

Jasa Penginapan Pendukung Geowisata di Batur Bali

Ni Made Ernawati¹⁾, I Wayan Basi Arjana²⁾, Wayan Jendra³⁾

^{1,2,3)}Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, Jl. Kampus Bukit Jimbaran, Badung, 80364
E-mail: madeernawati@pnb.ac.id

Abstract. *This article discusses accommodation supporting geotourism in Batur Geotourism Site in Bangli Regency, Bali Province in Indonesia. The purpose of the study is to identify the type and standard of accommodation available in Batur. It used a qualitative approach using a combination of interview and observation as data collection techniques. Interviews were carried out with a total of 30 respondents consisting of: the lodging providers, community members and community leaders, which were conducted at the location of each property in the tourist destination of Batur. The results showed that there were four types on accommodation available in Batur, such as: homestay, villa/guest-house, two – three-star hotel, and boutique hotel. It is expected that the results of the study could be used as a reference by geotourism stakeholders in providing accommodation services, especially for the overnight-visitors in Batur. Academically, the implication of the research results enriches the existing studies on tourism, especially those associated with accommodation on Geotourism.*

Key words: *Community-based tourism, Geotourism, tourist-accommodation, villa, boutique hotel.*

Abstrak. Artikel ini merupakan sebuah kajian tentang penginapan pada Kawasan Geowisata Batur, Kabupaten Bangli, Propinsi Bali yang bertujuan untuk mengidentifikasi jenis dan standar penginapan yang ada pada saat ini di Batur Geotourism Site. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan kombinasi metode *interview* dan observasi sebagai teknik pengumpulan data. *Interview* dilakukan terhadap penyedia penginapan, anggota masyarakat dan tokoh masyarakat yang secara total berjumlah 30 responden yang dilaksanakan di lokasi masing-masing properti di daerah tujuan wisata (DTW) Batur. Hasil menunjukkan terdapat empat jenis penginapan yaitu: *Homestay* – penginapan fungsional, *Villa/Guest-house*, Hotel bintang 2-3, dan *Boutique* hotel. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan sebagai masukan bagi *Stakeholders* DTW Batur dalam menyediakan jasa penginapan bagi wisatawan, yang merupakan bagian dari upaya memperpanjang lama-kunjungan wisatawan. Implikasi akademik, hasil penelitian dapat menambah kasanah pengetahuan tentang kepariwisataan khususnya akomodasi di DTW Batur, Bali.

Kata kunci: Pariwisata berbasis masyarakat, Geowisata, penginapan, *villa, boutique* hotel.

PENDAHULUAN

Komunitas desa wisata diharapkan dapat menyediakan jasa penginapan bagi pengunjung situs pariwisata berbasis masyarakat (PBM) atau *community-based tourism* (CBT); mengingat bahwa salah satu esensi dari PBM adalah produk kepariwisataan disediakan oleh masyarakat setempat (Weaver & Lawton, 2010; Ernawati, Sanders & Dowling, 2017). Jasa penginapan merupakan komponen utama dari produk pariwisata sebagai unsur yang membentuk pengalaman wisatawan selama berada di suatu daerah tujuan wisata (DTW) (Middleton, 1989). Terdapat banyak isu terkait dengan penyediaan penginapan oleh masyarakat PBM yang perlu mendapatkan perhatian dan penanganan profesional. Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia dalam menyediakan penginapan yang berkualitas sesuai standar merupakan salah satu kelemahan CBT (Baum, 2013; Moskardo, 2008). Permodalan merupakan salah satu kelemahan lain (Telfer & Sharpley, 2008); penginapan secara struktur fisik diharapkan memenuhi standar bagi wisatawan; dan sering terjadi *existing structure* (bangunan yang sudah ada) memerlukan *up-grade* untuk dapat memenuhi standar yang diharapkan. Studi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji penginapan pendukung Situs Geowisata Batur yang dilakukan dengan mengidentifikasi jenis penginapan yang ada pada saat ini. Pokok permasalahan yang diangkat adalah: penginapan yang bagaimana yang tersedia di Batur saat ini? Hasil penelitian dapat dimanfaatkan sebagai masukan bagi *Stakeholders* DTW Batur dalam menyediakan jasa penginapan bagi wisatawan, yang merupakan bagian dari upaya memperpanjang lama-kunjungan wisatawan. Secara akademik

hasil penelitian dapat menambah kasanah pengetahuan tentang kepariwisataan khususnya akomodasi di DTW Batur, Bali.

