

KATA PENGANTAR

Seminar Nasional *Conference on Management and Behavioral Studies* (CMBS) telah rutin diadakan oleh Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara sejak tahun 2014. Adapun tema CMBS yang diangkat pada tahun ke-6 ini adalah “***Business Metamorphosis: Reshaping Consumer Behavior Using Big Data***”. Tujuan seminar ini adalah untuk memfasilitasi pertukaran informasi dan pengayaan ilmu melalui pemaparan hasil penelitian, pemikiran, praktik bisnis di berbagai bidang terutama di bidang terkait dengan manajemen dan *behavioral studies*. Selain itu, seminar ini juga bertujuan untuk memperkaya jejaring peserta antar institusi pendidikan tinggi.

Buku Prosiding CMBS 2019 ini berisi seluruh makalah yang dipresentasikan pada hari Rabu, 23 Oktober 2019 setelah sebelumnya melalui proses kajian (*review*), yang akhirnya akan menghasilkan luaran berupa publikasi dalam prosiding seminar atau jurnal ilmiah terakreditasi Ristekdikti. Untuk penyelenggaraan tahun ini, terdaftar sebanyak 37 makalah dari 11 institusi pendidikan tinggi dari berbagai kota di seluruh Indonesia. Kami berharap buku prosiding ini dapat memberikan gambaran tentang semua makalah yang ditampilkan dalam seminar CMBS 2019, sehingga dapat memperluas wawasan peserta dalam pengembangan pengetahuan dan implementasi mengenai manajemen dan studi mengenai perubahan perilaku konsumen di era digital, khususnya dalam menggunakan *big data*.

Kami mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah mendukung terselenggaranya acara ini, baik pihak internal maupun eksternal, termasuk di antaranya adalah kontribusi para pemakalah, para *reviewer*, sponsor, peserta seminar dan mahasiswa. Tidak lupa apresiasi yang tinggi atas kerja keras seluruh panitia yang terlibat atas keberhasilan pelaksanaan CMBS 2019 ini.

Jakarta, 23 Oktober 2019

Dr. Miharni Tiokrosaputro, S.E., M.M.
Ketua Panitia

Conference on Management and Behavioral Studies

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 23 Oktober 2019

ISSN NO: 2541-3406

e-ISSN: 2541-285X

TIM PENYUNTING

Franky Slamet, S.E., M.M.

Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

SCIENTIFIC COMMITTEE

1. Dr. Budi Susanto (Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang)
2. Dr. Chairy (President University, Cikarang)
3. Dr. Dwinita Laksmidewi (UNIKA Atma Jaya, Jakarta)
4. Dr. Christina Lipuringtyas Rudatin (Polyteknik Negeri, Jakarta)
5. Dr. Rizal Edy Halim (Universitas Indonesia, Depok)
6. Dr. Sabrina O. Sihombing (Universitas Pelita Harapan, Tangerang)
7. Dr. Tengku Ezni Balqiah (Universitas Indonesia, Depok)
8. Dr. Tita Deitiana (Trisakti School of Management, Jakarta)
9. Dr. Vita Briliana (Trisakti School of Management, Jakarta)
10. Dr. Luki Adiati Pratomo, M.M. (Universitas Trisakti, Jakarta)
11. Dr. Hetty Karunia Tunjungsari (Universitas Tarumanagara, Jakarta)
12. Dr. Ignatius Roni Setyawan (Universitas Tarumanagara, Jakarta)
13. Dr. Indra Widjaja (Universitas Tarumanagara, Jakarta)
14. Dr. Keni (Universitas Tarumanagara, Jakarta)
15. Dr. Cokki (Universitas Tarumanagara, Jakarta)
16. Dr. Miharni Tjokrosaputro (Universitas Tarumanagara, Jakarta)

TEMA DAN SUBTEMA SEMINAR

TEMA:

**BUSINESS METAMORPHOSIS:
“RESHAPING CONSUMER BEHAVIOR USING BIG DATA”**

SUBTEMA:

Manajemen Pemasaran
Manajemen Keuangan
Manajemen SDM
Manajemen Risiko
Perilaku Konsumen
Perilaku Organisasi
Perilaku Keuangan
Manajemen Event
Pemasaran Destinasi
Ilmu Komunikasi
Komunikasi Pemasaran
Kewirausahaan
E-Commerce

DAFTAR INSTITUSI PENDIDIKAN PEMAKALAH CMBS 2019

Universitas Widyatama, Bandung
Universitas Tarumanagara, Jakarta
Universitas Pelita Harapan, Tangerang
Universitas Muhammadiyah, Surakarta
Universitas Kristen Petra, Surabaya
Universitas Bina Nusantara, Jakarta,
Unika Atma Jaya, Jakarta
Trisakti School of Management, Jakarta
Universitas Esa Unggul, Jakarta
Universitas Indonesia, Depok
Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung

DAFTAR ISI

JUDUL	HALAMAN
KOMUNIKASI EFEKTIF PADA WAKTU MENANGANI KOMPLAIN UNTUK KEPUASAN PELANGGAN Purnama Dharmawan	1
PENGEMBANGAN INOVASI MODEL BISNIS DAN INOVASI PEMASARAN PADA WARU INDONESIA HERITAGE Richard Andrew, Rini Tri Hastuti, Meitasari Sherlyani	11
PENGARUH <i>EASE-OF-USE</i>, <i>PRIVACY CONCERN</i>, <i>DAN SECURITY ISSUE</i> TERHADAP <i>REPURCHASE INTENTION</i> PELANGGAN BUKALA*** DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA Tommy Setiawan Ruslim, Hannes Widjaja, Richard Andrew, dan Halim Putera Siswanto	22
PERANAN FAKTOR KREATIVITAS DALAM BISNIS (STUDI KASUS PADA WIRAUSAHAWAN PELAKU BISNIS NON KULINER ALUMNI PRODI ADMINISTRASI BISNIS UNIKA ATMA JAYA JAKARTA) Ati Cahayani, Aristo Surya Gunawan, Rusminto Wibowo	31
HUBUNGAN ANTARA BISNIS REAL ESTAT DENGAN INDIKATOR MAKRO EKONOMI DAN KONDISI EKONOMI DI INDONESIA Priyendiswara Agustina	38
MEMBANDINGKAN MANFAAT DIVERSIFIKASI INTERNASIONAL DI LIMA PASAR MODAL ASEAN Ignatius Roni Setyawan	47
ANALISIS MINAT WIRAUSAHA PADA MAHASISWA LULUSAN PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS PEMINATAN KEWIRAUSAHAAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA LULUSAN PERIODE TAHUN 2016-2018) Aristo Surya Gunawan, Ati Cahayani, Rusminto Wibowo	59
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERUSAHAAN MANUFAKTUR Sofia Irawati, Herlina Lusmeida	68
PENGARUH <i>UTILITARIAN VALUE</i>, <i>HEDONIC VALUE</i>	78

