



ANALISIS KUALITAS DAYA TARIK WISATA DESA ALAMENDAH  
ANALISIS KUALITAS DAYA TARIK WISATA DESA WISATA ALAMENDAH

Oleh  
Wisnu Bawa Tarunajaya<sup>1</sup>, Sukmadi<sup>2</sup>, Haryadi Darmawan<sup>3</sup>,  
Andar Danova Goeltom<sup>4</sup>, Violetta Simatupang<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup>Politeknik Pariwisata NHI Bandung  
Email: [1wisnutarunajaya@yahoo.com](mailto:wisnutarunajaya@yahoo.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas daya tarik wisata Alamendah dan implikasinya terhadap pengelolaan daya tarik wisata. Melalui metode survei dan wawancara dengan wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Alamendah, penelitian ini mengumpulkan data tentang persepsi wisatawan terhadap pengalaman wisata, kualitas layanan, kualitas produk fisik wisata, dan keberlanjutan daya tarik tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang memuaskan merupakan faktor kunci dalam menentukan kualitas daya tarik wisata Alamendah. Wisatawan memberikan penilaian positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola, termasuk keakuratan informasi, keramahan staf, dan respon cepat terhadap kebutuhan wisatawan. Kualitas produk fisik wisata juga menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan, termasuk kebersihan, keamanan, dan ketersediaan fasilitas yang memadai. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola perlu memperhatikan keberlanjutan daya tarik Alamendah di masa yang akan datang. Wisatawan mengharapkan adanya upaya pelestarian alam, pengelolaan yang bertanggung jawab terhadap sumber daya alam, serta partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan daya tarik wisata. Keberlanjutan menjadi faktor penting dalam menjaga daya tarik wisata Alamendah agar tetap menarik bagi wisatawan di masa mendatang. Hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelola daya tarik wisata dalam meningkatkan kualitas daya tarik wisata Alamendah. Diperlukan upaya untuk terus meningkatkan pengalaman wisatawan melalui penyediaan layanan yang mengesankan dan kualitas produk fisik wisata yang baik. Selain itu, perhatian terhadap keberlanjutan daya tarik tersebut akan menjadi aspek penting dalam menjaga keberlangsungan daya tarik wisata dan memenuhi harapan wisatawan di masa yang akan datang.

**Kata Kunci:** Kualitas Daya Tarik Wisata, Pengalaman Wisata, Kualitas Layanan, Kualitas Produk Fisik, Keberlanjutan Daya Tarik Wisata.

**PENDAHULUAN**

Desa wisata merupakan sebuah desa yang dikembangkan untuk tujuan wisata dengan mengoptimalkan potensi sumber daya alam, budaya, dan tradisi yang dimiliki oleh masyarakat di desa tersebut. Tujuan pengembangan desa wisata antara lain untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, melestarikan budaya dan tradisi lokal, serta meningkatkan kunjungan wisatawan ke suatu

daerah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas daya tarik wisata yang ditawarkan oleh Desa Wisata Alamendah agar dapat memahami potensi dan tantangan dalam pengembangan pariwisata di daerah tersebut. Desa Wisata Alamendah memiliki potensi wisata yang unik, dengan keindahan alam dan kekayaan budaya yang melimpah. Alamendah dikelilingi oleh pegunungan yang



menawarkan panorama alam yang menakjubkan dan merupakan tempat yang sempurna untuk wisata alam dan ekowisata. Selain itu, desa ini juga memiliki beragam atraksi budaya, seperti tarian tradisional, kerajinan tangan, dan festival-festival local seperti: Kawah Putih, Ranca Upas, Arboretum Park (Curug Awi Langit), Patuha Pinus Land, Punceling pass, Curug Padjajaran, Ciwidey Valley, Emte Highland, Cigadog Lestasi, Patuha Bike Park dll. Hal ini membuat Desa Wisata Alamendah menarik sebagai objek penelitian dalam analisis kualitas daya tarik wisata.

Desa wisata Alamendah ditetapkan sebagai Desa Wisata melalui Keputusan Bupati Bandung No. 556.42/kep.71-DISBUDPAR/2011 pada tanggal 2 Februari 2011. Dan kemudian sampai saat ini sudah ditetapkan menjadi desa wisata dengan kategori maju dengan SK Bupati Kabupaten Bandung No: 556/Kep-770-Disbudpar/2022, tanggal 14 Desember tahun 2022, yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi pariwisata yang sukses. Namun, untuk dapat terus berkembang dan menghadapi berbagai tantangan yang muncul, perlu ada fokus dan perhatian khusus pada beberapa aspek penting. Agar perkembangan daya tarik wisata Alamendah digemari oleh wisatawan sehingga tingkat kunjungan dapat terus meningkat maka perlu di perhatikan kualitas daya tarik wisata atau produk yang ditawarkan kepada wisatawan.