Batur merupakan suatu kawasan wisata yang mengunggulkan elemen geologi dan bentang alam sebagai daya tarik sehingga lebih dikenal sebagai DTW Geowisata, terlebih bahwa Batur merupakan anggota Global Geopark Network (GGN) pertama di Indonesia (Igan *et al.*, 2012). Meskipun mayoritas pengunjung Batur adalah pengunjung sehari untuk melakukan pendakian Gunung Batur, namun, penginapan tetap perlu disediakan sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan lama kunjungan, yang mana wisatawan dapat mengeksplorasi Batur yang memiliki budaya unik dan kaya akan daya tarik wisata alam (Arjana, Ernawati, & Astawa, 2017). Batur merupakan sebuah daerah tujuan wisata (DTW) dengan partisipasi masyarakat dalam kepariwisataan sangat besar, yang membuat Geowisata Batur kental dengan corak *community-based tourism* (CBT). Pariwisata berbasis masyarakat (PBM) atau CBT adalah bentuk Pariwisata Alternatif yang mengutamakan partisipasi masyarakat setempat dalam perencanaan dan operasional, yang menasar pada keberlanjutan budaya lokal dan pelestarian lingkungan, memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat setempat, dan menyediakan pengalaman CBT yang berkualitas dan mengesankan bagi wisatawan (Ernawati, 2015). Dijelaskan lebih lanjut bahwa CBT menjadi populer dan digunakan sebagai sarana untuk pengembangan masyarakat (Singh, 2012; Telfer & Sharpley, 2008; Beeton, 2006). Weaver (2006) menguraikan karakteristik pariwisata alternatif termasuk CBT yang terkait penginapan yaitu: (1) Fitur bisnis dan akomodasi: skala kecil, kepemilikan masyarakat lokal dan usaha kecil; (2) Fitur ruang meliputi: pola tersebar dan kepadatan tingkat rendah; dan (3) Fitur arsitektur meliputi: bergaya natural tidak mencolok dan vernakular.

Terkadang rumah tradisional dan *homestay* dapat menjadi bagian dari daya tarik wisata, (Smith, 2012). Weaver dan Lawton (2010) menjelaskan karakteristik penting dari CBT yang perlu diterapkan dalam mengelola berbagai aspek CBT, yang meliputi: sesuatu yang telah ada sebelumnya (*pre-existing*), dikomersialisasikan pada tingkat moderasi, berorientasi pada wisatawan dan masyarakat lokal, budaya yang otentik, sesuai dengan konteks keunikan wilayah setempat, serta memungkinkan adanya interaksi antara wisatawan dengan penduduk setempat. Weaver (2006) berpendapat bahwa sebagai bagian dari Pariwisata Alternatif, komponen industri CBT seharusnya dalam bentuk usaha kecil, akomodasi skala kecil, pembangunan sarana dan infrastruktur dengan pola tata ruang yang menyebar dengan kepadatan rendah, dan dimiliki oleh masyarakat lokal. Akomodasi merupakan bagian dari industri elemen dari produk pariwisata. Weaver dan Lawton (2010, p. 115) mendefinisikan produk pariwisata 'as the combination of tourist attractions and the tourism industry' (sebagai kombinasi antara daya tarik wisata dan elemen industri pariwisata). Smith (1988) mengklasifikasikan enam kategori barang dan jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan yang meliputi: transportasi, jasa perjalanan, akomodasi, layanan makanan, kegiatan dan atraksi, dan barang-barang ritel. Menurut Dickman (1994) wisatawan mensyaratkan lima hal utama bagi suatu DTW: atraksi, akses, akomodasi, fasilitas, dan kegiatan. Sedangkan, desain produk yang didasarkan pada konsep Kotler yang memandang produk dari tiga tingkatan, yaitu: *core/manfaat*, *elemen nyata*, dan *tambahan* (*core/benefit, actual/tangible, and augmented products*) (Kotler & Armstrong, 2012). Dari sudut pandang wisatawan, produk pariwisata didefinisikan sebagai pengalaman total wisatawan mulai dari saat mereka meninggalkan rumah sampai mereka kembali lagi ke rumah (Middleton & Clarke, 2002).