TERHADAP KEPUASAN DAN <i>UNPLANNED PURCHASE</i> DI TOKO RITEL MINISO Margaretha Pink Berlianto	
PENGARUH SALES GROWTH, CAPITAL INTENSITY, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP TAX AVOIDANCE (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 -2017) Mochamad Kohar Mudzakar	89
PENGARUH STRES KERJA, KEPUASAN KERJA, DAN <i>WORK-FAMILY CONFLICT</i> TERHADAP <i>TURNOVER INTENTION</i> PADA PT. TIGA UNGGUL KARYA, JAKARTA UTARA Felicia Lamdy, Hannes Widjaya, Herlina Budiono, Kurniati W. Andani	104
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA YANG DIMEDIASI EFIKASI DIRI MAHASISWA MANAJEMEN Ryan Aditya Chandra , Herlina Budiono, Hendra Wiyanto	112
DETERMINAN KUALITAS SDM MELALUI KETERKAITAN SIMULTAN IPM DENGAN KESENJANGAN KEMISKINAN Yohana Cahya Palupi Meilani	122
PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, PERAN AUDITOR INTERNAL, PERAN AUDITOR EKSTERNAL, DAN <i>INTERNAL CONTROL</i> TERHADAP PENCEGAHAN <i>FRAUD</i> DI SURABAYA Susanto Salim, Henryanto Wijaya, Hadi Cahyadi, Jocevina Angela	135
PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN KARAKTERISTIK DEWAN TERHADAP PENGUNGKAPAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> Rosmita Rasyid, Nur Hidayah, Herni Kurniawati, Fanny Andriani Setiawan	146
<i>MULTI-CRITERIA SUPPLIER SELECTION MODEL</i> MENGGUNAKAN PENDEKATAN <i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS</i> Joyce A. Turangan, Andi Wijaya, dan Herman Ruslim	158
PENGARUH <i>COGNITIVE ABSORPTION</i> TERHADAP <i>IMPULSE BUYING</i> DAN <i>MOBILE SHOPPING ATTITUDE</i> PADA GENERASI MILENIAL	170

Moses Lorensius Parlinggoman Hutabarat, Sarah Merryana Santo

**BRAND SATISFACTION DAN BRAND TRUST UNTUK
MEMPREDIKSI BRAND LOYALTY: BRAND RELATIONSHIP
SEBAGAI MEDIATOR** 180
Vika Mandasari, Keni

**PREDIKSI KEPERCAYAAN PELANGGAN, KUALITAS
LAYANAN, DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KESETIAAN
PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI
KALANGAN MAHASISWA/I UNIVERSITAS
TARUMANAGARA** 190
Cynthia, Yenny Lego

**IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS: DESAIN
INSTRUMEN UNTUK KEBERLANJUTAN DESTINASI
WISATA DI KULON PROGO, YOGYAKARTA** 200
Kartika Nuringsih, Nuryasman MN, Nyoman Suprastha

**PENGARUH KECAKAPAN MANAJERIAL, KOMITE AUDIT,
DAN KUALITAS AUDITOR TERHADAP MANAJEMEN
LABA: STUDI PADA PERUSAHAAN PUBLIK NON-
KEUANGAN SEKTOR MANUFAKTUR BIDANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN
2014-2016** 211
Halim Putera Siswanto, Michelle Kristian

**PERAN PERCEIVED VALUE DAN HEALTH CONSCIOUSNESS
TERHADAP MINAT BELI MI INSTAN PADA MAHASISWA
FEB UNTAR** 223
Miharni Tjokrosaputro, Gabriel Gary

**PENGARUH FINANCIAL KNOWLEDGE, FINANCIAL SELF
EFFICACY DAN SELF ESTEEM TERHADAP FINANCIAL
BEHAVIOR** 234
Felicia Juanita, Ary Satria Pamungkas

**PERAN FASHION INNOVATIVENESS, BRAND IMAGE DAN
LOVEMARKS DALAM MENCIPTAKAN BRAND LOYALTY** 244

Tamara Hanum, Tengku Ezni Balqiah

**INTERELASI TATA KELOLA, TUJUAN DAN SISTEM
PERUSAHAAN KELUARGA DENGAN KINERJA
PERUSAHAAN KELUARGA: KAJIAN PADA PERUSAHAAN
KELUARGA, SKALA KECIL DAN MENENGAH DI
INDONESIA** 256
Kussudyarsana, Muhammad Halim Maimun, Soepatini

PERSPEKTIF MODAL SOSIAL TERHADAP KEMAMPUAN DINAMIS BISNIS KELUARGA DI SUNTER Louis Utama, Frendy, Gerrard Darren, Vina Vinesia	265
PENGARUH KOMITMEN AFEKTIF, KOMITMEN NORMATIF DAN KOMITMEN BERKELANJUTAN TERHADAP KINERJA UKM BIDANG KULINER DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Lydiawati Soelaiman, Ida Puspitowati	278
TAX RATIO DAN KEPATUHAN PAJAK Jonnardi, Rosalina	287
MELACAK AKAR MORALITAS DALAM SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI Urbanus Ura Weruin, Yuniarwati, Tony Sudirgo	299
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS SARANA PEMBELAJARAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA DI JAKARTA Muhammad Tony Nawawi, Purwanto	310
PENGARUH PROFITABILITAS, MARKET MEASURE, FINANCIAL LEVERAGE, DAN REPUTASI AUDITOR TERHADAP PRAKTIK PERATAAN LABA Henny, Margarita Ekadjaja, Herni Kurniawati	320
PERANCANGAN INTERNAL CREDIT RATING MODEL SEGMENT UMKM DAN PENGUJIANNYA TERHADAP NPL (NON PERFORMING LOAN) PADA PERUSAHAAN PEMBIAYAAN PT XYZ (STUDI KASUS PADA PT XYZ) Leonardo Sipayung, Ruslan Prijadi	330
PENGARUH MOTIVASI DAN KEPERIBADIAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA Mei Ie & Erva Sugiharto	340
PENGARUH PERCEIVED RISK, PERCEIVED USEFULNESS, ONLINE TRUST, WEBSITE REPUTATION DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA WEBSITE TOKOPEDIA Vita Briliana & Bobby Sudiharto	350
ANALISIS DETERMINAN STRUKTUR MODAL	361

