



POLITEKNIK SAHID  
PARIWISATA



Kampus  
Merdeka  
INDONESIA JAYA

JOKASI  
KUAT, MENDUKUNG  
INDONESIA



## JOURNAL OF SOCIAL SERVICE AND EMPOWERMENT (JOSSE)

Community Service Journal of Social Service and Empowerment (JOSSE) is a journal managed by the Institute for Research and Community Service of the Sahid Polytechnic. This journal contains articles on community service with the scope of social service, community empowerment, and social welfare in the context of improving human life and civilization in the present and future. The journal publishes scientific works of an inter-, multi-, or transdisciplinary nature from various fields of science and scientific themes of empowerment for the community regardless of ethnicity, race, religion, and class.

The Journal of Social Service and Empowerment is a double-masked, peer-reviewed electronic journal published in August and January. Academicians, researchers, students, social workers, and others are invited to submit articles relevant to this journal's mission. All articles in this journal will undergo editorial screening and double-anonymous peer review by at least two reviewers.

### Contact person:

Kadek Wiweka [Editor-in-chief]

Email: [jossejournal@polteksahid.ac.id](mailto:jossejournal@polteksahid.ac.id)

Mobile phone: +62 817-0175-358

<https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/josse/>

### Published by:

Sahid Polytechnic

Jalan Kemiri Raya No. 22, Pondok Cabe

Pamulang, Kota Tangerang Selatan 15418

### In collaboration with

Perhimpunan Hotel dan Restoran  
Indonesia (PHRI) & Indonesian Tour  
Leaders Association (ITLA)



ISSN 3063-8860



9 773063 886003

e-ISSN 3036-8852

p-ISSN 3036-8860

Journal Social Service and Empowerment

Volume 1, Number 1, August 2024



POLITEKNIK SAHID  
PARIWISATA



Kampus  
Merdeka  
INDONESIA JAYA

JOKASI  
KUAT, MENDUKUNG  
INDONESIA

E-ISSN 3036-8852

P-ISSN 3036-8860



# JOURNAL OF SOCIAL SERVICE AND EMPOWERMENT

VOLUME 1, NUMBER 1, AUGUST 2024





## SUSUNAN REDAKTUR

### PEMIMPIN REDAKSI

Kadek Wiweka, M.Par, M.Rech., Ph.D. CHE. - Politeknik Sahid

### WAKIL PEMIMPIN REDAKSI

Dr. Yohanes Sulistyadi, M.Pd. – Politeknik Sahid

### PENYUNTING BAHASA

Rina Kurniawati, S.Pd., M.M., M.B.A., Ph.D. - Politeknik Sahid

### DEWAN REDAKSI

Dr. Murhadi, S.Kom., M.M. - Politeknik Sahid  
Baskoro Harwindito, S.ST., M.M. - Politeknik Sahid  
Heru Suheryadi, S.ST.Par, M.M. - Politeknik Sahid  
Ni Made Dwiwana Rasuma Putri, S.E., M.M. – Politeknik Sahid  
Reni Sulistyowati, S.Sos., M.M. - Politeknik Sahid  
Mulyati, S.Pd, M.Si. – Universitas Negeri Jakarta  
Raden Roro Rieta Anggraheni, S.Pd, M.Hum. - Politeknik Negeri Bali  
Indah Utami Chaerunnisah, S.S, M.Hum. - Politeknik Negeri Bali  
Marmaiyatno, S.Tr. Par., M.Par. - Politeknik Internasional Bali

### REVIEWER

Dr. Derinta Entas, S.E., M.M., CHE.	Politeknik Sahid
Dr. Nenny Wahyuni, S.E., M.M.	Politeknik Sahid
Ir. Kusmayadi, M.M.	Politeknik Sahid
Dr. Suci Sandi Wachyuni, S.Tp., M.M., CHE	Politeknik Sahid
Dr. Lioe Lyly Soemarni	Politeknik Sahid
Nicko Gana Saputra, S.ST., M.M.	Politeknik Sahid
Dr. Fx Setiyo Wibowo, S.ST., M.M.	Politeknik Sahid
Muhamad Nova, S.Pd, M.Pd	Politeknik Negeri Bali
Dhiani Dyahjatmayanti, S.TP, M.B.A	Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan
Kris Cahyani Ermawati, S.ST.Par, M.Hum	Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta
I Nyoman Cahyadi Wijaya, S.Tr.par., M.Tr.Par., CPHCM	Universitas Pendidikan Nasional
Dr. I Wayan Kiki Sanjaya, S.ST.Par, S.E, M.Par	Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional
Dr. Anak Agung Istri Putera Widiastiti, S.Sos.,M.Si	Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional
Dr. Dermawan Waruwu, S.Th, M.Si	Universitas Dhyana Pura



## SUSUNAN PENGELOLA

Penanggung Jawab	: Dr. Derinta Entas, S.E., M.M., CHE.
Ketua Tim Pengelola	: Baskoro Harwindito, S.ST., M.M.
Pengelola Konten	: 1. Kadek Wiweka, M.Rech., Ph.D. CHE 2. Zacky Faluti, S.Tr.Sn., M.Sc. 3. Aji Mahaditia, S.M.
Pengelola Sistem Informasi (OJS/PKP)	: 1. Agung Sunandar, A.Md. 2. David Kurniawan, S.Kom. 3. Achmad Andika Rivaldy, S.Kom.
Keuangan	: 1. Dr. Murhadi, S.Kom., M.M., CHE 2. Reza Imani Syawal, S.E., M.M.
Quality Kontrol	: 1. Dr. Suci Sandi Wachyuni, S.Tp., M.M., CHE 2. Ni Made Dwiyanana Rasuma Putri, S.E., M.M.



## SAMBUTAN REDAKTUR

Dengan penuh rasa syukur, kami mengumumkan telah diterbitkannya edisi perdana Journal of Social Service and Empowerment (JOSSE), Volume 1 Nomor 1, Agustus 2024. Jurnal ini diterbitkan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Sahid, dengan lingkup kajian yang mencakup pengabdian sosial, pemberdayaan masyarakat, dan kesejahteraan sosial.

Jurnal ini hadir sebagai bentuk komitmen kami dalam memfasilitasi penyebaran ilmu dan pengetahuan bagi para akademisi, praktisi, dan pemerhati di bidang sosial. JOSSE bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan wacana ilmiah dan praktik di bidang pemberdayaan masyarakat serta kesejahteraan sosial. Kami berharap, melalui artikel-artikel yang dipublikasikan, para pembaca dapat memperoleh wawasan baru dan inspirasi untuk terlibat lebih jauh dalam kegiatan sosial yang berdampak luas.

Proses penerbitan JOSSE dilakukan setiap enam bulan sekali, yaitu pada bulan Agustus dan Januari. Dalam memastikan kualitas setiap artikel yang diterbitkan, kami menerapkan sistem peer review anonim ganda, di mana setiap artikel ditinjau oleh minimal dua orang reviewer independen. Proses seleksi dan penyaringan yang ketat oleh Dewan Redaksi memastikan bahwa hanya artikel dengan kualitas terbaik yang dapat diterbitkan.

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para penulis, reviewer, dan seluruh tim editorial yang telah bekerja keras untuk mewujudkan terbitnya edisi ini. Tanpa dedikasi dan kerja sama yang baik dari semua pihak, jurnal ini tidak akan terwujud. Semoga JOSSE dapat menjadi referensi penting dalam pengembangan pengabdian sosial dan pemberdayaan masyarakat.

Kami dengan hangat mengundang Anda untuk membaca dan memanfaatkan setiap artikel yang telah kami terbitkan di edisi ini, dan kami harap jurnal ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta praktik sosial di Indonesia dan dunia.

Jakarta,        Agustus 2024

Kadek Wiweka, M.Par, M.Rech., Ph.D. CHE.  
Pemimpin Redaksi



## DAFTAR ISI

SUSUNAN REDAKTUR	i
SUSUNAN PENGELOLA	ii
SAMBUTAN REDAKTUR	iii
DAFTAR ISI	iv
Pemanfaatan Pure Tomat Dalam Pembuatan Hard Candy <i>Abi Saptadinata<sup>1*</sup>, Richie Perdana Putra<sup>2</sup>, Ria Aryani<sup>3</sup>, Dini Murniaty<sup>4</sup>, Bayu Anggara Sajangbati<sup>5</sup>, Shelvia Stevania<sup>6</sup></i>	1-11
Pengembangan Agrowisata Berbasis Nilai Sosial Budaya dan Potensi Alam di Desa Sidetapa Baliaga, Buleleng, Bali <i>Komang Krishna Darmawan<sup>1*</sup>, I Putu Astawa<sup>2</sup>, I Ketut Budarma<sup>3</sup></i>	12-21
Pelatihan Karyawan untuk Meningkatkan Persepsi Diri di Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa <i>Lusia Vreyda Adveni<sup>1</sup>, Novi Handayani<sup>2</sup>, Yudha Budi Abadi<sup>3</sup>, Achyas Hidayat Purwaganda<sup>4</sup>, Yuni Deviyanti<sup>5</sup>, Muhammad Syahrofi Dermawan<sup>6</sup></i>	22-31
Pemanfaatan Tepung Sukun Sebagai Substitusi Tepung Terigu Dalam Pembuatan Roti <i>Marya Yenny<sup>1*</sup>, Rd Rita Ritasari<sup>2</sup>, Hasan Shahab<sup>3</sup>, Muchamad Chilmi<sup>4</sup>, Della Elfiana<sup>5</sup></i>	32-42
Pelatihan Penerapan CHSE bagi Pengelola Bisnis Kuliner di Kabupaten Lebak <i>Rina Fitriana<sup>1*</sup>, Rahmawati<sup>2</sup>, Ronny Yudhi Septa Priana<sup>3</sup></i>	43-47
Peran Museum Zoologi sebagai Sarana Edukasi Dan Daya Tarik Wisata <i>Anik Yuniati<sup>1</sup>, Alex Setiawan, Ari Mardiyanto<sup>2</sup>, Yulianti<sup>3</sup>, Sahlan Toro<sup>4</sup>, Yanti Suzana<sup>5</sup></i>	48-54
Evaluasi Penerapan Strategi Pemberian Voucher Diskon Layanan Spa Pada Wisatawan Lokal Dan Asing Di Primebiz Hotel Kuta Bali <i>Mita Purnamasari<sup>1*</sup>, Abi Saptadinata<sup>2</sup>, Nuryadina Augusrini<sup>3</sup>, Yoshi Indriani<sup>4</sup>, Zayyini Nahdlah<sup>5</sup></i>	55-66



## Pemanfaatan Puré Tomat dalam Pembuatan Hard Candy

Abi Sapta Dinata<sup>1\*</sup>, Richie Perdana Putra<sup>2</sup>, Ria Aryani<sup>3</sup>, Dini Murniaty<sup>4</sup>, Bayu Anggara Sajangbati<sup>5</sup>, Shelvia Stevania<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Politeknik Sahid

Email: [abisaptadinata@polteksahid.ac.id](mailto:abisaptadinata@polteksahid.ac.id)<sup>1</sup>, [richie@polteksahid.ac.id](mailto:richie@polteksahid.ac.id)<sup>2</sup>,  
[riaaryani@polteksahid.ac.id](mailto:riaaryani@polteksahid.ac.id)<sup>3</sup>, [dinimurniaty@polteksahid.ac.id](mailto:dinimurniaty@polteksahid.ac.id)<sup>4</sup>,  
[bayuanggara@polteksahid.ac.id](mailto:bayuanggara@polteksahid.ac.id)<sup>5</sup>, [2019145003@polteksahid.ac.id](mailto:2019145003@polteksahid.ac.id)<sup>6</sup>

<b>Diajukan</b> 23 Agustus 2024	<b>Direvisi</b> 26 Agustus 2024	<b>Diterima</b> 26 Agustus 2024
------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

### ABSTRACT

This research aims to determine the level of people's preference for hard candy with the addition of tomato puré, to determine the differences in sensory quality (texture, aroma, taste, and color) of hard candy using tomato puré and to find out whether there is a difference in the use of tomato puré substitutes with a presentation 0%, 20%, 40%, 60%, 80% and 100% on the quality of hard candy. The research method used was a Completely Randomized Design (CRD) method with three repetitions, and a code was given for each variation. The research results show that making hard candy using tomato puré produces different sensory qualities. The color parameter with the highest value is in sample variation 6, namely using 100% tomato puré (4.00). The aroma in sample variation 5 is 80% tomato puré (4.52). The texture in sample variation 6 uses 100% tomato puré (3.88). The taste in sample variation 6 is the use of 100% tomato puré (4.52). The first position the panelists prefer is variation 5, using 80% tomato puré. The best formulation for making hard candy using tomato puree is in variation 5, namely the 80% tomato puré, with a total average value of (4.02).

**Keywords:** Hard candy, Puré tomatoes, Hedonik test.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesukaan masyarakat terhadap hard candy dengan penambahan puré tomat, mengetahui perbedaan mutu sensori (tekstur, aroma, rasa dan warna) pada hard candy dengan menggunakan puré tomat, serta untuk mengetahui apakah ada perbedaan penggunaan substitusi puré tomat dengan presentasi 0%,20%,40%,60%,80% dan 100% terhadap kualitas hard candy. Metode penelitian yang digunakan menggunakan desain metode Rancangan Acak Lengkap (RAL) dengan digunakan pengulangan sebanyak 3 kali serta diberikan kode pada setiap variasi. Hasil dari penelitian diketahui pembuatan hard candy menggunakan puré tomat menghasilkan mutu sensorik yang berbeda, Untuk parameter warna yang memiliki nilai tertinggi ada pada sample variasi 6 yaitu penggunaan 100% puré tomat (4.00). Aroma pada sample variasi 5 yaitu penggunaan 80% puré tomat (4,52). Tekstur pada sample variasi 6 yaitu penggunaan 100% puré tomat (3,88). Rasa pada sample variasi 6 yaitu penggunaan 100% puré tomat (4,52). Posisi pertama yang disukai oleh panelis ada pada variasi 5 yaitu penggunaan 80% puré tomat. Formulasi terbaik pembuatan hard candy menggunakan puré tomat ada pada variasi 5 yaitu penggunaan 80% puré tomat, dengan total nilai rata-rata yang didapatkan sebesar (4,02).

**Kata Kunci:** Hard candy, Puré tomat, Uji Hedonik.

### PENDAHULUAN

Tomat merupakan salah satu buah yang banyak terdapat di Indonesia dan memiliki banyak manfaat. Buah tomat memiliki gizi dan zat kimia yang lengkap serta penting bagi manusia. Buah tomat kaya akan Vitamin C serta beberapa antioksidan, diantaranya Vitamin E dan lycopene. Tidak hanya itu, buah tomat memiliki serat makanan alami yang sangat baik untuk pencernaan manusia dan juga terdapatnya protein dalam buah tomat menjadikannya buah yang sangat tinggi sarat gizi. Dalam 180 gr buah tomat matang, vit C yang terkandung sekitar 34,38 mg yang memenuhi 57,3%

vit C dalam satu hari. Kandungan seratnya mencapai 1,98 gr serta protein sebesar 1,53 gr. Kandungan lycopene yang terkandung dalam tomat fresh berkisar antara 3,1 – 7,7 mg/ 100 gr (Sumardiono et al., 2009). Tomat juga bermanfaat untuk mencegah kanker, melancarkan pencernaan, menjaga kesehatan mata, dan melindungi Kesehatan Kulit (Tim Promkes RSST - RSUP dr. Soeradji Tirtonegoro Klaten, 2022).

Saat ini pemanfaatan tomat dalam bidang pangan masih terbatas karena buah tomat memiliki daya simpan pendek. Oleh sebab itu, perlu dilakukan pengolahan guna meningkatkan daya tarik produk olahan yang berasal dari buah tomat.

Salah satu upaya yang bisa dilakukan yaitu dengan cara memanfaatkan buah tomat menjadi hard candy. Hard candy ialah kategori makanan selingan berbentuk padat, terbuat dari gula ataupun campuran dengan pemanis lain, dengan atau tanpa akumulasi bahan pangan lain serta Bahan Tambahan Pangan (BTP) yang diizinkan, bertekstur keras, tidak menjadi lunak apabila dikunyah. Permen banyak digemari yang memiliki tekstur keras serta terlihat bening dan mengkilap / glossy (Badan Standardisasi Nasional, 2008).

Candy ataupun permen menurut jenisnya dikelompokkan menjadi 2 macam yakni permen kristalin (krim) serta permen non kristalin (Mandei, 2014). Hard candy merupakan salah satu dari permen non kristal yang memiliki tekstur keras, mengkilap, dan bening. Hard candy memiliki kandungan total solid 97%, yang memberikan tekstur yang baik dan umur simpan yang lebih lama (Jnxoldskool, 2012).

## METODE

### Bahan Penelitian

Bahan yang diperlukan untuk pembuatan hard candy dapat dilihat pada Tabel 1. Sedangkan bahan yang diperlukan untuk penelitian ini yaitu Pembuatan hard candy menggunakan puré tomat dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Bahan Pembuatan Hard Candy

No	Bahan	Jumlah
1	Air	125 gram
2	Gula Pasir	250 gram
3	Glukosa	95 gram

(Sumber: Faridah & Dkk., 2008)

Tabel 2. Bahan Hard Candy Substitusi Pure Tomat

Bahan	Penambahan Daging Buah Tomat					
	0%	20%	40%	60%	80%	100%
Air	125	125	125	125	125	125
Gula Pasir	250	250	250	250	250	250
Glukosa	95	95	95	95	95	95
Pure tomato	0	25	50	75	100	125

### Alat Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah timbangan, water jug, kompor, termometer, spatula, sendok, panci, dan cetakan.

### **Pembuatan Hard Candy Substitusi Puré Tomat**

Langkah pertama sebelum membuat hard candy yaitu membuat puré tomat terlebih dahulu. Pembuatan puré tomat diawali dengan mencuci tomat, dipotong dan dibuang bijinya. Lalu masukan tomat kedalam air yang sudah mendidih di dalam panci. Setelah itu, sisihkan dan buang kulit tomat yang sudah terkelupas. Selanjutnya haluskan tomat menggunakan blender hingga halus.

Selanjutnya untuk proses pencampuran bahan, gula pasir dilarutkan dengan air yang sudah mendidih sampai temperatur 100°C, kemudian tambahkan gula pasir panaskan sampai mencapai temperatur 110°C dan tambahkan glukosa panaskan kembali sampai mencapai temperatur 150°C. Setelah itu, tambahkan puré tomat dan aduk sampai tercampur rata. Lalu masuk ke proses pencetakan, adonan hard candy yang sudah siap di cetak memakai chocolate mould. Setelah itu, diamkan hard candy pada suhu ruang, setelah dingin hard candy dapat dikeluarkan dari cetakan.

Hal yang perlu dicermati dalam pembuatan permen yaitu kelarutan sukrosa. Perbandingan jumlah sukrosa serta sirup glukosa yang digunakan dalam pembuatan permen sangat menentukan tekstur yang terbentuk (Engka et al., 2016). Temperatur yang digunakan untuk membuat permen agar kadar air mencapai kira-kira 3% yaitu 150°C sehingga menghasilkan kandungan air yang rendah (1- 3%), membentuk supersaturated non crustaline solution yang menghasilkan "glassy" tekstur bentuk menyerupai glass yang bening serta tekstur yang keras, dan mempunyai kelembaban relatif dibawah 30% (Koswara, 2009).

### **Prosedur Penelitian**

Penelitian ini menggunakan rancangan percobaan dengan metode Rancangan Acak Lengkap (RAL). Pada uji coba ini akan dilakukan perlakuan berdasarkan variable yang akan di uji yaitu pembuatan hard candy dengan substitusi puré tomat. Pengamatan diawali dengan penambahan sample 0% puré tomat sebagai substitusi dari puré tomat dalam pembuatan hard candy. Lalu dilanjutkan dengan mengamati penambahan puré tomat dengan presentase 20%,40%,60%,80%, dan 100%. Setiap variasi dilakukan percobaan pengulangan sebanyak 3 kali, serta diberikan kode untuk masing-masing variasi. Berikut tabel pemberian kode untuk masing-masing variasi:

Tabel 3. Rancangan Percobaan (RAL) Rancangan Acak Lengkap

	<b>V1</b>	<b>V2</b>	<b>V3</b>	<b>V4</b>	<b>V5</b>	<b>V6</b>
1	529	506	625	702	662	628
2	379	604	538	484	517	679
3	718	646	501	600	549	589

Keterangan:

V: Variasi Produk

V1: 0% Puré tomat

V2: 20% Puré tomat

V3: 40% Puré tomat

V4: 60% Puré tomat

V5: 80% Puré tomat

V6: 100% Puré tomat

Pengamatan penelitian ini akan dilakukan terhadap 25 orang panelis. Panelis terdiri dari mahasiswa jurusan perhotelan dan juga rekan kerja di bidang pastry.

### Uji Hedonik dan Uji Mutu Hedonik

Uji hedonik (Uji Kesukaan) digunakan untuk mengukur derajat kesukaan panelis dengan memberikan penilaian terhadap point-point tertentu dari suatu produk tersebut.

Uji mutu hedonik (Uji Kualitas) dilakukan untuk menilai kualitas suatu produk dengan menggunakan panca indra seperti indra penglihatan, indra penciuman, indra pengecap, dan indra peraba. Pengujian ini dilakukan agar dapat mengetahui karakteristik daripada produk yang akan di ujikan (Hasan, 2012).

### Analisis Data

Data yang didapatkan selanjutnya dianalisis menggunakan uji Anova untuk menentukan perbedaan antara dua sample atau lebih. Seperti pada penelitian ini, yaitu perbedaan kualitas produk hard candy substitusi puré tomat dengan variasi 0%,20%,40%,60%,80% dan 100% ditinjau berdasarkan aspek warna, aroma, tekstur dan rasa. Selanjutnya juga dilakukan Uji Duncan yang merupakan uji tahap lanjutan yang dilakukan apabila terdapat perbedaan pada Uji Anova. Uji duncan didasarkan pada sekumpulan nilai beda nyata yang ukurannya semakin besar, tergantung pada jarak diantara pangkat-pangkat dari dua nilai tengah yang dibandingkan (Yenny et al., 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Hedonik

Uji hedonik atau uji kesukaan peneliti menggunakan 20 panelis dengan penilaian hedonik. Uji ini dilakukan untuk menguji tingkat parameter yang terdiri dari warna, aroma, tekstur, rasa dan penerimaan umum yang ada pada hard candy.

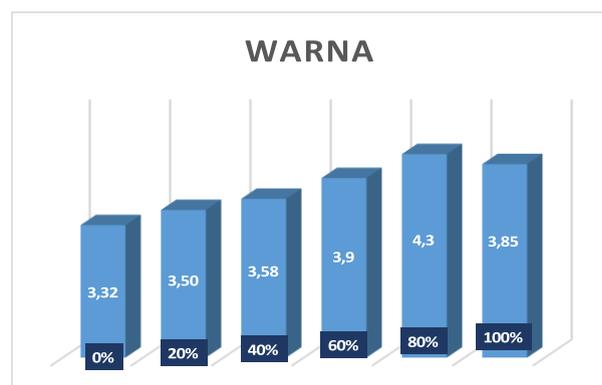
Tabel 4. Nilai Rata-Rata Uji Hedonik

PARAMETER	ULANGAN	UJI HEDONIK					
		PRESENTASI PURE TOMAT					
		0%	20%	40%	60%	80%	100%
WARNA	1	3,45	3,6	3,75	3,9	4,35	3,9
	2	3,3	3,5	3,55	3,9	4,3	3,85
	3	3,2	3,4	3,45	3,9	4,25	3,8
RATA-RATA		<b>3,32</b>	<b>3,50</b>	<b>3,58</b>	<b>3,90</b>	<b>4,30</b>	<b>3,85</b>
TEKSTUR	1	3,75	3,75	3,9	3,9	4,05	3,9
	2	3,6	3,75	3,9	3,85	4	3,9
	3	3,6	3,75	3,8	3,8	3,95	3,95
RATA-RATA		<b>3,65</b>	<b>3,75</b>	<b>3,87</b>	<b>3,85</b>	<b>4,00</b>	<b>3,92</b>
AROMA	1	3,45	3,45	3,6	3,6	3,75	3,75
	2	3,35	3,4	3,6	3,6	3,75	3,65
	3	3,35	3,4	3,6	3,7	3,75	3,65
RATA-RATA		<b>3,38</b>	<b>3,42</b>	<b>3,60</b>	<b>3,63</b>	<b>3,75</b>	<b>3,68</b>
RASA	1	3,6	3,75	3,75	3,9	4,2	3,9
	2	3,6	3,6	3,75	3,85	4,1	3,9
	3	3,6	3,6	3,75	3,8	3,95	3,8
RATA-RATA		<b>3,60</b>	<b>3,65</b>	<b>3,75</b>	<b>3,85</b>	<b>4,08</b>	<b>3,87</b>

PENERIMAAN UMUM	1	3,75	3,75	3,75	3,9	4,2	3,9
	2	3,6	3,6	3,75	3,9	3,95	3,85
	3	3,6	3,6	3,75	3,9	3,8	3,8
RATA-RATA		<b>3,65</b>	<b>3,65</b>	<b>3,75</b>	<b>3,9</b>	<b>3,98</b>	<b>3,85</b>
TOTAL RATA-RATA		<b>3,52</b>	<b>3,59</b>	<b>3,71</b>	<b>3,83</b>	<b>4,02</b>	<b>3,83</b>

### Warna

Warna merupakan salah satu sensori utama yang dapat dilihat langsung oleh indera penglihatan. Warna yang bagus juga berperan menjadi daya tarik bagi konsumen. Hasil rata-rata nilai pada warna hard candy dengan menggunakan campuran puré tomat dilihat pada grafik berikut ini:

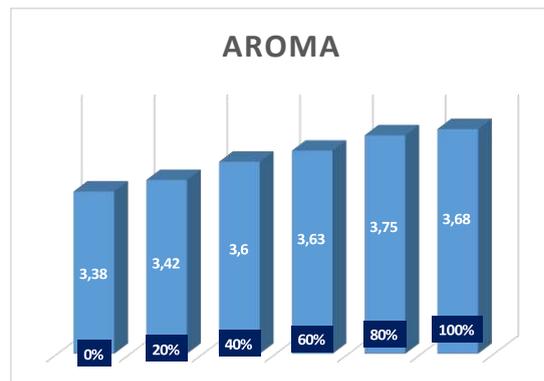


Gambar 1. Grafik Nilai Rata-Rata Uji Hedonik Parameter Warna

Dapat dilihat dari grafik diatas, nilai rata rata dari tingkat kesukaan warna terdapat pada variasi 5 (80%) dengan nilai 4,3 Lalu di urutan kedua ada variasi 4 (60%) dengan nilai 3,9. Diurutan ketiga ada variasi 6 (100%) dengan nilai 3,85. Di urutan keempat ada variasi 3 (40%) dengan nilai 3,58. Di urutan ke lima ada variasi 2 (20%) dengan nilai 3,50 dan di urutan terakhir ada variasi 1 (0%) dengan nilai 3,32.