Akomodasi dan fasilitas *hospitalitas* biasanya menawarkan jasa dengan pelayanan penuh (*full-serviced*) atau tanpa pelayanan (*self-catering*) kedua kategori mencakup semua kelas pelayanan penginapan mulai dari penginapan budget sampai penginapan mewah (Holloway & Humphrey, 2012; Sukmawati, Ernawati, & Nadra, 2018). Akomodasi untuk pengunjung CBT dapat terdiri dari tiga jenis yaitu: *homestay*, *villa* dan *luxury hotel* di *tourist resort* (Ernawati, *et al.*, 2017). *Homestay* merupakan akomodasi yang disediakan oleh masyarakat setempat dengan *meng-up-grade* ruangan yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan pengunjung; untuk akomodasi berupa *homestay*, kebersihan dan keamanan serta fungsionalitas merupakan syarat utama, yang diikuti oleh elemen estetika baik interior

maupun exterior, sedangkan kamar mandi di dalam dengan toilet duduk menjadi preferensi. Vila merupakan akomodasi berkualitas yang tersedia di desa. Wisatawan yang mengunjungi desa sebagai *day-trip* biasanya menginap di resort hotel (Ernawati, et al, 2017).

Egmond (2007) menyatakan bahwa mengetahui segmen pasar sasaran dan menyediakan produk untuk memuaskan kebutuhan mereka adalah kunci keberhasilan dalam mengembangkan kepariwisataan. Kepuasan pelanggan tergantung pada terpenuhinya harapan mereka, sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan fitur produk dengan akurat karena hal ini akan mempengaruhi ekspektasi dan harapan pelanggan terhadap produk dan harga yang bersedia mereka membayar (Oelkers, 2007). Lebih lanjut, dikatakan bahwa layanan yang berkualitas menjamin kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa standar produk sudah tercapai atau terlampaui. Bisnis bertujuan untuk membangun sikap dan perilaku positif pelanggan (Richardson & Fluker, 2008). Mereka, lebih lanjut mengembangkan lima tahap dalam proses memenuhi ekspektasi pelanggan: (1). Identifikasi harapan/ekspektasi konsumen; (2). Desain produk - menentukan karakteristik produk; (3). Mengatur standar kinerja perusahaan; (4). Melaksanakan 1 sampai 3 di atas, dengan menggabungkan program pelatihan staf dan manajemen; dan (5) Menilai/mengevaluasi operasional dengan memantau tingkat kepuasan konsumen, dan melakukan audit kualitas. Wisatawan CBT membutuhkan penginapan dengan standar tertentu, sedangkan ketersediaan penginapan didasarkan atas komponen akomodasi yang sudah ada di desa yang dimiliki oleh penduduk. Suatu studi diperlukan untuk mengidentifikasi penginapan yang tersedia di Batur pada saat ini, sehingga tindakan selanjutnya dalam menyediakan penginapan dan memperpanjang masa-tinggal dapat diantisipasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penginapan yang tersedia pada Situs Geowisata di Batur Kabupaten Bangli, Propinsi Bali yang meliputi: Desa Kedisian, Batur, Buahian, Trunyan, Songan, Toya Bungkah dan Penelohan. Penelitian adalah sebuah studi kualitatif menggunakan kombinasi metode *interview* dan observasi sebagai teknik pengumpulan data. Observasi di lokasi penginapan dilakukan bersamaan dengan *interview* terhadap penyedia penginapan dan tokoh kepariwisataan di daerah Batur terkait dengan pokok permasalahan. Kajian didasarkan pada analisa deskriptif terhadap ketersediaan penginapan yang ada di Geowisata Batur pada saat ini. Responden penelitian adalah penyedia penginapan di DTW Batur, yang berjumlah 22 orang di 22 tempat penginapan. Interview juga dilakukan dengan petugas pemerintah dan masyarakat setempat yang terdiri dari 2 Kepala Desa, 1 Kepala Banjar (Kelian Banjar) dan 5 anggota masyarakat di areal Kaldera Batur, sehingga total responden berjumlah 30 orang. Responden dipilih dengan menggunakan metode *purposive snow-ball sampling* (Sugiyono, 2014).