**(STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI
INDONESIA DAN MALAYSIA)**

Maya Sari , Sulastri

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

373

Ivan Wongso, Herlina Lusmeida

IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS: DESAIN INSTRUMEN UNTUK KEBERLANJUTAN DESTINASI WISATA DI KULON PROGO, YOGYAKARTA

Kartika Nuringsih¹, Nuryasman MN², Nyoman Suprastha³

¹Fakultas Ekonomi & Bisnis, Jakarta, kartikan@fe.untar.ac.id

²Fakultas Ekonomi & Bisnis, Jakarta, nuryasman@fe.untar.ac.id

³Fakultas Ekonomi & Bisnis, Jakarta, nyomans@fe.untar.ac.id

ABSTRAK:

Sejalan dengan semangat dan kebanggaan masyarakat ketika merintis dan mengembangkan destinasi wisata maka tujuan penelitian mengapresiasi melalui penyusunan instrumen *Importance-Performance Analysis* (IPA) pada rintisan destinasi wisata di Kabupaten Kulon Progo. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dengan pengelola, penilaian ekspert dan kajian literatur. Teknik analisis keabsahan data menggunakan pendekatan triangulasi. Uji coba intrumen telah dilakukan sehingga dihasilkan instrumen IPA berbasis keberlanjutan untuk wisata alam Kulon Progo. Terdiri tujuh dimensi meliputi *accessibility, quality of life, accommodation & restaurants, tourism services, entertainment facilities, heritage & cultural services, ecological services* yang dibreakdown menjadi 27 atribut. Implementasi luaran untuk riset lanjutan dan digunakan komunitas untuk mengevaluasi harapan pengunjung. Untuk itu edukasi pariwisata keberlanjutan dapat diawali dari hasil ini.

Kata Kunci: *Importance-Performance Analysis*, Keberlanjutan, Destinasi Wisata, Kulon Progo

ABSTRACT:

In line with spirit and proudly of community when creating and developing the tourism destination, so the goal of the study is to appreciate their ideas through designing instrument of Importance-Performance Analysis (IPA) on tourism destination startups at Kulon Progo County. The collecting data method uses observation, interview with manager destination, expert judgment, and literature study. The analysis data method uses the triangulation approach. Pilot of instrument was done, then is resulted an instrument of IPA bases on sustainability for Kulon Progo's ecotourism. It consists of seven dimensions including accessibility, quality of life, accommodation & restaurants, tourism services, entertainment facilities, heritage & cultural services, and ecological services which are broken down on 27 atributs. Implementation of output will be used to the next research and be utilized by community for evaluating visitors expectation. Therefore, education of sustainable tourism could be started from the result.

Keywords: *Importance-Performance Analysis, Sustainability, Tourism Destination, Kulon Progo*

PENDAHULUAN

Kulon Progo merupakan salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Selaras dengan *The Jewel of Java* sebagai *city branding* Kabupaten Kulon Progo, frasa ini menegaskan adanya potensi di Perbukitan Menoreh. Branding memposisikan potensi Kulon Progo sebagai permata di Pulau Jawa. Potensi ini merepresentasikan kekayaan alam, kearifan lokal, kebudayaan, *heritage* dan ekologi yang sepenuhnya belum terekspose. Salah satu potensi dikembangkan melalui kepariwisataan sehingga kinerja sektor ini diharapkan mampu merealisasikan *The Jewel of Java* serta mendukung "Pesona Indonesia" sebagai icon pariwisata nasional.

Dari sisi regulasi diindaklanjuti melalui "Bela dan Beli Kulon Progo" sebagai upaya membangun kemandirian ekonomi dengan cara menanamkan ideologi kepada masyarakat Kulon Progo supaya menggunakan produk lokal yang dihasilkan dari Kulon

Progo untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Susilo & Rijanta, 2017). Keberhasilan regulasi diantaranya: produksi pertanian, air kemasan, UMKM dan Koperasi Tomira (Phawestrina, 2018) sehingga berpengaruh positif pada ekonomi daerah. Implementasi sektor jasa terlihat pada kreativitas dan inovasi mendorong pembangunan pariwisata. Seiring dengan ketertarikan pada wisata alam (*ecotourism*), imbas “Bela dan Beli Kulon Progo” mampu menciptakan rintisan destinasi serta mendorong kinerja destinasi melalui *community based tourism* (CBT) (Rahayu *et al.*, 2016).

Terkait dengan CBT, fondasi model tersebut relevan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan sehingga terjalin keseimbangan antara pembangunan ekonomi dengan perlindungan kearifan lokal, kehidupan sosial-budaya dan ekologi. Atribut keberlanjutan seharusnya menjadi fokus membangun destinasi wisata atau desa wisata. Kesadaran bela dan beli tidak sebatas menumbuhkan minat beli produk/jasa dari Kulon Progo tetapi mendorong perilaku industri/konsumen membela keberlanjutan kepariwisataan. Dengan terjaganya aset budaya, *heritage*, kearifan lokal dan pelestarian lingkungan maka keberlanjutan destinasi sebagai komitmen bersama sehingga keberlanjutannya mampu mewujudkan *The Jewel of Java* dalam mendukung kinerja pariwisata nasional.

Selaras dengan sustainability maka pengembangan destinasi harus mengantisipasi kemungkinan risiko disebabkan faktor alam. Sebaliknya, keberadaan wisatawan sebagai konsumen dan investor sebagai penyedia jasa harus menyadari pentingnya respek dengan kondisi alam. Hubungan timbal balik harus disadari oleh *stakeholder* supaya memberi edukasi kepada pelaku usaha & wisatawan. Edukasi bertujuan menghindari risiko berupa: kerusakan lingkungan, luntarnya kearifan lokal dan hilangnya *heritage* atau keaslian cagar budaya sebagai efek aktivitas kepariwisataan. Apabila unsur tersebut hilang maka destinasi tidak memiliki keunikan dan tidak memiliki daya saing. Oleh karena itu pengelola wisata, investor dan wisatawan harus memiliki persepsi sama terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kulon Progo.