### Aroma

Aroma merupakan indikator yang merangsang indera penciuman. Aroma juga dapat memberikan gambaran kepada setiap konsumen apakah enak atau tidak enak produknya dan apakah bisa diterima atau tidak. Hasil nilai rata-rata aroma pada hard candy yang menggunakan puré tomat.

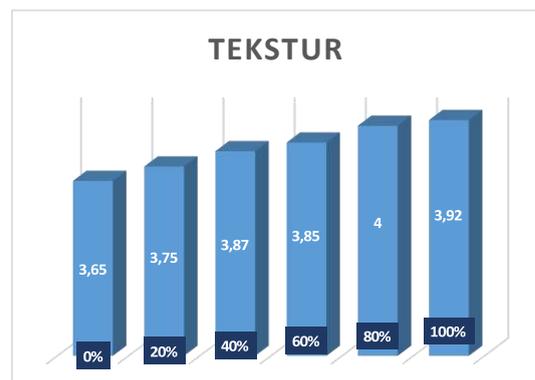


Gambar 2. Grafik Nilai Rata-Rata Uji Hedonik Parameter Aroma

Dapat dilihat dari grafik diatas nilai rata rata dari tingkat kesukaan aroma terdapat pada variasi 5 (80%) dengan nilai 3,75 Lalu di urutan kedua ada variasi 6 (100%) dengan nilai 3,68. Diurutan ketiga ada variasi 4 (60%) dengan nilai 3,63. Di urutan keempat ada variasi 3 (40%) dengan nilai 3,6. Di urutan ke lima ada variasi 2 (20%) dengan nilai 3,42 dan di urutan terakhir ada variasi 1 (0%) dengan nilai 3,38.

### Tekstur

Tekstur merupakan komponen terpenting dari suatu produk, tekstur dapat dirasakan dengan sentuhan atau melihat produk secara fisik. Nilai rata-rata dari tekstur dapat dilihat dari grafik berikut.



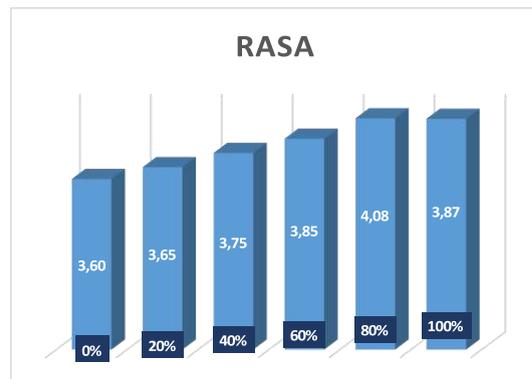
Gambar 3. Grafik Nilai Rata-Rata Uji Hedonik Parameter Tekstur

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa nilai rata-rata dari tingkat kesukaan tekstur terdapat pada variasi 5 (80%) dengan nilai 4 Lalu di urutan kedua ada variasi 6 (100%) dengan nilai 3,92. Diurutan ketiga ada variasi 3 (40%) dengan nilai 3,87. Di urutan keempat ada variasi 4 (60%) dengan nilai 3,85. Di urutan ke lima ada variasi 2 (20%) dengan nilai 3,75 dan di urutan terakhir ada variasi 1 (0%) dengan nilai 3,65.

### Rasa

Rasa merupakan hasil rangsangan dari indera perasa manusia yaitu lidah. Dimana rasa merupakan faktor penting pada suatu produk, rasa dihasilkan dari kecapan

yang diterima oleh lidah melalui suatu produk ke dalam mulut. Dengan begitu lidah manusia dapat membedakan rasa dari setiap produk dan memberikan penilaian pada suatu produk. Berikut tabel grafik hasil evaluasi variabel rasa yang telah diujikan pada panelis.

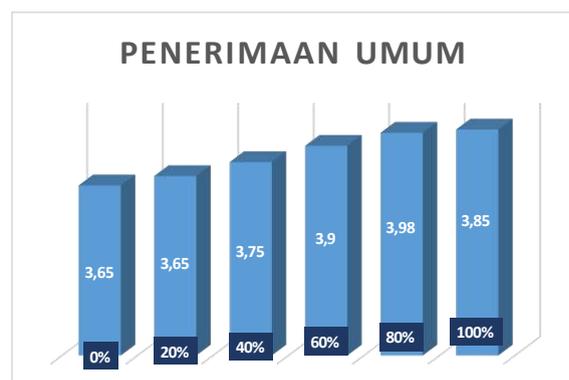


Gambar 4. Grafik Nilai Rata-Rata Uji Hedonik Parameter Rasa

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa nilai rata rata dari tingkat kesukaan rasa terdapat pada variasi 5 (80%) dengan nilai 4,08 Lalu di urutan kedua ada variasi 6 (100%) dengan nilai 3,87. Diurutan ketiga ada variasi 4 (60%) dengan nilai 3,85. Di urutan keempat ada variasi 3 (40%) dengan nilai 3,75. Di urutan ke lima ada variasi 2 (20%) dengan nilai 3,65 dan di urutan terakhir ada variasi 1 (0%) dengan nilai 3,60.

### Penerimaan Umum

Penerimaan umum merupakan bentuk dari pemahaman konsumen tentang semua variabel yang tersedia yakni variabel rasa, aroma, warna dan tekstur. Pengujian ini dilakukan untuk mendapatkan hasil penilaian yang diberikan panelis tentang apakah produk dapat diterima atau tidak. Berikut ini adalah grafik hasil penilaian penerimaan umum.



Gambar 5. Grafik Nilai Rata- Rata Uji Hedonik Penerimaan Umum

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa nilai rata rata dari tingkat kesukaan Penerimaan Umum terdapat pada variasi 5 (80%) dengan nilai 3,98 Lalu di urutan kedua ada variasi 4 (60%) dengan nilai 3,9. Diurutan ketiga ada variasi 6 (100%) dengan nilai 3,85. Di urutan keempat ada variasi 3 (40%) dengan nilai 3,75. Di urutan ke lima ada variasi 2

(20%) dengan nilai 3,65 dan di urutan terakhir ada variasi 1 (0%) dengan nilai 3,65.

### Uji Mutu Hedonik

Uji mutu hedonik pada penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menemukan adakah perbedaan yang dihasilkan pada penggunaan pure tomat dengan presentasi 0%,20%,40%,60%,80% dan 100% dalam pembuatan hard candy. Perbedaan yang akan dinilai mencakup warna, aroma, tekstur dan rasa.

Tabel 5. Uji Mutu Hedonik

PARAMETER		PRESENTASI PURE TOMAT					
		0%	20%	40%	60%	80%	100%
WARNA	1	1	2,65	2,65	3,85	4	4,1
	2	1	2,35	2,75	3,8	3,95	4
	3	1	2,35	2,7	3,6	3,75	3,9
<b>RATA-RATA</b>		<b>1,00</b>	<b>2,45</b>	<b>2,70</b>	<b>3,75</b>	<b>3,90</b>	<b>4,00</b>
TEKSTUR	1	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9
	2	3,8	3,9	3,95	3,95	3,95	3,9
	3	3,9	3,8	3,75	3,75	3,8	3,85
<b>RATA-RATA</b>		<b>3,87</b>	<b>3,87</b>	<b>3,87</b>	<b>3,87</b>	<b>3,88</b>	<b>3,88</b>
AROMA	1	1	3,45	3,45	4,35	4,35	4,5
	2	1	3,4	3,3	3,8	4,55	4,5
	3	1	2,95	3,05	3,95	4,65	4,45
<b>RATA-RATA</b>		<b>1,00</b>	<b>3,27</b>	<b>3,27</b>	<b>4,03</b>	<b>4,52</b>	<b>4,48</b>
RASA	1	3	3,75	3,9	3,9	4,35	4,65
	2	3	3,9	3,8	3,95	4,25	4,6
	3	3	3,8	3,9	3,65	4,1	4,3
<b>RATA-RATA</b>		<b>3,00</b>	<b>3,82</b>	<b>3,87</b>	<b>3,83</b>	<b>4,23</b>	<b>4,52</b>
<b>TOTAL RATA-RATA</b>		<b>2,22</b>	<b>3,35</b>	<b>3,43</b>	<b>3,87</b>	<b>4,13</b>	<b>4,22</b>

### Warna

Berikut hasil dari pengujian terhadap nilai rata-rata mutu hedonik warna pada hard candy yang menggunakan puré tomat.



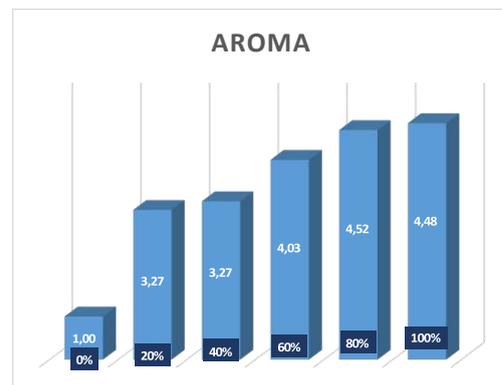
Gambar 6. Grafik Nilai Rata-Rata Uji Mutu Hedonik Parameter Warna

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa nilai rata rata dari tingkat kesukaan warna terdapat pada variasi 6 (100%) dengan nilai 4,00 Lalu di urutan kedua ada variasi 5 (80%)

dengan nilai 3,90. Di urutan ketiga ada variasi 4 (60%) dengan nilai 3,75. Di urutan keempat ada variasi 3 (40%) dengan nilai 2,70. Di urutan ke lima ada variasi 2 (20%) dengan nilai 2,45 dan di urutan terakhir ada variasi 1 (0%) dengan nilai 1,00. Dalam artian, penggunaan puré tomat sangat mempengaruhi warna pada hard candy. Semakin tinggi presentase penggunaan pure tomat, maka hard candy akan semakin berwarna merah.

### Aroma

Hasil pengamatan dan pengujian terhadap nilai rata-rata mutu hedonik aroma dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 7. Grafik Nilai Rata-Rata Uji Mutu Hedonik Parameter Aroma

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa nilai rata rata dari tingkat kesukaan aroma terdapat pada variasi 5 (80%) dengan nilai 4,52 Lalu di urutan kedua ada variasi 6 (100%) dengan nilai 3,48. Di urutan ketiga ada variasi 4 (60%) dengan nilai 4,03. Di urutan keempat ada variasi 3 (40%) dan variasi 2 (20%) dengan nilai 3,27. Di urutan terakhir ada variasi 1 (0%) dengan nilai 1,00. Dalam artian, penggunaan puré tomat sangat mempengaruhi aroma pada hard candy. Semakin tinggi presentase penggunaan puré tomat, maka hard candy akan semakin beraroma tomat.

### Tekstur

Hasil pengamatan dan pengujian terhadap nilai rata-rata mutu hedonik tekstur dapat dilihat pada grafik berikut.

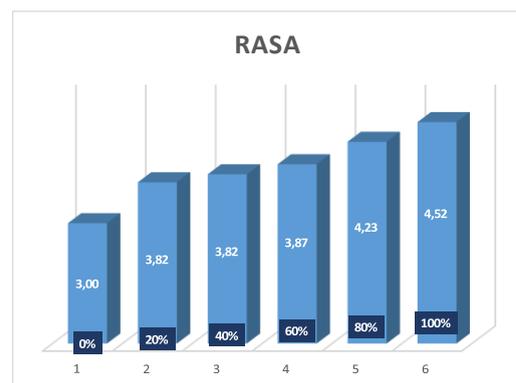


Gambar 8. Grafik Nilai Rata- Rata Uji Mutu Hedonik Parameter Tekstur

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa nilai rata rata dari tingkat kesukaan tekstur terdapat pada variasi 6 (100%) dan variasi 5 (80%) dengan nilai 3,88 Lalu di urutan kedua ada variasi 4 (60%), variasi 3(20%) dan variasi 1 (0%) dengan nilai 3,87. Dalam artian, semakin banyak pure tomat yang digunakan akan meningkatkan kualitas tekstur. Namun, semakin sedikit pure tomat yang digunakan maka akan mengurangi tingkat kualitas tekstur pada hard candy.

### Rasa

Hasil pengamatan dan pengujian terhadap nilai rata-rata mutu hedonik rasa dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 9. Grafik Nilai Rata- Rata Uji Mutu Hedonik Parameter Rasa

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa nilai rata rata dari tingkat kesukaan rasa terdapat pada variasi 6 (100%) dengan nilai 4,52 Lalu di urutan kedua ada variasi 5 (80%) dengan nilai 4,23. Diurutan ketiga ada variasi 4 (60%) dengan nilai 3,87. Di urutan keempat ada variasi 3 (40%) dan variasi 2 (20%) dengan nilai 3,82. Di urutan terakhir ada variasi 1 (0%) dengan nilai 3,00. Dalam artian, penggunaan pure tomat sangat mempengaruhi rasa pada hard candy. Semakin tinggi presentase penggunaan pure tomat, maka hard candy akan semakin terasa tomat.

### SIMPULAN

Setelah dilakukannya percobaan penelitian pemanfaatan pure tomat dalam pembuatan hard candy, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan didapatkan hasil tingkat kesukaan masyarakat terhadap hardcandy dengan penambahan penggunaan puré tomat variasi 5 merupakan formulasi terbaik dengan penggunaan pure tomat sebanyak 80% dengan nilai rata-rata sebesar 4,02 masuk dalam kategori “Suka”.

Berdasarkan hasil dari uji mutu hedonik yang dilakukan, didapatkan tingkat atribut mutu hedonik yang berbeda – beda. Warna tertinggi ada pada sample variasi 6 yaitu penggunaan 100% puré tomat (4,00). Aroma pada sample variasi 5 yaitu penggunaan 80% puré tomat (4,52). Tekstur pada sample variasi 5 yaitu penggunaan 80% puré tomat (3,88). Rasa pada sample variasi 6 yaitu penggunaan 100% puré tomat (3,52).

### DAFTAR PUSTAKA

Badan Standardisasi Nasional. (2008). *SNI 3547.1:2008, Kembang Gula- bagian 1: Keras*. Badan Standardisasi Nasional. <https://docplayer.info/34475126-Kembang-gula->



- bagian-1-keras.html
- Engka, D. L., Kandou, J., Koapaha, T., &. (2016). *Pengaruh Konsentrasi Sukrosa dan Sirup Glukosa Terhadap Sifat Kimia dan Sensoris Permen Keras Belimbing Wuluh (Averrhoa bilimbi. L)*.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/cocos/article/view/12533/12105>
- Faridah, A., & Dkk. (2008). *Patisserie Jilid 3*. Departmenen Pendidikan Nasional.
- Hasan, M. I. (2012). *Pokok-pokok materi statistik 2 : Statistik Inferensif*. PT. Bumi Aksara.
- Jnxoldskool. (2012). *Permen Keras (Hard Candy) dan Proses Pembuatannya*.  
<http://jnxoldskool.blogspot.com/2012/08/permen-keras-hard-candy-dan-proses.html>.
- Koswara, S. (2009). *Teknologi Pembuatan Permen*. ebookpangan.com.  
<https://tekpan.unimus.ac.id/wp-content/uploads/2013/07/TEKNOLOGI-PEMBUATAN-PERMEN.pdf>
- Mandei, J. H. (2014). Komposisi beberapa senyawa gula dalam pembuatan permen keras dari buah pala. *Jurnal Penelitian Teknologi Industri*, 6(2).
- Sumardiono, S., Basri, M., & Sihombing, R. P. (2009). *Analisis Sifat-Sifat Psiko-Kimia Buah Tomat (Lycopersicon Esculentum) Jenis Tomat Apel, Guna Peningkatan Nilai Fungsi Buah Tomat Sebagai Komoditi pangan Lokal*. <http://eprints.undip.ac.id/3297/>
- Tim Promkes RSST - RSUP dr. Soeradji Tirtonegoro Klaten. (2022). *Ketahui Manfaat Buah Tomat*. [https://Yankes.Kemkes.Go.Id/View\\_artikel/1589/Ketahui-Manfaat- Buah-Tomat](https://Yankes.Kemkes.Go.Id/View_artikel/1589/Ketahui-Manfaat- Buah-Tomat).
- Yenny, M., Rini, N. A., & Lutipah, N. (2019). Pemanfaatan Tepung Ubi Ungu sebagai Substitusi Tepung Beras untuk Pembuatan Kue Kembang Goyang. *Jurnal Sains Terapan Parwisata*, 4(2).



## Pengembangan Agrowisata Berbasis Nilai Sosial Budaya dan Potensi Alam di Desa Sidetapa Baliaga, Buleleng, Bali

Komang Krishna Darmawan<sup>1\*</sup>, I Putu Astawa<sup>2</sup>, I Ketut Budarma<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Politeknik Negeri Bali

Email: [krisnadharma4@gmail.com](mailto:krisnadharma4@gmail.com)<sup>1</sup>, [putuastawa1@pnb.ac.id](mailto:putuastawa1@pnb.ac.id)<sup>2</sup>,  
[budarmaketut@yahoo.com.au](mailto:budarmaketut@yahoo.com.au)<sup>3</sup>

Diajukan 23 Agustus 2024	Direvisi 26 Agustus 2024	Diterima 26 Agustus 2024
-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

### ABSTRACT

This research aims to develop agrotourism based on socio-cultural values in Sidetapa Baliaga Village, Buleleng Regency. The main aim is to improve village communities' welfare by exploiting local potential and preserving traditional culture. This research uses a qualitative descriptive approach with a case study method. Data was collected through in-depth interviews with community leaders and tourism actors, which involved observation and document study. The data analysis technique used is qualitative analysis with descriptive data presentation. The research results show that Sidetapa Baliaga Village has high agro-tourism potential, especially in the agricultural sector, where there are various local fruit commodities, such as bamboo and bamboo-based handicrafts. Apart from that, village culture and traditions, such as the sang Hyang gendering dance and traditional ceremonies, are a unique attraction and do not escape the support of local MSMEs, which support innovation in the village's superior products such as fruit brem and cube sugar. The development of local wisdom-based agrotourism can improve the community's economy and strengthen the cultural identity of the village. This research makes an essential contribution to sustainable tourism development in Baliaga Sidetapa. Implementing local wisdom-based agrotourism not only increases people's income but also preserves culture and the environment. The results of this research can become a model for developing other tourist villages in Indonesia.

**Keywords:** agrotourism, socio-cultural value, local wisdom, sustainable tourism, traditional culture

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan agrowisata berbasis nilai sosial budaya di Desa Sidetapa Baliaga, Kabupaten Buleleng. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan memanfaatkan potensi lokal dan melestarikan budaya tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan tokoh masyarakat dan pelaku wisata, yang melibatkan observasi dan studi dokumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan penyajian data deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Sidetapa Baliaga memiliki potensi agrowisata yang tinggi, terutama pada sektor pertanian, di mana terdapat berbagai komoditas buah lokal, seperti bambu dan kerajinan berbahan dasar bambu. Selain itu, budaya dan tradisi desa, seperti tari gendering sang Hyang dan upacara adat, menjadi daya tarik tersendiri dan tidak luput dari dukungan UMKM setempat, yang mendukung inovasi produk unggulan desa seperti brem buah dan gula batu. Pengembangan agrowisata berbasis kearifan lokal dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan memperkuat identitas budaya desa. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan di Baliaga Sidetapa. Penerapan agrowisata berbasis kearifan lokal tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat tetapi juga melestarikan budaya dan lingkungan. Hasil penelitian ini dapat menjadi model untuk mengembangkan desa wisata lainnya di Indonesia.

**Kata Kunci :** agrowisata, nilai sosial budaya, kearifan lokal, pariwisata berkelanjutan, budaya tradisional

### PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam konteks suatu negara. Keberadaan sektor pariwisata memberikan dampak yang positif bagi negara itu sendiri maupun pemerintah daerah tempat destinasi wisata berada. Pertumbuhan sektor pariwisata di suatu negara dapat memicu perkembangan sektor-sektor lainnya karena sektor-sektor

tersebut memegang peranan penting dalam mendukung industri pariwisata. Misalnya, sektor pertanian, peternakan, perkebunan, dan kerajinan rakyat akan mengalami peningkatan permintaan produknya yang dibutuhkan oleh industri pariwisata. Selain itu, pengembangan pariwisata juga menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan berdampak positif pada sektor-sektor lainnya. Salah satu strategi pengembangan pariwisata yang inovatif adalah dengan melibatkan desa-desa dan menjadikannya sebagai objek wisata sesuai dengan potensi masing-masing kota.

Menurut Saputra dkk. (2019), pembangunan kawasan perdesaan sangat mengoptimalkan pembangunan fisik desa. Namun, yang paling krusial dalam konteks ini adalah upaya peningkatan kegiatan pariwisata berkelanjutan karena hal ini dapat berdampak positif terhadap perekonomian pedesaan. Dengan memfokuskan perhatian pada sektor pariwisata berkelanjutan, kita dapat menciptakan lebih banyak peluang ekonomi yang sangat baik bagi masyarakat pedesaan (ekonomi pedesaan). Salah satu sektor yang dapat dikembangkan menjadi pariwisata adalah sektor pertanian. Pertanian memiliki peran sentral dalam menciptakan lapangan kerja dan menyediakan sumber pendapatan bagi sebagian besar rumah tangga di wilayah pedesaan Indonesia. Meskipun peran dan manfaat kawasan perdesaan dan pertanian sering kali terabaikan, namun kontribusinya cukup signifikan. Sebagaimana disebutkan oleh Husein (2006), kawasan pertanian memiliki berbagai fungsi, antara lain menyerap bahan organik, mendukung kelangsungan tradisi sosial dan budaya di wilayah pedesaan, mendukung agrowisata, menciptakan lapangan kerja, berperan sebagai pilar penting dalam ketahanan pangan, dan juga berfungsi sebagai sarana pendidikan. Lingkungan.

Transformasi kawasan pertanian menjadi destinasi agrowisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan penduduk melalui industri pariwisata (Budiarti & Muflikhati, 2013). Pengembangan desa wisata pertanian memberikan dampak positif bagi sektor pertanian dan masyarakatnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan sumber daya manusia di pedesaan agar dapat berperan lebih aktif dalam pengelolannya (Maharani & Budiarti, 2010; Kushardianti Muzha et al., 2013). Wisata pedesaan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal dalam berbagai aspek, seperti ekonomi, sosial, dan budaya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata desa dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal (Makwanya & Oni, 2019). Hal ini terjadi karena adanya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa, sehingga meningkatkan perputaran uang di desa dan memberikan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat (Novandi & Adi, 2021). Selain itu, pengembangan wisata desa juga dapat memperkenalkan budaya lokal dan melestarikannya (Yurbani, 2021). Selain dampak ekonomi dan budaya, pengembangan desa wisata juga dapat memberikan dampak sosial yang positif, seperti meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat (Masrun dkk., 2023). Pengembangan desa wisata juga dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengorganisasikan diri dalam kegiatan agrowisata (Andini, 2013).