Kajian terhadap jasa penginapan dilakukan terhadap 14 aspek jasa akomodasi, dengan mengikuti panduan interview. Terdapat 14 total item dalam instrumen penelitian yang terdiri dari: 13 item dalam alat ukur penelitian diambil dari standar penilaian menurut 'AA Quality Standards for Hotels', dengan tambahan 1 aspek yaitu 'kebersihan' yang digunakan sebagai acuan dalam pengumpulan data maupun pada saat analisa data (Tabel 1). Data demografi dari responden meliputi 3 item yaitu: posisi di hotel, umur, dan jenis kelamin. Responden terdiri dari: 2 jenis profesi staf hotel atau owner/manager, berada pada tingkat usia produktif, dengan proporsi jenis kelamin berimbang. Data diolah dengan mengikuti langkah sebagai berikut: pertama hasil *interview* dari semua responden dalam formulir data ditabulasikan berdasarkan 14 dasar klasifikasi. Langkah selanjutnya adalah data reduce, yaitu mengeliminasi data yang muncul secara terulang, kemudian menarik makna atau mengidentifikasi pola yang muncul untuk mengidentifikasi standar penginapan yang tersedia berdasarkan 14 spesifikasi penginapan yang ada dalam panduan interview.

Tabel 1. Aspek penilaian jasa penginapan

No	Aspek kajian sesuai AA Quality Standards for Hotels – VisitBritain (2006) Aspek - Nilai bagi konsumen
----	--

No	Aspek kajian sesuai AA Quality Standards for Hotels – VisitBritain (2006)
	<p><i>Intrinsic quality</i> – nilai hakiki dari suatu ‘item’: tempat bermalam.</p> <p><i>Condition</i> – perawatan dan penampakan dari item. Apakah terdapat kesesuaian fungsi?</p> <p><i>Physical and personal comfort</i> – apakah kualitas mendukung kenyamanan pemakai?</p> <p><i>Attention to detail</i> – bukti bahwa perhatian dan pelayanan sudah diberikan dan dilakukan memastikan pengalaman <i>customer</i> adalah istimewa, dan standar tinggi untuk semua.</p> <p><i>Guests’ choice and ease of use</i> – pengalaman <i>customer</i> ditingkatkan dengan adanya misalnya pilihan dalam menu pilihan temperatur ruangan. Hal ini dapat ditingkatkan mengeksplorasi seberapa bermanfaatnya kamar beserta isinya bagi <i>customer</i>.</p> <p><i>Presentation</i> – cara ruangan dan isinya ditampilkan baik saat tiba dan selama tinggal.</p>
Aspek - Standar penilaian jasa penginapan	<p><i>Overall Standards</i> (Standar umum)</p> <p><i>Services</i> (Pelayanan)</p> <p><i>Meals/Breakfast – Dining Quality and Information</i> (Kualitas makanan dan Informasi saat makan)</p> <p>1 <i>Bedrooms</i> (Kamar tidur)</p> <p>1 <i>En-Suite Bathroom and Shower Rooms or Private Facilities</i> (Kamar mandi)</p> <p>1 <i>Public Areas</i> (Area umum)</p> <p>1 <i>External Areas</i> (Area di luar hotel)</p>
Aspek - Penilaian tambahan	<p>1 Kebersihan</p>

Sumber: AA Quality Standards for Hotels – VisitBritain (2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penginapan yang tersedia di Batur, yang dikaji berdasarkan 14 karakteristik penginapan seperti dalam alat ukur penelitian, secara umum dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis yaitu:

1. *Homestay* – penginapan yang disediakan oleh penduduk yang memiliki beberapa kamar yang disewakan untuk tamu. Jenis akomodasi ini biasanya sangat ‘basic’ dan hanya memenuhi fungsi minimal, yang biasanya dikelola secara amatir baik dalam pelayanan, bangunan fisik, maupun gaya dan penataan ruangan dan halaman rumah.
2. *Villa* - bangunan khusus yang disediakan untuk melayani akomodasi untuk wisatawan – biasanya memiliki standar baik. Namun beberapa properti berjenis ini juga dikelola dengan kurang profesional, ini disebabkan karena kurangnya kemampuan personil yang bekerja ataupun manajemen yang kurang baik.
3. Hotel bintang 2 dan 3 – merupakan penyedia jasa penginapan yang menawarkan unit kamar dengan jumlah yang cukup banyak dengan standar pelayanan bintang 2-3 yang terlihat terutama pada fasilitas fisik.
4. *Boutique hotel* – merupakan akomodasi yang menyediakan penginapan mewah berskala kecil. Terdapat satu bisnis yang menyediakan jasa akomodasi seperti ini, dengan daya tarik unggulan rekreasi air yaitu berenang bagi tamu yang menginap atau pengunjung. Hotel memiliki kolam renang air panas dan air dingin, struktur kolam renang yang standard, dan yang berbaur dengan alam seolah-olah kolam menyatu dengan danau yang memberi kesan tamu berenang di danau Batur.

