja yang terdiri atas indikator bersih, penerangan, dan kebisingan secara hasil rata-rata adalah 6 orang atau 50%, yang menunjukkan bahwa fasilitas kamar tidur yang dimiliki sudah memenuhi harapan tamu yang menginap, hanya saja jika dilihat tentang faktor lingkungan *homestay* yang bebas dari suara ribut dan kebisingan, seperti lalu lintas kendaraan yang lewat masih dirasakan kurang maksimal.

Kamar Mandi (*Bath Room*)

Harapan-harapan (*guest expectation*) wisatawan domestik yang melakukan perjalanan wisata dan

berkeinginan untuk menginap sudah harus dipikirkan dan menjadi perhatian pada destinasi pariwisata di Kecamatan Bakti Raja Kabupaten Humbang Hasundutan. Hal tersebut tentu harus mempertimbangkan aspek pengelolaan *homestay* dari owner/pemilik dan anggota masyarakat yang terlibat dengan memperhitungkan untuk menciptakan kebersihan kamar mandi.

Hasil jawaban responden dari pengelola dan anggota masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan *homestay* tentang kamar mandi (*bath room*), termasuk toilet di Kecamatan Bakti Raja dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel Kamar Mandi (*Bath Room*)

No	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)				Total
		Ss	s	ks	ts	
10.	Bersih	4 33%	5 42%	3 25%	0 0%	12 100%
11.	Toilet Duduk	4 33%	6 50%	2 17%	0 0%	
12.	Ketersediaan air	3 25%	5 42%	4 33%	0 0%	
	Rataan	4 33%	5 42%	3 25%	0 0%	12 100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

Keterangan: ss=sangat setuju;s=setuju;ks=kurang setuju;ts=tidak setuju

Pada Tabel dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel kamar mandi termasuk toilet dalam pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja yang terdiri atas indikator bersih, toilet duduk, dan ketersediaan air bersih secara hasil rata-rata dari responden adalah 5 orang atau 42%, yang menunjukkan bahwa fasilitas kamar mandi masih kurang bersih. Toilet duduk yang tersedia masih kurang karena masih berupa toilet jongkok. Ketersediaan air bersih masih kurang dimana sebanyak 4 orang (33%) yang menyatakan bahwa sering kali air

bersih yang digunakan masih kurang lancar karena arus keluarnya kecil.

Ruang Tamu (*Living Room*)

Ruang tamu *homestay* yang penataannya dilakukan dengan baik tentunya akan memberikan kesan pertama yang positif bagi wisatawan domestik dalam mengambil keputusan untuk menginap.

Hasil jawaban responden dari pengelola dan anggota masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan *homestay* tentang dapur (*kitchen*) di Kecamatan Bakti Raja dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel Ruang Tamu (*Living Room*)

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)				Total
		Ss	s	ks	ts	
4.	Bersih	4 33%	5 42%	3 25%	0 0%	12 100%
5.	Penerangan	5 42%	6 50%	1 8%	0 0%	
6.	Nyaman	3 25%	7 58%	2 17%	0 2%	
	Rataan	4 33%	6 50%	2 17%	0 0%	12 100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2019(Data diolah)

Keterangan: ss=sangat setuju;s=setuju;ks=kurang setuju;ts=tidak setuju

Pada Tabel dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel ruang tamu terhadap pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja yang terdiri atas indikator bersih, penerangan, dan kebisingan secara hasil rata-rata adalah 6 orang atau 50%, yang menunjukkan bahwa fasilitas ruang tamu yang dimiliki sudah memenuhi harapan tamu yang menginap, hanya saja jika dilihat tentang faktor lingkungan *homestay* yang bebas dari suara ribut dan kebisingan, seperti lalu lintas kendaraan yang lewat masih dirasakan, dimana sebanyak 7 orang (58%) kondisi sebenarnya masih belum begitu bersih dan kurang nyaman.