Ekowisata, agrowisata, dan wisata pedesaan merupakan varian pariwisata yang muncul dalam satu abad terakhir dan semakin menjadi sektor penting industri pariwisata secara global (Andayani et al., 2017). Agrowisata dianggap sebagai metode lokal atau regional untuk mengamankan sumber pendapatan tambahan bagi keluarga pedesaan, meningkatkan standar hidup mereka, dan menjaga keberlanjutan populasi pedesaan. Selain itu, agrowisata dipandang sebagai upaya lokal atau regional yang bertujuan untuk meremajakan lingkungan pedesaan dan mengurangi depopulasi, serta sebagai inisiatif yang dapat memberikan alternatif untuk mengatasi tantangan sosial dan ekonomi yang

signifikan yang dihadapi oleh daerah pedesaan terkait dengan sektor ekonomi utama mereka (Lestari & Wahyuningsih, 2012). Agrowisata secara umum memiliki karakteristik sebagai berikut: pertama, pariwisata yang difokuskan pada daerah non-perkotaan, yang dijalankan oleh individu yang memiliki pekerjaan utama di sektor ekonomi primer atau sekunder, dan kedua, kegiatan pariwisata berskala kecil, sering dikelola oleh keluarga atau koperasi, dan biasanya dikembangkan di daerah pedesaan oleh individu yang memiliki latar belakang pekerjaan di sektor pertanian. Sejalan dengan pernyataan di atas, agrowisata merupakan bagian dari pariwisata berkelanjutan karena mendukung program pelestarian lingkungan, budaya manusia, dan ketuhanan, yang khususnya di Bali berakar kuat pada nilai-nilai sosial budaya yang sangat dijunjung tinggi.

Pengembangan agrowisata berbasis nilai sosial budaya penting dalam mendorong keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan di suatu daerah. Kearifan lokal mencakup pengetahuan dan praktik tradisional yang telah teruji dan terbukti selama bertahun-tahun dalam memanfaatkan sumber daya alam secara berkelanjutan. Misalnya, dalam budidaya pertanian di Desa Sidetapa, mereka memiliki prinsip-prinsip kearifan lokal seperti polikultur, pemupukan organik, dan konservasi tanah, yang terbukti dapat meningkatkan produktivitas tanaman secara alami tanpa merusak lingkungan dan tetap dipertahankan hingga saat ini. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmadi (2017) menyatakan bahwa penerapan praktik pertanian berbasis kearifan lokal meningkatkan hasil panen dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Selain itu, pengembangan agrowisata berbasis nilai sosial budaya juga dapat memperkuat identitas budaya suatu daerah dan meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Dengan memperkenalkan wisatawan pada praktik pertanian tradisional dan mengembangkan produk pertanian menjadi produk kuliner atau kerajinan lokal, agrowisata menjadi sarana melestarikan dan memperkaya warisan budaya yang unik.

Menurut Mucuncka et al. (2023), pengalaman wisata yang terhubung dengan nilai-nilai sosial budaya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan karena wisatawan merasa terlibat dalam pengalaman yang autentik dan bermakna. Oleh karena itu, integrasi antara agrowisata dan kearifan lokal tidak hanya menciptakan peluang ekonomi, tetapi juga mendorong pemahaman dan apresiasi lintas budaya terhadap keragaman budaya dunia. Penguatan dan pengintegrasian nilai-nilai sosial budaya dalam pengembangan agrowisata memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal melalui peningkatan pendapatan dari pariwisata, pelestarian budaya lokal, dan pemeliharaan keseimbangan lingkungan alam yang berkelanjutan.

Salah satu contoh pengembangan agrowisata berbasis nilai sosial budaya adalah potensi pengembangan perkebunan vanili sebagai agrowisata berbasis kearifan lokal di Desa Genggeling, Lombok Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan SO (strength-opportunity) dan WO (weakness-opportunity) melibatkan pemanfaatan secara optimal semua aspek positif Perkebunan Vanili untuk memanfaatkan peluang yang ada. Sedangkan pendekatan ST (Strength-Threat) dan WT (Weakness-Threat) melibatkan strategi seperti pengaturan jumlah wisatawan yang berkunjung melalui sistem tiket masuk dan pelestarian budaya serta perilaku masyarakat lokal untuk memperkuat kearifan lokal di destinasi wisata. Solusi ini meliputi penyiapan rencana dasar kawasan agrowisata, pelestarian lahan perkebunan vanili tradisional, pengembangan pengelolaan perkebunan untuk menciptakan produk wisata yang menarik, serta upaya sosialisasi dari pemerintah tentang pentingnya agrowisata di sektor pariwisata. Penerapan konsep ini dapat membantu melestarikan lingkungan dan kearifan lokal serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal (Andini, 2013). Model pengembangan agrowisata yang berbasis pada nilai-nilai sosial budaya masyarakat akan memberikan dampak yang lebih nyata bagi masyarakat dan alam



sekitar, khususnya di Kabupaten Buleleng yang memiliki puluhan desa wisata yang siap dikembangkan sebagai bagian dari wisata agrowisata, seperti halnya yang terjadi di salah satu desa tua Bali Aga yaitu Desa Sidetapa. Desa Bali Tua Aga Sidetapa merupakan satu dari lima desa kuno yang ada di Kabupaten Buleleng, Bali. Desa Sidetapa termasuk desa kuno karena pola hidup masyarakatnya berbeda dengan pola hidup masyarakat desa di Bali. Mereka masih melestarikan adat istiadat dan budayanya yang unik, yang diwariskan secara turun-temurun oleh para leluhur mereka sebelum Kerajaan Majapahit (Setiawan & Saefulloh, 2019). Potensi wisata Desa Sidetapa Kabupaten Buleleng sangat besar, yakni potensi wisata dari segi sejarah dan alam. Potensi sejarah tersebut antara lain berupa keberadaan rumah adat Bali kuno yang dikenal dengan Bale Gajah Tumpang Sari, sisa-sisa benda kuno yang ditaruh di beberapa rumah warga, tradisi tari Rejang, tari bahaya, tari ngabuang, upacara gending sewa, dan berbagai upacara adat kuno lainnya. Sementara itu, dari sisi alam, desa ini memiliki potensi perkebunan cengkeh, kopi, dan kakao yang selama ini dikembangkan oleh masyarakat setempat. Potensi pertanian lain yang tengah dikembangkan oleh masyarakat adalah potensi agrowisata berbasis perkebunan cengkeh, kopi, dan kakao. Langkah awal yang dilakukan dalam pengembangan potensi agrowisata tersebut adalah dengan mengenalkan perkebunan mereka kepada wisatawan yang berkunjung dan mengajak wisatawan untuk ikut menanam dan memanen cengkeh, kopi, dan kakao. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengembangan agrowisata di Desa Sidetapa telah memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat. Masyarakat memperoleh pendapatan tambahan dari kegiatan agrowisata, seperti menyewakan homestay, menjual hasil pertanian, dan menyediakan jasa pemandu wisata (Yuliani & Susanti, 2023).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat Desa Sidetapa serta mengungkap potensi agrowisata desa tersebut. Penelitian ini juga akan menganalisis nilai-nilai sosial budaya yang ada di Desa Sidetapa dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat diintegrasikan dalam pengembangan agrowisata. Akhirnya, penelitian ini akan merumuskan strategi pengembangan agrowisata berbasis nilai-nilai sosial budaya di Desa Sidetapa, dengan harapan dapat memberikan arahan praktis bagi masyarakat dan para pemangku kepentingan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat melalui pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan dan bermartabat.

## **METODE**

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model agrowisata berbasis kearifan lokal di Desa Sidetapa Baliaga, Kabupaten Buleleng, dengan mengintegrasikan nilai-nilai keseimbangan antara hubungan manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik analisis data oleh Miles dan Huberman serta teknik linkage system oleh Wicaksono dan Soegiarto. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan Focus Group Discussion (FGD). Lokasi penelitian adalah Desa Wisata Balenciaga Sidetapa yang memiliki potensi agrowisata yang besar. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 10 September 2023 sampai dengan 10 Maret 2024. Data yang digunakan terdiri dari data kualitatif dan kuantitatif, dengan sumber data primer yang berasal dari wawancara dan observasi serta sumber data sekunder yang bersumber dari dokumen-dokumen terkait. Teknik pengumpulan data meliputi observasi lapangan untuk mengamati potensi pertanian, fasilitas wisata, dan kondisi sosial masyarakat; wawancara terstruktur dengan pemerintah desa dan masyarakat; dokumentasi foto dan dokumen pendukung; studi pustaka untuk mengumpulkan informasi dari berbagai literatur; serta FGD dengan kepala desa, ketua

pokdarwis, dan masyarakat untuk memvalidasi rencana pengembangan agrowisata berbasis kearifan lokal. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, analisis mendalam, dan penarikan simpulan, yang bertujuan untuk memahami dan menginterpretasikan makna yang terkandung dalam data dan mengidentifikasi pola dan temuan yang signifikan. Selain itu, analisis keterkaitan sistem digunakan untuk mengidentifikasi hubungan internal dan eksternal antara berbagai komponen sistem pariwisata dan mengungkap masalah dan kelemahan yang harus diatasi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan arahan yang berharga untuk mengembangkan desa agrowisata lainnya dengan memperhatikan prinsip-prinsip kearifan lokal untuk mencapai keberlanjutan, keadilan sosial, dan kesejahteraan masyarakat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kearifan lokal yang berakar pada budaya masyarakat Desa Sidetapa sangat memengaruhi pemanfaatan sumber daya alam dan tata ruang. Pemanfaatan lahan dan air diatur berdasarkan pengetahuan yang diwariskan secara turun-temurun, sehingga menghasilkan sistem pengelolaan yang berkelanjutan sesuai dengan kondisi setempat. Nilai-nilai tradisional ini memperkaya perspektif lingkungan masyarakat dan mendorong keberlanjutan serta keberagaman budaya (Fidrayani dkk., 2021).

Pandangan masyarakat adat dalam memanfaatkan lingkungan hidup yang berlandaskan nilai-nilai sosial budaya berpotensi menjadi dasar pengaturan hukum tentang pemanfaatan ruang dan sumber daya alam. Kearifan lokal mencakup hubungan manusia dengan alam dan penciptanya serta interaksi sehari-hari dengan lingkungan hidup. Pengaturan yang berlandaskan kearifan lokal ini mempertimbangkan keberlanjutan, keadilan, dan keselarasan antara manusia dengan alam, sehingga menjadi dasar hukum yang holistik bagi pelestarian lingkungan hidup (Mahdi & Mike, 2016).

Observasi langsung dilakukan untuk menentukan rute agrowisata, wawancara, dan diskusi kelompok terfokus (FGD) untuk memperkuat hasil penelitian. Wawancara melibatkan beberapa pihak yang diperlukan terkait pengelolaan potensi lokal Desa Sidetapa, antara lain Kepala Desa, Ketua Kelompok Sadar Wisata My Darling Sidetapa, Ketua Kelompok Tani Budi Sentosa, anggota Pokdarwis, dan pelaku UMKM yang merupakan perajin anyaman bambu.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa masyarakat setempat mengelola pertanian dan perkebunan di Desa Sidetapa tanpa sistem pembayaran atau pajak yang dipungut oleh desa. Budaya dan adat istiadat yang dilestarikan oleh masyarakat turut menjaga kondisi geografis pertanian. Tradisi seperti upacara tegan-tenant dan ngusaba durian serta upacara bekakak tumpeng dan ngerasakin merupakan ungkapan rasa syukur atas hasil panen dan bentuk hubungan erat antara masyarakat dengan alam.

My Darling Sidetapa mengakui bahwa potensi pertanian di Desa Sidetapa sangat luas namun belum dimanfaatkan secara optimal sebagai objek wisata agro. Potensi wisata yang ada saat ini hanya sebatas wisata budaya dan edukasi, seperti wisata mengunjungi rumah adat dan kegiatan menenun. Diharapkan dengan adanya jalur agrowisata ini akan menambah keragaman wisata dan nilai jual di Desa Sidetapa. Lebih lanjut, para anggota Pokdarwis seperti perajin brem buah mendukung pengembangan jalur agrowisata mengingat potensi perkebunan buah dan rempah yang ada di desa tersebut. Pengembangan ini harus didukung dengan peningkatan fasilitas seperti akses jalan menuju tempat wisata. Pokdarwis belum melaksanakan program pengembangan jalur agrowisata karena keterbatasan pengetahuan, namun mereka menyambut baik inisiatif ini dan berharap dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Keterlibatan masyarakat dalam bidang pariwisata di Desa Sidetapa sangat baik . Masyarakat terlibat dalam berbagai kegiatan seperti penyediaan makanan, penyuluhan tentang tenun, dan menjadi pemandu wisata. Pokdarwis juga melibatkan generasi muda sebagai pemandu wisata, sehingga tercipta kader-kader muda yang siap menggantikan peran seniornya di masa mendatang.

Hasil wawancara dianalisis menggunakan analisis isi, menghasilkan empat topik penting yang penting untuk mengembangkan rute agrowisata di Desa Sidetapa.

Table 1. Topik Utama Berdasarkan Hasil Wawancara

No.	Topik	Keterangan
1	Potensi Pertanian Desa Sidetapa	Potensi pertanian di Desa Sidetapa cukup banyak, mulai dari perkebunan buah-buahan lokal seperti durian, manggis, pisang, sawo, adipati, dan lainnya, serta potensi alam lainnya yaitu air terjun dan pengolahan hasil pertaniannya sendiri seperti buah sirsak.
2	Fasilitas Pariwisata yang Ada	Fasilitas pariwisata yang ada di Desa Sidetapa sudah cukup baik, meliputi tempat makan, toilet umum, aksesibilitas standar, dan beberapa hal lainnya.
3	Budaya atau Adat Istiadat Terkait Pertanian	Beberapa budaya yang berkaitan dengan pertanian, seperti tege-gegan, ngusaba durian, persembahan bekakak tumpeng, dan ngerasakin.
4	Keterlibatan Masyarakat dalam Pariwisata di Desa Sidetapa	Keterlibatan masyarakat termasuk menjadi pemandu wisata, menyiapkan makanan untuk wisatawan, menjadi guru budaya, dll.

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024)

Analisis ini menyimpulkan bahwa Desa Sidetapa memiliki potensi besar untuk mengembangkan rute agrowisata berbasis kearifan lokal, yang dapat memperkaya keragaman wisata dan meningkatkan ekonomi lokal.

Untuk memperkuat hasil penelitian, maka dilakukan observasi dan dokumentasi dengan menggunakan teknik observasi lapangan. Dari semua hasil wawancara yang telah dilakukan, maka data yang diperoleh dibuat dalam bentuk analisis deskriptif dengan rincian hasil observasi dan dokumentasi berdasarkan hasil wawancara di atas, sebagai berikut.

Table 2. Hasil Observasi Potensi Agrowisata Desa Sidetapa

No.	Potensi	Keterangan
	Pertanian	
1	buah naga	Buah naga ( <i>Hylocereus undatus</i> ) dikenal karena kulitnya yang menggantung seperti sisik dan kandungan seratnya yang tinggi, yang baik untuk pencernaan dan kesehatan jantung.
2	Manggis	Buah manggis ( <i>Garcinia mangostana</i> ) kaya akan antioksidan dan bergizi, baik untuk sistem kekebalan tubuh dan kesehatan jantung.

3	Buah sawo	Buah sawo ( <i>Manilkara zapota</i> ) manis dengan tekstur daging yang lembut. Buah ini kaya akan serat dan vitamin C serta baik untuk pencernaan dan sistem kekebalan tubuh.
4	Sirsak	Buah sirsak ( <i>Annona muricata</i> ) kaya akan senyawa fitokimia yang melawan sel kanker dan membantu mengurangi risiko penyakit jantung.
5	Buah Mangga Garifla	Mangga garifla ( <i>Mangifera indica</i> ) kaya akan vitamin C dan serat, yang baik untuk kekebalan tubuh dan kesehatan kulit.
6	Buah Pisang	Pisang ( <i>Musa spp.</i> ) kaya akan kalium dan serat dan baik untuk kesehatan jantung dan pencernaan.
7	Buah Jeruk Nipis	Jeruk nipis ( <i>Citrus aurantiifolia</i> ) kaya akan vitamin C dan antioksidan serta baik untuk sistem kekebalan tubuh.
8	Coklat	Buah coklat ( <i>Theobroma cacao</i> ) kaya akan flavonoid sebagai antioksidan dan baik untuk kesehatan jantung dan otak.
9	Umbi Talas	Talas ( <i>Colocasia esculenta</i> ) kaya akan karbohidrat kompleks, serat, dan vitamin C, yang baik untuk energi dan pencernaan.
10	Durian	Buah durian ( <i>Durio spp.</i> ) kaya akan nutrisi seperti vitamin C, serat, dan antioksidan, yang baik untuk kekebalan tubuh dan kesehatan pencernaan.
Budaya		
1	Tradisi Tegen-Tegenan	Ritual sesaji “telegenik” merupakan ungkapan rasa syukur atas hasil alam kepada Sang Pencipta.
2	Tradisi Ngusaba Duren	Upacara syukur atas panen durian merupakan bentuk penghargaan atas limpahan karunia alam.
3	Tradisi Ngerasakin	Upacara syukuran atas hasil panen dengan hidangan dan tarian tradisional.
4	Bekakak Tumpeng	Ritual persembahan bekakak tumpeng merupakan ungkapan rasa syukur dan harapan agar bumi mendapatkan berkah.
Sumber Daya Alam Lainnya		
1	Air terjun	Desa Sidetapa memiliki tiga air terjun yang menawarkan keindahan alam dan nilai spiritual bagi masyarakat.
Fasilitas pendukung		
1	Rumah singgah	Pengembangan ruang layak huni bagi wisatawan melalui program bantuan desa mitra.
2	Gedung Pengolahan Komoditas Hortikultura	Pusat pengolahan hasil pertanian untuk peningkatan nilai tambah komoditas.
3	Warung makan	Warung makanan lokal sebagai tempat singgah dan berjualan produk UMKM Desa Sidetapa.

(Sumber: Data yang disediakan oleh peneliti, 2024)

Oleh karena itu, Desa Sidetapa memiliki potensi yang sangat baik untuk dikembangkan sebagai destinasi agrowisata yang menarik. Potensi tersebut diwujudkan melalui berbagai komoditas pertanian seperti buah-buahan dan kopi, yang menawarkan pengalaman langsung dalam proses pertanian tradisional dan memperkaya pengetahuan wisatawan tentang budaya lokal. Selain itu, keanekaragaman sumber daya alam, seperti air terjun dan hutan, memberikan pengalaman alam yang menawan. Kedekatannya dengan budaya yang kuat, seperti Pura Subak dan galeri anyaman bambu, menarik minat wisatawan yang tertarik dengan kearifan lokal dan tradisi tradisional. Fasilitas pendukung seperti penginapan dan warung makanan tradisional juga menjamin kenyamanan bagi pengunjung.

Rencana perjalanan agrowisata ini memadukan kegiatan pertanian, budaya lokal, penjelajahan alam, dan kuliner tradisional. Wisatawan dapat terlibat langsung dalam kehidupan sehari-hari masyarakat petani, menjelajahi keindahan alam melalui trekking dan pengamatan burung, serta menikmati berbagai produk lokal. Dengan pendekatan komprehensif yang mempertimbangkan aspek ekonomi, lingkungan, sosial, dan budaya,

pengembangan Desa Sidetapa sebagai destinasi agrowisata dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan dan warisan budaya lokal. Penelitian ini menghasilkan rencana perjalanan agrowisata dengan paket wisata "Taman Siderata: Petualangan Agrowisata di Sisi Tapa". Nama paket wisata ini mengandung beberapa makna yang dapat dimaknai secara mendalam. Pertama, "Taman Siderata" mengacu pada tempat yang indah penuh dengan kehidupan tanaman, menggambarkan suasana alami, hijau, dan berlimpah. Kemudian, frasa "Petualangan Agrowisata" menegaskan bahwa wisata ini bukan sekadar liburan biasa tetapi juga menyediakan petualangan yang terkait dengan sektor pertanian, seperti memanen dan mencicipi produk lokal. Selain itu, frasa "di Side Tapa" menambah dimensi unik pada pengalaman wisata, mengajak pengunjung untuk menjelajahi sisi tersembunyi atau terlupakan dari Desa Sidetapa. Paket wisata ini menjanjikan pengalaman unik dan mendalam bagi wisatawan yang mencari petualangan baru di tengah keindahan alam dan kearifan lokal Desa Sidetapa.



Gambar 1. Desain Grafis Rute Wisata Agrowisata Desa Sidetapa  
(Sumber: [https://www.youtube.com/watch?si=0KOhpLcGG-\\_YKT4z&v=6F114JTbvlk&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?si=0KOhpLcGG-_YKT4z&v=6F114JTbvlk&feature=youtu.be))

Rute perjalanan Taman Sidetapa: Perjalanan agrowisata di Sidetapa menawarkan pengalaman yang mendalam bagi wisatawan yang ingin menjelajahi kekayaan alam dan budaya Desa Sidetapa. Dari Warung Bamboo Corner, titik awal perjalanan, wisatawan akan dipandu tentang cara menikmati petualangan yang fantastis. Trekking dimulai dari jalan setapak yang ditutupi dengan campuran beton atau beton dengan lumut alami di sekitarnya, menuju Air Terjun Mampeh, salah satu air terjun tertinggi di desa ini. Selama perjalanan, wisatawan akan melewati perkebunan lokal, yang memperkaya pengalaman mereka tentang kehidupan pertanian setempat. Di Air Terjun Mampeh, pemandu wisata akan menjelaskan asal usul nama air terjun dan hubungannya dengan pertanian setempat, memberikan wawasan tentang sumber daya air dan hidup rukun dengan masyarakat setempat.

Perjalanan dilanjutkan menuju Kebun Buah Durian, di sana wisatawan akan diperkenalkan dengan berbagai varietas durian lokal dan proses pengumpulannya oleh masyarakat Sidetapa. Di sini wisatawan dapat membeli durian hasil panen sebagai oleh-oleh. Selanjutnya perjalanan menuju tempat istirahat atau lokasi pembuatan brem buah di Desa Sidetapa sebagai posko istirahat yang memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk beristirahat sambil memahami proses pembuatan brem buah, produk unggulan desa ini.



Wisatawan juga dapat mencicipi brem buah dan membelinya sebagai oleh-oleh jika berminat.

Perjalanan dilanjutkan ke Pura Subak, di sana wisatawan akan belajar tentang peran penting Pura tersebut dalam kehidupan masyarakat setempat dan mengenal berbagai upacara adat yang dilaksanakan di sana, seperti ngerasakin dan mempersembahkan bekakak tumpeng. Sebagai titik akhir perjalanan, wisatawan akan kembali ke Warung Bamboo Corner sambil menikmati keindahan perkebunan warga. Di sana, wisatawan dapat menikmati hidangan khas Sidetapa dan membeli oleh-oleh seperti anyaman bambu dan kopi Sidetapa sebagai oleh-oleh.

Perjalanan ini tidak hanya memberikan pengalaman langsung tentang kehidupan dan budaya Sidetapa, tetapi juga mengajarkan nilai-nilai sosial budaya seperti larangan memetik buah pada hari kajeng, tradisi gotong royong, dan saling menghormati. Hal ini memperkuat kesadaran akan keberlanjutan lingkungan dan identitas budaya Sidetapa serta mendukung pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di desa ini.

## **KESIMPULAN**

Desa Sidetapa memiliki potensi yang sangat baik untuk mengembangkan jalur wisata agrowisata yang berbasis pada nilai sosial budaya. Potensi tersebut didukung oleh keanekaragaman perkebunan buah-buahan lokal seperti buah naga, durian, manggis, sawo, coklat, umbi talas, dan mangga yang masih terawat dengan baik. Selain itu, adat istiadat dan budaya masyarakat Sidetapa yang erat kaitannya dengan pertanian seperti upacara adat seperti tege-gegan, ngusaba durian, dan bekakak tumpeng memberikan nilai tambah bagi pengalaman wisata.

Fasilitas yang memadai, seperti jalur pendakian yang baik, Pura Subak sebagai titik kunjungan, warung makan lokal, serta bangunan pengolahan hasil produksi lokal seperti buah brem dan anyaman bambu, juga menambah daya tarik destinasi ini. Itinerary agrowisata yang disiapkan memberikan pengalaman autentik dengan mengajak wisatawan berinteraksi langsung dengan kehidupan sehari-hari petani lokal, mulai dari proses pertanian hingga produk akhir.