Secara mendetail, setelah dilakukan tabulasi, pemilahan dan analisis data; hasil yang diklasifikasikan berdasarkan 14 aspek akomodasi ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Akomodasi yang Tersedia di Batur

Aspek akomodasi	Hasil analisis data
1 Fungsi/manfaat – nilai dari suatu ‘item’.	<ul style="list-style-type: none"> • Fungsional (memenuhi fungsi dasar untuk bermalam) dan bersih • Fungsional kurang bersih • Berfungsi dan estetis – berfungsi dan memperhatikan keindahan

Aspek akomodasi	Hasil analisis data
2	<ul style="list-style-type: none"> • Berkelas: kualitas prima
Kondisi – perawatan dan penampakan ‘item’.	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagian akomodasi memiliki fasilitas fisik yang terawat dengan baik, untuk bangunan maupun taman dan bagian luar/eksternal hotel • Sebagian berkeadaan sebaliknya, terutama untuk homestay
3	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa akomodasi yang bergaya tradisional sudah memperhatikan soft furnishing dan kenyamanan pemakai, membuat tamu merasa di rumah ‘feel home’, dengan menyediakan amenities dan pengaturan secara estetis perabotan maupun furniture yang dipergunakan. • Sebagian besar homestay memiliki kelemahan pada bidang ini dimana penataan kamar memberi nuansa tidak nyaman dan kurang indah, kurang ‘hommy’ sehingga hampir mirip tempat ‘kos’ sebenarnya dengan sedikit setuhan soft furnishing seperti taplak meja, pas bunga dan beberapa gambar/lukisan dapat memberi kesan estetis. • Akomodasi yang bergaya barat dapat menampilkan gaya ‘hommy’ dengan mudah dan natural mungkin ini yang perlu diadopsi oleh penyedia akomodasi lokal dengan tetap mempertahankan nuansa tradisional.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagian besar personel yang menangani penginapan sudah memahami dan memperhatikan pentingnya pelayanan dalam menangani tamu, namun ada sebagian yang sama sekali tidak memperhatikan hal ini kelihatan masih struggling/berkutut dengan masalah internal seperti misalnya kejelasan job-description – uraian tugas: siapa yang mengerjakan apa. • Pada saat hotel dinyatakan dibuka dan beroperasi, hal yang menyangkut Jobdes mesti sudah ada kejelasan, dan jika belum siap, sebaiknya jangan beroperasi terlebih dahulu; karena tamu yang mendapatkan pengalaman yang kurang mengesankan atau kurang mendapat pelayanan tersebut akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain, dan setelahnya akan sulit untuk membangun kembali reputasi penginapan bersangkutan.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Penyedia penginapan yang fungsional dan basic umumnya tidak menyediaka kelebihan ini untuk meningkatkan kualitas pengalaman tamu yaitu: memberikan pilihan bagi tamu, misalnya untuk jenis kamar, pilihan menu breakfast. • Sedangkan untuk Boutique hotel sudah memberikan pilihan ini untuk mengakomodasi kebutuhan unik atau khusus dari wisatawan, ini misalnya terdapatnya stand vegetarian dalam bufe serta beberapa pilihan jenis kamar dengan standar harga yang berbeda. Hotel juga menyediakan akomodasi berjenis camping dengan standar harga yang lebih terjangkau yang berlokasi khusus di bagian utara hotel.
6	<p>Perhatian pada detail – bukti bahwa perhatian dan pelayanan sudah diberikan dan dilakukan untuk memastikan pengalaman customer adalah istimewa.</p> <p>Penyedia penginapan berkelas seperti villa dan boutique hotel maupun guest house memiliki House keeping service setiap hari yang menangani aspek pelayanan ini; namun ada beberapa yang tidak mengakomodasikan aspek ‘presentation’ dengan baik.</p>
7	<p>Kebersihan merupakan elemen yang kritis yang keberadaannya</p>