Sebagai langkah awal menjajaki pemikiran wisatawan terhadap aspek keberlanjutan maka diperlukan pendekatan untuk mengidentifikasi atribut penilaian destinasi wisata. Fokus untuk mendesain instrumen dengan melibatkan informasi yang dipertimbangkan pengunjung selama menikmati atau membeli jasa pada destinasi wisata di Kabupaten Kulon Progo. Secara konseptual kajian menekankan analisis tingkat kepentingan dan kinerja destinasi di Kulon Progo. Dengan mengacu aspek keberlanjutan rumusan masalah adalah: Atribut apa sajakah yang digunakan untuk mengidentifikasi persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata?

Instrumen sebagai luaran riset sehingga digunakan untuk penelitian lanjutan dan sebagai alat evaluasi bagi pengelola dalam menganalisis atribut yang dipersepsikan oleh wisatawan dalam konteks keberlanjutan. Mengacu riset (Omar *et al.*, 2015; De Nisco *et al.*, 2015; Bagry & Kala, 2015; Tendean, 2017; Deng & Pierskalla, 2018; Djeri *et al.*, 2018) digunakan pendekatan *Importance-Performance Analysis* (IPA) pada destinasi wisata di Kulon Progo dengan *novelty* pada penambahan dimensi *ecological services* sebagai bagian dari model IPA berbasis keberlanjutan.

TINJAUAN LITERATUR

Pengertian *Importance-Performance Analysis*

Pendekatan *Importance-Performance Analysis* bermanfaat untuk menganalisis tingkat kepentingan & kinerja dari berbagai faktor kunci dari sudut pandang konsumen (Ferreira & Fernandes, 2015). Awalnya digunakan Martilla & James untuk menganalisis kinerja industri otomotif (Obanyo *et al.*, 2013), namun kemudian diterapkan dalam

industri pariwisata, seperti: industri *food service* (Obanyo *et al.*, 2015), kepuasan wisatawan (De Nisco *et al.*, 2015), kinerja destinasi (Deng & Pierskalla, 2018). Relevan dengan riset sebelumnya metode IPA akan digunakan pada rintisan dan pengembangan destinasi wisata alam di Kabupaten Kulon Progo.

De Nisco *et al.*, (2015) enam dimensi digunakan evaluasi kepuasan wisatawan di Campania, Italia yaitu: (1) *accommodation & restaurants*, (2) *accessibility*, (3) *tourism services*, (4) *entertainment facilities*, (5) *quality of life*, (6) *heritage & cultural services*. Sesuai situasi & segmen pasar dibreak down 24 atribut, yaitu:

Comfort of accommodation, cleanliness of accommodation, accommodation personnel friendliness and competence, quality and variety of restaurants, typicality of food and restaurants, quality of public transportation services, availability of local transportation services, easiness to get around, quality of tourism information services availability of tourism signals, availability of guided tour services, comfort of beaches, cleanliness of sea, availability of health services and facilities, sustainability of nightlife and entertainment, availability of shopping facilities, availability of sport facilities and activities, historic and artistic heritage maintenance, overall quality and organization of the cultural and historical sites, availability and quality of events, feeling of personal safety and security, availability of parking, overall cleanliness of the streets and public places, availability of public services and facilities, overall satisfaction toward the destination.

Penelitian Bagry & Kala (2015) pada destinasi wisata religi (*cultural heritage*) di Trijugarayan India menggunakan empat dimensi yaitu: (1) *weather and accessibility*, (2) *uniqueness of destination*, (3) *quality of tourist facilities*, (4) *tourist motivation factor*. Pemilihan dimensi disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan wisatawan terhadap destinasi. Secara keseluruhan dibreak down menjadi 28 atribut, yaitu:

Pleasant weather & climate, the destination is free from air & noise pollution, availability & adequateness of transportation facilities, completeness of roads & road signage to destination, easy accessibility of hotels & lodges, telecommunication facilities near tourist destination, tranquility & panoramic view of natural environment, the wilderness & undisturbed nature, a rich spiritual & cultural heritage, spiritual attractions are well kept and restored, variety of tourist attractions, protected cultural & natural resources, the destination is unique and authentic, quality & hygiene at tourist place, accommodation & eateries, proper interpretation facilities, availability of competent tourist guide, maintenance of tourist attractions, cleanliness & maintenance of public convenience facilities, availability of leisure and recreational activities, availability of quality souvenirs, uncrowded and unspoiled destination, low traffic and adequate parking facilities, well-maintained pedestrian pathways, parks and green areas, hospitality and friendliness of local people, safety and security, availability of information center, value for money, activity oriented tourism place for a whole year.

Deng & Pierskalla (2018) pada destinasi wisata di Kota Savannah, Georgia USA dengan menempatkan empat grid model IPA sebagai dimensi, yaitu: (1) *concentrate here*, (2) *pick up the good work*, (3) *low priority*, (4) *possible overkill*. Sesuai situasi dan kondisi destinasi di sekitar Savannah, dikembangkan sebanyak 23 atribut yaitu:

Beauty of public squares, beauty of tree-lined streets/boulevards, beauty of trees in neighborhoods, beauty of gardens and parks, wide selection of restaurants/bars, street cleanliness, peaceful/restful atmosphere, personal safety and security, friendliness of local people, wide variety of shops, wide choice of accommodation, interesting cultural attractions, interesting historical attractions, attractive architecture/buildings, reasonable price for food/accommodation, reasonable price for attractions/activities, helpfulness of information/welcome centers, parking availability, quality of food, wide variety of cuisine, service in restaurants, reasonable price of meals dan good night-life/entertainment

Djeri *et al.*, (2018) tujuh dimensi untuk analisis daya saing destinasi wisata di Distrik Jablanica, Serbia. Sesuai kondisi destinasi maka dimensi yang digunakan adalah:

(1) accommodation, (2) dining, (3) environment, (4) accessibility, (5) activities & events, (6) shopping, (7) attractions. Dimensi dibreakdown menjadi 32 atribut yaitu:

Quality and cleanliness of accommodation, services at accommodation, uniqueness of accommodation, diversity of accommodation, meal plan, service in restaurants, diversity of cuisine, food quality, reasonable prices, cleanliness, safety and security, peaceful and restful atmosphere, friendliness of local people, availability of travel information, level of accessibility, helpfulness of welcome centre, availability of transport/taxi service, availability of local parking, variety of spa/massage/healing options, variety of outdoor recreation, variety of evening entertainment, reasonable price for activities and events, variety of special events/festivals, friendliness of service, quality of merchandise, reasonable price of merchandise, variety of shops, variety of natural attractions, variety of cultural options, variety of historic/cultural sites, reasonable price for sightseeing.