Rekomendasi untuk mengoptimalkan program agrowisata di Desa Sidetapa antara lain adalah meningkatkan fasilitas pariwisata seperti pusat informasi wisata yang lebih spesifik, area parkir yang luas, fasilitas toilet yang bersih, dan area istirahat yang nyaman. Pemerintah desa disarankan untuk melibatkan masyarakat setempat secara aktif dalam pengelolaan lingkungan dan kegiatan pariwisata. Sebaliknya, pemerintah kabupaten perlu memberikan dukungan infrastruktur, regulasi yang mendukung, dan promosi yang intensif untuk meningkatkan visibilitas destinasi agrowisata Sidetapa secara lebih luas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmadi, A. (2017). *Pengantar Agrowisata I: Pembelajaran dari Berbagai Sudut Pandang*. CV. IRDH.
- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Andini, N. (2013). Pengorganisasian Komunitas dalam Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Studi Kasus: Desa Wisata Kembangarum, Kabupaten Sleman. *Journal of Regional and City Planning*, 24(3), 173. <https://doi.org/10.5614/jpwwk.2013.24.3.2>
- Budiarti, T., & Muflikhati, I. (2013). Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat Pada



- Usahatani Terpadu Guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 18, 3.
- Fidrayani, Darmadi, D., & Fadhilah, S. (2021). *Peran Kearifan Lokal Masyarakat Baduy dalam Menangani Pandemi COVID-19*. 1–23.
- Husein. (2006). *Konsep multifungsi untuk revitalisasi pertanian* (pp. 1–4). Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian Indonesia.
- Kushardianti Muzha, V., Ribawanto, H., & Hadi, M. (2013). Studi pada Dinas Pariwisata Kota Batu dan Kusuma Agrowisata Batu. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(3), 135–141. <https://media.neliti.com/media/publications/73493-ID-pengembangan-agrowisata-dengan-pendekata.pdf>
- Lestari, N., & Wahyuningsih, N. (2012). Peramalan kunjungan wisata dengan pendekatan model sarima. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 1(1), 29–33.
- Maharani, R., & Budiarti, T. (2010). Studi Potensi Lanskap Perdesaan untuk Pengembangan Agrowisata berbasis Masyarakat di Cigombong, Bogor. *Prosiding Simposium Nasional IALI*.
- Mahdi, I., & Mike, E. (2016). “Aktualisasi Nilai-nilai Kearifan Lokal Penataan Kemasyarakatan Di Kabupaten Rejang Lebong(Studi Kasus Pembentukan Peraturan Daerah Tentang Adat).”
- Makwanya, C., & Oni, O. (2019). E-Books preference compared to print books based on student perceptions: A case of University of Fort Hare students. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(12), 236–245. <https://doi.org/10.3991/IJIM.V13I12.10840>
- Masrun, M., Mahmudi, H., Yuniarti, T., Fatimah, H. S., & Firmansyah, M. (2023). Eksistensi Produk Lokal Di Kawasan Wisata: Studi Komparasi Kawasan Pantai Cemara Lembar Masrun Masrun. *Ilmiah Hospitality*, 12(2), 2588–2593. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jih.v12i2.2983>
- Mucuncka, Dafinka, Gjorgievski, & Mijalce. (2023). *Harnessing local wisdom : A cornerstone for rural tourism development*.
- Novandi, H. R., & Adi, I. R. (2021). The Impact Of Local Economic Development Through Community-Based Tourism On Economic Welfare Of The Community In Tamansari Village, Banyuwangi, East Java, Indonesia Universitas Indonesia. Senior Policy Analyst at Coordinating Ministry for Human Development. *Indonesian Journal of Social Work (IJSW)*, 5(1), 1–11.
- Saputra, K. A. K., Anggiriawan, P. B., Trisnadewi, A. A. A. E., Kawisana, P. G. W. P., & Ekajayanti, L. G. P. S. (2019). Pengelolaan Pendapatan Asli Desa Sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi Pedesaan. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 5. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v7i1.16688>
- Setiawan, F., & Saefulloh, A. (2019). Kolaborasi Yang Dilaksanakan Di Kawasan Wisata Dermaga Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya. *Administratio: Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 10(2), 71–80. <https://doi.org/10.23960/administratio.v10i2.95>
- Yuliani, D. A. D. D., & Susanti, L. E. (2023). Penerapan Konsep Tri Hita Karana pada Aspek Palemahan dalam Pengelolaan Limbah Sampah di The Wakanda Ubud. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(3), 804–809. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i3.373>
- Yurbani, M. (2021). *Pemanfaatan Irigasi Dan Sungai Sebagai Sumber Wisata Lokal Air Dan Kuliner Desa Bincau*. 2588–2593.



## **Pelatihan Karyawan untuk Meningkatkan Persepsi Diri di Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa**

**Lusia Vreyda Adveni<sup>1\*</sup>, Novi Handayani<sup>2</sup>, Yudha Budi Abadi<sup>3</sup>, Achyas Hidayat Purwaganda<sup>4</sup>, Yuni Deviyanti<sup>5</sup>, Muhammad Syahrofi Dermawan<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>STB Runata, <sup>2,3,4,5,6</sup>Politeknik Sahid

Email: [lvreyda@gmail.com](mailto:lvreyda@gmail.com)<sup>1</sup>, [novihandayani@polteksahid.ac.id](mailto:novihandayani@polteksahid.ac.id)<sup>2</sup>,  
[yudhabudiabadi@polteksahid.ac.id](mailto:yudhabudiabadi@polteksahid.ac.id)<sup>3</sup>, [achyaspurwaganda@polteksahid.ac.id](mailto:achyaspurwaganda@polteksahid.ac.id)<sup>4</sup>,  
[yuni@polteksahid.ac.id](mailto:yuni@polteksahid.ac.id)<sup>5</sup>, [2016140105@polteksahid.ac.id](mailto:2016140105@polteksahid.ac.id)<sup>6</sup>

Diajukan 26-08-2024	Direvisi 26-08-2024	Diterima 28-08-2024
------------------------	------------------------	------------------------

### **ABSTRACT**

This research aims to determine the types of training at The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa and the influence of training on self-perception employee performance. The results of this research explain that the kinds of training carried out at The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa are refreshment training, brand awareness training, and fire and food safety training. This research uses quantitative causal methods, which use questionnaires to collect data. The study population accounts for 30 employees of Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa

**Keywords:** Training, Self-perception, Employee's Performance, The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis pelatihan di The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa dan pengaruh pelatihan terhadap persepsi diri tentang kinerja karyawan di The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa jenis pelatihan yang dilaksanakan di The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa adalah refreshment training, brand awareness training dan fire and food safety training. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kausal yang menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Populasi penelitian berjumlah 30 karyawan Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa

**Kata Kunci:** Pelatihan, Persepsi Diri, Kinerja Karyawan, The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa

### **PENDAHULUAN**

Pelatihan merupakan proses mengajarkan pegawai baru atau yang ada sekarang, keterampilan dasar yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan mereka. Pelatihan merupakan salah satu usaha dalam meningkatkan mutu sumber daya manusia dalam dunia kerja. Pegawai baik yang baru atau pun yang sudah bekerja perlu mengikuti pelatihan (Gary, 2015). dapat disimpulkan pelatihan karyawan adalah sebuah program yang bertujuan untuk mempersiapkan dan meningkatkan kemampuan teknis, teoretis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan perusahaan melalui pelatihan dan Pendidikan.

Kinerja karyawan adalah seberapa banyak karyawan memberi kontribusi kepada organisasi yang antara lain termasuk kuantitas output, kualitas output, jangka waktu output, kehadiran di tempat kerja dan sikap komperatif (Adamy, 2016:16). Oleh karena itu kita dapat simpulkan kinerja karyawan merupakan kontribusi karyawan terhadap perusahaan melalui kuantitas output, kualitas output, absensi, dan task performance yang didasari motivasi karyawan dan kualitas karyawan tersebut.

Karyawan merupakan salah satu bagian penting dalam menjalankan perusahaan. Kontribusi karyawan dalam pencapaian tujuan perusahaan sangat besar, oleh sebab itu

mengelola karyawan untuk dapat berkinerja secara optimal harus merupakan kebijakan prioritas perusahaan. Meskipun perusahaan memiliki sistem kontrol kualitas yang baik, semuanya bergantung sepenuhnya pada kinerja manusia dalam mengejar kesuksesan.

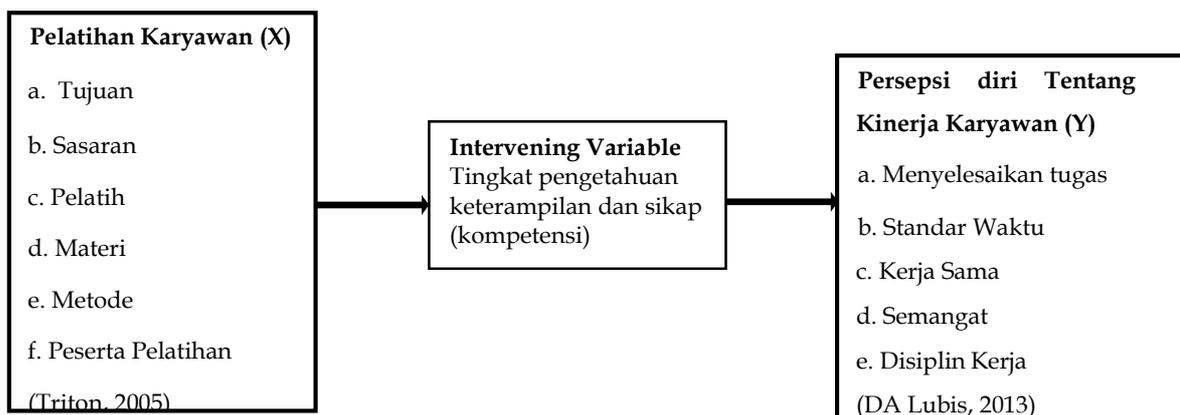
Semakin pentingnya peran manajemen sumber daya manusia dalam organisasi mendorong munculnya inisiatif evaluasi dalam implementasi departemen. Departemen sumber daya manusia tidak dapat menyangkal bahwa perubahan lingkungan persaingan dapat menyebabkan penyimpangan dan kesalahan dalam pelaksanaan kegiatan dan penyimpangan dalam perumusan kebijakan. Dalam meningkatkan kinerja karyawan perusahaan perlu melakukan pelatihan karyawan.

Pelatihan karyawan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh organisasi agar dapat maju dan berkembang. Karyawan yang bermutu adalah mereka yang mempunyai kecakapan dan kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan yang dibebankan kepadanya. Karyawan yang berkembang menghasilkan nilai ekonomis yang lebih positif bagi perusahaan dibandingkan karyawan yang tidak berkembang.

Pelatihan merupakan salah satu upaya untuk menunjang keberhasilan pegawai dalam dunia pekerjaan, serta untuk meningkatkan motivasi pegawai tersebut menjadi pegawai yang kompeten dibidangnya (Gomes, 2017). Salah satu permasalahan yang dialami suatu perusahaan adalah penanganan karyawan baru. Karyawan baru cenderung merasa tidak pasti perihal peran dan tanggung jawab mereka dalam perusahaan. Oleh karena itu, kita dapat asumsikan bahwa pelatihan karyawan merupakan faktor penting bagi karyawan dalam meningkatkan kompetisi diri mereka terhadap penguasaan tanggung jawab pekerjaan yang akan dilakukannya.

Menurut Wexley dan Latham dalam Marwansyah (2016) tujuan pelatihan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran diri individu
2. Meningkatkan keterampilan individu dalam satu bidang keahlian atau lebih
3. Meningkatkan motivasi individu untuk melaksanakan tugas



Gambar 1. Indikator Kinerja Karyawan

Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa merupakan hotel bintang empat berlokasi strategis di Kawasan elit Jakarta Selatan, bersebelahan dengan Darmawangsa Square City Walk. Hotel tersebut berada di bawah manajemen perusahaan pemilik hotel yaitu PT. Agung Sedayu Group. Tingkat hunian hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa terkesan tidak stabil dengan adanya kesenjangan antara ekspektasi

pelanggan dengan keadaan kembali yang diperoleh dari segi kualitas pelayanan hotel (Windiyarti, 2022).

Tabel 1. Data pengunjung hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa periode Januari-Juni 2023

NO	Bulan	Kamar tersedia	Kamar Terjual	Occupancy
1	Januari	4650	3351	72,06%
2	Februari	4200	3664	87,24%
3	Maret	4650	3884	83,53%
4	April	4500	2588	57,51%
5	Mei	4650	3788	81,46%
6	Juni	4500	3743	83,16%

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat diamati bahwa tingkat penjualan kamar di hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa. Bulan Januari 2023 kamar yang terjual di hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa sebanyak 3.351 dengan persentase 72.06%, dengan peningkatan jumlah di bulan Februari 2023 menjadi 3.664 dengan persentase 87,24%. Selanjutnya mengalami sedikit penurunan di Bulan Maret 2023 menjadi 83,53% kemudian menurun drastis menjadi 57,51% di Bulan April 2023 setelahnya penjualan kamar naik kembali di Bulan Mei hingga Juni dengan presentase Bulan Mei sebesar 81,46% dan Juni 83,16%. Untuk meningkatkan kestabilan dan target pengunjung, salah satu faktor penting adalah kinerja karyawan hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa. Berdasarkan dari pengalaman observasi tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di hotel tersebut. Oleh karena itu peneliti akan membuat penelitian yang berjudul: “Pengaruh Pelatihan Karyawan Terhadap Persepsi Diri Tentang Kinerja Karyawan di Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa”.

## METODE

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah desain kuantitatif kausal. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan sebab akibat. Dalam penelitian ini variabel yang berposisi sebagai penyebab (independent variable) adalah pelatihan karyawan, dan variabel yang posisinya sebagai akibat (dependent variable) adalah kinerja karyawan.

Desain penelitian kausal memiliki beberapa tahapan yaitu (1) merumuskan masalah, (2) mengkaji teori, (3) merumuskan hipotesis, (4) mengumpulkan data, (5) mengolah data, (6) membuat kesimpulan dan saran. Dalam penelitian yang menjadi subjek dari ini adalah karyawan Hotel Taman Selini Pemuteran dan objek dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan kinerja karyawan. Penelitian ini merupakan penelitian populasi yang berarti karyawan THE 101 Jakarta Sedayu Dharmawangsa dengan jumlah 30 karyawan.

Tabel 2. Variabel, Definisi, dan Indikator

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Pelatihan Karyawan (X)	Pelatihan adalah Suatu proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan	a. Tujuan b. Sasaran c. Pelatih d. Materi

	prosedur sistematis dan terorganisir dimana pegawai non manajerial mempelajari pengetahuan dan keterampilan teknis dalam tujuan terbatas	e. Metode f. Peserta pelatihan (Triton, 2005)
2. Persepsi Diri Tentang Kinerja Karyawan (Y)	Kinerja karyawan merupakan kontribusi karyawan terhadap perusahaan melalui kuantitas output, kualitas output, absensi, dan task performance yang didasari motivasi karyawan dan kualitas karyawan tersebut.	a. Menyelesaikan tugas b. Standar Waktu c. Kerja Sama d. Semangat e. Disiplin Kerja (Lubis, 2013)

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan ada dua macam, yang akan dijelaskan di tabel berikut:

Tabel 3. Teknik Pengumpulan Data

Jenis Data	Sumber Data	Teknik Pengambilan Data	Keterangan
Primer	Karyawan Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa.	Angket	Angket mengenai pelatihan dan kinerja karyawan
Sekunder	Data Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa.	Permohonan Referensi	Data mengenai kondisi umum Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuisisioner yang dibagikan kepada responden berkaitan dengan indikator yang digunakan. Kuisisioner yang peneliti gunakan adalah angket tertutup dengan alternatif jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (RG), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Masing-masing alternatif jawaban diberi skor sebagai berikut:

Tabel 4. Alternatif Skor Jawaban Angket

No.	Alternatif Jawaban	Score
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Muqtashid, 2016:105)

Setelah diperoleh data kualitatif, ditransformasikan menjadi data kuantitatif untuk memudahkan dalam menganalisis, yaitu dengan rumus:

$$NP = \frac{R}{SM} \times 100\% \text{ (Purwanto, 2010)}$$

Keterangan:

NP : Nilai persen yang dicari atau diharapkan

R : Skor yang diperoleh

SM : Skor maksimum yang atau ideal dari angket

Setelah itu, dimasukkan ke dalam kriteria persentase yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Kriteria Data Hasil Angket

Nilai	Kategori Angket
86%-100%	Sangat Baik
76%-85%	Baik
60%-75%	Cukup Baik
55%-59%	Kurang Baik
< 54%	Sangat Kurang Baik

(Sumber: Suharsimi, 2013:18)

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar perubahan Variabel X akan berpengaruh terhadap Variabel Y Persamaan regresi sederhana menurut (Sugiyono, 2017:184) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen/terikat, dalam hal ini adalah Persepsi Diri Tentang Kinerja Karyawan

X = Variabel independen/bebas, dalam hal ini adalah Pelatihan Karyawan

a = Konstanta/Satuan bilangan yang merupakan nilai Y jika X=0

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan).

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih.

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{\sqrt{n \sum_{i=1}^n X_i^2 - (\sum_{i=1}^n X_i)^2} \sqrt{n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - (\sum_{i=1}^n Y_i)^2}}$$

Keterangan:

rx<sub>y</sub> = Koefisien korelasi pearson product moment

N = Banyaknya sampel

∑x = Jumlah nilai variabel x

∑y = Jumlah nilai variabel y

∑x<sup>2</sup> = Jumlah kuadrat variabel x

∑y<sup>2</sup> = Jumlah kuadrat variabel y

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 (-1 < r ≤ +1) yang menghasilkan beberapa kemungkinan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hipotesis atau dugaan bahwa pelatihan karyawan berpengaruh terhadap persepsi diri tentang kinerja karyawan di Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa, hal ini dibuktikan dengan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menyimpulkan bahwa besarnya pengaruh antara variabel independen yaitu pelatihan karyawan terhadap variabel dependen yaitu kinerja karyawan adalah 69,5%. Oleh karena itu dengan melihat besarnya pengaruh pelatihan karyawan terhadap persepsi diri tentang kinerja karyawan, dapat menjadi perhatian bagi Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa dalam mengelola pelatihan karyawan agar lebih baik lagi agar mampu mempertahankan dan juga meningkatkan kinerja karyawan.

### Uji Validitas Variabel Pelatihan Karyawan

*Item* atau pernyataan dari kuesioner ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelatihan karyawan. Dapat dilihat pada hasil uji validitas pelatihan karyawan pada tabel di bawah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Pelatihan Karyawan

Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
1	0,664	0,361	Valid
2	0,642	0,361	Valid
3	0,838	0,361	Valid
4	0,928	0,361	Valid
5	0,671	0,361	Valid
6	0,882	0,361	Valid
7	0,768	0,361	Valid
8	0,849	0,361	Valid
9	0,734	0,361	Valid
10	0,737	0,361	Valid
11	0,794	0,361	Valid
12	0,802	0,361	Valid

### Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Karyawan

*Item* atau pernyataan dari kuesioner ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kinerja karyawan. Dapat dilihat pada hasil uji validitas kinerja karyawan pada tabel di bawah

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Karyawan

Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
1	0,776	0,361	Valid
2	0,578	0,361	Valid
3	0,756	0,361	Valid
4	0,704	0,361	Valid
5	0,801	0,361	Valid
6	0,809	0,361	Valid
7	0,832	0,361	Valid

8	0,726	0,361	Valid
9	0,695	0,361	Valid
10	0,868	0,361	Valid

### Uji Reliability

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsisten serta stabil dari waktu ke waktu terhadap jawaban responden, dikatakan stabil apabila alat ukur yang diuji akan tetap konsisten jika dilakukan pengukuran ulang kembali. Pengujian reliabilitas dapat menggunakan teknik Cronbach's Alpha dengan perhitungan lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,60 maka kuesioner yang diuji dinyatakan reliabel dan sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.00. berikut adalah tabel hasil olah data uji reliabilitas variabel kinerja karyawan dan pelatihan karyawan.

Tabel 8. Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Pelatihan Karyawan (X1)	12	0,933	0,60	Reliabel
Kinerja Karyawan (X2)	10	0,912	0,60	Reliabel

Tabel 9. Analisis Regresi Linear Sederhana

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.143	4.162		2.918	.007
	Pelatihan Karyawan	.617	.077	.834	7.983	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

$$Y: a + bX$$

Keterangan:

Y = kinerja karyawan

a = konstanta regresi

bX = koefisien regresi variabel X

$$Y: 12,143 + 0,617X$$

Berdasarkan hasil perhitungan data diatas, maka dapat disimpulkan hasil koefisien regresi sebagai berikut:

- a. Besarnya nilai konstanta sebesar 12,143 dapat diartikan bahwa apabila variabel independen yaitu pelatihan karyawan itu konstan atau tetap, maka variabel pelatihan karyawan bernilai 12,143.
- b. Koefisien arah regresi bernilai positif sebesar 0,617 yang artinya apabila pelatihan karyawan meningkat satu (1) satuan maka kinerja karyawan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,617.

Tabel 10. Analisis Korelasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.834 <sup>a</sup>	.695	.684		2.304

a. Predictors: (Constant), Pelatihan Karyawan

Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat dilihat bahwa hasil uji nilai R adalah 0,834, sehingga berarti terdapat hubungan yang positif antara pelatihan dengan kinerja karyawan di Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa. Berdasarkan pada Tabel 4.12 dilihat interpretasi terhadap koefisien korelasi 0,834 yang berada pada interval 0,80 – 1,000, yang berarti korelasi antara kedua variabel sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara variabel pelatihan dengan variabel kinerja karyawan adalah korelasi yang sangat kuat.

Tabel 11. Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.143	4.162		2.918	.007
	Pelatihan Karyawan	.617	.077	.834	7.983	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dalam mencari perhitungan t tabel, dapat dilakukan dengan rumus:

$$df = n - k$$

df : degree of freedom

n : jumlah responden = 30 responden

k : jumlah variabel penelitian = 2 variabel

$$df = 30 - 2: 28$$

Dengan 0,05 sebagai nilai signifikansi dua sisi maka diperoleh nilai df pada tabel t yaitu 2,04841. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Diketahui bahwa nilai t tabel adalah 2,04841 dan nilai t hitung hasil perhitungan SPSS variabel pelatihan karyawan adalah 7,983 yang berarti bahwa nilai t hitung > t tabel 2,04841. Maka hipotesis Ha dapat diterima yaitu variabel pelatihan karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja karyawan.

Tabel 12. Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	338.217	1	338.217	63.736	.000 <sup>b</sup>
	Residual	148.583	28	5.307		
	Total	486.800	29			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Pelatihan Karyawan

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas telah diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji f dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis H<sub>0</sub> diterima yaitu terdapat pengaruh antara pelatihan karyawan terhadap kinerja karyawan. Hal ini diperkuat dengan melihat hasil nilai F hitung sebesar  $63,736 > F$  tabel 3,34 sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F jika nilai F hitung  $> F$  tabel maka terdapat pengaruh antara variabel pelatihan karyawan terhadap variabel kinerja karyawan, dalam hal ini H<sub>0</sub> dapat diterima.

Tabel 13. Analisis Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.834 <sup>a</sup>	.695	.684		2.304

a. Predictors: (Constant), Pelatihan Karyawan

Berdasarkan tabel di atas, telah diketahui hasil perhitungan nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,695. Hasil nilai R Square didapatkan dari hasil nilai koefisien korelasi atau R yang dikuadratkan yaitu  $0,834 \times 0,834 = 0,695$ . Besar angka R Square adalah 0,695 atau sama dengan 69,5% . Angka 69,5% mengandung arti bahwa variabel pelatihan karyawan berpengaruh terhadap variabel kinerja karyawan. Sedangkan perhitungan dari  $(100\% - 69,5\% = 30,5\%)$  dengan arti bahwa angka sebesar 30,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

**SIMPULAN**

Hasil pengolahan data yang sudah dilakukan dalam penelitian ini mengenai variabel pelatihan karyawan sebagai variabel bebas terhadap persepsi diri tentang kinerja karyawan sebagai variabel terikat dapat disimpulkan bahwa hipotesis H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima yang artinya, terdapat pengaruh pelatihan karyawan terhadap persepsi diri tentang kinerja karyawan di Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25 menghasilkan pengaruh pelatihan karyawan terhadap persepsi diri tentang kinerja karyawan sebesar 69,5%. Keterbatasan peneliti hanya mencakup dua variabel yaitu pelatihan karyawan terhadap kinerja karyawan diharapkan kedepannya peneliti lainnya meneliti variabel-variabel lainnya seperti gaya kepemimpinan, kompensasi kerja, motivasi kerja atau variabel lainnya yang tidak diperhitungkan di penelitian ini.



---

## DAFTAR PUSTAKA

- Cardoso Gomes, Faustino. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Andi. Yogyakarta
- Dessler, G. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lubis, D. (2013). Pengaruh Kepemimpinan dan Iklim Organisasi terhadap Kinerja Pegawai Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Batu Bara. 50-62
- Marbawi, A. (2016). *Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Praktik dan Penelitian*. Lhokseumawe: Pers Unimal.
- Marwansyah. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Dua. Cetakan keempat. Bandung: Alfabeta, CV.
- Muqtasid. (2016). *Analisis Pengaruh Rotasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Volume 7, Nomor 2.
- Suharsimi, A. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Triton. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Perspektif Partnership dan Kolektifitas*. Yogyakarta: Oryza
- Windyarti, I. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel The 101 Jakarta Sedayu Darmawangsa*. Repository Universitas Nasional, 6-8.
- Yulianti Yulianti, & Dewi Ayu Kusumaningrum. (2017). Pelatihan Wirausaha Masyarakat Kampung Cilengkong Kecamatan Pamijahan-Bogor Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) Dalam Mengoptimalkan Potensi Panen Singkong. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 2(2), 173–182. Retrieved from <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/48>



## Pemanfaatan Tepung Sukun Sebagai Substitusi Tepung Terigu dalam Pembuatan Roti

Marya Yenny<sup>1\*</sup>, Rd Rita Ritasari<sup>2</sup>, Hasan Shahab<sup>3</sup>, Muchamad Chilmi<sup>4</sup>, Della Elfiana<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Politeknik Sahid

Email: [yennymarya@polteksahid.ac.id](mailto:yennymarya@polteksahid.ac.id)<sup>1</sup>, [ritaritasari@polteksahid.ac.id](mailto:ritaritasari@polteksahid.ac.id)<sup>2</sup>,  
[hasanshahab@polteksahid.ac.id](mailto:hasanshahab@polteksahid.ac.id)<sup>3</sup>, [chilmi@polteksahid.ac.id](mailto:chilmi@polteksahid.ac.id)<sup>4</sup>,  
[2018140129@polteksahid.ac.id](mailto:2018140129@polteksahid.ac.id)<sup>5</sup>

Diajukan	Direvisi	Diterima
26-08-2024	26-08-2024	28-08-2024

### ABSTRACT

This study aims to determine the utilization of breadfruit flour as a substitute for wheat flour in bread making. This includes the level of consumer preference for bread products made from breadfruit flour and the best percentage of breadfruit flour as a substitute for making bread. This research includes the process of testing bread-making and sensory testing. Trial of bread making based on standard recipes from Homemade Bread books, Classics, and Contemporary. Furthermore, sensory tests were carried out three times, including hedonic tests and hedonic quality tests. The flour production includes preparation, weighing, mixing ingredients, forming and baking, and packaging. The research data were arranged in a Completely Randomized Design for later analysis using the one-way ANOVA. The results showed that breadfruit flour can be used as a substitute for wheat flour in bread processing. In the results of the hedonic test of preference for bread with breadfruit flour substitution from each concentration or sample, there are significant differences in each parameter tested and produce different mean values. The results of the hedonic quality test on bread with breadfruit flour substitution from each parameter tested produced different product quality. So, it can be concluded that the bread quality with breadfruit flour substitution is quite good. The organoleptic characteristics of breadfruit flour substitute bread, which include color, aroma, taste, and texture, are different from bread made from wheat flour so that it can be used as food processing material, with the best % of breadfruit flour being 20%.