Aspek akomodasi	Hasil analisis data
	<p>merupakan syarat utama bagi sebuah tempat yang menyediakan jasa penginapan; namun pemenuhannya perlu mendapat perhatian terutama yang terkait dengan standar. Tolok ukur yang sederhana misalnya: debu dan kamar atau ruangan yang berbau pengap merupakan indikasi bahwa kamar tidak bersih.</p> <p>Butique hotel sudah memastikan standar kebersihan yang tinggi; namun untuk 2 jenis penginapan yaitu: homestay dan villa/guest-house memiliki variasi dalam hal penerapan standar kebersihan.</p>
8 Overall Standards (Standar umum)	<p>Terdapat 4 jenis penginapan berdasar standar kualitas yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Homestay – jenis akomodasi ini sangat ‘basic’ dan hanya memenuhi fungsi minimal, yang dikelola secara amatir baik dalam pelayanan, bangunan fisik, maupun gaya dan penataan ruangan serta halaman rumah. 2. Villa - umumnya memiliki standar baik. Namun beberapa properti berjenis ini juga dikelola dengan kurang profesional, ini disebabkan karena kurangnya kemampuan personal yang bekerja ataupun manajemen yang kurang profesional. 3. Hotel bintang 2-3 – penyedia jasa penginapan yang menawarkan unit kamar dengan jumlah yang cukup banyak dengan standar pelayanan bintang 2-3 yang terlihat terutama pada fasilitas fisik. 4. <i>Boutique hotel</i> – terdapat satu bisnis yang menyediakan jasa akomodasi seperti ini, dengan daya tarik unggulan rekreasi air yaitu berenang bagi tamu yang menginap atau pengunjung. Hotel memiliki lebih dari 4 kolam renang dengan berbagai variasi: air panas dan air dingin, struktur kolam renang yang standard, dan yang berbau dengan alam seolah-olah kolam menyatu dengan danau yang memberi kesan tamu berenang di danau Batur.
9 Services (Pelayanan)	<ul style="list-style-type: none"> • Bisnis akomodasi termasuk usaha jasa, yang menawarkan layanan penginapan bagi konsumennya, sehingga pelayanan adalah unsur yang penting mengingat produk utama hotel adalah jasa. • Boutique hotel menyediakan pelayanan dengan kualitas baik: memiliki staf dengan kemampuan interpersonal yang memadai: keramah tamahan dan penampilan yang profesional, serta menguasai bidang pekerjaannya, sehingga kebutuhan tamu dapat dilayani secara profesional. • Untuk penginapan jenis hotel bintang 2-3, homestay dan villa/guest house, pelayanan yang ditawarkan bervariasi terdapat beberapa institusi yang menyediakan dengan baik, dan ada beberapa yang kurang.
10 Meals/Breakfast – Dining Quality and Information (Kualitas makanan dan saat makan)	<p>Setiap penginapan biasanya menyediakan makan pagi. Ada sebagian yang menyediakan fasilitas 3 kali makan. Ada sebuah villa yang membuka tempat sejenis kafe untuk menyediakan makan minum bagi wisatawan; namun tempat ini belum dikelola secara profesional sebagai tempat ‘hang-out’ bagi wisatawan, nuansa ‘hang out’ dimana travelers berkumpul, sharing dan berbagi pengalaman belum tercermin.</p>
11 Bedrooms (Kamar tidur)	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat tempat penginapan yang menyediakan kamar tidur yang bersifat ‘basic’ menyiapkan jasa bermalam secara fungsional

Aspek akomodasi	Hasil analisis data
12 En-Suite Bathroom and Shower Rooms or Private Facilities (Kamar mandi)	<p>tanpa sentuhan artistic dan nuansa yang menyamankan sehingga bersuasana tempat kos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat penyedia penginapan baik hotel berbintang 2-3, villa/guest house maupun homestay yang sudah memasukan nuansa kenyamanan baik dilakukan dengan disain ruangan, hard dan soft furnishing.
13 Public Areas (Area umum)	<p>Hampir semua fasilitas yang menyediakan penginapan bagi wisatawan menyediakan kamar mandi dengan toilet duduk dengan tingkat kebersihan yang baik, namun terkadang ada tempat yang kurang menjaga kebersihan dari tempat tersebut.</p> <p>Publik area adalah halaman hotel yang biasanya ditata dan diberikan taman, ada yang sudah melakukan dengan baik namun ada yang belum sehingga terlihat semberawut, ada juga yang sudah kelihatan ada disain namun kurang pengerjaan dan 'touch-up', agar memberi manfaat yaitu untuk menimbulkan nuansa kesejukan yang menyambut 'welcoming' bagi tamu yang datang.</p>
14 External Areas (Area di luar hotel)	<p>Yang menarik adalah kondisi eksternal penyedia penginapan, tempat umum dan di jalan menuju hotel secara umum kurang tertata (Gambar 5), ini juga disampaikan oleh salah satu interviewee yaitu seorang tokoh masyarakat di daerah wisata Batur.</p>

Sumber: Data diolah (2018)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, terdapat berbagai jenis penginapan yang tersedia di Batur saat ini. Hal ini mengindikasikan sedikitnya jumlah wisatawan yang menginap di Batur bukan disebabkan oleh tidak-adanya akomodasi yang tersedia. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya informasi, atau kurang tersedianya daya tarik wisata yang dapat dilihat dan dilakukan oleh wisatawan selama tinggal di Batur. Kebutuhan akan akomodasi perlu diciptakan dengan menyediakan aktifitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan sehingga lama tinggal di Batur diperpanjang dan wisatawan membutuhkan penginapan, dengan demikian kepariwisataan di Batur menjadi lebih produktif.