Tendean (2017) menganalisis empat destinasi wisata budaya di Kediri, Jawa Timur dengan tujuh dimensi: (1) attraction, (2) accommodation, (3) accessibility, (4) facility, (5) information, (6) advertisement, (7) utilities availability. Keseluruhan atribut yaitu:

Available security personnel, authentic natural attraction, available local cultural attraction, available local food & beverage, available unique local souvenirs, natural attraction beauty, unique culture, varied tourist attraction, hotel & inns availability, available dining area, available shopping area, road condition to tourist attraction, available transport method, ease in visiting tourist object, available parking lot, available rest room facility, available trash cans facility, available tourism center & service, available worship/prayer facility, available health post, available ATM & money changer, available gas station, available brochure/pamphlet, available traffic sign, available travel agent or guide, Wi-Fi availability, available electricity, available clean water, available network (signal strength).

Tabel 1. Diskripsi Kuadran *Importance-Performance Analysis*

Kuadran	Diskripsi
Quadrant I <i>Concentrate here</i> [High Importance Low Performance]	<i>This quadrant is the most critical categorisation because it provides a classification of elements in which the firm fails to satisfy the customer perceived level of performance in areas they judge as salient. Under performance in these attributes requires immediate attention and the highest prioritisation in terms of resources and effort. The factors identified in this quadrant represent major weaknesses and threats to competitiveness. Policy changes and strategies should focus on directing marginal resources and extra effort to these attributes.</i>
Quadrant II <i>Keep up the good work</i> [High Importance High Performance]	<i>Attributes falling within this quadrant are indicative of a firm's success in meeting customer standards of performance in areas which customer deem relevant. They represent major strengths and potential competitive advantages that should be maintained or exploited. It is assumed that scarce resources are being effectively allocated where they are needed most and that the current action strategies should be kept in place or enhanced.</i>
Quadrant III <i>Low priority</i> [Low Importance Low Performance]	<i>Attributes falling in this category do not embody an immediate competitive threat and are viewed as minor weaknesses. They are likely to attract low priority in the rationing of scarce resources by decision makers and are potential candidates for losing out completely on resources and effort. If no gains can be achieved from improved performance, extra effort in this area is unnecessary..</i>
Quadrant IV <i>Possible overkill</i> [Low Importance High Performance]	<i>This area captures those attributes that are suggestive of over performance. Marginal resources are being directed at attributes that represent minor strengths that have minimum impact on the firm's relative competitiveness. These attributes signify inefficient use of resources and should command the lowest priority for improvement. Cost cutting strategies may be appropriate to release resources and effort to be redeployed where they are needed.</i>

Sumber: Omar *et al.*, 2015

Seperti tersarikan di Tabel 1 keseluruhan atribut IPA dikelompokkan menjadi empat kuadran yaitu: *concentrate here, pick up the good work, low priority, possible overkill*. Hasil pemetaan digunakan sebagai informasi pengembangan destinasi. Namun, Glenn Kreag (2001) pembangunan pariwisata memberi efek diantaranya *environmental &*

community attitude. Dalam konsep *green tourism* menekankan konservasi berkelanjutan (Patti, 2013). Selaras dengan definisi *ecotourism* menurut *The International Ecotourism Society* dan *Global Ecotourism Network*, keduanya mensyaratkan konservasi sebagai aspek utama pariwisata berkelanjutan. Chin *et al.*, (2016) mengingatkan pentingnya *environmental conservation & environmental quality* sebagai daya saing *rural tourism destination* sehingga perlu penambahan *ecological services* sebagai atribut IPA.

Keberlanjutan Pembangunan Sektor Pariwisata

Mengacu pada *The International Ecotourism Society* (TIES) mendefinisikan istilah *ecotourism* sebagai “*Responsible travel to natural areas that conserves the environment, sustains the well-being of the local people, and involves interpretation and education*”. Program edukasi diberikan kepada staf atau pengelola destinasi wisata dan pengunjung. Selanjutnya, *Global Ecotourism Network* (GEN) menyempurnakan definisi *ecotourism* sebagai: “*Responsible travel to natural areas that conserves the environment, socially and economically sustains the well-being of the local people, and creates knowledge and understanding through interpretation and education of all involved*”. Konsep pengembangan *ecotourism* mengakomodasi tiga kepentingan: konservasi lingkungan, sosial budaya sekitar destinasi dan tujuan ekonomi. Keberlanjutan terealisasi apabila ketiganya berjalan bersama-sama sehingga diperlukan program edukasi.

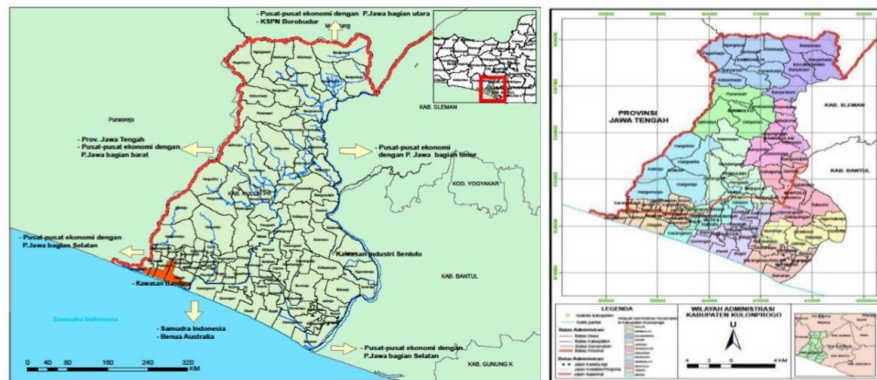
Menurut UNWTO prinsip keberlanjutan mencakup tiga aspek yaitu lingkungan, ekonomi dan sosial budaya dalam pengembangan industri pariwisata. Keseimbangan ketiganya harus dipastikan supaya menjamin keberlanjutan dalam jangka panjang. Langkah ditempuh untuk mewujudkan sustainability adalah: (1) penggunaan sumber daya lingkungan secara optimal dengan menjaga ekologi dan konservasi natural heritage & keaneragaman hayati. (2) Respek keaslian (*authenticity*) sosial budaya masyarakat sekitar destinasi melalui konservasi pada kehidupan kultural heritage, nilai-nilai tradisi serta membangun pemahaman dan toleransi budaya. (3) Memastikan keberlanjutan dengan menjalankan pembangunan ekonomi jangka panjang, memberikan manfaat sosial-ekonomi untuk *stakeholder* dan pengentasan kemiskinan.