**Keywords:** Breadfruit Flour, Wheat Flour Substitute, Bread

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan tepung sukun yang dimanfaatkan sebagai substitusi tepung terigu dalam pembuatan roti yang meliputi tingkat kesukaan konsumen terhadap produk roti dari tepung sukun dan jumlah presentase tepung sukun terbaik sebagai substitusi pembuatan roti. Penelitian ini meliputi proses uji coba pembuatan roti dan uji sensoris. Uji coba pembuatan roti berdasarkan resep standard dari buku Roti Buatan Rumah, Klasik, dan Kekinian. Selanjutnya dilakukan uji sensoris sebanyak tiga kali yang meliputi uji hedonik dan uji mutu hedonik. Produksi tepung meliputi tahap persiapan, penimbangan, pencampuran bahan, pembentukan dan pemanggangan, serta pengemasan. Data hasil penelitian disusun dalam Rancangan Acak Lengkap untuk kemudian dilakukan analisis dengan metode ANOVA satu arah (*one-way anova*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tepung sukun dapat digunakan sebagai substitusi tepung terigu dalam pengolahan roti. Pada hasil uji hedonic kesukaan pada roti dengan substitusi tepung sukun dari setiap konsentrasi atau sampel terdapat perbedaan yang nyata pada masing-masing parameter yang diujikan dan menghasilkan nilai rerata yang berbeda. Pada hasil uji mutu hedonic pada roti dengan substitusi tepung sukun dari setiap parameter yang diujikan dan menghasilkan mutu kualitas produk yang berbeda. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas roti dengan substitusi tepung sukun cukup baik. Karakteristik organoleptik pada roti substitusi tepung sukun yang meliputi warna, aroma, rasa, tekstur berbeda dengan roti berbahan dasar tepung terigu sehingga dapat digunakan sebagai bahan olahan pangan dengan presentase tepung sukun terbaik sebesar 20%.

**Kata Kunci:** Tepung Sukun, Substitusi Tepung Terigu, Roti

## PENDAHULUAN

Produk makanan di bidang *pastry* mengalami perkembangan sehingga menumbuhkan permintaan masyarakat yang besar. Roti yang merupakan jajanan populer di masyarakat merupakan adonan manis atau adonan yang dipanggang dengan porsi tunggal. Bagi sebagian besar pengusaha di bidang *bakery* dan *pastry*, inovasi roti diciptakan dengan variasi rasa dan isian yang unik dan menarik konsumen.

Indonesia sebagai negara tropis, banyak ditemukan buah sukun yang dikenal dengan nama ilmiah *Artocarpus altilis* yang memiliki ciri khas tinggi pohon 30 meter, tingkat pengumpulan buah mencapai 200 buah/pohon/tahun, dengan berat masing-masing buah berkisar pada 400-1200 gram. Pemanfaatan buah sukun yaitu dengan dikeringkan untuk penyimpanan jangka panjang dan dimasak utuh untuk penyimpanan jangka pendek. Adapun Kementerian Pertanian Indonesia di tahun 2018 memproduksi buah sukun berkisar pada 124.274 ton.

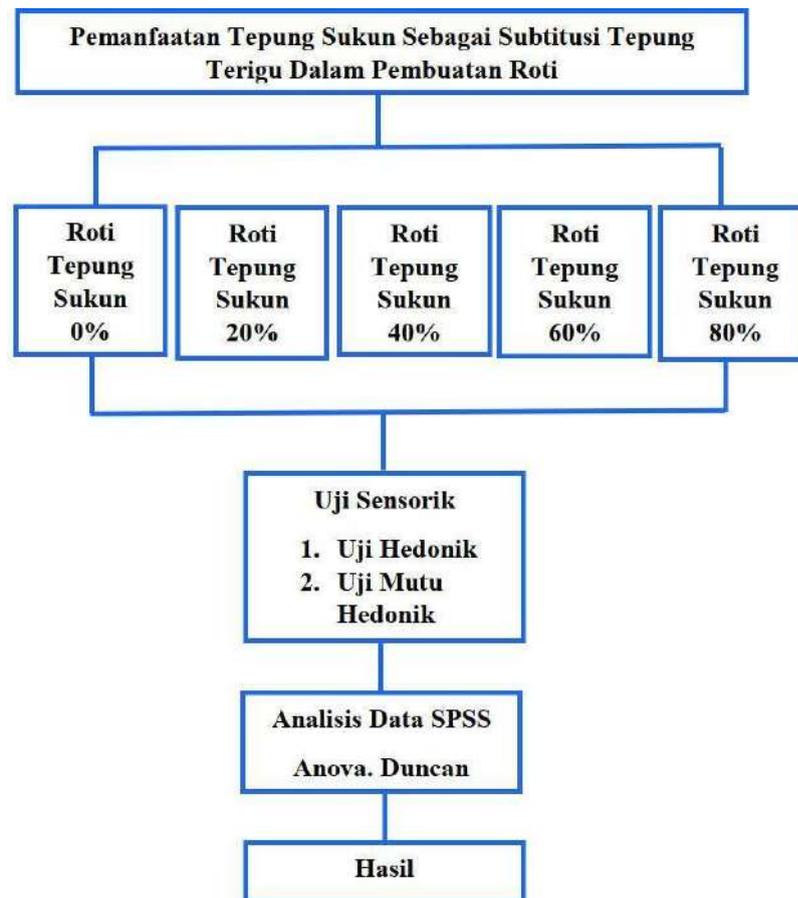
Salah satu pengolahan buah sukun dengan menjadikannya tepung sukun. Tepung sukun dapat dimanfaatkan sebagai pengganti tepung terigu karena kandungannya hampir serupa sehingga dapat digunakan dalam pembuatan bahan tambahan makanan. Tepung sukun memiliki daya simpan yang lama sehingga mampu meningkatkan nilai jual kembali dan cocok untuk produksi pangan.

Penelitian ini merupakan eksperimen dengan membuat produk baru dan inovatif yang dapat diminati oleh berbagai kalangan konsumen, yaitu roti dengan memanfaatkan tepung sukun sebagai bahan substitusi tepung terigu. Dengan eksperimen ini, diharapkan dapat menjadi informais yang sangat berharga terhadap epningkatan nilai ekonomis dan daya guna buah sukun di Indonesia menjadi produk makanan ringan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa tepung sukun dapat digunakan sebagai substitusi tepung terigu dalam proses pengolahan roti, mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap produk roti dari tepung sukun yang ditinjau berdasarkan warna, aroma, tekstur, dan rasa serta mengetahui jumlah presentase tepung terigu yang terbaik sebagai substitusi dalam pembuatan roti dari segi warna, aroma, tekstur, dan rasa.

## METODE

Penelitian ini meliputi proses uji coba pembuatan roti dan uji sensoris. Uji coba pembuatan roti berdasarkan resep standard dari buku Roti Buatan Rumah, Klasik, dan Kekinian. Selanjutnya dilakukan uji sensoris sebanyak tiga kali yang meliputi uji hedonik dan uji hedonik mutu. Produksi tepung meliputi tahap persiapan, penimbangan, pencampuran bahan, pembentukan dan pemanggang, serta pengemasan. Data hasil penelitian disusun dalam Rancangan Acak Lengkap untuk kemudian dilakukan analisis dengan metode ANOVA satu arah (*one-way anova*). Berikut merupakan skema rancangan percobaan pembuatan roti dengan tepung sukun.



Gambar 1. Skema Rancangan Percobaan Pembuatan Roti dengan Tepung Sukun

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penggunaan Tepung Sukun sebagai Bahan Substitusi Tepung Terigu dalam Pembuatan Roti

Percobaan pembuatan roti dengan tepung terigu protein tinggi merupakan percobaan yang sebelumnya dilakukan sebagai acuan resep dasar atau kontrol dalam pembuatan roti dengan penambahan tepung sukun. Selanjutnya dilakukan percobaan pembuatan roti menggunakan tepung sukun untuk mencari nilai substitusi tertinggi. Diperoleh hasil bahwa perbandingan antara tepung terigu dan tepung sukun yaitu dengan konsentrasi titik maksimal penelitian yang ada pada presentase 80%, jika penambahan dilakukan lebih dari titik maksimal konsentrasi, maka roti yang dihasilkan menjadi lebih padat. Tepung sukun tidak dapat digunakan sebagai substitusi tepung terigu karena tepung sukun tidak memiliki kandungan gluten seperti terigu sehingga hanya dapat digunakan atau dicampur dengan jenis tepung lain. Tingkat substitusi tepung sukun mencapai 75% untuk pembuatan kue kering dan 20% untuk olahan roti atau *cake*.

### Tingkat Kesukaan (Warna, Aroma, Tekstur, dan Rasa) Konsumen terhadap Produk Roti dari Tepung Sukun

Eksperimen ini menunjukkan hasil tidak ditemukan perbedaan pada tingkat kesukaan dalam roti dengan pengganti tepung sukun dalam konsentrasi yang berbeda. Konsentrasi Roti dengan pengganti tepung sukun yang digunakan dalam eksperimen yang dilakukan ini adalah 0%, 20%, 40%, 60%, dan 80% dari setiap konsentrasi ini peneliti menemukan beberapa tingkat kesukaan yang di uji berdasarkan warna, aroma, rasa dan tektur.

Uji hedonik melibatkan 28 orang panelis dengan penilaian produk hedonic untuk menguji tingkat parameter yang digunakan dari segi warna, aroma, rasa, dan tekstur pada roti tepung sukun. Berikut merupakan hasil analisis ANOVA (*analysis of variance*) dengan menggunakan dua arah dan uji Duncan:

Tabel 1. Nilai Rata-rata Uji Hedonik Kesukaan dengan Konsentrasi dan Pengulangan yang Berbeda

UJI HEDONIK						
Parameter	Ulangan	Subtitusi				
		0%	20%	40%	60%	80%
Warna	1	3,71	3,46	2,14	1,54	1,50
	2	3,75	3,39	2,25	1,61	1,57
	3	3,82	3,43	2,21	1,71	1,64
<b>Rata - Rata</b>		<b>3,76</b>	<b>3,43</b>	<b>2,20</b>	<b>1,62</b>	<b>1,57</b>
Aroma	1	3,64	2,54	2,36	2,25	1,75
	2	3,71	2,46	2,32	2,21	1,79
	3	3,75	2,50	2,43	2,18	1,82
<b>Rata - Rata</b>		<b>3,70</b>	<b>2,50</b>	<b>2,37</b>	<b>2,21</b>	<b>1,79</b>
Rasa	1	3,68	2,50	2,36	1,61	1,32
	2	3,79	2,46	2,21	1,50	1,29
	3	3,75	2,57	2,32	1,57	1,21
<b>Rata - Rata</b>		<b>3,74</b>	<b>2,51</b>	<b>2,30</b>	<b>1,56</b>	<b>1,27</b>
Tekstur	1	3,75	3,32	2,25	1,75	1,54
	2	3,71	3,21	2,14	1,64	1,50
	3	3,82	3,29	2,36	1,71	1,46
<b>Rata - Rata</b>		<b>3,76</b>	<b>3,27</b>	<b>2,25</b>	<b>1,70</b>	<b>1,50</b>
Penerimaan Umum	1	3,75	3,39	2,39	2,21	1,64
	2	3,71	3,29	2,36	2,25	1,68
	3	3,82	3,32	2,43	2,18	1,71
<b>Rata - Rata</b>		<b>3,76</b>	<b>3,33</b>	<b>2,39</b>	<b>2,21</b>	<b>1,68</b>
<b>Total Rata - Rata</b>		<b>3,75</b>	<b>3,01</b>	<b>2,30</b>	<b>1,86</b>	<b>1,56</b>

1. Warna

Dalam seni tata saji, warna merupakan salah satu factor penting yang harus diperhatikan. Perpaduan pada warna dalam produk makanan berpengaruh akan nilai jual dari suatu hidangan, selain itu warna pada makanan juga dapat

menggugah selera. Warna berasal dari pigmen yang terdapat pada bahan pangan seperti buah – buahan, sayur – sayuran dan proses pematang bahan pangan yang dapat menimbulkan warna pada makanan (Astawan & Kasih, 2008).

Berdasarkan uji hedonic rata-rata parameter warna dengan konsentrasi berbeda menunjukkan nilai tertinggi terhadap warna pada roti substitusi tepung sukun yang terdapat pada sampel dengan konsentrasi tepung sukun 0% (3,76), 20% (3,42), 40%

(2,20), 60% (1,61), dan 80% (1,57). Berdasarkan uji anova, diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $768,104 > 3,48$  maka terdapat perbedaan pada parameter tingkat kesukaan terhadap warna Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda (0%, 20%, 40%, 60%, 80%). Dengan demikian diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti terdapat perbedaan pada tingkat kesukaan warna pada Roti dengan substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda.

## 2. Aroma

Aroma merupakan salah satu komponen penting pada makanan, untuk mengetahui rasa pada makanan dapat diketahui dari aroma yang dideteksi oleh indera penciuman, aroma juga dapat menentukan segar atau busuknya suatu makanan yang telah terkontaminasi.

Berdasarkan uji hedonic rata – rata parameter aroma dengan konsentrasi berbeda menunjukkan nilai tertinggi terhadap aroma pada Roti substitusi tepung sukun yang terdapat pada sampel dengan konsentrasi tepung sukun 0% (3,70), 20% (2,5), 40% (2,36),

60% (2,21) dan yang terakhir 80% (1,78). Berdasarkan uji anova, diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $787,543 > 3,48$  maka terdapat perbedaan pada parameter tingkat kesukaan terhadap aroma Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda (0%, 20%, 40%, 60%, 80%). Dengan demikian diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti terdapat perbedaan pada tingkat kesukaan aroma pada Roti dengan substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda.

## 3. Rasa

Rasa adalah hal yang sangat penting dalam makanan untuk dapat dinikmati, rasa dapat dikenali dan dibedakan melalui panca indera pengecap. Talah dikenal empat rasa utama yaitu asin, pedas, manis, dan asam.

Berdasarkan uji hedonic uji hedonic rata – rata parameter rasa dengan konsentrasi berbeda menunjukkan nilai tertinggi terhadap rasa pada Roti substitusi tepung sukun yang terdapat pada sampel dengan konsentrasi tepung sukun 0% (3,73), 20% (2,51), 40% (2,29), 60% (1,55) dan yang terakhir 80% (1,27). Berdasarkan uji anovadiketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $764,876 > 3,48$  maka terdapat perbedaan pada parameter tingkat kesukaan terhadap rasa Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda (0%, 20%, 40%, 60%, 80%). Dengan demikian diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti terdapat perbedaan pada tingkat kesukaan rasa pada Roti dengan substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda.

## 4. Tekstur

Tekstur adalah atribut dari uji sensoris yang dapat dirasakan dengan indra

peraba dalam menyadari adanya bentuk atau tekanan yang menjadi karakteristik dari tekstur sehingga dapat dirasakan dan diterima oleh penglihatan.

Berdasarkan uji hedonic rata – rata parameter tesktur dengan konsentrasi berbeda menunjukkan nilai tertinggi terhadap tekstur pada Roti substitusi tepung sukun yang terdapat pada sampel dengan konsentrasi tepung sukun 0% (3,76), 20% (3,27), 40%

(2,25), 60% (1,70) dan yang terakhir 80% (1,5). Berdasarkan uji anova diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $672,716 > 3,48$  maka terdapat perbedaan pada parameter tingkat kesukaan terhadap tekstur Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda (0%, 20%, 40%, 60%, 80%). Dengan demikian diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti terdapat perbedaan pada tingkat kesukaan tekstur pada Roti dengan substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda.

#### 5. Penerimaan umum

Penerimaan umum adalah indikator untuk mengetahui tingkat kesukaan panelis dari keseluruhan parameter uji kesukaan atau uji hedonic (Warna, Aroma, Rasa, dan Tekstur). Dari hasil Penerimaan umum memberikan persepsi dari setiap panelis untuk mengetahui produk makan dapat diterima atau tidak.

Berdasarkan uji hedonic rata – rata parameter Penerimaan Umum dengan konsentrasi berbeda menunjukkan nilai tertinggi terhadap Penerimaan Umum pada Roti substitusi tepung sukun yang terdapat pada sampel dengan konsentrasi tepung sukun 0% (3,76), 20% (3,33), 40% (2,39), 60% (2,21) dan yang terakhir 80% (1,67).

Berdasarkan uji anova diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $1111,891 > 3,48$  maka terdapat perbedaan pada parameter tingkat kesukaan terhadap Penerimaan Umum Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda (0%, 20%, 40%, 60%, 80%). Dengan demikian diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti terdapat perbedaan pada tingkat kesukaan Penerimaan Umum pada Roti dengan substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda.

### **Jumlah Presentase Tepung Sukun yang Terbaik Sebagai Substitusi Pembuatan Roti**

Uji ini dilakukan untuk menentukan perbedaan kualitas dari setiap sampel yang diujikan. Uji mutu hedonic dilakukan oleh 28 orang panelis tak terlatih. Analisis data yang dilakukan menggunakan ANOVA (*Analysis of Variance*) dengan metode *one way*. Berikut merupakan hasil analisis ANOVA dengan metode *one way*.

Tabel 2. Nilai Rata-rata Uji Mutu Hedonic dengan Konsentrasi dan Pengulangan Berbeda

Parameter	Ulangan	Substitusi				
		0%	20%	40%	60%	80%
Warna	1	3,68	3,32	1,71	1,46	1,21
	2	3,79	3,25	1,86	1,54	1,29
	3	3,86	3,29	1,79	1,61	1,39
<b>Rata – Rata</b>		<b>2,83</b>	<b>2,51</b>	<b>1,44</b>	<b>1,30</b>	<b>1,17</b>
Aroma	1	1,00	2,61	3,32	3,46	3,79
	2	1,00	2,68	3,36	3,54	3,75
	3	1,00	2,64	3,25	3,64	3,71
<b>Rata – Rata</b>		<b>1,00</b>	<b>2,64</b>	<b>3,31</b>	<b>3,55</b>	<b>3,75</b>
Rasa	1	3,75	2,68	2,32	1,39	1,25
	2	3,86	2,64	2,25	1,29	1,21
	3	3,82	2,75	2,29	1,36	1,18
<b>Rata – Rata</b>		<b>3,81</b>	<b>2,69</b>	<b>2,29</b>	<b>1,35</b>	<b>1,21</b>
Tekstur	1	3,79	3,43	2,29	1,36	1,11
	2	3,75	3,32	2,18	1,18	1,04
	3	3,86	3,39	2,32	1,29	1,07
<b>Rata – Rata</b>		<b>3,80</b>	<b>3,38</b>	<b>2,26</b>	<b>1,27</b>	<b>1,07</b>
<b>Total Rata – Rata</b>		<b>2,86</b>	<b>2,81</b>	<b>2,32</b>	<b>1,87</b>	<b>1,80</b>

1. Warna

Hasil analisis ini dilakukan berdasarkan data penelitian dengan pengulangan tiga kali pada parameter warna yang tertinggi yang terdapat pada sampel 0% (2,83) yang berarti secara fisik sampel menghasilkan warna coklat gelap. Pada sampel 20% (2,51) menghasilkan warna coklat, pada sampel 40% (1,43) dan 60% (1,30) menghasilkan warna coklat terang serta pada sampel 80% (1,17) menghasilkan warna putih kekuningan. Pada hasil analisis anova diperoleh bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $677,208 > 3,48$  maka terdapat perbedaan yang nyata pada Warna Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda (0%, 20%, 40%, 60%, 80%). Dengan demikian diketahui bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti terdapat perbedaan pada Warna Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda. Pada hasil uji mutu hedonic dengan uji Duncan mutu warna untuk atribut warna dengan  $\alpha = 0,05$  pada sampel Roti dengan substitusi tepung sukun menyatakan bahwa sampel dengan konsentrasi 0%, 20%, 40%, 60% dan 80% terdapat perbedaan warna antara satu dengan yang lain.

Demikian terlihat fenomena pada penampakan warna yang berbeda disetiap konsentrasi berbeda dalam substitusi tepung sukun, dimana rata – rata mutu hedonic warna tertinggi ada pada sampel 0% (3,77) yang berarti secara fisik sampel menghasilkan warna cokelat gelap dan untuk rata – rata sampel terendah terdapat pada sampel 80% (1,29) yang menghasilkan warna putih kekuningan.

## 2. Aroma

Pada indikator aroma, parameter aroma yang tertinggi ada pada sampel 80% (3,75) yang berarti secara fisik sampel menghasilkan aroma sangat berbau sukun. Kemudian sampel 60% (3,55) yang menghasilkan aroma berbau sukun, selanjutnya sampel 40% (3,31) dan 20% (2,64) yang menghasilkan aroma sedikit berbau sukun dan 0% (1,00) yang menghasilkan aroma tidak berbau sukun. Berdasarkan uji anova, diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $1370,750 > 3,48$  maka terdapat perbedaan yang nyata pada Aroma Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda (0 %, 20%, 40%, 60%, 80%). Dengan demikian diketahui bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti terdapat perbedaan pada Aroma Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda. Pada hasil uji mutu hedonik dengan uji Duncan mutu Aroma untuk atribut Aroma dengan  $\alpha = 0,05$  pada sampel Roti dengan substitusi tepung sukun menyatakan bahwa sampel dengan konsentrasi 0%, 20%, 40%, 60% dan 80% terdapat perbedaan aroma antara satu dengan yang lain.

Demikian terlihat fenomena pada aroma yang berbeda disetiap konsentrasi berbeda dalam penambahan tepung sukun, dimana rata-rata mutu hedonik aroma tertinggi ada pada sampel 80% (3,75) yang berarti secara bau sampel menghasilkan aroma sangat berbau sukun dan untuk rata – rata sampel terendah terdapat pada sampel 0% (1,00) yang menghasilkan aroma tidak berbau sukun. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin banyak penambahan tepung sukun pada adonan Roti, maka aroma yang dihasilkan akan semakin berubah menjadi sangat aroma sukun.

## 3. Rasa

Pada parameter rasa, diperoleh hasil bahwa hasil tertinggi terdapat pada sampel 0% (3,80) yang berarti secara fisik sampel menghasilkan rasa sangat terasa manis. Kemudian sampel 20% (2,69) yang menghasilkan rasa terasa manis, dan sampel 40% (2,28) yang menghasilkan rasa sedikit terasa manis, selanjutnya sampel 60% (1,34) dan 80% (1,21) yang menghasilkan rasa tidak terasa manis. Berdasarkan uji anova, diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $1475,519 > 3,48$  maka terdapat perbedaan yang nyata pada rasa Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda (0 %, 20%, 40%, 60%, 80%). Dengan demikian diketahui bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti terdapat perbedaan pada rasa Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda. Pada hasil uji mutu hedonik dengan uji Duncan mutu Rasa untuk atribut Rasa dengan  $\alpha = 0,05$  pada sampel Roti dengan substitusi tepung sukun menyatakan bahwa sampel dengan konsentrasi 0%, 20%, 40%, 60% dan 80% terdapat perbedaan rasa antara satu dengan yang lain.

Demikian terlihat fenomena pada rasa yang berbeda disetiap konsentrasi berbeda dalam penambahan tepung sukun, dimana rata-rata mutu hedonik rasa tertinggi ada pada sampel 0% (3,80) yang berarti secara rasa sampel menghasilkan rasa sangat terasa manis dan untuk rata – rata sampel terendah terdapat pada sampel 80% (1,21) yang menghasilkan rasa tidak terasa manis. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin banyak penambahan tepung sukun pada adonan Roti, maka rasa yang dihasilkan akan semakin berubah menjadi sangat tidak manis.

#### 4. Tekstur

Pada pengujian tekstur, diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada sampel 0% (3,79) yang berarti secara fisik sampel menghasilkan tekstur sangat lembut. Kemudian sampel 20% (3,38) yang menghasilkan tekstur lembut, dan sampel 40% (2,26) yang

menghasilkan tekstur sedikit lembut, selanjutnya sampel 60% (1,27) dan 80% (1,07) yang menghasilkan tekstur tidak lembut. Berdasarkan analisis anova, diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $1072,602 > 3,48$  maka terdapat perbedaan yang nyata pada tekstur Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda (0%, 20%, 40%, 60%, 80%). Dengan demikian diketahui bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti terdapat perbedaan pada tekstur Roti substitusi tepung sukun dengan konsentrasi yang berbeda. Hasil uji mutu hedonik dengan uji Duncan mutu Tekstur untuk atribut Tekstur dengan  $\alpha = 0,05$  pada sampel Roti dengan substitusi sukun menyatakan bahwa sampel dengan konsentrasi 0%, 20%, 40%, 60% dan 80% terdapat perbedaan rasa antara satu dengan yang lain.