Berdasarkan jenis dan kualitas terdapat cukup penginapan di Batur dari penginapan berkelas *boutique hotel*, hotel bintang 2-3, *villa/guest house*, dan *homestay*. Khusus untuk penginapan jenis *homestay*, hotel bintang 2-3, dan *villa/guest house*, calon pengguna jasa semestinya meneliti terlebih dahulu misalnya pada travel blog atau *booking site*, karena terdapat penginapan yang fungsional, bersih, nyaman baik eksterior dan interior dengan view menawan; dan ada juga yang sebaliknya yang dapat sangat mengecewakan bagi tamu yang menginap. Namun demikian harga juga menjadi faktor pertimbangan yaitu keseimbangan antara *price* dan *value*.

Pelayanan merupakan hal yang sangat kritis untuk diperhatikan, karena sekali pelayanan yang diberikan memiliki standar yang kurang baik, tamu yang menginap dan menerima standar pelayanan kurang akan bercerita kepada orang lain, dan sangat sulit bagi tamu tersebut untuk kembali menginap di hotel tersebut. Terlebih bahwa sebuah studi (Timmerman dan Yu, 2014) menemukan bahwa sebagian besar tamu hotel adalah *repeat customer* yang membuat sebuah hotel dapat bertahan dalam bisnis. Ini menekankan pentingnya pelayanan dan kualitas produk yang baik bagi usaha akomodasi.

Dari sudut pandang penyedia jasa, untuk semua jenis akomodasi kecuali *boutique hotel*, terdapat variasi yang besar dalam hal kualitas produk khususnya elemen fisik dan pelayanan. Hal yang terkait dengan 'struktur fisik' sebagian besar dapat diatasi dan ditangani dengan kebersihan, perawatan serta adanyan perhatian dan sentuhan tangan. Untuk 'pelayanan' beberapa bisnis memerlukan adanya peningkatan kualitas yang signifikan sehingga tamu dapat dipuaskan. Pembinaan dapat dimulai dari manajemen sampai pada pemberian pelatihan kepada *front-liners* yaitu staf yang langsung berhadapan

dengan tamu. Pelatihan dapat berupa: Pengelolaan usaha kecil bidang penginapan, *House keeping*, *Front office*, *Customer relation and sales*, *Exterior* dan *gardening*, serta *Interior* dan *soft furnishing* untuk akomodasi berskala kecil.

Pemilik dan manajemen bertanggung jawab atas keadaan di dalam lingkungan hotel; terkait dengan ‘aspek eksternal hotel’, terdapat sebuah pertanyaan: siapa yang bertanggung jawab atas areal eksternal hotel termasuk tempat umum di daerah wisata Batur termasuk jalan dan fasilitas umum lainnya? Tempat umum berkontribusi besar dalam membangun citra Geowisata Batur secara menyeluruh sehingga merupakan hal krusial untuk diperhatikan. Hal ini merupakan satu prihal yang perlu diteliti dan dikaji secara khusus.