Kualitas daya tarik wisata yang ditawarkan merupakan hal yang penting diperhatikan dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Alamendah. Pengembangan pariwisata dapat memberikan dampak positif pada masyarakat setempat, seperti peningkatan pendapatan, lapangan kerja, dan kesempatan bisnis. Namun, untuk mencapai potensi tersebut, penting untuk memahami dan meningkatkan kualitas daya tarik wisata yang ada di desa tersebut. Dengan menganalisis kualitas daya tarik wisata, maka akan teridentifikasi kekuatan dan kelemahan desa

sebagai tujuan wisata, dan merumuskan strategi pengembangan yang lebih baik. Sehingga pada akhirnya strategi yang dirumuskan dapat dipertimbangkan digunakan bagi pemerintah setempat dan stakeholder terkait. Pemerintah setempat dapat dengan akurat dan jelas dalam memprogramkan langkah-langkah jangka Panjang kegiatan apa saja yang harus dilakukan sesuai dengan strategi yang diputuskan, begitu juga para stakeholders mempunyai cara yang sama dalam mengembangkan daya tarik wisata yang dikelolannya.

Meskipun Desa Wisata Maju Alamendah memiliki potensi wisata yang besar, masih terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi dalam pengembangan destinasi wisata ini. Salah satu tantangan utama adalah meningkatkan kualitas destinasi Desa Wisata Maju Alamendah sehingga dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi bagi wisatawan yang berkunjung. Tingkat kepuasan pengunjung menjadi penting karena dapat mempengaruhi citra dan reputasi destinasi wisata, serta dapat berdampak pada kunjungan wisatawan di masa depan. Kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh pengalaman wisata yang mereka peroleh selama berkunjung di daya tarik wisata (DTW). Pengelola desa wisata belum focus memperhatikan kenyamanan atau kepuasan wisatawan baru tiba di DTW, bagaimana pengelola empati dan menerima wisatawan tiba di lokasi dari perjalanan asal yang terkadang menempuh jarak yang cukup jauh sehingga mereka kelelahan dan perlu beristirahat sejenak atau menyesuaikan kondisi untuk siap melihat dan berjalan di Kawasan DTW. Selain masalah penerimaan awal ketika mereka datang, selanjutnya masalah bagaimana pengelola dapat menjelaskan sejarah atau pengetahuan terhadap apa yang akan dilihat dan dilakukan selama di DTW. Pengetahuan awal tentang produk wisata yang akan dinikmati perlu dijelaskan di tempat yang nyaman sambil makan makanan kecil dan



minuman ringan sehingga wisatawan dapat rileks atau menenangkan dirinya sebelum berjalan melihat-lihat atau melakukan sesuatu selama berkunjung. Masalah lainnya yang sering muncul di DTW selain apa yang diketahui / pengetahuan, dilihat, dilakukan, juga yang menjadi perhatian adalah souvenir yang akan dibeli sebagai kenangan mereka.

Kualitas DTW yang ditawarkan dapat ditentukan melalui : pertama bagaimana pengelola dapat memberikan Pengalaman Wisata (Tourist Experience): hal ini menekankan pentingnya pengalaman wisata dalam mencapai kepuasan wisatawan. Pengalaman wisata melibatkan berbagai aspek, seperti sensasi, emosi, persepsi, interaksi sosial, dan pencapaian tujuan. Untuk menciptakan pengalaman positif, daya tarik wisata harus mampu memicu emosi positif dan memberikan kesempatan untuk pengalaman yang berarti. Kedua adalah Kualitas Layanan (Service Quality): Kualitas layanan merupakan faktor kritis dalam menciptakan kepuasan wisatawan. Hal ini menekankan pentingnya aspek-aspek seperti responsif, kehandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik dalam penyediaan layanan kepada wisatawan. Daya tarik wisata harus mampu memberikan layanan yang memenuhi atau melebihi harapan wisatawan. Yang ketiga adalah Kualitas Produk (Product Quality): hal ini menyoroti pentingnya kualitas produk atau fasilitas yang ditawarkan oleh daya tarik wisata. Kualitas produk mencakup aspek-aspek seperti keunikan, keaslian, kebersihan, kenyamanan, dan keamanan. Wisatawan akan merasa puas jika daya tarik wisata menyediakan produk yang memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Yang keempat adalah Keberlanjutan Pariwisata (Sustainable Tourism): Keberlanjutan menjadi faktor penting dalam mengevaluasi kualitas daya tarik wisata. Daya tarik wisata yang berkelanjutan harus mempertimbangkan aspek-aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Hal ini mencakup pengelolaan yang baik

