

HUBUNGAN ATRAKSI ALAM DAN NON ALAM TERHADAP *OCCUPANCY RATE* PADA 18 BALKONDES (BALAI EKONOMI DESA) DI BOROBUDUR

Anastasia Lana Onasis, Bakti Setiawan

Program Magister, Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan dalam memilih Balai Ekonomi Desa (Balkondes) di kawasan wisata Candi Borobudur, serta hubungannya dengan tingkat hunian (*occupancy rate*) di masing-masing Balkondes. Penelitian ini dilaksanakan di 18 Balkondes yang tersebar di desa-desa sekitar Borobudur. Berdasarkan analisis faktor daya tarik alam, atraksi budaya lokal, pengelolaan, aksesibilitas, dan citra destinasi, ditemukan bahwa pengelolaan yang baik menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat hunian di Balkondes. Meskipun kedekatan geografis dengan Candi Borobudur dan daya tarik alam yang memukau berperan penting, pengelolaan yang optimal, termasuk kualitas fasilitas, pelayanan, serta keberagaman atraksi lokal, lebih menentukan dalam meningkatkan *occupancy rate* dan dampak ekonomi. Beberapa Balkondes yang mampu memaksimalkan potensi alam dan budaya, serta memiliki pengelolaan yang efisien, seperti Balkondes Tuksongo, mencatatkan tingkat hunian yang tinggi, meskipun jaraknya lebih jauh dari Candi Borobudur. Sebaliknya, beberapa Balkondes dengan lokasi yang lebih dekat (1-2 km) tidak berhasil mencapai tingkat hunian yang tinggi akibat pengelolaan dan pemasaran yang kurang efektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja ekonomi Balkondes, pengelolaan yang efektif dan pengembangan atraksi lokal yang berkelanjutan sangat diperlukan.

Kata Kunci: Balkondes, Candi Borobudur, minat wisatawan, *occupancy rate*, pengelolaan, atraksi alam, atraksi budaya.

1. PENDAHULUAN

Candi Borobudur merupakan salah satu destinasi wisata utama di Indonesia dan menjadi ikon pariwisata dunia yang terdaftar sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO. Keindahan arsitektur dan nilai sejarah yang terkandung dalam Candi Borobudur menjadikannya tujuan wisata yang populer, baik untuk wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan jumlah pengunjung yang terus meningkat, kawasan sekitar Candi Borobudur, khususnya desa-desa di sekitarnya, memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata yang dapat meningkatkan perekonomian lokal. Melonjaknya angka kunjungan di Kawasan wisata Candi Borobudur pada tahun 2016 kebelakang ini membuat terbentuknya 20 Balai Ekonomi Desa (Balkondes) oleh Kementrian Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Konsep the Experience of Village Atmosphere, seperti pengalaman terlibat langsung dalam aktifitas dan kehidupan masyarakat pedesaan. Transformasi pengelolaan Balkondes dimulai dari tahun 2016- pembangunan di inisiasi oleh PT .TWC dengan dana CSR oleh beberapa BUMN, lalu 2018 oleh PATRAJASA untuk pengembangan kemandirian pengelolaan lalu pada tahun 2019 sampai sekarang oleh PT CBT Nusantara. Perencanaan 20 Balkondes hingga saat ini hanya 18 Balkondes yang sudah beroperasi, Balkondes Sambeng dan Balkondes Giripurno belum beroperasi sama sekali.

Keberadaan Balkondes di 18 desa di Borobudur dalam perjalannya masih dianggap belum optimal, walaupun perserapan tenaga kerja dan perubahan lingkungan menjadi meningkat dengan adanya Balkondes di Borobudur. Ada beberapa Balkondes yang sudah berhasil memanfaatkan dan mengoptimalkan potensi di desanya untuk kegiatan wisata, namun ada juga yang hanya memanfaatkan Balkondes saja tanpa keselarasan dengan konteks lingkungan desanya. Penelitian ini melihat bahwa meskipun Balkondes telah menyediakan fasilitas dan pengalaman wisata yang beragam, *occupancy rate* (tingkat hunian) di masing-masing Balkondes sangat bervariasi. Beberapa Balkondes mencatatkan tingkat hunian yang tinggi, sementara yang lainnya masih memiliki tingkat hunian yang rendah. Berdasarkan data selama empat tahun terakhir (2019-2022), tingkat hunian Balkondes mengalami fluktuasi yang signifikan, dengan beberapa tahun mengalami penurunan drastis akibat pandemi COVID-19. Namun, di tahun 2022 beberapa Balkondes menunjukkan peningkatan *occupancy rate* yang signifikan, mencapai lebih dari 80%, sementara yang lainnya tetap stagnan dengan angka *occupancy rate* di bawah 20%.