Hal yang juga terlihat janggal pada tempat umum (*public area*) adalah adanya struktur atau bangunan darurat untuk *outlet* penjualan. Bangunan tidak permanen ini di buat untuk difungsikan dan sekaligus dapat mengakomodasi kondisi bahwa areal merupakan kawasan lindung yang mana bangunan yang sifatnya permanen tidak diijinkan untuk dibuat. Namun demikian sebagai areal yang dibuka untuk kepariwisataan dimana berbagai fasilitas pendukung diperlukan, sebuah solusi perlu ditemukan untuk mengantisipasi kebutuhan dan permasalahan yang terjadi dilapangan termasuk unsur estetis dan keindahan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, model struktur/bangunan non permanen, berestetika, dan fungsional yang memiliki legalitas untuk dapat dibangun di kawasan lindung yang dibuka untuk kepariwisataan perlu dikembangkan. Struktur tersebut misalnya model untuk warung (*outlet*), jalan setapak (*path ways*) dan *toilet*.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penginapan yang tersedia di Batur pada saat sekarang sudah memadai secara jenis dan standar, yaitu: *Homestay* – penginapan fungsional, *Villa/Guest-house*, Hotel bintang 2-3, dan *Boutique hotel*. Beberapa penyedia penginapan sudah memberikan pelayanan yang baik, memiliki sumber daya manusia yang kompeten, dan handal dengan manajemen yang terselenggara dengan baik. Namun masih ada tempat yang belum menyediakan pelayanan dengan kualitas yang memadai, hal ini disebabkan oleh manajemen yang belum berfungsi atau SDM yang belum terlatih. Terlepas dari tipe akomodasi, bagi properti yang belum dikelola dengan baik yang disebabkan oleh tingkat profesionalisme SDM yang kurang memadai, disarankan untuk meningkatkan mutu jasa penginapan dengan cara melakukan pembenahan dan pelatihan pada bidang SDM baik pada tingkat manajerial maupun keterampilan teknis.

DAFTAR PUSTAKA

- AA Hotel Services. (2006). *AA Quality Standards for Hotels – Visit Britain*. London: AA Hotel Services.
- Arjana, I W., Ernawati, N. M., Astawa, I K. (2017). Geotourism products the industry element: A community approach. *Journal of Physics: Conference Series*. IOP Conf. Series 953 2017 012078.
- Baum, T. (2013, October). Human Resource Development (HRD) in Emerging Tourism Destinations. Paper presented at the Tourism Research Cluster Seminar, Curtin University, Perth, Western Australia.
- Beeton, S. (2006). *Community Development Through Tourism*. Collingwood, Australia: Landlinks Press.
- Dickman, S. (1994). *Tourism an Introductory text*. Riverwood. Australia: Ligare Pty Ltd.
- Egmond, T.V. (2007). *Understanding Western Tourists in Developing Countries*. Norfolk, UK: Biddles Ltd.
- Ernawati, N. M., Sanders, D., & Dowling, R. (2017). Host-Guest orientations of community based tourism products: A case study in Bali, Indonesia. *International Journal of Tourism Research*, 19 (3), p. 367-382.
- Ernawati, N. M. (2015). *Producer–market Orientation of Community-Based Tourism (CBT) Products: A Case Study in Bali, Indonesia*. Unpublished thesis. Edith Cowan University. Perth, Australia.

- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2012). *The Business of Tourism*. Essex, UK: Pearson.
- Igan, S. Sutawidjaja, I. S., Abdurahman, O., Bachtiar, T., & Kurnia, A. (2012). Taman Bumi Pertama Kaldera Batur (Batur Caldera the First Geopark). *Geomagz*, Desember, 19 -37.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Harlow, UK: Pearson Education.
- Middleton, V. (1989). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford, UK: Heinemann Professional Publishing.
- Moscardo, G. (2008). *Community Capacity Building: An Emerging Challenge for Tourism Development*. In G. Moscardo (Ed.), *Building Community Capacity for Tourism Development* (pp. 1-15). Oxfordshire, UK: Cabi International.
- Richardson, J. I., & Fluker, M. (2008). *Understanding and Managing Tourism*. Frenchs Forest, NSW, Australia: Pearson.
- Singh, S. (2012). *Community Participation – in Need of A Fresh Perspective*. in T. V. Singh (Ed.), *Aspects of Tourism: Critical Debates in Tourism* (pp. 113-117). Bristol, UK: Channel View Publications.
- Smith, V. L. (2012). *Introduction in V. L. Smith (Ed.), Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (pp. 1-17). Philadelphia, USA: University of Pennsylvania Press.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. ALFABETA. Bandung.
- Sukmawati, N. M. R., Ernawati, N. M., Nadra, N. M. (2018). Luxury Tourism: A Perspective of Facilities and Amenities. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 2(1), 32-37.
- Telfer, D. J. & Sharpley, R. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*. New York, USA: Routledge.
- Timmerman, J. dan Yu, D. (2014). From Economy to Luxury, What Matters Most to Hotel Guests. *Business Journal*. Retrieved from: <http://www.gallup.com/businessjournal/175568/economy-luxury-matters-hotel-guests.aspx>
- Weaver, D., & Lawton, L. (2010). *Tourism Management*. Milton, Australia: John Wiley & Son.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism Theory and Practice*. Oxford, UK: Elsevier.