terhadap lingkungan, pelestarian budaya lokal, partisipasi masyarakat, dan manfaat ekonomi yang adil bagi komunitas setempat.

## METODE PENELITIAN

Metode observasi partisipatif adalah salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang melibatkan peneliti secara langsung dalam pengamatan dan partisipasi aktif dalam kegiatan yang sedang diteliti. Dalam konteks penelitian kualitas daya tarik wisata di Desa Wisata Alamendah, metode ini dapat digunakan untuk memahami pengalaman wisatawan, mengamati praktik pengelolaan, dan memperoleh pemahaman mendalam tentang aspek-aspek kualitas yang relevan. Berikut adalah langkah-langkah utama dalam metode observasi partisipatif: Pengenalan dan Keterlibatan: Langkah pertama adalah memperkenalkan diri sebagai peneliti kepada pengelola dan wisatawan yang terlibat dalam kegiatan pariwisata di Desa Wisata Alamendah. Peneliti perlu menjelaskan tujuan penelitian, sifat keterlibatan, dan mengajukan permohonan izin untuk mengamati dan berpartisipasi dalam kegiatan. Observasi Aktif: Peneliti secara aktif mengamati berbagai kegiatan yang terkait dengan daya tarik wisata di Desa Wisata Alamendah. Hal ini meliputi pengamatan terhadap interaksi antara wisatawan dan pengelola, proses pengelolaan daya tarik, pelayanan yang diberikan, dan lingkungan secara keseluruhan. Observasi ini dapat dilakukan secara langsung atau melalui penggunaan alat bantu seperti kamera atau rekaman audio. Catatan Lapangan: Selama melakukan observasi, peneliti membuat catatan lapangan secara sistematis. Catatan ini mencakup detail kegiatan, pengamatan penting, interaksi, dan situasi yang menonjol. Catatan ini akan menjadi data yang berharga untuk analisis dan interpretasi selanjutnya. Refleksi dan Diskusi: Setelah melakukan observasi, peneliti perlu merefleksikan pengalaman dan temuan yang diperoleh. Diskusi internal atau dengan rekan peneliti



lainnya dapat membantu dalam memahami dan menganalisis apa yang diamati. Pengelola, wisatawan, atau pihak terkait juga dapat diajak berdiskusi untuk memperoleh sudut pandang mereka dan mengoreksi kesalahan persepsi atau interpretasi. Validasi dan Verifikasi: Penting untuk melakukan validasi dan verifikasi temuan dengan melibatkan pihak-pihak yang terlibat. Pengelola dan wisatawan dapat memberikan masukan dan memberikan perspektif mereka terhadap temuan peneliti. Hal ini memastikan bahwa data yang diperoleh akurat dan memperkuat validitas penelitian.

### HASIL DAN PEMBEHASAN

Dari pengamatan langsung dan disertai wawancara kepada pengelola desa wisata serta penyebaran kuesioner kepada para wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Alamendah, dimana Desa Alamendah merupakan salah satu dari 5 desa yang terletak di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Luas Desa Alamendah sekitar 505,6 ha, dihuni oleh 7.329 Kepala Keluarga (KK) dengan 22.541 jiwa dan kepadatan penduduk 4.458,267 jiwa / km<sup>2</sup> Desa Alamendah terbagi menjadi 5 dusun, 30 RW, dan 122 RT. Secara umum Desa Alamendah merupakan desa agronomi, dimana mayoritas lahan digunakan untuk kegiatan pertanian. Desa ini terletak di ketinggian 1.200 – 1.550 mdpl dengan suhu rata-rata 19 – 20 °C dan memiliki curah hujan 2.150 mm/tahun. Hasil temuan dan kajian bagaimana langkah langkah yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa wisata maju Alamendah dengan menganalisis kualitas produk yang ditawarkan di beberapa daya tarik wisata yang ada di desa wisata Alamendah. Ada beberapa yang perlu mendapatkan perhatian pengelola desa agar kualitas daya tarik wisata dapat ditingkatkan, seperti misalnya:

- a. Bagaimana pengelola dapat memberikan Pengalaman Wisata (Tourist Experience), Teori Expectancy-Confirmation

(Konfirmasi Harapan), dari Chen, C. F., & Tsai, D. (2011). Teori ini mengasumsikan bahwa harapan wisatawan sebelum melakukan perjalanan mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas daya tarik wisata. Jika pengalaman wisata sesuai atau melebihi harapan, wisatawan akan merasa puas dan kemungkinan besar akan mengulangi kunjungan atau memberikan ulasan positif. Sebaliknya, jika pengalaman tidak sesuai dengan harapan, wisatawan dapat merasa kecewa dan dapat memberikan ulasan negatif. Konsep ini berfokus pada pengembangan pengalaman unik dan berkesan bagi wisatawan selama mereka mengunjungi suatu destinasi. Berikut ada beberapa langkah yang dapat diambil oleh pengelola desa untuk mengelola desa wisata maju Alamendah sehingga dapat memberikan pengalaman pariwisata yang menarik: pertama adalah Pengelola desa mengidentifikasi dan menggali lebih dalam lagi keunikan dan potensi yang dimiliki oleh desa meliputi warisan budaya, tradisi lokal, kerajinan tangan khas, kuliner unik, pemandangan alam yang indah, atau kegiatan yang memberikan kesempatan berinteraksi dengan penduduk setempat. Kedua adalah Pengembangan produk dan aktivitas dimana keunikan dan kekhasan yang ditemui dapat kembangkan berbagai produk dan aktivitas yang menarik bagi wisatawan. Misalnya, pengenalan kepada wisatawan tentang budaya lokal, workshop kerajinan tangan, tur kuliner, atau kegiatan alam seperti hiking atau bersepeda. Ketiga adalah Pelibatan masyarakat local dimana keterlibatan penduduk lokal adalah aspek penting dalam pengelolaan desa. Pengelola desa perlu melibatkan masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan, memberdayakan mereka sebagai pemandu wisata, atau melibatkan mereka dalam kegiatan pariwisata yang dilakukan di desa. Hal ini membantu menciptakan interaksi



antara wisatawan dan masyarakat lokal, yang dapat meningkatkan pengalaman pariwisata. Keempat adalah menjalankan strategi pemasaran dan promosi yang efektif untuk menarik perhatian wisatawan. Ini bisa meliputi pemasaran online, promosi melalui media sosial, partisipasi dalam pameran pariwisata, atau kerjasama dengan agen perjalanan.

- b. Kualitas Layanan (Service Quality), pengelola desa hendaknya memperhatikan layanan yang diberikan kepada wisatawan selama mereka berkunjung ke daya tarik wisata, sesuai dengan Teori Manajemen Kualitas Layanan (Service Quality Management Theory) dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1985. Teori ini menekankan pentingnya pengelolaan kualitas layanan untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan seperti Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Tangibles (Bukti Fisik), Empathy (Empati), Reliability (Keandalan). Dari temuan lapangan ada beberapa hal yang dapat dilakukan pengelola desa wisata agar layanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan selama berkunjung ke daya tarik wisata seperti: pertama pengelola desa perlu melakukan analisis mendalam tentang kebutuhan, harapan, dan preferensi wisatawan yang mengunjungi melalui survei, wawancara, atau pengamatan langsung terhadap wisatawan yang datang. Ke dua adalah pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia bahwa staf atau pemandu wisata yang berinteraksi langsung dengan wisatawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk memberikan layanan yang baik. Pelatihan dapat diberikan dalam berbagai aspek, termasuk keramahan, pengetahuan tentang desa dan atraksi lokal, komunikasi yang efektif, dan keterampilan interaksi dengan wisatawan. Ke tiga adalah

mengembangkan sistem penilaian kualitas untuk memonitor dan mengevaluasi kinerja layanan yang mereka berikan. Sistem ini dapat melibatkan penggunaan kuisioner, umpan balik dari wisatawan, atau pengamatan langsung. Dengan mendapatkan umpan balik dari wisatawan. Ke empat adalah melakukan komunikasi yang efektif dengan wisatawan, baik sebelum, selama, maupun setelah kunjungan mereka. Hal ini termasuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang desa dan layanan yang tersedia, merespon pertanyaan dan permintaan dengan cepat, serta memberikan informasi tambahan atau rekomendasi yang bermanfaat kepada wisatawan. Ke lima adalah pengelola hendaknya memiliki mekanisme untuk menangani keluhan dan masalah wisatawan dengan cepat dan efektif. Hal ini melibatkan respons yang proaktif terhadap keluhan, mencari solusi yang memuaskan, dan memastikan tindakan perbaikan diambil untuk mencegah masalah yang sama terulang di masa depan.