Rintisan destinasi wisata merupakan komitmen mencapai sustainability sehingga *triple bottom line* sebagai kontribusi terhadap *sustainable development*. Seperti dijabarkan dalam Report of WCED (1987) didefinisikan “*development that meet the need of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs*”. Komitmen menjaga keseimbangan akan memastikan bahwa kebutuhan generasi mendatang tidak terabaikan oleh laju pembangunan saat ini. Implementasi keberlanjutan dalam konsep desa wisata melalui *community based tourism*. Pendekatan sebagai penguatan ekonomi lokal (Aulya *et al.*, 2016) serta mendorong pembangunan berkelanjutan di kawasan pedesaan (Bolaños, 2014).

Jika dikaitkan dengan prinsip *ecotourism* maka tersirat keselarasan dengan aspek lingkungan dan sosial budaya: (1) minimalisasi dampak fisik, sosial, perilaku dan psikologi. (2) membangun sadar lingkungan & budaya. (3) Membagikan pengalaman positif kepada pengunjung. (4) Menyisihkan pendapatan untuk konservasi. (5) Memberi manfaat finansial pada masyarakat lokal & swasta. (6) Membagikan pengalaman tidak terlupakan kepada pengunjung. (7) mengoperasikan fasilitas yang memiliki efek kecil terhadap lingkungan. (8) Menghargai hak asasi/kepercayaan spiritual dan menjalin kemitraan dengan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian di sejumlah destinasi wisata alam di Kulon Progo. Kabupaten ini terletak $7^{\circ}38'30''-7^{\circ}58'3''$ LS dan $110^{\circ}1'37''-110^{\circ}16'26''$ BT. Pada Gambar 1 secara *geostrategic* Kab. Kulon Progo mempunyai posisi menguntungkan. Terletak di bagian barat Provinsi DIY berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah sehingga menjadi gerbang penghubung dengan pusat ekonomi dan pemerintahan di bagian barat dan utara Pulau Jawa. Kulon Progo berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia sehingga menghubungkan Propinsi DIY dengan negara tetangga di bagian selatan Indonesia. Lokasi ini menguntungkan sebagai pembuka akses ke destinasi wisata Kulon Progo melalui Bandara Baru Yogyakarta dan Jalur Lintas Selatan.



Gambar 1. Peta Kabupaten Kulon Progo

Sumber: Kabupaten Kulon Progo Dalam Angka Tahun 2018

Secara geografis wilayah Kulon Progo terbagi (1) Bagian Utara berupa dataran tinggi & Perbukitan Menoreh di ketinggian 500–1000 meter dpl. (2) Bagian Tengah berupa perbukitan di ketinggian 100–500 meter dpl. (3) Bagian Selatan berupa dataran rendah di ketinggian 0–100 meter dpl. Pada ketiga bagian terdapat destinasi pedesaan diantaranya: Hutan Mangrove, Wisata Air Sermo, Kalibiru, Pule Payung, Kedung Pedut, Sungai Mudal, Gua Kriskendo, Kebun Teh Nglingsgo, Puncak Suroloyo, Embong Banjaroyo dan Wisata Religi Sendangsono. Bagian utara terhubung dengan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional sehingga seiring penetapan Borobudur sebagai *ten of the new Bali* (OECD, 2019) Kulon Progo berpotensi sebagai destinasi penyangga.

Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, penilaian ekspert dan studi literatur. Observasi dengan melihat demografi, volatilitas dan domisili wisatawan. Wawancara dilakukan dengan Kelompok Sadar Wisata Sermo dan Kalibiru pada Mei 2018 dan April 2019 untuk membahas historis rintisan destinasi, konsep pengelolaan, peran masyarakat, kekayaan budaya dan kearifan lokal sekitar destinasi. Penilaian ekspert untuk menyusun instrumen dan mengembangkan literatur. Data sekunder menggunakan BPS tahun 2018, RPJMD 2017-2022 dan artikel media online.

Teknik analisis keabsahan atau kebenaran informasi menggunakan triangulasi (Bachri, 2010). Menurut Norman K. Denkin (dikutip Rahardjo, 2010) triangulasi sebagai kombinasi empat metode, yaitu: (1) Triangulasi metode membandingkan wawancara, observasi dan dokumentasi. (2) Triangulasi antar-peneliti untuk memperkaya pengetahuan teknik analisis dan desain instrumen. (3) Triangulasi sumber data melibatkan data sekunder diantaranya regulasi pembangunan pariwisata Kulon Progo. (4) Triangulasi teori menggunakan referensi seperti: IPA industri pariwisata.

Variabel pada penelitian berupa *importance-performance* dengan operasionalisasi melibatkan aspek penawaran jasa pariwisata seperti: *attraction, accesability, amenities,*

ancillary services, activities dan available tourism packages (Eichhorn & Buhalis, 2011). Berdasarkan triangulasi dimensi difokuskan tujuh aspek yaitu: *accessibility, quality of life, accommodation & restaurants, tourism services, entertainment facilities, heritage & cultural services, and ecological services.*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Akses merupakan kemudahan mencapai destinasi dipengaruhi kondisi jalan, sarana transportasi, frekuensi keberangkatan dan jarak tempuh. Eichhorn & Buhalis (2011) pariwisata memiliki sistem kompleks sehingga *accessibility* sebagai bagian *customer' need chain* dan material promosi. Akses berkaitan dengan perjalanan menuju destinasi sehingga kondisi infrastruktur dan ketersediaan sarana transportasi berdampak positif pada pariwisata dan sektor ekonomi. Atribut *accessibility* difokuskan pada ketersediaan sarana transportasi dan pendukung di kawasan wisata.

Tabel 2. Dimensi *Accessibility*

No	Atribut
1	Sarana parkir mudah atau memadai
2	Terakses dengan transportasi (kendaraan) umum
3	Terakses dengan kendaraan pribadi

Sumber: diolah penulis (2019)

Kualitas hidup sebagai bagian *ancillary service* bagi wisatawan selama berada di destinasi wisata. Kim (2002) dikutip Aref (2011) *quality of life* dikategorikan menjadi: (1) *material well-being* terkait pendapatan, pekerjaan dan biaya hidup. (2) *community well-being* terkait kondisi lingkungan, pelayanan, fasilitas dan tempat tinggal. (3) *emotional wellbeing* terkait pengaturan waktu, aktivitas santai, menikmati kehidupan budaya/waktu luang. (4) *health and safety well-being* terkait lingkungan sehat/bersih, aman dan terlindungi. Riset Jeon *et al.*, 2016 membuktikan *quality of life* dipengaruhi *economy benefit, social cost dan environmental sustainability* sehingga atribut *quality of life* menekankan pada penciptaan rasa aman dan terlindungi untuk wisatawan.