Demikian terlihat fenomena pada tekstur yang berbeda disetiap konsentrasi berbeda dalam penambahan tepung sukun, dimana rata-rata mutu hedonik tekstur tertinggi ada pada sampel 0% (3,79) yang berarti secara tekstur sampel menghasilkan tekstur sangat lembut dan untuk rata – rata sampel terendah terdapat pada sampel 80% (1,07) yang menghasilkan tekstur tidak lembut. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin banyak penambahan tepung sukun pada adonan roti akan menghasilkan tekstur dari Roti semakin berubah menjadi sangat tidak lembut

#### SIMPULAN

Tepung sukun tidak dapat dimanfaatkan sebagai substitusi tepung terigu dalam pembuatan roti. Didukung dengan hasil eksperimen yang dilakukan untuk mengetahui perbandingan penggunaan tepung terigu dan tepung sukun dalam pembuatan roti.

Hasil uji hedonic dengan tingkat kesukaan (warna, aroma, tekstur, dan rasa) konsumen terhadap produk roti dari tepung sukun, diperoleh hasil bahwa roti dengan substitusi bahan baku tepung sukun memiliki kualitas yang cukup baik.

Berdasarkan uji mutu hedonic diperoleh bahwa jumlah presentase tepung sukun yang terbaik sebagai substitusi yaitu 20% dimana karakteristik organoleptik roti substitusi tepung sukun berbeda dengan roti berbahan dasar tepung terigu.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agrisarana, Widowati, S. (2003). Prospek Sukun (*Artocarpus communis*) sebagai Pangan Sumber Karbohidrat dalam Mendukung Diversifikasi Konsumsi Pangan. *Majalah Pangan Edisi No. 56/XVIII/Oktober - Desember/2009*. Hlm 9.
- Almatsier, S. (2002). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Alsuheindra, & Ridawati. (2008). *Prinsip Analisis Zat Gizi dan Penilaian Organoleptik Bahan Makanan*. Jakarta: UNJ Press.
- Aprilia S, D.T., Pangesthi, L.T., Handajani, S., & Indrawati, V. (2021). Pengaruh Substitusi Tepung Sukun (*Artocarpus altilis*) terhadap Sifat Organoleptik Bolu Kukus. *Jurnal Tata Boga*, 10(2).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astawan, M. (2008). *Sehat dengan Hidangan Hewani*. Jakarta: Penebar Swadaya.

- Astuti, T. Y., Purwijantiningsih, L.M., Pranata, S. (2013). Substitusi Tepung Sukun dalam Pembuatan Non-Flaky Crackers Bayam Hijau (*Amaranthus tricolor*). Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Babay, L. (2014). Pengaruh Suhu dan Lama Penyimpanan terhadap Jumlah Kapang pada Roti Tawar (Penelitian di Suatu Industri Rumah Tangga Pangan Kota Gorontalo). Skripsi. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- Budiman. (2009). Aplikasi Pati Singkong Sebagai Bahan Baku Edible Coating Untuk Memperpanjang Umur Simpan Pisang Cavendish. Skripsi Tidak Diterbitkan. Bogor: Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan Fakultas Teknologi Pertanian IPB.
- Darwin, P. (2013). Menikmati Gula Tanpa Rasa Takut. Yogyakarta: Sinar Ilmu.
- Gisslen, W. (2013). Professional Baking. 6th ed. Hoboken. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Jaya Indra, M. (2019). Penerapan Statistik Untuk Penelitian Pendidikan Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media Group.
- Koswara, S. (2009). Seri Teknologi Pangan Populer (Teori Praktek). Teknologi Pengolahan Roti. e-BookPangan.com
- Krissetiana, H. (2015). Uji Organoleptik Bahan Pangan. Klaten: PT Intan Sejati.
- Mudjajanto, E. S., & Yulianti, L.N. (2004). Membuat Aneka Roti. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Mulyani, E. (2009). Konsumsi Kalsium dan faktor - faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Kalsium Pada Remaja di SMP Negeri 201 Jakarta Barat. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nimpuno, D. (2019). Roti Buatan Rumah: Klasik dan Kekinian. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ningrum, W. D. (2006). Eksperimen Pembuatan Roti Tawar dengan Menggunakan Jenis Lemak yang Berbeda. Skripsi. Semarang: Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang.
- Nurchahyo, E., Amanto, B.S., Nurhartadi, E. (2014). Kajian Penggunaan Tepung Sukun (*Artocarpus communis*) sebagai Substitusi Tepung Terigu pada Pembuatan Mi Kering. Jurnal Teknosains Pangan, 3(2).
- Octarina, E. (2006). Kajian Sistem Distribusi Roti Unyil (Study Kasus Venus Bakery). Skripsi. Bogor: Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Partogi, R., Rachmawan, O., & Djuarni, N. (2012). Pengaruh Penggunaan Presentase Tepung Buah Sukun (*Artocarpus communis*) terhadap Komposisi Kimia Naget Kelinci. Jurnal Universitas Padjajaran.
- Pratiwi, D. P., Sulaeman, A., Amalia, L. (2012). Pemanfaatan Tepung Sukun (*Artocarpus altilis* sp.) pada Pembuatan Aneka Kudapan Sebagai Alternatif Makanan Bergizi untuk PMT-AS. Jurnal Gizi dan Pangan, 7(3).
- Rustandi, D. (2011). Produksi Mie. Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Santoni. (2009). Tips Meningkatkan Mutu Roti. Food Review, 4(4), 56- 59.
- Setiawan, D. (2008). Analisa Pangan. Jakarta: PT. Dian Rakyat.
- Setyaningsih, D., Dini, A. W., & Sari, M. P. (2010). Analisis Sensori untuk Industri Pangan dan Agro. Bogor: IPB Press.
- Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suprapti, M.L. (2003). Tepung Ubi Jalar Pembuatan dan Pemanfaatannya. Yogyakarta: Kanisius.
- Volavola, V. (2002). Investment Opportunities for Small and Micro Level Ventures. <http://www.ftib.org.fj>.
- Wahyudi. (2003). Memproduksi Roti. Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen



---

Pendidikan Nasional.  
Widayati, E., & Damayanti. (2000). *Aneka Pangan Labu Kuning*. Surabaya: Trubus



## Pelatihan Penerapan CHSE bagi Pengelola Bisnis Kuliner di Kabupaten Lebak

Rina Fitriana<sup>1\*</sup>, Rahmawati<sup>2</sup>, Ronny Yudhi Septa Priana<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Sahid <sup>2,3</sup>Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: [rinafitriana@polteksahid.ac.id](mailto:rinafitriana@polteksahid.ac.id)<sup>1</sup>, [rahmawati@untirta.ac.id](mailto:rahmawati@untirta.ac.id)<sup>2</sup>,  
[ronny.yudhi@untirta.ac.id](mailto:ronny.yudhi@untirta.ac.id)<sup>3</sup>

Diajukan 26-08-2024	Direvisi 26-08-2024	Diterima 28-08-2024
------------------------	------------------------	------------------------

### ABSTRACT

This community service activity takes the form of training on implementing CHSE for culinary business managers in Lebak Regency. This training was facilitated by the Lebak Regency Tourism Office and attended by 40 managers of various culinary businesses in Lebak Regency. This activity was held based on the knowledge needs of culinary business managers about how to standardize CHSE and its application in culinary business management. Training is carried out using lecture, discussion and question and answer methods. In the questionnaire given pre-training, it was proven that participants needed culinary training, although participants admitted that they were reluctant to take certification for various reasons. After the training, it was also discovered that the participants considered this training important for them in the sustainability of their culinary business. They also think that this kind of training is fun, useful and necessary to improve the quality of their culinary products. It is hoped that with this training, the quality of the human resources of the participants as part of tourism business owners and the creative economy can also be improved.

**Keywords:** Community Service, Training, CHSE, culinary business.

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pelatihan penerapan CHSE bagi pengelola bisnis kuliner di Kabupaten Lebak. Pelatihan kali ini difasilitasi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak dan diikuti oleh 40 orang pengelola bermacam bisnis kuliner di Kabupaten Lebak. Kegiatan ini diselenggarakan berdasarkan kebutuhan pengetahuan bagi para pengelola bisnis kuliner tentang bagaimana standarisasi CHSE dan penerapannya dalam pengelolaan bisnis kuliner. Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi dan tanya jawab. Pada questioner yang diberikan pra pelatihan, terbukti bahwa pelatihan kuliner ini dibutuhkan oleh peserta, walaupun pesera mengakui bahwa mereka enggan untuk mengikuti sertifikasi dengan berbagai alasan. Pada pasca pelatihan, diketahui pula bahwa para peserta menganggap pelatihan ini penting bagi mereka dalam keberlangsungan bisnis kuliner mereka. Mereka juga berpendapat bahwa pelatihan semacam ini menyenangkan, berguna dan dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas produk kuliner mereka. Diharapkan dengan adanya pelatihan ini, kualitas Sumber Daya Manusia para peserta sebagai bagian dari pemilik bisnis pariwisata dan ekonomi kreatif juga dapat ditingkatkan.

**Kata Kunci:** Pengabdian Masyarakat, Pelatihan, CHSE, bisnis kuliner.

### PENDAHULUAN

CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environmental Sustainability*) merupakan sebuah program yang dibuat Kemparekraf pada saat Indonesia baru saja terlepas dari Covid-19, dimana pada saat itu pariwisata nasional kita mengalami kemandekan karena adanya kekhawatiran wisatawan untuk melakukan perjalanan (Fitriana et al, 2020; Simanjuntak, 2020; Zaini et al). Sebuah rilis Kemparekraf menyatakan bahwa wisatawan mancanegara yang datang menunjukkan tren penurunan jumlah wisatawan. Hal ini telah terjadi sejak bulan Februari 2020 dan tercatat pula bahwa kemerosotan yang paling signifikan terjadi di bulan April 2020, yang mana pada rentang waktu tersebut jumlah kunjungan wisatawan hanya mencapai sebesar 158 ribu. Sebenarnya, selain melakukan sosialisasi, Kemparekraf

menyatakan bahwa terdapat pula sertifikasi bagi setiap tempat yang ada dalam lingkup usaha pariwisata, baik di perkotaan maupun di desa wisata (Amelia et al, 2022)

Sertifikasi CHSE diberikan kepada usaha pariwisata, usaha atau fasilitas lain terkait, lingkungan masyarakat, dan destinasi pariwisata. Pengelola berbagai usaha pariwisata yang telah lulus dalam audit CHSE dengan memperoleh penilaian yang baik akan mendapatkan Sertifikat CHSE dari Lembaga Sertifikasi, dan kemudian akan diberi Label InDOnesia CARE (I Do Care) oleh Kemenparekraf. Sertifikasi diprioritaskan untuk usaha hotel, restoran dan rumah makan, pondok wisata atau homestay, daya tarik wisata, usaha wisata arung jeram, usaha wisata selam, dan usaha lapangan golf, juga desa wisata. Sebenarnya, ada 3 (tiga) tingkatan dalam penilaian audit sertifikasi CHSE, yaitu lulus murni, lulus dengan pembinaan dan tidak lulus. Bagi mereka yang lulus dengan pembinaan, mereka akan mendapatkan rekomendasi Kemenparekraf untuk pembinaan gratis dari dinas pariwisatanya masing-masing. Hal yang paling baik dari sertifikasi ini adalah bahwa semua tahapan proses sertifikasi tersebut dibiayai oleh Kemenparekraf. Biaya tidak dibebankan ke pengelola destinasi dan usaha pariwisata, artinya sertifikasi ini gratis. Namun pada kenyataannya, banyak pula usaha pariwisata yang mengalami keengganan untuk disertifikasi karena ketidakpercayaan diri pengelolanya. Salah satu usaha pariwisata yang terbukti enggan untuk disertifikasi adalah bisnis kuliner.

Keengganan pemilik bisnis ini terhadap sertifikasi CHSE banyak dipengaruhi oleh pemahaman yang tidak komprehensif mengenai bagaimana sertifikasi itu dilakukan. Mereka khawatir karena tempat pengolahan bisnis kuliner mereka tidak memiliki tabung APAR, misalnya. Padahal yang diminta dalam sertifikasi bukanlah tabung APAR, tetapi alat untuk memadamkan api apabila terjadi kebakaran. Alat pemadam api tidak harus selalu berbentuk tabung APAR, tapi bisa juga karung dan air misalnya. Nah, keengganan semacam inilah yang menyebabkan banyak usaha pariwisata perorangan/usaha kecil yang pada akhirnya tidak mengikuti sertifikasi walaupun sertifikasi pada putaran pertama sepenuhnya gratis dibiayai pemerintah.

Meskipun banyak bisnis kuliner yang terbukti enggan mengikuti sertifikasi, para pengelolanya tidak memungkiri bahwa CHSE memang dibutuhkan dalam operasional mereka sehari-hari, sehingga mereka merasakan kebutuhan untuk terus belajar bagaimana memenuhi standar CHSE yang saat ini menjadi sebuah keharusan demi menjaga pelayanan mereka tetap prima. Untuk itulah kami sebagai akademisi diundang untuk berbagi ilmu dengan para pengelola bisnis kuliner seputar penerapan CHSE di tempat pengolahan bisnis kuliner di daerah Kabupaten Lebak. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kewajiban kami dalam tri dharma, yaitu melakukan pengabdian kepada masyarakat.

Pengabdian kami ini dilakukan atas dasar undangan dari Dinas Kepariwisata Kabupaten Lebak, dimana Kabupaten ini terkenal juga sebagai salah sentra ekonomi kreatif yang produknya mayoritas berbentuk kuliner. Hal ini dibuktikan dengan dijadikannya Kecamatan Maja sebagai salah satu prioritas pembangunan ekonomi kreatif oleh Kemenparekraf. Kuliner yang dihasilkan di daerah ini merupakan kuliner tradisional, dimana Kabupaten ini memang salah satu daerah di Banten yang terkenal dengan hasil kebunnya. Apabila daerah tingkat dua lain banyak berfokus pada *manufacturing*, daerah Lebak lebih terkenal dengan alamnya yang menghasilkan banyak bahan makanan.

## **METODE**

Pelatihan penerapan CHSE bagi pengelola bisnis kuliner di Kabupaten Lebak ini dilaksanakan pada tanggal 8 Juni 2024 mulai pukul 08.00 sampai dengan pukul 11.30 WIB bertempat di Gedung Serbaguna Waterboom BIM yang terletak di Jalan Tubagus Hasan, Rangkasbitung. Pelatihan ini melibatkan beberapa pihak diantaranya panitia pelaksana, narasumber, dan para peserta, yang berjumlah 40 (empat puluh) orang dan berasal dari berbagai bisnis kuliner yang ada di Kabupaten Lebak. Metode yang digunakan dalam pelatihan yakni ceramah atau pemaparan materi, diskusi dan tanya jawab. Metode ini dipilih agar pengelola bisnis kuliner tersebut memperoleh pengetahuan terkait penerapan CHSE serta memiliki kesempatan untuk berdiskusi dan menyampaikan permasalahan yang dihadapi dalam operasionalnya sehari-hari.

Pelatihan ini dibagi menjadi dua sesi yakni penyampaian materi tentang penerapan CHSE dan diskusi serta tanya jawab untuk berbagai permasalahan CHSE yang mereka temui sehari-hari dalam operasional bisnis kuliner mereka. Tujuan utama kegiatan ini memberikan pengetahuan penerapan CHSE bagi pengelola bisnis kuliner agar dapat meningkatkan kompetensi, kualitas produk dan kualitas Sumber Daya Manusiannya.

Tingkat ketercapaian serta indikator keberhasilan penyampaian materi dapat dilihat dari perubahan dalam tingkat pengetahuan dan sikap pengelola bisnis kuliner sebagai target utama pelaksanaan kegiatan. Tingkat pengetahuan dan sikap tersebut diperoleh melalui penjarangan hasil pre-test dan post-test serta diskusi saat pematerian berlangsung. Antusiasme peserta dapat dilihat dengan banyaknya peserta yang menyampaikan pertanyaan dan menyampaikan permasalahan untuk didiskusikan bersama dalam kegiatan. Panitia menyediakan bingkisan khusus bagi peserta yang aktif dalam bertanya baik dalam sesi diskusi maupun sesi tanya jawab.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan penerapan CHSE bagi pengelola bisnis kuliner merupakan kegiatan Pengabdian Masyarakat yang difasilitasi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak. Dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak bekerjasama dengan para Akademisi yang peduli terhadap perkembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di wilayah Banten. Aktivitas peserta dimulai dari kegiatan registrasi dan pendataan yakni pukul 08.00 WIB bertempat di Gedung Serbaguna Waterboom BIM, Rangkasbitung. Pembukaan kegiatan dimulai pukul 08.30 WIB dengan sambutan dari Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak dan dilanjut dengan sambutan ketua pelaksana kegiatan.

Kegiatan dilanjutkan dengan pengisian kuesioner berupa Pre-Test untuk mengetahui sejauhmana pengetahuan dan implemantasi penerapan CHSE bagi para peserta. Hasil Pre-Test menunjukkan sekitar lebih dari 70% peserta belum mengetahui secara keseluruhan tentang CHSE. Setelah seluruh peserta menyerahkan hasil pre-test kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi. Setelahnya pemateri memberikan contoh kasus yang kemudian menghasilkan diskusi diantara para peserta. Setelah diskusi, peserta pun diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai penerapan CHSE dan permasalahan yang sehari-hari mereka temui dalam penerapannya. Tidak lupa, selama sesi ini juga diberikan bingkisan kepada beberapa orang peserta yang mengajukan pertanyaan. Setiap pertanyaan yang diajukan peserta dapat dijawab dan dijelaskan dengan baik oleh Pemateri, yaitu Rina Fitriana, MM yang merupakan salah satu dosen Politeknik Sahid, untuk menghasilkan solusi bagi setiap permasalahan yang terjadi.

Seluruh kegiatan dapat berjalan lancar dan ditutup MC tepat pada pukul 11.30 WIB dengan dilanjut pengisian Post-Test yang memperlihatkan bahwa seluruh peserta memahami dan mengetahui bagaimana penerapan CHSE pada bisnis kuliner yang masing-



masing mereka miliki. Kemudian peserta diberikan questioner selanjutnya untuk mengevaluasi kegiatan dan melakukan penilaian terhadap pemateri yang memperlihatkan hasil bahwa seluruh peserta setuju bahwa penyelenggaraan kegiatan ini sudah dianggap sangat baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, para peserta yang mengikuti kegiatan ini juga menilai bahwa materi yang dibawakan sangat menarik dan informatif.

Kegiatan diakhiri dengan diskusi antara fasilitator yakni para pegawai di lingkungan Dinas Pariwisata dengan narasumber pelatihan. Diskusi yang terjadi membahas mengenai penerapan dari kegiatan ini dalam aktivitas peserta sehari-hari, dan dampak dari penerapan CHSE baik terhadap kualitas produk maupun kondisi Sumber Daya Manusia dalam pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Lebak.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pelatihan penerapan CHSE untuk para pengelola bisnis kuliner di Kabupaten Lebak dapat berjalan lancar berkat kerjasama yang baik antara Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak sebagai pelaksana, pelatih/narasumber yang berasal dari Akademisi dan para peserta pelatihan. Seluruh rangkaian kegiatan diikuti dengan baik oleh peserta. Antusiasme peserta diperlihatkan dengan banyaknya peserta yang menyampaikan pendapat pada sesi diskusi dan pertanyaan pada sesi tanya jawab. Pre-test dan Post-Test dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan peserta mengenai penerapan CHSE pada bisnis yang mereka kelola. Pada hasil akhir dari pelatihan, peserta sudah memahami bagaimana penerapan CHSE pada bisnis kuliner yang mereka kelola. Hal ini dianggap memiliki nilai manfaat bagi peserta untuk perkembangan bisnis yang mereka kelola ke depannya.

Kami merasa bahwa waktu yang terbatas dan bentuk kegiatan yang hanya berupa penyampaian materi dan penyajian contoh masih dianggap kurang. Sehingga kami dapat menyampaikan saran bagi penyelenggaraan pengabdian serupa untuk dapat menambahkan kegiatan berupa pendampingan dan praktik sehingga peserta dapat memperoleh pengetahuan langsung, dan bukan hanya sekedar pengetahuan teori dari materi yang diberikan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak yang telah memfasilitasi kegiatan ini, serta kepada para peserta yang sudah dengan semangat mengikuti kegiatan ini sampai selesai. Semoga ilmu yang didapat bisa bermanfaat meningkatkan kualitas produk dan Sumber Daya Manusia pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Lebak. Aamiin YRA.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2022). Sertifikasi CHSE (Cleanliness, Health, Safety, & Environment) terhadap Objek Wisata sebagai Wujud Pemenuhan Hak Wisatawan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 92-99.
- Fitriana, R., Simanjuntak, D., Dewanti, R., & Author, C. (2020). Pembekalan materi CHSE (Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability) dalam training of trainers akademisi pendamping desa wisata. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 138-145.
- Karyani., T; E. Djuwendah, E. Supriyadi R, O Hasbiansyah, & Nurul Risti M (2023) Sosialisasi CHSE (Cleanliness, Health, Safety & Environmental Sustainability)



- 
- Dalam Tata Kelola Homestay pada Masa Pandemi di Desa Wisata Alamendah, Bandung. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*. 12(2) 199-204.
- Nurlaila, Prastiti Laras & Mulyati (2022) Pelatihan Penerapan CHSE (Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability) pada Pengelolaan Homestay Di Desa Wisata Cisaat Kabupaten Subang- Jawa Barat. *Jurnal Abditek Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (1), 50-56.
- Simanjuntak, D., & Fitriana, R. (2020). Culture shock, adaptation, and self-concept of tourism human resources in welcoming the new normal era. *Society*, 8(2), 403-418.
- Sitepu, Yovita S., Fatma W. Lubis, Munzaimah Masril, & Mickhael Rajagukguk (2023) Penyuluhan Peningkatan Kualitas Pariwisata Berbasis Chse Di Kabupaten Samosir. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*.29 (2) 153-160.
- Zaini, A. (2022) Implementasi Program Cleanliness, Health, Safety and Environment Sustainability (CHSE) pada Sektor Pariwisata di Kota Banjarmasin. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat.



## Peran Museum Zoologi sebagai Sarana Edukasi dan Daya Tarik Wisata

Anik Yuniati<sup>1\*</sup>, Alex Setiawan<sup>2</sup>, Ari Mardiyanto<sup>3</sup>, Yulianti<sup>4</sup>, Sahlan Toro<sup>5</sup>,  
Yanti Suzana<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Politeknik Sahid Jakarta

Email: [anikyuniarti@polteksahid.ac.id](mailto:anikyuniarti@polteksahid.ac.id)<sup>1</sup>, [2021130032@polteksahid.ac.id](mailto:2021130032@polteksahid.ac.id)<sup>2</sup>,  
[mardiyanto@gmail.com](mailto:mardiyanto@gmail.com)<sup>3</sup>, [yulianti@polteksahid.ac.id](mailto:yulianti@polteksahid.ac.id)<sup>4</sup>, [sahlan@polteksahid.ac.id](mailto:sahlan@polteksahid.ac.id)<sup>5</sup>,  
[yanti@polteksahid.ac.id](mailto:yanti@polteksahid.ac.id)<sup>6</sup>

Diajukan 26-08-2024	Direvisi 26-08-2024	Diterima 28-08-2024
------------------------	------------------------	------------------------

### ABSTRACT

Indonesia is rich in culture and fauna diversity, especially fish, consisting of 8500 species; 1300 species live in freshwater ecosystems, 45% of the total global species worldwide. Habitat loss is a significant threat to Indonesia's rich biodiversity. Several remaining natural areas, inside and outside protected areas, show worrying conditions and tend to be irreversible. Freshwater ecosystems are under the most pressure. To better understand the richness of fish diversity, we must study a lot and seek more intensive scientific information. The systematic collection at the Bogor Zoological Museum provides information on basic reference materials for biodiversity inventory and monitoring in Indonesia. The Zoological Museum plays an active role in providing reference materials for scientific collections. It can access other data from habitat, geography, and environmental data, which is an integrated component of Indonesia's biodiversity conservation strategy.

**Keywords:** Zoological Museum, Education, Tourist Attraction

### ABSTRAK

Indonesia selain kaya akan budaya Indonesia juga kaya akan keanekaragaman fauna, khususnya ikan, terdiri dari 8500 jenis, 1300 jenis hidup di ekosistem air tawar, merupakan 45% dari jumlah jenis global di dunia. Kehilangan habitat adalah ancaman utama bagi kekayaan keanekaragaman hayati Indonesia. Beberapa kawasan alami yang tersisa, baik di dalam kawasan lindung ataupun di luar, menunjukkan kondisi yang mengkhawatirkan, bahkan cenderung tidak dapat dipulihkan. Ekosistem perairan air tawar paling banyak mendapat tekanan. Untuk lebih mengetahui kekayaan keanekaragaman ikan, harus banyak belajar dan mencari informasi ilmiah yang lebih intensif. Koleksi sistematik di Museum Zoologi Bogor menyediakan informasi mengenai materi acuan dasar akan inventaris keanekaragaman dan monitoring di Indonesia. Museum Zoologi berperan aktif dalam menyediakan bahan acuan koleksi ilmiah dan dapat diakses, data lain yang terhimpun berupa data habitat, geografi dan lingkungan. Hal tersebut merupakan suatu komponen yang terintegrasi dari strategi konservasi keanekaragaman hayati Indonesia.