- c. Kualitas Produk (Product Quality), adalah memberikan kualitas produk wisata secara fisik kepada wisatawan, menurut Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). mengemukakan bahwa bauran produk pariwisata terdiri dari empat komponen utama yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi, seperti core product (produk inti), Ini merupakan inti dari pengalaman wisata yang ditawarkan oleh destinasi. Produk inti dapat berupa alam, budaya, sejarah, keunikan geografis, atau atribut lain yang membuat destinasi menarik bagi wisatawan. Produk Tambahan (Augmented Product): Produk tambahan meliputi elemen-elemen yang meningkatkan nilai dan pengalaman wisatawan. Ini termasuk fasilitas akomodasi, restoran, transportasi, pelayanan informasi, dan layanan tambahan lainnya. Produk Sejati (Actual Product):





Produk sejati mencakup fitur dan atribut konkret dari destinasi pariwisata, seperti infrastruktur, atraksi wisata, fasilitas publik, dan layanan yang diberikan. Kualitas produk sejati, seperti kebersihan, ketersediaan, kualitas pelayanan, dan fasilitas fisik. Produk Potensial (Potential Product): Produk potensial mencakup inovasi dan pengembangan produk yang dapat meningkatkan nilai dan daya tarik destinasi di masa depan. Ini bisa termasuk pengembangan atraksi baru, diversifikasi produk, perbaikan infrastruktur, dan upaya lain untuk meningkatkan kualitas produk pariwisata. Agar kualitas produk tersebut dapat tercipta dan dinikmati oleh wisatawan maka ada beberapa hal yang perlu dijalankan seperti: pertama Perencanaan desain dan pengembangan produk: Pengelola desa perlu merencanakan desain dan pengembangan produk wisata secara fisik dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi wisatawan. Ke dua adalah Pemeliharaan dan perawatan fisik: Pengelola desa harus memastikan pemeliharaan dan perawatan yang baik terhadap produk fisik yang ada. Ini termasuk pemeliharaan atraksi wisata, perawatan keindahan alam, pemeliharaan infrastruktur dan fasilitas, serta kebersihan lingkungan. Ke tiga adalah Kesesuaian dengan standar keselamatan: Pengelola desa perlu memastikan bahwa produk wisata mereka mematuhi standar keselamatan yang berlaku. Ini melibatkan pemenuhan persyaratan keselamatan dan keamanan untuk atraksi, transportasi, dan fasilitas. Ke empat adalah Infrastruktur dan fasilitas yang memadai: Pengelola desa harus memastikan ketersediaan infrastruktur dan fasilitas yang memadai untuk mendukung pengalaman wisatawan. Ini termasuk aksesibilitas yang baik, sarana transportasi, akomodasi yang nyaman, area parkir, area istirahat, toilet umum, serta fasilitas

penunjang seperti tempat makan, tempat bermain, atau pusat informasi wisata.

- d. Keberlanjutan Pariwisata (Sustainable Tourism), hal ini merupakan bagian dari kualitas daya tarik wisata yang harus menjadi perhatian pengelola desa wisata. Pengelolaan Destinasi Berkelanjutan (Sustainable Destination Management Theory) menurut Teori Ritchie, B. W., & Crouch, G. I. (2003), menekankan beberapa aspek seperti pertama adalah daya tarik wisata harus memiliki keunggulan kompetitif agar dapat bertahan dan berhasil dalam pasar pariwisata yang kompetitif. Hal ini melibatkan pengembangan produk dan layanan yang menarik, peningkatan kualitas infrastruktur, pengembangan sumber daya manusia yang terampil, dan upaya pemasaran yang efektif. Ke dua adalah keberlanjutan Destinasi yang menyoroti pentingnya menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan sosial dalam pengelolaan destinasi pariwisata. Keberlanjutan menjadi kunci dalam mempertahankan daya tarik dan integritas destinasi dalam jangka panjang. Ke tiga adalah pemasaran Destinasi yang dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi pariwisata secara berkelanjutan. Hal ini melibatkan penargetan segmen pasar yang tepat, pengembangan pesan yang relevan, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, serta keterlibatan pemangku kepentingan lokal dan internasional.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis kualitas daya tarik wisata Alamendah, dapat disimpulkan bahwa pengalaman wisata yang memuaskan, kualitas layanan yang mengesankan, kualitas produk fisik wisata yang baik, dan perhatian terhadap keberlanjutan daya tarik wisata merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas



daya tarik tersebut. Wisatawan memberikan penilaian positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola, termasuk keakuratan informasi, keramahan staf, dan respon cepat terhadap kebutuhan wisatawan. Kualitas produk fisik wisata, seperti kebersihan, keamanan, dan ketersediaan fasilitas yang memadai, juga menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengelola perlu memperhatikan keberlanjutan daya tarik wisata Alamendah di masa yang akan datang. Wisatawan mengharapkan adanya upaya pelestarian alam, pengelolaan yang bertanggung jawab terhadap sumber daya alam, serta partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan daya tarik wisata. Keberlanjutan menjadi faktor penting dalam menjaga daya tarik desa wisata Alamendah agar tetap menarik bagi wisatawan di masa mendatang.

#### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada pengelola daya tarik wisata Alamendah: pertama adalah meningkatkan pengalaman wisatawan: Pengelola perlu terus memperbaiki dan meningkatkan pengalaman wisatawan dengan menyediakan pelayanan yang berkualitas, mulai dari informasi yang akurat, keramahan staf, hingga respons yang cepat terhadap kebutuhan wisatawan. Ke dua adalah pelatihan dan pengembangan keterampilan staf dalam memberikan layanan yang memuaskan juga perlu diperhatikan. Ke tiga adalah peningkatan kualitas produk fisik wisata: Pengelola harus memastikan bahwa fasilitas-fasilitas di Alamendah tetap dalam kondisi baik, terawat, dan aman bagi pengunjung. Perhatian terhadap kebersihan, keamanan, serta ketersediaan fasilitas yang memadai akan meningkatkan kesan positif terhadap pengalaman wisatawan. Ke empat adalah fokus pada keberlanjutan: Pengelola perlu memperhatikan aspek keberlanjutan

dalam pengelolaan daya atrik wisata Alamendah. Upaya pelestarian alam, pengelolaan yang bertanggung jawab terhadap sumber daya alam, serta melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan dapat menjaga keberlanjutan daya tarik wisata dan meningkatkan kepercayaan wisatawan. Ke lima adalah pengembangan strategi pemasaran: Pengelola dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya tarik wisata Alamendah. Pemasaran yang berfokus pada pengalaman wisata yang unik, keindahan alam, dan komitmen terhadap keberlanjutan dapat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Press.
- [2] Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18-23.
- [3] Hall, C. M. (2000). *Tourism and regional development: New pathways*. Routledge.
- [4] Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. Simon and Schuster.
- [5] Kim, S. S., Lee, C. K., & Klenosky, D. B. (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism management*, 24(2), 169-180.
- [6] Verleye, K., Gemmel, P., & Rangarajan, D. (2014). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions: Evidence from Indian online shoppers. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15(2), 120-139.
- [7] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., &



- Berry, L. L. (2016). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- [8] Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- [9] Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education.
- [10] Crompton, J. L. (2009). The Physical Design and Management of Attractions. In *Tourism Management* (Vol. 2, pp. 1047-1054). Goodfellow Publishers Ltd.
- [11] Mihalic, T., & Bynum, P. (2010). Visitor Experience Management: Toward Sustainable Tourism for Physical, Social and Economical Environments. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 271-287. DOI: 10.1080/09669581003653547
- [12] Kim, S. S., Lee, C. K., & Klenosky, D. B. (2015). The Influence of Physical Environment on Emotional Responses, Satisfaction, and Behavioral Intentions in Theme Parks. *Journal of Travel Research*, 54(4), 512-526. DOI: 10.1177/0047287514522863
- [13] Bramwell, B., & Lane, B. (2012). Critical Research on the Governance of Tourism and Sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 297-317. DOI: 10.1080/09669582.2011.562445
- [14] Ryan, C. (2003). *Recreational Tourism: Demand and Impacts*. Channel View Publications. DOI: 10.21832/9781873150592
- [15] Weaver, D. B. (2014). *Tourism and Sustainable Development: Individual, Community and Political Perspectives*. Channel View Publications. DOI: 10.21832/9781845414185