Tabel 3. Dimensi *Quality of Life*

No	Atribut
1	Tersedia pos layanan kesehatan
2	Pasangan tanda titik kumpul (<i>meeting point</i>)
3	Tersedia lokasi titik kumpul
4	Pemasangan rambu-rambu evakuasi atau peringatan bencana
5	Mengatur kepadatan atau kapasitas pengunjung

Sumber: diolah penulis (2019)

Fasilitas sebagai aspek *amenities* misalnya: fasilitas penginapan, restoran dan menu lokal. Ketersediaan hotel dan restoran mendukung akomodasi sehingga memperpanjang masa tinggal. Fasilitas/akomodasi di destinasi rintisan Kulon Progo masih sederhana sehingga belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pengunjung. Sebagai contoh hotel berbintang belum ada namun di Kota Wates mudah mendapatkan restoran yang representatif dengan menu tradisional dan harga terjangkau. Sekitar destinasi kondisi rumah makan masih sederhana. Kondisi hampir sama terjadi dalam Vengesayi *et al.*, (2013) bahwa akomodasi belum mendukung terbentuknya keunggulan destinasi. Atribut *accommodation & restaurant* menekankan pada ketersediaan restoran dan penginapan.

Tabel 4. Dimensi *Accommodation & Restaurants*

No	Atribut
1	Tersedia informasi restoran dan penginapan

2	Tempat penginapan nyaman dan bersih
3	Restoran menyediakan menu yang bervariasi
4	Restoran menyajikan makanan/minuman khas

Sumber: diolah penulis (2019)

Pelayanan (*tourism services*) merupakan factor utama dalam pengelolaan pariwisata. Secara konseptual *service quality* terdiri lima indikator, yaitu: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati dan jaminan. Trung (2013) membuktikan *tourism service quality* berpengaruh positif terhadap *tourist satisfaction* di Danang City, Vietnam. Namun sesuai dengan situasi destinasi di Kulon Progo maka atribut *tourism services* hanya menekankan pada keandalan dan bukti fisik pada destinasi wisata.

Tabel 5. Dimensi *Tourism Services*

No	Atribut
1	Pelayanan petugas/pemandu wisata
2	Kebersihan fasilitas umum
3	Koneksi internet

Sumber: diolah penulis (2019)

Ketersediaan fasilitas hiburan sebagai *attraction* destinasi wisata. Daya tarik wisata Kulon Progo mengekspos Perbukitan Menoreh seperti: wisata-agro, wisata tirta dan panorama alam. Moscardo (2004) terdapat keterkaitan *shopping behavior* dengan pilihan destinasi. Nallathiga (2006) perlu integrasi *entertainment-heritage-cultural* dalam pengembangan destinasi sehingga atribut *entertainment facilities* menekankan penyediaan fasilitas untuk menikmati keindahan alam sambil berbelanja.

Tabel 6. Dimensi *Entertainment Facilities*

No	Atribut
1	Keindahan alam
2	Fasilitas belanja oleh-oleh
3	Souvenir khas destinasi wisata
4	Tersedia taman dan tempat bersantai

Sumber: diolah penulis (2019)

Sebagai kelanjutannya, adanya *heritage & cultural services* melengkapi daya tarik destinasi. Menurut Morozov & Morozov (2018) *cultural heritage* menambah tingkat *attractiveness* dan *competitiveness* destinasi wisata (Chiun Lo *et al.*, 2017). Aspek ini berkaitan dengan cagar budaya dimana menurut undang-undang didefinisikan sebagai:

“Warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan.” (Undang-Undang RI No. 11 tahun 2010 Pasal 1 tentang Cagar Budaya).

Sebagai bagian Daerah Istimewa Yogyakarta, masyarakat Kulon Progo memiliki akar budaya yang kuat dan menghargai heritage. Situs terkait Sejarah Mataram, Pakualam, Pangeran Diponegoro, Nyi Ageng Serang, Peninggalan Kolonial Belanda dan situs *geo-heritage* menjadi daya tarik destinasi. Aspek ini juga berkaitan dengan *cultural event* seperti festival budaya diselenggarakan Pemda Kulon Progo. Untuk itu penekanan atribut *heritage & cultural services* pada kearifan lokal, atraksi budaya dan heritage.

Tabel 7. Dimensi *Heritage & Cultural Services*

No	Atribut
1	Memperkenalkan kearifan lokal/tradisi masyarakat

2	Mengelar atraksi budaya atau cerita rakyat
3	Menjaga situs purbakala atau mengandung nilai sejarah
4	Mempromosikan warisan leluhur atau heritage

Sumber: diolah penulis (2019)

Layanan lingkungan (*ecological services*) sebagai kelanjutan *ancillary services*. Chin *et al.*, (2016) menegaskan peran *environmental conservation & environmental quality* sebagai daya saing pada *rural tourism* sehingga sesuai dengan rintisan destinasi wisata Kulon Progo yang mayoritas wisata pedesaan. Untuk itu atribut *environmental services* menekankan konservasi & perilaku ramah lingkungan sekitar destinasi wisata.

Tabel 8. Dimensi *Environmental Services*

No	Atribut
1	Mengutamakan konservasi lingkungan atau pelestarian satwa/tumbuhan langka
2	Memberi peringatan tertib buang sampah
3	Menyediakan tempat atau bak pilah sampah
4	Mengatur penggunaan air bersih

Sumber: diolah penulis (2019)