Fenomena ini menunjukkan adanya faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan dalam memilih Balkondes sebagai tempat menginap atau beraktivitas. Faktor-faktor ini dapat berupa daya tarik alam, seperti pemandangan alam sekitar yang menakjubkan, serta faktor non-alam, seperti keberadaan atraksi budaya, fasilitas wisata, dan kualitas pengelolaan Balkondes itu sendiri. Selain itu, kedekatan Balkondes dengan Candi Borobudur juga mungkin menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan dalam memilih tempat menginap.

Dengan mempertimbangkan dinamika tersebut, penting untuk memahami lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi Balkondes, serta bagaimana faktor-faktor tersebut berhubungan dengan tingkat hunian (*occupancy rate*) di masing-masing Balkondes. Beberapa atraksi alam yang ada di sekitar Balkondes, seperti pemandangan pegunungan Menoreh, serta atraksi non-alam seperti kegiatan budaya lokal dan pengalaman wisata desa, berpotensi menjadi daya tarik utama yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan dalam memilih Balkondes, serta menganalisis hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan tingkat hunian atau *occupancy rate* di Balkondes. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai elemen-elemen yang menentukan daya tarik Balkondes, serta bagaimana pengelolaan atraksi alam dan non-alam dapat meningkatkan tingkat hunian dan memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Tujuan penelitian ini adalah (a) Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan pada Balkondes di Kawasan Wisata Candi Borobudur, (b) Menganalisis hubungan antara faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan dengan tingkat hunian (*occupancy rate*) di Balkondes Borobudur. Penelitian ini penting untuk memberikan gambaran yang lebih jelas bagi pengelola Balkondes dalam merancang dan mengembangkan atraksi wisata yang lebih menarik dan berkelanjutan. Hal ini juga menjadi dasar untuk merumuskan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Balkondes di sekitar Candi Borobudur.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan*

Minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi, termasuk faktor eksternal dan internal. Kotler et al. (2017) menyatakan bahwa faktor utama yang memengaruhi minat wisatawan meliputi daya tarik destinasi, fasilitas yang tersedia, aksesibilitas, dan citra destinasi. Chen and Tsai (2007) mengemukakan bahwa pengalaman positif wisatawan yang diperoleh dari sebelumnya akan meningkatkan minat mereka untuk mengunjungi destinasi yang sama di masa mendatang, yang dikenal dengan konsep word-of-mouth atau rekomendasi dari mulut ke mulut. Selain itu, faktor emosional juga berperan besar; Crompton (1979) mengidentifikasi bahwa wisatawan tidak hanya mencari produk atau atraksi, tetapi juga pengalaman emosional yang dapat meningkatkan kepuasan mereka selama perjalanan.

Di sisi lain, Mowforth and Munt (2003) menyoroti bahwa wisatawan sering kali tertarik pada destinasi yang menawarkan keunikan budaya, suasana lokal, dan interaksi langsung dengan komunitas. Di dalam konteks Balkondes Borobudur, atraksi alam seperti pemandangan pegunungan, serta atraksi non-alam yang berhubungan dengan budaya lokal dan kegiatan masyarakat desa, menjadi faktor yang dapat mempengaruhi minat wisatawan. Hassan (2000) juga menambahkan bahwa keberagaman atraksi, serta keselarasan dengan kebutuhan wisatawan akan pengalaman budaya, sangat berperan dalam memotivasi mereka untuk memilih suatu destinasi.