Dapur (*Kitchen*)

Dapur yang higienis dan bersih pada *homestay* yang dikelola oleh

owner/pemilik dan anggota masyarakat diyakini akan membuat wisatawan domestik yang menginap dan menggunakannya untuk kebutuhan makan dan minumannya akan merasa aman dan bebas dari penyakit. Sayangnya, dalam pengelolaannya tersebut masih kurang dalam kebersihan dapur. Berbagai sudut-sudut lemari yang tak terjangkau, membuat dapur bisa menjadi sarang hewan dan penyakit. Apalagi banyaknya lemak di berbagai peralatan dapur memberi kesan jorok.

Hasil jawaban responden dari pengelola dan anggota masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan *homestay* tentang dapur (*kitchen*) di Kecamatan Bakti Raja dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel Dapur (Kitchen)

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)				Total
		Ss	s	ks	ts	
10.	Bersih	4 33%	5 48%	3 25%	0 0%	12 100%
11.	Peralatan/perlengkapan	4 33%	6 50%	2 17%	0 0%	
12.	Ketersediaan air	3 25%	7 58%	2 17%	0 2%	
	Rataan	4 33%	6 50%	2 17%	0 0%	

Sumber : Hasil Penelitian, 20179(Data diolah)

Keterangan: ss=sangat setuju;s=setuju;ks=kurang setuju;ts=tidak setuju

Pada Tabel dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel dapur terhadap pengelolaan *homestay* oleh owner/pemilik dan anggota masyarakat yang terlibat yang terdiri atas indikator bersih, peralatan/perlengkapan, dan ketersediaan air bersih secara hasil rata-rata dari responden adalah 6 orang atau 50%, yang menunjukkan bahwa fasilitas dapur cukup bersih. Terdapat hal yang positif dan menggembirakan bagi tamu yang berkeinginan untuk menginap di *homestay* pada Kecamatan Bakti Raja bahwa air bersih tersedia cukup baik.

PENUTUP

Berdasarkan Hasil Penelitian dan Pembahasan pada BAB IV tersebut di atas, maka dapat ditarik simpulan dan saran sebagai berikut:

Simpulan

1. Karakteristik responden wisatawan domestik di Kecamatan Bakti Raja sebagai destinasi pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan dalam penelitian ini lebih didominasi oleh wanita 20 orang (63%) dibandingkan pria 12 orang (37%). Asal daerah berasal dari Dolok Sanggul menempati jumlah dan persentase yang terbanyak, yakni 9 orang (28%). Pekerjaan wisatawan domestik yang berkunjung adalah *petani* yang berkontribusi paling banyak yakni 10 orang (31%).

2. Persepsi wisatawan domestik berdasarkan aspek kognitif secara hasil rata-rata adalah 17 orang atau 53%, yang menunjukkan indikator pengetahuan, informasi, pandangan, dan pemahaman tentang *homestay* masih belum cukup baik. Aspek afektif 16 orang atau 50%, yang menunjukkan indikator emosi, perasaan, dan penilaian terhadap pengelolaan *homestay* mendapatkan kesan yang kurang baik. Aspek konatif 17 orang atau 53%, yang menunjukkan bahwa indikator motivasi, sikap, produk, dan keinginan wisatawan domestik dapat dikatakan masih cukup rendah.

3. Pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja sebagai destinasi pariwisata di Kabupaten Humbang Hasundutan, yakni:

a. Hasil analisis variabel bangunan/gedung tentang keunikan, sanitasi, penerangan, kebisingan, toilet, dan air bersih yang secara hasil rata-rata dari responden adalah 6 orang atau 50% sudah dapat mewakili kriteria bangunan/gedung yang baik.

b. Hasil analisis variabel kamar tidur dalam pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja yang terdiri atas indikator bersih, penerangan, dan kebisingan secara hasil rata-rata adalah 6 orang atau 50%, yang menunjukkan bahwa fasilitas kamar

tidur yang dimiliki sudah memenuhi harapan tamu yang menginap.