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Instrumen IPA menekankan pada issue keberlanjutan dengan dimensi *accessibility, quality of life, accommodation & restaurants, tourism services, entertainment facilities, heritage & cultural services, ecological services* dengan 27 atribut. Implikasi luaran digunakan pengelola sebagai alat evaluasi harapan wisatawan pada destinasi wisata sehingga konsistensi evaluasi akan membantu merealisasikan Kulon Progo sebagai *The Jewel of the Java*. Tetapi instrumen belum mempertimbangkan akses dan fasilitas bagi pengunjung difabel sehingga riset selanjutnya dapat melengkapi aspek tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aref, F. (2011). The effects of tourism on quality of life: A case study of Shiraz, Iran. *Life Science Journal*. Vol. 8. Issue 2. 26-30
- Aulya, R., Mindarti, L.I., & Amin, F. (2016) Strengthening local economy through community-based tourism in governance perspective (Study at Sidomulyo Tourism Village, Batu City). *Ad'ministrare*. Vol. 3 No. 2. 11-30.
- Bachri, B.S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*. Vol 10. No. 1. April. 46-62.
- Bagry, S.C. & Kala, D. (2015). Tourists' satisfaction at Trijuginarayan, India: an importance-performance analysis. *Advances in Hospitality and Tourism Research*. Vol. 3 (2). 89-115
- Bolaños, M.A.R (2014). The role of community-based tourism in sustainable rural development: Case Studies from Ecuador. <https://pdfs.semanticscholar.org/7117/20a2bf37a429bb818948a3c1ba4db18cb312.pdf>.
- Chin, C.H., Lo, M.C., Nair, V. & Songan, P. (2016). Examining the effects of environmental components on tourism destination competitiveness: The moderating impact of community support. *Asian Academy of Management Journal*. Vol. 21. 1. 75–104.
- Chiun Lo, M., Mohamad, A.A., Hua Chin, C. & Ramayah, T. (2017). The impact of natural resources, cultural heritage, and special events on tourism destination competitiveness: The moderating role of community support. *International Journal of Business and Society*. Vol. 18. 763-774.
- De Nisco, A., Riviezzo, A. & Napolitano, M.R. (2015). An importance-performance analysis of tourist satisfaction at destination level: Evidence from Campania (Italy), *European Journal of Tourism Research*. 10. 64-75.
- Deng, J. & Pierskalla, C.D. (2018). Linking importance–performance analysis, satisfaction, and loyalty: A study of Savannah, GA. *Sustainability*. 10. 704. 1-17.

- Djeri, L., Stamenković, P., Milićević, I.B.S. & Ivkov, M. (2018). An importance-performance analysis of destination competitiveness factors: case of Jablanica district in Serbia. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. Vol. 31. No. 1. 811–826.
- Eichhorn, V. & Buhalis, D. (2011). Accessibility—A Key Objective for the tourism industry. In Buhalis, D & Darcy, S. (Eds). *Accessible Tourism: Concepts and Issues*, Bristol: Channel View Publications, pp. 46-61.
- Elson G. Budi Susilo & Rijanta. (2017). Kajian implementasi "Bela-Beli Kulon Progo" (Kasus: AirKu, Batik Geblek Renteng dan ToMiRa). *Jurnal Bumi Indonesia*. Vol. 6 No. 3.
- Ferreira, H.P. & Fernandes, P.O. (2015). Importance-performance analysis applied to a laboratory supplies and equipment company. *Procedia Computer Science*. 64. 824 – 831.
- Jeon, M.M., Kang, M. & Desmarais, E. (2016). Residents' perceived quality of life in a cultural-heritage tourism destination. *Applied Research Quality Life*. 11. 105–123.
- Kabupaten Kulonprogo Dalam Angka (2018). Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulonprogo. PT Solo Grafika Utama. Solo.
- Kreag, G. (2001). The impact of tourism.
<http://www.seagrant.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf> (Diakses 20 September 2019).
- Morozov, M.A & Morozov, M.M. (2018). The influence of cultural heritage on the attractiveness of the tourist destination. *Culture, Heritage and Tourism Development*. 69-75
- Moscardo, G. (2004). Shopping as a destination attraction: An empirical examination of the role of shopping in tourists' destination choice and experience. *Journal of Vacation Marketing*. Vol. 10 No. 4. 294-307.
- Nallathiga, R. (2006). Integrating entertainment, tourism, heritage and culture into the development of cities: A case for Mumbai. *ITPI Journal*. 3(3). July-September. 67-72.
- Obanyo, G.O., Ayieko, M.A. & Kambona, O.O. (2015). An importance-performance analysis of food service attributes in gastro-tourism development in Western Tourist Circuit, Kenya. *Tourism and Hospitality Research*. 12(4). 188–200.
- OECD (2019). Making the most of tourism in Indonesia to promote sustainable regional development. *Economics Department Working Papers*. No. 1535. 1-41.
- Omar, S.I., Abukhalifeh, A.N. & Mohamed B. (2015). An Importance-performance analysis of international visitors to Penang Island, Malaysia. *Journal of Tourism*. Vol. 10. Number 1. Spring-Summer. 15-36.
- Patti, S. (2013). Sustainability and support for the ecotourism within Etna Park Area. *American Journal of Tourism Research*. Vol. 2. No. 1. 124-129.
- Phawestrina, D. (2018). "Bela Beli Kulon Progo" (study on implementation of regional regulation of Kulon Progo Regency number 5 year 2016 about local products protection), *IRSA* 14th July 23-24th Solo. Central Java. 23-31.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif. (Online), <https://www.uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>. (Diakses 4 Oktober 2019).
- Rahayu, S., Dewi, U., & Fitriana, K.N. (2016). Strategi pengembangan *community based tourism* sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kulon Progo. *Jurnal Kajian Ilmu Administrasi Negara*. Vol. 4 No. 1. 65-80.
- Report WCED.1987. Development and international economic cooperation : Environmental.
- Tendean, C. (2017). Analysis of tourist satisfaction to tourist attraction quality in Kediri Regency, East Java. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*. Vol. 5. No. 2. 91-100.
- Trung, T.T. (2013). Effects of tourism service quality and hotel quality on tourist satisfaction in Danang City Vietnam. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Vol. 5. No. 2. Agustus. 75-82.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya.
- Vengesai, S., Mavondo, F., & Reisinger, Y. (2013). Tourism destination competitiveness: The impact of destination resources, support services and human factors. *Journal of Tourism*. Vol. XIV. No. 1. 80-108.

BIODATA

Kartika Nuringsih, SE., MSi dilahirkan 18 Agustus 1972 di Kulon Progo. S1 UPN "Veteran" Yogyakarta (1997), S2 Magister Sains Universitas Gadjah Mada (2002). Tertarik dengan riset *sustainable development* khususnya kewirausahaan, pariwisata dan *corporate finance*.

Conference on Management and Behavioral Studies

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 23 Oktober 2019

ISSN NO: 2541-3406

e-ISSN: 2541-285X

Dr. Nuryasman MN, MM dilahirkan 25 Maret 1967 di Padang Pariaman. S1 Universitas Andalas (1990), S2 Universitas Indonusa Esa Unggul (1999), S3 Universitas Padjajaran (2015). Tertarik dengan riset ekonomi regional dan pariwisata.

Dr. Nyoman Supratha, MM dilahirkan 1 November 1954 di Singaraja, Bali. S1 Universitas Pancasila (1978), S2 Universitas Trisakti (1999), S3 Universitas Padjajaran (2016). Tertarik dengan riset pasar modal, MSDM dan pariwisata.