**Kata Kunci:** Museum Zoologi, Edukasi, Daya Tarik Wisata

### PENDAHULUAN

Museum Zoologi Bogor adalah museum yang terletak di Bogor, memiliki koleksi yang berkaitan dengan dunia satwa seperti berbagai spesimen yang diawetkan maupun fosil hewan. Museum ini terbagi menjadi dua, salah satunya dibuka setiap hari untuk umum yang berisi ruang pameran terletak di Jalan Ir. H. Juanda No. 9 Bogor, atau tepatnya berada di dalam Kebun Raya Bogor. Museum yang satu lagi berfungsi sebagai tempat koleksi dan hanya dibuka untuk umum setahun sekali pada bulan Oktober, berada di Pusat Ilmu Pengetahuan Cibinong tepatnya di Jalan Raya Jakarta - Bogor Km.46 Cibinong, Bogor. Kedua bagian museum ini dikelola oleh Bidang Zoologi Pusat Penelitian Biologi-LIPI.

Museum Zoologi Bogor merupakan museum khusus yang didirikan pada 1894 atas gagasan dari J. C. Koningsberger dan diresmikan pada akhir Agustus 1901. Museum

Zoologicum Bogoriense atau sering disebut Museum Zoologi Bogor (MZB) merupakan museum khusus di bidang fauna atau binatang. J. C. Koningsberger merupakan seorang ahli botani Belanda serta salah satu perintis berdirinya Kebun Raya Bogor. Koleksi dari museum ini hasil dari pengumpulan J.C. Koningsberger yang sebagian berasal dari wilayah Indonesia dan sisanya dari beberapa negara. Pada awalnya museum diberi nama Landbouw Zoologisch Museum, kemudian pada 1906 berganti menjadi Zoologisch Museum. Empat tahun kemudian berganti lagi menjadi Zoologisch Museum en Laboratorium, antara tahun 1945-1947 lebih dikenal sebagai Museum Zoologicum Bogoriense dan akhirnya berganti menjadi Museum Zoologi Bogor.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian kualitatif sebagaimana yang diungkapkan menurut Sugiyono (2013) adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Objek penelitian dalam penelitian kualitatif mengacu pada situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen utama di antaranya, “tempat (place), pelaku (actors), dan aktivitas (activity)” (Sugiyono, 2013).

Situasi sosial tersebut dapat terjadi di rumah, tempat kerja, sekolah, wilayah dalam suatu negara atau apa saja. Situasi sosial tersebut dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin dipahami secara lebih mendalam mengenai apa yang terjadi di dalamnya. Objek penelitian ini yakni koleksi dan penyimpanan koleksi di Museum Zoologi Bogor. Data Penelitian ini diperoleh langsung dari tinjauan Lapangan yaitu wawancara langsung kepada petugas Museum Zoologi sehingga para Siswa-siswi kelas 7 TA. 2023-2024 SMP Jagakarsa Jakarta Selatan dapat memperoleh banyak informasi tentang koleksi spesimen yang awetkan maupun fosil hewan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Museum Zoologi Bogor menjadi peran penting dalam pameran museum sebagai edukasi dan daya tarik. Museum Zoologi Bogor yang berada di Kebun Raya Bogor adalah salah satu museum yang dapat menarik perhatian wisatawan Indonesia maupun manca Negara. Daya tarik wisata yang dimiliki Museum Zoologi Bogor diharapkan dapat menjadikan Museum Zoologi Bogor menjadi pilihan masyarakat dalam berwisata. Museum Zoologi Bogor memiliki daya tarik wisata tersendiri untuk menarik wisatawan berkunjung selain jumlah koleksi yang dimiliki museum ini, kerangka ikan paus yang dipamerkan di museum diharapkan dapat menjadi atraksi wisata yang diminati pengunjung untuk dapat berkunjung ulang ke Museum Zoologi Bogor. Dalam usaha mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan dan layanan kepada pengunjung, pengelola perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi daya tarik dan motivasi kunjung ulang wisatawan ke Museum Zoologi Bogor.

Saat memasuki museum, akan melewati sebuah lorong yang kanan-kirinya terpajang foto-foto para peneliti Bidang Biologi-LIPI, serta informasi-informasi mengenai penelitian-penelitian yang dilakukan. Bagian langit-langitnya menjuntai beberapa poster bertuliskan *Museum Zoologicum Bogoriense*. Bercat putih pada dinding, kuning gading pada kusen-kusen, serta biru pada beberapa bagian garis dinding, membuat bangunan ini klasik.

Pada awalnya, bangunan bergaya arsitektur Hindia-Belanda yang didirikan tahun 1894 ini merupakan Laboratorium Zoologi. Bangunan yang bernama *Landbouw Zoologisch*



*Laboratorium* ini merupakan hasil gagasan dari J.C Koningsberger, seorang ahli botani kebangsaan Belanda. Fungsi utama gedung ini sebagai laboratorium penelitian hewan pengganggu tanaman pertanian. Namun, tahun 1901 didirikanlah gedung baru sebagai ruang koleksi, ruang pameran, ruang kerja dan laboratorium.

Nama gedung ini terus berganti dari tahun ke tahun seiring perubahan fungsinya. Lebih dari sepuluh kali gedung ini berganti nama, yaitu *Landbouw Zoologisch Museum* (1896), *Zoologisch Museum and Wekplaats* (1909), *Zoologisch Museum and Laboratorium* (1910), *Dobutsu Hakubutsukan* (1942), *Zoologisch Museum and Laboratorium* (1946), *Museum Zoologicum Bogoriense* (1947), *Lembaga Museum Zoologicum Bogoriense* (1955), *Museum Zoologicum Bogoriense* (1962), Balai Penelitian dan Pengembangan Zoologi (1987), dan terakhir Museum Zoologi Bogor (2000-sekarang).

### **Event Kunjungan Siswa Siswi SMP Jagakarsa Jakarta Selatan**

Museum Zoologi banyak dikunjungi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Museum Dometik di dominasi para pelajar sebagai edukasi mata pelajaran biologi. Pada hari Kamis, Tanggal 02 November 2023, siswa siswi Kelas 7 Tahun ajaran 2023/2024 SMP Jagakarsa Jakarta Selatan berkunjung ke Museum Zoologi Bogor. Banyak ilmu yang diperoleh yang berkaitan dengan mata pelajaran biologi. Sebelumnya para siswa siswi diberikan lembar pertanyaan untuk diisi dengan apa yang berkaitan dengan penjelasan pemandu dan isi dari museum zoologi, setiap siswa siswi wajib untuk mengisinya setelah selesai dikumpulkan kepada Wali Kelasnya masing-masing. Pengisian lembar pertanyaan ini sebagai tolak ukur dari pemahaman atas penjelasan dan isi dari museum zoologi tersebut, serta tidak hanya isi yang terdapat di dalam museum zoologi tersebut tetapi juga pohon-pohon yang berada di sekitaran museum zoologi. Para siswa siswi aktif dan antusias dalam mendengarkan penjelasan tersebut dan mengelilingi museum zoologi baik di dalam museum maupun diluar museum yang berada disekitar museum zoologi. Selain edukasi di Museum Zoologi, kami juga mengadakan games antar kelas untuk lebih memeriahkan suasana.

### **Koleksi Museum Zoologi Bogor**

Setiap wisatawan yang hendak berkunjung ke Museum Zoologi untuk menyaksikan koleksi spesimen yang awetkan maupun fosil hewan. Museum Zoologi Bogor terletak di Jalan Ir. H. Juanda No. 9 Bogor dan dikelola oleh Bidang Zoologi Pusat Penelitian Biologi-LIPI. Menempati salah satu sudut KRB, museum ini memiliki luas bangunan sekitar 750 meter persegi dengan lahan seluas 1500 meter persegi. Museum ini menjadi tempat penyimpanan koleksi spesimen awetkan maupun fosil hewan, sehingga cocok untuk dikunjungi jika ingin mengenal keanekaragaman hewan terutama yang ada di Indonesia.

Didalam museum terdapat banyak ruangan-ruangan dengan berbagai koleksi spesimen meliputi berbagai kategori, yaitu Mamalia, Burung, Ikan, Reptil dan Amphibi, Serangga, Moluska, dan Invertebrata lainnya. Semuanya terpajang dengan rapih dan teratur baik dilemari-lemari kayu berkaca, ditengah dan sudut ruangan, hingga didinding-dindingnya. Sayangnya, pencahayaan yang kurang terang sehingga menjadikan ruangan terasa remang-remang cenderung agak gelap.

### **Fasilitas Rental Kebun Raya Bogor**

Untuk lebih menarik minat pengunjung Kebun Raya Bogor juga menyediakan;

1. Fasilitas Rental Kebun Raya, yaitu;
  - a. Golf Car  
4 Seat Rp 350.000/jam

- 
- 6 Seat Rp 450.000/jam
  - b. Shuttle Bus  
Senin-Minggu dan Hari Libur Rp 35.000/jam
  - c. Sepeda  
Sepeda MTB  
Rp 20.000/jam  
Sepeda Keranjang  
Rp 20.000/jam
  - d. Scooter Listrik  
Senin-Minggu dan Hari Libur  
Rp 55.000/jam
  - e. Tour de Kebun Raya  
Harga  
Rp 35.000/pax  
Rute
    - 1) Historical Site
    - 2) Interisting Spot
    - 3) Eco Tree
2. Thematic Rental Venue Kebun Raya Bogor
- Kebun Raya merupakan lahan hijau terbuka yang memiliki suasana sejuk dan menyenangkan. Selain sebagai area konservasi, di dalam area kebun raya juga terdapat area-area hijau yng dapat digunakan sebagai sarana beraktifitas, misalnya gathering, olahraga, outbond, dan lain-lain. Berikut ini adalah daftar area dan harga sewa lahan yang dapat digunakan, diantaranya yaitu:
- a. Cappelan Avenue  
Rp 20.000.000/8 jam  
Ukuran : 91x73 m  
Kapasitas : 1500 pax  
Fasilitas : Listrik 4A
  - b. Melchior Avenue  
Rp 5.000.000/8 jam  
Ukuran : 60 x 50 m  
Kapasitas : 250 pax  
Fasilitas : Listrik 4A
  - c. Reinwardt Avenue  
Rp 20.000.000/ 8 jam  
Ukuran : 18.200 m<sup>2</sup>  
Kapasitas : 1500 pax  
Falitas : Listrik 4A
  - d. Otto Avenue  
Rp. 3.000.000/ 8 jam  
Ukuran : 28 x 31 m  
Kapasitas : 100 pax  
Fasilitas : Listrik 4A

Tabel 1. Jumlah Siswa Siswa Kelas 7A, 7B, 7C, 7D, 7E SMP Jagakarsa – Jakarta Selatan  
Tahun Ajaran 2023/2024

No.	Kelas	Jumlah Siswa
1	7A	35
2	7B	36
3	7C	34
4	7D	34
5	7E	35
<b>TOTAL SISWA</b>		<b>174</b>



Gambar 1. Koleksi spesimen-spesimen di Museum Zoologi



Gambar 2. Koleksi museum yang dipajang di dinding



Gambar 3. Foto Bersama Siswa

## SIMPULAN

Museum Zoologi Bogor merupakan salah satu museum peninggalan jaman Belanda yang saat ini masih berdiri. Umurnya yang sudah mencapai lebih dari 100 tahun menjadikan Museum Zoologi Bogor menjadi salah satu museum tertua di Indonesia. Museum ini memiliki beragam koleksi fauna yang diawetkan. Selain menampilkan koleksi fauna yang diawetkan, museum ini juga menjadi lembaga besar yang meliputi penelitian zoologi di bawah naungan Pusat Penelitian Biologi-LIPI. Walaupun umurnya yang sudah terbilang tua. Museum ini merupakan Tempat yang mengoleksi spesimen hewan mati untuk kepentingan pendidikan dan penelitian. Museum Zoologi dapat berperan dalam melestarikan keanekaragaman hayati Indonesia dengan menyediakan bahan acuan koleksi ilmiah, data habitat, geografi, dan lingkungan.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memberikan rekomendasi untuk para pembaca atau peneliti yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan tentang Museum Zoologi Bogor, semoga tulisan ini dapat membantu sebagai referensi terhadap tulisan-tulisan berikutnya. Hanya saja selain kelebihan yang penulis tampilkan tentang Museum Zoologi, masih ada kekurangan yaitu, masih perlunya ditingkatkan lagi sarana dan prasarana yang lebih mendukung sehingga lebih dapat menarik minat dan perhatian para pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariefana, P. (2021, October 11). *4 Info Penting Museum Zoologi Bogor, Termasuk Harga Tiket Masuk*. Retrieved from [suarabogor.id: https://bogor.suara.com/read/2021/10/11/193252/4-info-penting-museumzoologi-bogor-termasuk-harga-tiket-masuk?page=all](https://bogor.suara.com/read/2021/10/11/193252/4-info-penting-museumzoologi-bogor-termasuk-harga-tiket-masuk?page=all)
- Damaledo, Y. D. (2018, Oktober 10). *Pemerintah Dorong Minat Generasi Milenial untuk Kunjungi Museum*. Retrieved from [tirto.id: https://tirto.id/pemerintah-dorong-minat-generasi-milenial-untukkunjungi-museum-c52D](https://tirto.id/pemerintah-dorong-minat-generasi-milenial-untukkunjungi-museum-c52D)
- Eko Titis Prasongko, S. (2008). *Keanekaragaman Fauna di Indonesia*. Semarang: ALPRIN.



- 
- Hafidz, H. (2018, December 10). *Sejarah Museum Zoologi Bogor Lengkap dengan Koleksinya*. Retrieved from Sejarah Lengkap: <https://sejarahlengkap.com/bangunan/sejarah-museum-zoologi-bogor>
- Hendrik, H. (2020). TIDAK ADA WAKTU: STUDI TENTANG ALASAN TIDAK MENGUNJUNGI MUSEUM. *Jurnal Kebudayaan Volume 15 Nomor 1/2020*, 27-40.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (17thed.)*. Bandung: Alfabeta.



## Evaluasi Penerapan Strategi Pemberian Voucher Diskon Layanan Spa Pada Wisatawan Lokal dan Asing di Primebiz Hotel Kuta Bali

Mita Purnamasari<sup>1\*</sup>, Abi Saptadinata<sup>2</sup>, Nuryadina Augusrini<sup>3</sup>, Yoshi Indriani<sup>4</sup>,  
Zayyini Nahdlah<sup>5</sup> Pricilla Naomi<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Politeknik Sahid

Email: [mita@polteksahid.ac.id](mailto:mita@polteksahid.ac.id)<sup>1</sup>, [abisaptadinata@polteksahid.ac.id](mailto:abisaptadinata@polteksahid.ac.id)<sup>2</sup>,  
[nuryadina@polteksahid.ac.id](mailto:nuryadina@polteksahid.ac.id)<sup>3</sup>, [yoshiindriani@polteksahid.ac.id](mailto:yoshiindriani@polteksahid.ac.id)<sup>4</sup>,  
[zayyini@polteksahid.ac.id](mailto:zayyini@polteksahid.ac.id)<sup>5</sup>, [2020147024@polteksahid.ac.id](mailto:2020147024@polteksahid.ac.id)<sup>6</sup>

Diajukan 26-08-2024	Direvisi 26-08-2024	Diterima 28-08-2024
------------------------	------------------------	------------------------

### ABSTRACT

Identify the characteristics of local and foreign tourists using spa discount vouchers at PrimeBiz Hotel Kuta. Evaluate the effectiveness of the promotional strategy using discount vouchers in increasing the number of local and foreign tourists using spa vouchers. Identify factors that hinder the effectiveness of the promotional strategy with discount vouchers implemented by the hotel. The type of research used in this study is descriptive qualitative. Data processing in this research uses triangulation, including source, method, and time triangulation. Data collection techniques include observation, interviews, and document studies. Local tourists using spa discount vouchers at PrimeBiz Hotel Kuta are typically aged 25-45, predominantly female, with middle to upper-middle incomes, seeking relaxation after a busy urban lifestyle. Foreign tourists, aged 30-50, are mostly female from countries with strong self-care cultures such as Japan, South Korea, and European countries. They tend to seek unique and authentic spa experiences. Both groups show high satisfaction levels and often recommend the spa services. The strategy of offering discount vouchers for spa services at PrimeBiz Hotel Kuta has effectively increased interest and usage of these facilities among local and foreign tourists, with usage rates ranging from 24-36% of the vouchers distributed. Despite challenges such as high service costs and limited usage time, discount vouchers create a sense of urgency and higher perceived value, encouraging tourists to use the services during their stay. This indicates that discounts not only attract short-term interest but also have the potential to build customer loyalty through positive experiences. Significant barriers include the perceived high cost of services, the non-essential nature of spa services, and competition from free hotel amenities such as swimming pools. These factors contribute to why many local and foreign tourists are reluctant to use the spa facilities.

**Keywords:** service, promotion, spa, discount vouchers

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui karakteristik wisatawan lokal dan asing , serta mengevaluasi efektifitas penerapan strategi promosi dengan menggunakan voucher diskon yang dilakukan hotel dalam meningkatkan jumlah wisatawan lokal dan asing yang pengguna voucher SPA serta untuk mengetahui faktor menghambat efektifitas penerapan strategi promosi dengan menggunakan voucher diskon yang dilakukan hotel. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. pengolahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi, yaitu triangulasi data, sumber, metode, dan waktu. Sedangkan teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan studi dokumen. Wisatawan lokal yang menggunakan voucher diskon spa di PrimeBiz Hotel Kuta umumnya berusia 25-45 tahun, mayoritas perempuan dengan pendapatan menengah ke atas, yang mencari relaksasi setelah gaya hidup sibuk. Sementara wisatawan asing, berusia 30-50 tahun, mayoritas perempuan dari negara dengan budaya perawatan diri seperti Jepang, Korea Selatan, dan negara Eropa, cenderung mencari pengalaman spa yang unik dan autentik. Kedua kelompok menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dan sering merekomendasikan layanan spa. Strategi pemberian voucher diskon untuk layanan SPA di Primebiz hotel Kuta telah berhasil meningkatkan minat dan penggunaan fasilitas tersebut di kalangan wisatawan lokal dan asing hotel berkisar 24-36% dari voucher yang di bagikan ke wisatawan lokal dan asing hotel. Meskipun ada tantangan seperti harga layanan yang tinggi dan waktu penggunaan yang terbatas, voucher diskon menciptakan rasa urgensi



dan persepsi nilai yang lebih tinggi, mendorong wisatawan lokal dan asing untuk memanfaatkan layanan tersebut selama menginap. Ini menunjukkan bahwa pemberian diskon bukan hanya menarik minat jangka pendek, tetapi juga berpotensi membangun loyalitas pelanggan melalui pengalaman positif yang dihasilkan. masih ada beberapa hambatan yang signifikan. Biaya layanan yang dianggap tinggi, layanan SPA yang tidak dianggap sebagai kebutuhan utama, dan persaingan dengan fasilitas hotel gratis seperti kolam renang menjadi alasan utama mengapa banyak wisatawan lokal dan asing enggan menggunakan fasilitas spa.

**Kata Kunci:** layanan, Promosi, spa, voucher potongan

## PENDAHULUAN

Bali sebagai destinasi wisata global yang menarik jutaan wisatawan dari dalam dan luar negeri setiap tahun. Bali menjadi tujuan favorit berkat keindahan alam, budaya yang kaya, dan keramahan penduduknya. Pasca pandemi, Bali mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan lokal yang signifikan. Di sisi lain, wisatawan mancanegara juga mulai kembali memadati Bali seiring dengan pulihnya sektor pariwisata global. Wisatawan dari Australia, Tiongkok, dan Eropa menjadi mayoritas yang datang. Pada tahun 2023, Bali mencatat kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 5 juta orang. Pada bulan Desember 2023 saja, terdapat 481.646 kunjungan wisatawan mancanegara, meningkat 19,47% dibandingkan bulan sebelumnya. Proyeksi untuk tahun 2024 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali dapat mencapai 7 juta orang. Wisatawan dari Australia mendominasi kedatangan dengan share sebesar 25,70% pada bulan Desember 2023. Kuta, sebagai salah satu kawasan paling populer di Bali, menjadi pusat keramaian dengan banyaknya wisatawan yang berkumpul di area ini.

Terlepas dari pengembangan industri yang terus meningkat, industri perhotelan didorong untuk ikut bergerak dan menyesuaikan pelayanan mereka berdasarkan tren yang sedang berlangsung demi menghadapi tantangan dan persaingan. Untuk mengantisipasi permasalahan tersebut, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan memiliki keunikannya masing-masing untuk tetap bersaing, memiliki strategi pemasaran yang baik, serta menyediakan pelayanan dan fasilitas yang lengkap. Hotel juga harus siap untuk mendengarkan dan menyediakan kebutuhan para wisatawan lokal dan asingnya yang berubah tiap harinya. Industri perhotelan harus mengetahui dan melakukan upaya dalam mendengarkan suara wisatawan lokal dan asing tentang kebutuhan (customer need) dan keinginan (customer want) para wisatawan lokal dan asingnya. Industri perhotelan yang bergantung pada wisatawan lokal dan asing untuk menyewa dan menggunakan fasilitas yang disediakan harus dapat berusaha memberikan kesan yang berbeda terhadap produk jasa serta pelayanan yang diberikan kepada para wisatawan lokal dan asingnya.

Menambah fasilitas menjadi salah satu cara hotel untuk terus bersaing di industri perhotelan yang terus berkembang sekarang. "Fasilitas merupakan suatu penyedia berbagai perlengkapan yang berbentuk fisik memberikan kemudahan kepada para konsumen yang menggunakan jasa hotel, melaksanakan berbagai aktivitas atau kegiatan sehingga kebutuhan konsumen selama menginap terpenuhi", (Srijani & Hidayat, 2017). Hotel yang memiliki fasilitas yang lengkap dapat menjadi suatu nilai tambah karena telah berhasil memuaskan wisatawan lokal dan asingnya. Fasilitas utama yang disediakan hotel yakni kamar hotel dengan seluruh perlengkapan yang disediakan didalamnya, dengan fasilitas seperti restoran, kolam renang dan gym sebagai fasilitas pendukung hotel. Menurut (Wisman Ronny Okvianto, 2020) "Fasilitas dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu: Fasilitas Fisik yang berupa benda atau segala sesuatu yang dapat dibedakan dan mempunyai peran dalam memudahkan dan melancarkan suatu usaha, dan Fasilitas non Fisik yang berupa suatu benda mati dan mempunyai peran untuk mendukung suatu usaha

seperti, wifi, air, dll". Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dapat ditunjukkan jika fasilitas hotel buruk maka kepuasan pelanggan menurun dan sebaliknya (Juliana et al., 2021). Oleh karena itu, setiap bisnis diharapkan mampu untuk terus memberi kepuasan kepada konsumen sebagai cara untuk menaklukkan persaingan bisnis (Harwindito, Lovendang, & Dyahjatmayanti, 2019). Perusahaan tentunya akan menjadi sukses jika dapat menentukan target dan program pasar yang tepat (Rini, Maryetti, & Andryani, 2019).

PrimeBiz Hotel merupakan hotel berbintang 4 yang terletak di Jl. Raya Kuta No.66, hotel telah berdiri pada tahun 2013 ini dekat dengan berbagai atraksi wisata seperti pantai Kuta, pusat perbelanjaan, dan berbagai restoran serta tempat hiburan malam. Lokasinya yang strategis memudahkan wisatawan untuk menjelajahi keindahan Bali. Industri perhotelan, bagian integral dari pariwisata, menyediakan akomodasi bagi pebisnis dan wisatawan. Hotel kini semakin penting sebagai tempat menginap untuk berbagai keperluan. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan lokal dan asing hotel memperluas fasilitas dan layanan, seperti menambahkan kolam renang, pusat kebugaran dan Spa.

Primebiz hotel Kuta menyediakan tidak hanya jasa penginapan tetapi juga fasilitas yang lengkap seperti restoran yang menyediakan makanan lokal dan internasional, kolam renang, peminjaman sepeda, ruang pertemuan, sauna dan SPA untuk para wisatawan lokal dan asing mereka yang beristirahat. Sebagai hotel yang berlokasi hanya 2 km dari pantai Kuta. Primebiz hotel Kuta menjadi salah satu pilihan bagi para wisatawan lokal dan asing yang ingin berekreasi dan bersantai. Salah satu fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan relaksasi wisatawan lokal dan asing adalah SPA.