- c. Hasil analisis variabel kamar mandi termasuk toilet dalam pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja yang terdiri atas indikator bersih, toilet duduk, dan ketersediaan air bersih secara hasil rata-ran dari responden adalah 5 orang atau 42%, yang menunjukkan bahwa fasilitas kamar mandi masih kurang bersih.
- d. Hasil analisis variabel ruang tamu terhadap pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja yang terdiri atas indikator bersih, penerangan, dan kebisingan secara hasil rata-ran adalah 6 orang atau 50%, yang menunjukkan bahwa fasilitas ruang tamu yang dimiliki sudah memenuhi harapan tamu yang menginap.
- e. Hasil analisis variabel dapur terhadap pengelolaan *homestay* oleh owner/pemilik dan anggota masyarakat yang terlibat yang terdiri atas indikator bersih, peralatan/perlengkapan, dan ketersediaan air bersih secara hasil rata-ran dari responden adalah 6 orang atau 50%, yang menunjukkan bahwa fasilitas dapur cukup bersih.

Saran

1. Perlu kiranya wisatawan domestik mendapatkan persepsi yang positif berdasarkan aspek kognitif, afektif, dan konatif terhadap pengelolaan *homestay* di Kecamatan bakti Raja sebagai destinasi pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan.
2. Pengelolaan *homestay* berdasarkan kriteria bangunan/gedung (*building*), kamar tidur (*bed room*), kamar mandi (*bath room*), ruang tamu (*living room*), dan dapur (*kitchen*) perlu untuk ditingkatkan dalam hal kebersihan dan

kenyamanan, fasilitas penerangan, tersedianya air bersih yang cukup.

3. Agar pihak owner/pemilik sebagai pengelola dan anggota masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan *homestay* di Kecamatan Bakti Raja sebagai destinasi pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan untuk terus berperan aktif dalam membangun dan mengembangkan *homestay* yang layak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Direktur Politeknik Pariwisata Medan atas bantuan dan dukungannya, sehingga penelitian dapat diterbitkan di Jurnal Akademi Pariwisata Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN Secretariat, 2016. *ASEAN Homestay Standard*. Jakarta.
- Mahmud, M. Dimiyati.1989. Psikologi Suatu Pengantar. Jakarta : Depdikbud ok.
- Mulyana, Deddy, 2001. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosda karya .
- Rahmat, Jalaluddin, 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Rakhmat, Jalaludin.1999. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2003). *Measuring Customer Satisfaction*. Edisi ketiga. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady, 2010. [Manajemen public relations dan media komunikasi: konsepsi dan aplikasi](#). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sasanti. (2003). Pengertian Persepsi. Diakses 28 November 2013, dari www.google.com/0000002019.
- Schiffman, Leon dan Leslie Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. PT. Indeks. Jakarta.

- Seubsamarn, K. 2009. *Tourist Motivation to Use Homestay in Thailand and Their Satisfaction Based on The Destination's Cultural and Heritage Based Attribute*. MSc Thesis. Missouri: Graduate School University. (tidak dipublikasikan).
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Seubsamarn, K., 2009. *Tourist Motivation to Use Homestays in Thailand and Their Satisfaction Based on The Destination's Cultural and Heritage-Based Attribute*., Missouri: University of Missouri.
- Sweeney, M. 2008. *An investigation into the host's relationship with the commercial home*. PhD Thesis. Edinburgh: Queen Margaret University College. (tidak dipublikasikan)
- UNESCO. 2009. UHJAK/2009/PI/H/9.
- Terry, Lesley. 2013. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Uumlert, W., 2007. *Criteria creation for management evaluation of Thai homestay: A case study of Ubonratchathani Province, Thailan*, Bangkok: Mahidol University.
- UNEP-UNWTO, 2005. *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Maker*.
- Walgito, Bimo.2003. *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: ANDI.
- Yoeti, H. Oka. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

Bio Data:

Drs. Robert Deffie, M.Si adalah Lektor Kepala dan Dosen pada Politeknik Pariwisata Medan.