Selain itu, Keller (2001) mengidentifikasi bahwa *perceived value* (nilai yang dirasakan) memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan wisatawan. Wisatawan akan memilih destinasi yang menawarkan nilai lebih, baik dari segi pengalaman, kenyamanan, maupun biaya yang sesuai dengan anggaran mereka. Dalam hal ini, Balkondes yang menawarkan pengalaman langsung dengan kehidupan desa dan kedekatannya dengan Candi Borobudur, dapat memberikan nilai lebih bagi wisatawan yang mencari pengalaman wisata yang autentik dan terjangkau.

2.2. *Occupancy rate sebagai Indikator Kinerja Tingkat Hunian*

Occupancy rate atau tingkat hunian merupakan indikator yang sering digunakan untuk menilai kinerja sebuah destinasi wisata, khususnya dalam konteks penginapan dan fasilitas wisata lainnya. Coccossis dan Parpairis (2000) mengemukakan bahwa *occupancy rate* merupakan salah satu ukuran utama dalam menilai popularitas dan daya tarik suatu destinasi, di mana tingkat hunian yang tinggi menunjukkan bahwa destinasi tersebut berhasil menarik banyak wisatawan. Leiper (2004) menambahkan bahwa *occupancy rate* mencerminkan efisiensi pengelolaan fasilitas dan keberhasilan strategi pemasaran suatu destinasi wisata.

Menurut Fletcher et al. (2013), *occupancy rate* juga mencerminkan kualitas pelayanan dan pengalaman yang ditawarkan oleh destinasi. Ketika wisatawan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan atraksi yang ditawarkan, mereka akan lebih cenderung untuk menginap lebih lama atau mengunjungi destinasi tersebut lebih sering, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat hunian. Ryan (2002) juga menegaskan bahwa faktor-faktor seperti kualitas fasilitas, keberagaman atraksi, serta kemudahan aksesibilitas menjadi penentu utama dalam menentukan *occupancy rate* di destinasi wisata. Gonzalez et al. (2013) menambahkan bahwa dalam beberapa kasus, *occupancy rate* juga dipengaruhi oleh faktor musiman dan tren permintaan pasar. Perubahan musim atau event tertentu dapat mempengaruhi tingkat kunjungan ke destinasi wisata, yang pada gilirannya mempengaruhi *occupancy rate*. Di Balkondes Borobudur, yang berada di sekitar Candi Borobudur, faktor kedekatannya dengan atraksi utama dapat berperan dalam meningkatkan *occupancy rate*, terutama selama musim liburan atau saat acara budaya besar di kawasan tersebut.

Selain itu, Sirgy et al. (2000) berpendapat bahwa citra destinasi yang baik dan komunikasi yang efektif tentang pengalaman yang ditawarkan juga dapat meningkatkan *occupancy rate*. Destinasi yang berhasil mempromosikan diri secara efektif dan sesuai dengan harapan wisatawan akan cenderung memiliki tingkat hunian yang lebih tinggi.

Kajian pustaka ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan, seperti daya tarik alam, atraksi budaya, fasilitas, dan aksesibilitas, sangat berpengaruh terhadap tingkat hunian (*occupancy rate*) suatu destinasi wisata. Selain itu, *occupancy rate* sebagai indikator kinerja destinasi juga dipengaruhi oleh kualitas pengelolaan, citra destinasi, dan strategi pemasaran yang efektif. Keterkaitan antara minat wisatawan dan *occupancy rate* sangat penting untuk dipahami dalam konteks pengembangan dan pengelolaan Balkondes Borobudur guna meningkatkan kunjungan dan mengoptimalkan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data utama, yaitu data primer dan data sekunder.

3.1 *Data Primer*

Data primer dikumpulkan langsung dari responden dengan wawancara, yaitu wisatawan dan pengelola Balkondes. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi empirik yang lebih akurat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dan *occupancy rate*. Wawancara dilakukan dengan dua kelompok, yaitu untuk Pengelola Balkondes: Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan dan pengembangan fasilitas yang memengaruhi *occupancy rate*. Pertanyaan untuk Wisatawan untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka, seperti daya tarik alam, atraksi non-alam, aksesibilitas, dan citra destinasi.