SPA didefinisikan sebagai suatu cara penatalaksanaan kesehatan dengan menggunakan air dalam berbagai bentuk untuk mengobati suatu penyakit atau untuk mempertahankan kesehatan suatu individu. (Mardirita & Faidah, 2021). SPA menjadi suatu tempat yang menyediakan pelayanan untuk meningkatkan kesehatan tubuh, jiwa dan pikiran. Fasilitas SPA yang berlokasi didalam hotel menyediakan jasa layanan pijit dan perawatan kecantikan kulit. Tujuan dari fasilitas SPA selain untuk mencari untuk, fasilitas ini juga bertujuan untuk memberikan rasa relaksasi kepada para wisatawan lokal dan asing.

Pelayanan SPA yang kembali meningkat setelah masa pandemi, Primebiz hotel mencoba menarik kembali perhatian para konsumen yang menikmati pelayanan SPA dengan melakukan promosi. Promosi merupakan elemen baruan yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan suatu merek dan produk perusahaan (Prasetio & Laturette, 2017). Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan, kebijakan, dan aturan yang memberikan arah bagi upaya pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu. (Assauri, 20013) Strategi ini harus disusun berdasarkan analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Setiap perusahaan perlu menganalisis kekuatan dan kelemahannya untuk memperkuat strategi pemasaran dan mengatasi kelemahan melalui inovasi. Strategi pemasaran adalah langkah untuk mewujudkan rencana pemasaran yang telah dirancang, dengan mempertimbangkan perubahan lingkungan dan persaingan yang terus berkembang.

Promosi adalah bagian dari komunikasi yang terdiri dari pesan perusahaan yang didesain untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (awareness), ketertarikan (interest), dan berakhir dengan tindakan pembelian (purchase) yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan (Kotler, 201). Demi meningkatkan pengunjung untuk menggunakan fasilitas layanan SPA yang tersedia, Primebiz hotel Kuta mencoba untuk melakukan promosi, sebagai upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan menarik para wisatawan lokal dan asing hotel yang sedang beristirahat untuk menggunakan salah satu

fasilitas yang disediakan. salah satu cara promosi yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan voucher diskon bagi para wisatawan lokal dan asing yang tertarik dengan layanan pijat. Dalam kegiatan ini hotel berusaha untuk mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon wisatawan lokal dan asing yang baru.

Pelayanan SPA kurang dipandang menjadi kebutuhan utama para wisatawan lokal dan asing yang menginap di hotel selain harga dapat membuat para wisatawan lokal dan asing berpikir ulang untuk menggunakan layanan tersebut. Maka dari itu voucher menjadi salah satu media promosi yang dipilih Primebiz hotel untuk membantu menarik kembali minat dan memperkenalkan fasilitas pelayanan SPA yang disediakan Primebiz hotel . Voucher sebagai alat promosi diberikan kepada konsumen sebagai tambahan yang dapat ditukar dengan jasa yang disediakan. Voucher pada umumnya adalah sebuah potongan harga. Terkadang Voucher dapat diberikan kepada para konsumen sebagai rasa dan ucapan terima kasih atas loyalitas mereka karena sudah memilih dan menggunakan layanan atau barang yang disediakan. Konsumen yang menerima voucher dapat meningkatkan rasa ketertarikan mereka untuk datang kembali dan membantu mempromosikan dengan menceritakan pengalaman positifnya kepada orang terdekat atau dengan meninggalkan ulasan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendalami fakta dalam kehidupan masyarakat, menyempurnakan teori, memverifikasi data, serta mengamati kronologi sejarah. peneliti dapat memahami subjek dan merasakan pengalaman yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif melibatkan peneliti secara langsung, memungkinkan pemahaman yang mendalam tentang konteks, situasi, dan setting alami dari fenomena yang diteliti. Setiap fenomena dipandang sebagai sesuatu yang unik karena terkait dengan konteks yang berbeda.

Metode ini tidak memerlukan pola matematik, statistik, atau komputer. Prosedur penelitian dilakukan tanpa menggunakan angka dalam pengumpulan data dan penguraian hasil (Mamik, 2015). penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara memaparkan, menguraikan, atau melukiskan kesimpulan. (Muhammad, 2021). Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami suatu konteks secara mendalam, dengan menggambarkan secara rinci kondisi alami yang ada. Hal ini bertujuan untuk memahami apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. metode pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang relevan dengan penelitian. terdapat empat tahap dalam studi pustaka: menyiapkan alat-alat yang diperlukan, menyiapkan bibliografi kerja, mengorganisasikan waktu, serta membaca dan mencatat bahan penelitian. Data dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya. Metode analisis yang digunakan adalah analisis konten dan analisis deskriptif. Bahan pustaka yang diperoleh dianalisis secara kritis dan mendalam untuk mendukung proposisi dan gagasan yang diusulkan. ( Zed ,2004).

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi data primer seperti observasi dan wawancara, serta data sekunder berupa studi dokumen. Observasi adalah aktivitas pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan indra penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan, dan jika perlu, pengecap. Instrumen observasi dalam penelitian kualitatif biasanya berupa panduan observasi, tes, angket, foto, video, dan rekaman suara yang melengkapi data hasil wawancara (Zakariah, Afriani, & Zakariah, 2020). wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih untuk

mendapatkan informasi atau pemahaman mengenai suatu masalah dengan pola tanya jawab yang terstruktur. Peneliti menggunakan wawancara mendalam untuk menggali informasi lebih spesifik dan mendapatkan jawaban yang bervariasi dari narasumber (Dudi, 2021), Studi dokumen digunakan sebagai pelengkap dari prosedur pengumpulan data lainnya dan dapat berupa dokumen pribadi atau dokumen resmi (Mardawani, 2020).

Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa teknik analisis data yang digunakan untuk memastikan akurasi dan kredibilitas hasil penelitian. Teknik-teknik ini melibatkan berbagai metode untuk memverifikasi dan memperkuat temuan penelitian. Berikut adalah beberapa teknik yang umum digunakan: (1) Triangulasi data melibatkan penggunaan berbagai sumber data, teori, teknik analisis, dan peneliti untuk menguatkan hasil penelitian. Teknik ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman tentang fenomena yang diteliti dengan melihatnya dari berbagai sudut pandang. Dengan menerapkan triangulasi, peneliti dapat memastikan bahwa hasil penelitian tidak bias dan lebih representatif. (2) Member checking adalah proses di mana hasil wawancara atau data yang dikumpulkan dikonfrontasikan kembali dengan partisipan penelitian. Partisipan diminta untuk membaca, mengoreksi, atau mengonfirmasi hasil data yang telah disusun oleh peneliti. Teknik ini membantu memastikan bahwa interpretasi dan kesimpulan peneliti akurat dan sesuai dengan pengalaman dan perspektif partisipan. (3) Auditing melibatkan keterlibatan pihak luar atau ahli untuk memverifikasi hasil penelitian. Auditor menilai apakah hasil penelitian benar-benar mencerminkan kondisi atau situasi yang diobservasi (grounded) dan apakah kesimpulan yang diambil logis. Teknik ini juga mengevaluasi apakah strategi yang digunakan dalam penelitian efektif dalam meningkatkan kredibilitas temuan. Auditor berperan penting dalam mengkonfirmasi dan menilai keakuratan serta validitas hasil penelitian. Teknik-teknik ini dirancang untuk meningkatkan kredibilitas dan akurasi hasil penelitian kualitatif, memastikan bahwa temuan yang diperoleh benar-benar mencerminkan fenomena yang diteliti dan dapat dipercaya. (Williams & Moser, 2019).

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menyusun kedalam pola, dan membuat. Teknik analisis data pada penelitian ini dengan analisis data sebelum dilapangan, analisis data pada saat dilapangan dan sesudah dilapangan melalui tahapan (1) reduksi data (2) penyajian data (3) verifikasi (4) uji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber dengan metode yang sama. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan yang didukung oleh bukti yang valid dan kuat kesimpulan (Sugiyono, 2016).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan observasi serta wawancara dengan manajer, supervisor, dan terapis di Primebiz hotel Kuta. Layanan spa Escape Spa yang berlokasi di lantai 5 PrimeBiz Hotel Kuta untuk jam operasional mulai pukul 14.00 sampai 22.00 wita dengan menyediakan beragam pilihan perawatan, pijat dan durasi yang disesuaikan kebutuhan wisatawan.



Gambar 1. Daftar Harga Fasilitas SPA  
 (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024)

Pemberian voucher diskon kepada wisatawan lokal dan asing hotel merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan Primebiz hotel Kuta untuk meningkatkan penggunaan layanan SPA. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk menarik minat wisatawan lokal dan asing, tetapi juga untuk mendorong mereka menggunakan layanan yang ditawarkan selama masa menginap. Voucher diskon ini berlaku terbatas, baik dari segi jumlah potongan harga maupun masa berlakunya, sehingga wisatawan lokal dan asing merasa perlu segera memanfaatkannya sebelum masa berlaku habis.

Ditemukan berapa temuan wisatawan lokal dalam menggunakan voucher Spa. Wisatawan lokal yang memanfaatkan voucher diskon spa umumnya berada dalam rentang usia 25-45 tahun, kelompok usia yang cenderung lebih sadar akan pentingnya kesehatan dan relaksasi. Mayoritas pengguna voucher ini adalah perempuan, yang lebih tertarik pada layanan perawatan diri dan kecantikan. Wisatawan lokal dengan pendapatan menengah ke atas lebih cenderung memanfaatkan voucher diskon spa, karena mereka memiliki daya beli yang lebih tinggi dan kesadaran akan pentingnya perawatan kesehatan. Selain itu, wisatawan lokal yang sering mengunjungi spa biasanya adalah mereka yang tinggal di daerah perkotaan dan memiliki gaya hidup sibuk, sehingga membutuhkan waktu untuk relaksasi. Berdasarkan tingkat kepuasan wisatawan lokal terhadap layanan spa dengan voucher diskon cukup tinggi, terutama jika layanan tersebut memenuhi harapan mereka dalam hal kualitas dan kenyamanan. Kepuasan ini berkontribusi pada loyalitas mereka untuk kembali menggunakan layanan spa di masa mendatang. Sedangkan

Wisatawan asing yang memanfaatkan voucher diskon spa umumnya berada dalam rentang usia 30-50 tahun, kelompok usia yang cenderung mencari pengalaman relaksasi

dan perawatan kesehatan selama liburan. Sama seperti wisatawan lokal, mayoritas pengguna voucher diskon spa adalah perempuan, namun ada juga peningkatan jumlah pria yang tertarik pada layanan spa. Wisatawan asing yang paling banyak memanfaatkan voucher diskon spa berasal dari negara-negara dengan budaya perawatan diri yang kuat, seperti Jepang, Korea Selatan, dan negara-negara Eropa. Selain itu, wisatawan asing yang tinggal lebih lama di Bali, seperti mereka yang berlibur selama lebih dari satu minggu, lebih cenderung memanfaatkan voucher diskon spa untuk mengisi waktu luang mereka. Wisatawan asing lebih tertarik pada layanan spa yang menawarkan pengalaman unik dan autentik, seperti pijat dengan minyak esensial lokal dan perawatan tubuh yang menggunakan bahan-bahan alami dari Bali. Mereka juga cenderung memilih paket perawatan yang lebih panjang dan komprehensif. Wisatawan asing juga menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan spa dengan voucher diskon. Mereka menghargai keramahan staf, kualitas perawatan, dan suasana spa yang menenangkan. Kepuasan ini sering kali mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan spa kepada teman dan keluarga mereka.

Selain itu Efektivitas penggunaan voucher kelangkaan atau keterbatasan ketersediaan suatu barang atau layanan dapat meningkatkan persepsi nilai dan keinginan untuk memperoleh barang atau layanan tersebut. Strategi pemberian voucher dengan masa berlaku terbatas di Primebiz hotel Kuta memanfaatkan prinsip ini. Ketika wisatawan lokal dan asing merasa bahwa mereka harus segera menggunakan voucher tersebut sebelum masa berlakunya habis, hal ini menciptakan urgensi yang mendorong keputusan pembelian cepat. Ini merupakan strategi yang di terapkan hotel untuk Penciptaan Rasa Urgensi dan Kelangkaan, Voucher diskon yang diberikan oleh Primebiz hotel Kuta hanya berlaku selama wisatawan lokal dan asing menginap. Dengan menetapkan batasan waktu ini, hotel menciptakan rasa urgensi, yang mendorong wisatawan lokal dan asing untuk segera menggunakan layanan SPA agar voucher tidak hangus.

Selain itu Penyesuaian Harga dengan Diskon, Harga layanan yang tetap kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan juga menjadi faktor penting. Dengan harga terendah Rp 100.000 dan tertinggi Rp 350.000, wisatawan lokal dan asing diberikan pilihan sesuai dengan anggaran dan preferensi mereka. Diskon yang diberikan melalui voucher memastikan bahwa layanan tersebut lebih terjangkau, namun tetap memberikan pengalaman yang memuaskan. Hal ini sejalan dengan teori persepsi nilai, di mana konsumen cenderung lebih menghargai produk atau layanan yang ditawarkan dengan potongan harga, karena mereka merasa mendapatkan penawaran yang lebih baik. Diskon atau potongan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi nilai pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih menghargai produk atau layanan yang ditawarkan dengan diskon, karena mereka merasa mendapatkan "lebih banyak" dari yang mereka bayarkan. Dalam konteks Primebiz hotel Kuta, voucher diskon untuk layanan SPA memberikan nilai tambah bagi wisatawan lokal dan asing, karena mereka dapat menikmati layanan berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau. Ini tidak hanya meningkatkan peluang penggunaan layanan, tetapi juga memperkuat persepsi positif terhadap hotel secara keseluruhan.

Pengalaman Positif dan Loyalitas Pelanggan Hotel mengharapkan bahwa dengan memberikan pengalaman yang memuaskan melalui layanan SPA, wisatawan lokal dan asing akan merasa lebih puas dan termotivasi untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa mendatang. Pengalaman positif ini tidak hanya akan mendorong wisatawan lokal dan asing untuk menggunakan voucher saat ini, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan, di mana wisatawan lokal dan asing yang puas cenderung kembali ke hotel di masa mendatang. Strategi ini juga mendukung upaya jangka panjang hotel dalam

menciptakan basis pelanggan yang setia. Pengalaman positif yang dihasilkan dari penggunaan voucher diskon diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut teori ini, kepuasan pelanggan dari pengalaman layanan yang baik akan mendorong mereka untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa mendatang. Dengan demikian, strategi pemberian voucher tidak hanya berfungsi sebagai insentif jangka pendek, tetapi juga sebagai investasi jangka panjang dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Primebiz hotel Kuta memberikan voucher diskon layanan SPA kepada wisatawan lokal dan asing sebagai upaya meningkatkan minat dan penggunaan fasilitas SPA. Tanggapan dari para wisatawan lokal dan asing umumnya positif, namun terdapat beberapa masukan penting beberapa wisatawan lokal dan asing mengajukan saran untuk memperpanjang masa berlaku voucher dan meningkatkan jumlah pemakaian untuk wisatawan lokal dan asing yang menginap lebih lama. Masukan ini penting bagi hotel untuk meningkatkan kepuasan wisatawan lokal dan asing di masa mendatang.

Meskipun begitu, pemberian voucher diskon dianggap sebagai strategi yang efektif untuk menarik perhatian wisatawan lokal dan asing, terutama bagi mereka yang belum pernah menggunakan fasilitas SPA. Berdasarkan wawancara dengan manajer, supervisor, dan terapis di Primebiz hotel Kuta, terdapat beberapa alasan utama mengapa para wisatawan lokal dan asing tidak berminat menggunakan fasilitas SPA meskipun telah diberikan voucher diskon. Biaya dianggap masih cukup tinggi terutama wisatawan lokal, berbeda dengan wisatawan asing. Wisatawan lokal mengalokasikan anggaran mereka untuk kebutuhan lain seperti akomodasi, makanan, transportasi, dan belanja barang bermerek yang dapat dipamerkan. Sifat layanan SPA yang tidak berwujud (intangibile) menjadi faktor utama yang menghambat minat wisatawan lokal. Fasilitas gratis seperti kolam renang dan pusat kebugaran lebih diminati karena tidak memerlukan biaya tambahan. Wisatawan lokal lebih memilih membelanjakan uang mereka untuk barang-barang yang dapat dilihat dan disentuh, dibandingkan dengan layanan pijat yang bersifat tidak berwujud (intangibile).

Tidak Dianggap Sebagai Kebutuhan Utama layanan SPA dianggap sebagai kebutuhan sekunder oleh para wisatawan lokal dan asing. Mereka lebih memprioritaskan kebutuhan utama seperti makanan dan transportasi, sehingga layanan pijat tidak dianggap penting dan tidak mendesak. Selain itu, batasan waktu dalam menggunakan layanan SPA membuatnya kurang menarik, terutama bagi wisatawan lokal yang datang berkelompok dan ingin bersantai bersama-sama.

Waktu yang Terbatas, waktu yang dibatasi untuk penggunaan fasilitas SPA menjadi kurang menarik bagi wisatawan lokal dan asing, terutama bagi mereka yang hanya menginap dalam waktu singkat atau datang dengan rombongan. Secara keseluruhan, tingginya biaya, anggapan bahwa layanan SPA bukanlah kebutuhan utama, dan persaingan dengan fasilitas hotel gratis adalah faktor utama yang membuat para wisatawan lokal dan asing enggan menggunakan fasilitas SPA di Primebiz hotel Kuta.

## **SIMPULAN**

Karakteristik wisatawan yang menggunakan voucher diskon PrimeBiz Hotel Kuta, ditemukan bahwa wisatawan lokal yang memanfaatkan voucher diskon spa umumnya berusia 25-45 tahun, mayoritas perempuan, dan memiliki pendapatan menengah ke atas. Mereka sering mengunjungi spa untuk relaksasi karena gaya hidup sibuk di perkotaan. Tingkat kepuasan mereka terhadap layanan spa dengan voucher diskon cukup tinggi, yang berkontribusi pada loyalitas mereka. Sementara itu, wisatawan asing yang memanfaatkan

voucher diskon spa umumnya berusia 30-50 tahun, mayoritas perempuan, dan berasal dari negara-negara dengan budaya perawatan diri yang kuat seperti Jepang, Korea Selatan, dan negara-negara Eropa. Mereka lebih tertarik pada layanan spa yang menawarkan pengalaman unik dan autentik, serta cenderung memilih paket perawatan yang lebih panjang. Wisatawan asing juga menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan spa, yang sering mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada teman dan keluarga.

Strategi pemberian voucher diskon untuk layanan SPA di Primebiz hotel Kutatelah berhasil meningkatkan minat dan penggunaan fasilitas tersebut di kalangan wisatawan lokal dan asing hotel berkisar 24-36% dari voucher yang di bagikan ke wisatawan lokal dan asing hotel. Meskipun ada tantangan seperti harga layanan yang tinggi dan waktu penggunaan yang terbatas, voucher diskon menciptakan rasa urgensi dan persepsi nilai yang lebih tinggi, mendorong wisatawan lokal dan asing untuk memanfaatkan layanan tersebut selama menginap. Ini menunjukkan bahwa pemberian diskon bukan hanya menarik minat jangka pendek, tetapi juga berpotensi membangun loyalitas pelanggan melalui pengalaman positif yang dihasilkan.

Meskipun strategi voucher diskon efektif dalam menarik perhatian sebagian wisatawan lokal dan asing, masih ada beberapa hambatan yang signifikan. Biaya layanan yang dianggap tinggi, layanan SPA yang tidak dianggap sebagai kebutuhan utama, dan persaingan dengan fasilitas hotel gratis seperti kolam renang menjadi alasan utama mengapa banyak wisatawan lokal dan asing enggan menggunakan fasilitas SPA. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa sementara strategi diskon bermanfaat, perlu ada penyesuaian lebih lanjut dalam penawaran layanan atau strategi pemasaran untuk mengatasi kendala tersebut dan meningkatkan tingkat penggunaan layanan SPA.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, S., & Perwithasari, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Pada Universitas Muhammadiyah Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.31000/jmb.v8i1.1890>
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Dumadi, D., Wulandari, H. K., & Syaifulloh, M. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Harga Tiket Terhadap Minat Pengunjung Wisata Pulau Cemara Brebes. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16(2), 409-418. <https://doi.org/10.32534/jv.v16i2.2139>
- Effendy, D. (2015). *Psikologi Konsumen*. Rajawali Pers.
- Exel, F., Akakip, D., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09(January), 485-500. <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33-54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 59-69. [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/3297-Article Text-8892-1-10-20220922.pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/3297-Article%20Text-8892-1-10-20220922.pdf)

- Harwindito, B., Lovendang, A. P., & Dyahjatmayanti, D. (2019). Penerapan Manajemen Komplain Pada Pelayanan Penumpang Maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Manajemen Dirgantara*
- Hidayat, M., Mitriani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Alfamart di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung. *Jurnal Manajemen*, 1(4), 67–78. <http://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1229>
- Hidayat, S., Suwena, I. K., & Dewi, N. G. A. S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Ke Museum Surabaya. *Jurnal IPTA*, 9(1), 54. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i01.p05>
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur*, 12, 4(2), 122. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Juliana, Agatha N, F. (2020). Pengaruh Desain Interior Terhadap Minat Pengunjung Di Restoran The Garden Pantai Indah Kapuk 20 (1), 28–34. Retrieved from <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2> Abstrak.Lingkungan. *Cakrawala*, 20(1), 28–34. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/7468-22611-1-PB.pdf
- Juliana, J., Tanujaya, T., & Nathaniel, N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Judicious*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.37010/jdc.v2i1.197>
- Juliansyah, E. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3(2), 19–37.
- Kasino Martowinangun, Devita Juniati Sri Lestari, K. (2019). *Pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan penjualan di cv. jaya perkasa motor rancaekek kabupaten bandung*. 139–152. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/162-Article Text-605-3-10-20210825.pdf
- Kuan-hsien, Y. H. W. (2024). *Domestic travel strong in 2023: Tourism Administration*. FocusKuta. <https://focusKuta.tw/business/202403110022>
- M Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Mardirita, L., & Faidah, M. (2021). Layanan Jasa Body Spa dan Kepuasan Konsumen Tentang mandi Rempah Pada Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya. *Jurnal tata Rias*, 05(01), 113–121. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/14047-Article Text-17972-1-10-20160126.pdf
- Nadia Miranda Effendi Putri, & Budi Sudaryanto. (2022). ANALISIS PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN DAYA TARIK IKLAN PADA APLIKASI E-WALLET TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN GENERASI Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol 11, No(2021), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nainggolan, N., & Taufik Parinduri. (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen:*

- Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i1.340>
- Nasruddin. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di PT. Hadji Kalla Cabang Palopo. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(2), 19–27. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/1097-Article Text-4680-1-10-20210630.pdf
- Natalia, I. T. (2023). *Paidea: Jurna l Pendidikan dan Pembelajaran I ndonesia*. 3(2), 65–74. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/940-Article Text-3752-1-10-20230609.pdf
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Yogyakarta Di Shopee. *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 15(2), 24. <https://doi.org/10.56606/albama.v15i2.74>
- Prasetyo, R., & Laturette, K. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Chepito Tour & Travel. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 335–341. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/editorjee,+038.+jurnal+rionardo+prasetyo.pdf
- Pratiwiningtyas Lavenia, Citaningtyas Ari Kadi Dian, & Apriyanti. (2022). Pengaruh Sadar Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Pada Rumah Coklat Bodag). ... , *Bisnis, dan Akuntansi*, 18(2), 1–17. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3574%0Ahttp://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/download/3574/2874>
- Putri, R. S., & Safri, I. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 1(2502–1419), 1–25. <https://core.ac.uk/download/322503162.pdf>
- Rahmawaty, F., Solihin, D. (2023). *JISM Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*. 3(1), 69–80. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JISM>
- Sasambe, G., Massie, J. D. D., & Rogi, M. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Freshmart Superstore Bahu Manado Terkait Penerapan Protokol Kesehatan Dalam Pencegahan Covid19 (Studi Pada Konsumen Freshmart Superstore Bahu Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 186–195. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.48358>
- Satria, A. A. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2017). Di Aston Madiun Hotel & Conference Center Ninik Srijani, Achmad Sukma Hidayat Universitas PGRI Madiun Pendahuluan Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan para p. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 7, 31–38. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/164537-ID-none.pdf
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.



- Suprpto, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan Di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(3), 1049. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i3.271>
- Syafira, D., & Akbar, D. (2023). Penggunaan Digital Advertising Dalam Promosi Championship Event Oleh Myedusolve. *Jurnal Bisnis Event*, 4(13), 1–9. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/1.-dara-1-9.pdf>
- Thendeano, C. R., Sutanto, J., & Kristanti, M. (2020). Analisa Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Menginap Di Hotel Shangri-La Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(2), 35–51. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/10551-19828-1-SM.pdf>
- Ummul Kuro. (2021). Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di STKIP PGRI Bangkalan. *Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di STKIP PGRI Bangkalan*, 2015. [http://repo.stkipgri-bkl.ac.id/1319/1/UmmulKuro\\_1722211068\\_ekonomi.pdf](http://repo.stkipgri-bkl.ac.id/1319/1/UmmulKuro_1722211068_ekonomi.pdf)
- Wisman Ronny Okvianto, Y. (2020). *PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH TEMPAT WISATA DI KOTA PADANG* (hal. 73–82). <https://ejournal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/137>
- Williams, M., & Moser, T. (2019). The art of coding and thematic exploration in qualitative research. *International Management Review*, 15, 45. <https://www.semanticscholar.org/>
- Yanti, I., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/83-Article Text-195-1-10-20220723-1.pdf>