3.2 *Data Sekunder*

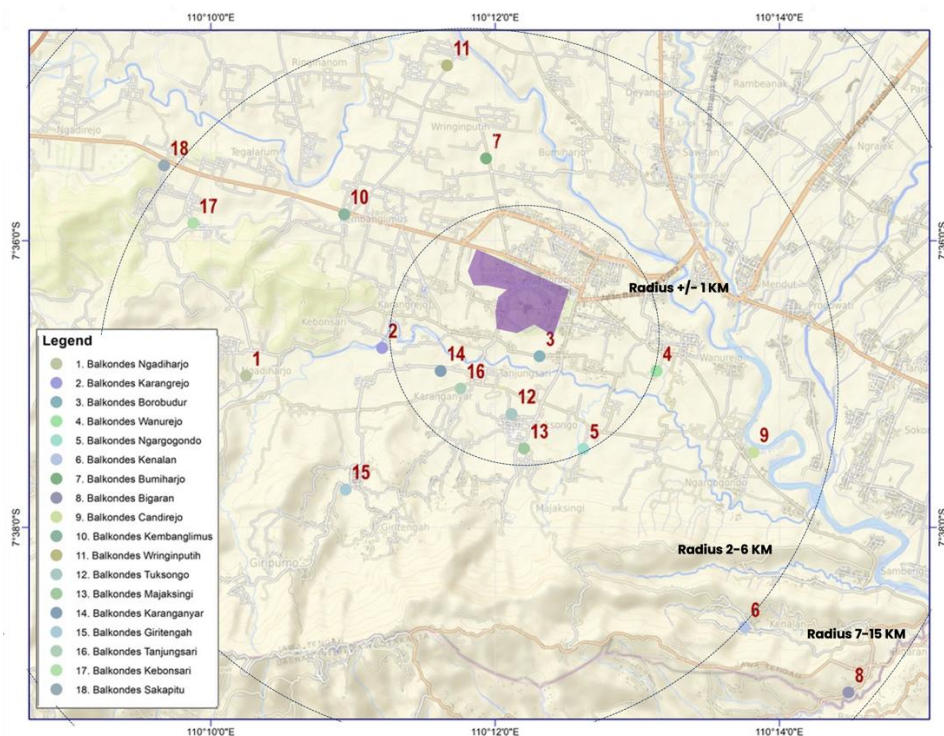
Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer dan memberikan konteks lebih luas mengenai pengelolaan Balkondes. Data dimulai dari Laporan Pengelolaan Balkondes yang berisi laporan tahunan dan statistik pengelolaan Balkondes akan digunakan untuk memperoleh informasi tentang *occupancy rate*, jumlah pengunjung, dan perubahan yang dilakukan pengelola untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu terdapat Dokumen Kebijakan Terkait dan Literatur Terkait tentang penelitian atau publikasi yang relevan dengan faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan dan *occupancy rate* di destinasi

wisata serupa akan digunakan sebagai referensi tambahan. Selanjutnya dari data tersebut dilakukan analisis data untuk data primer akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial, seperti uji korelasi dan regresi, untuk melihat hubungan antara faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan dan *occupancy rate*. Data sekunder akan digunakan untuk memberikan gambaran lebih luas tentang pengelolaan dan dampaknya terhadap tingkat hunian. Metode ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dan kaitannya dengan *occupancy rate* di Balkondes Borobudur.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di 18 Balkondes yang tersebar di berbagai desa sekitar Borobudur antara lain Balkondes Karanganyar, Balkondes Majaksingi, Balkondes Ngargogondo, Balkondes Borobudur dan Balkondes Tanjungsari, Balkondes Bumiharjo, Balkondes Candirejo, Balkondes Giritengah, Balkondes Karangrejo, Balkondes Kembanglimus, Balkondes Ngadiharjo, Balkondes Tegalarum, Balkondes Tuksongo, Balkondes Wanurejo, Balkondes Wringinputih, Balkondes Bigaran dan Balkondes Kenalan. Penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan dalam memilih Balkondes di kawasan wisata Candi Borobudur dan hubungannya dengan tingkat hunian (*occupancy rate*) di masing-masing Balkondes. Berdasarkan hasil analisis data primer dan sekunder yang telah dikumpulkan, beberapa temuan utama dapat diidentifikasi. Dari wawancara dengan wisatawan, ditemukan beberapa faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mereka dalam memilih Balkondes sebagai tempat menginap dan beraktivitas.

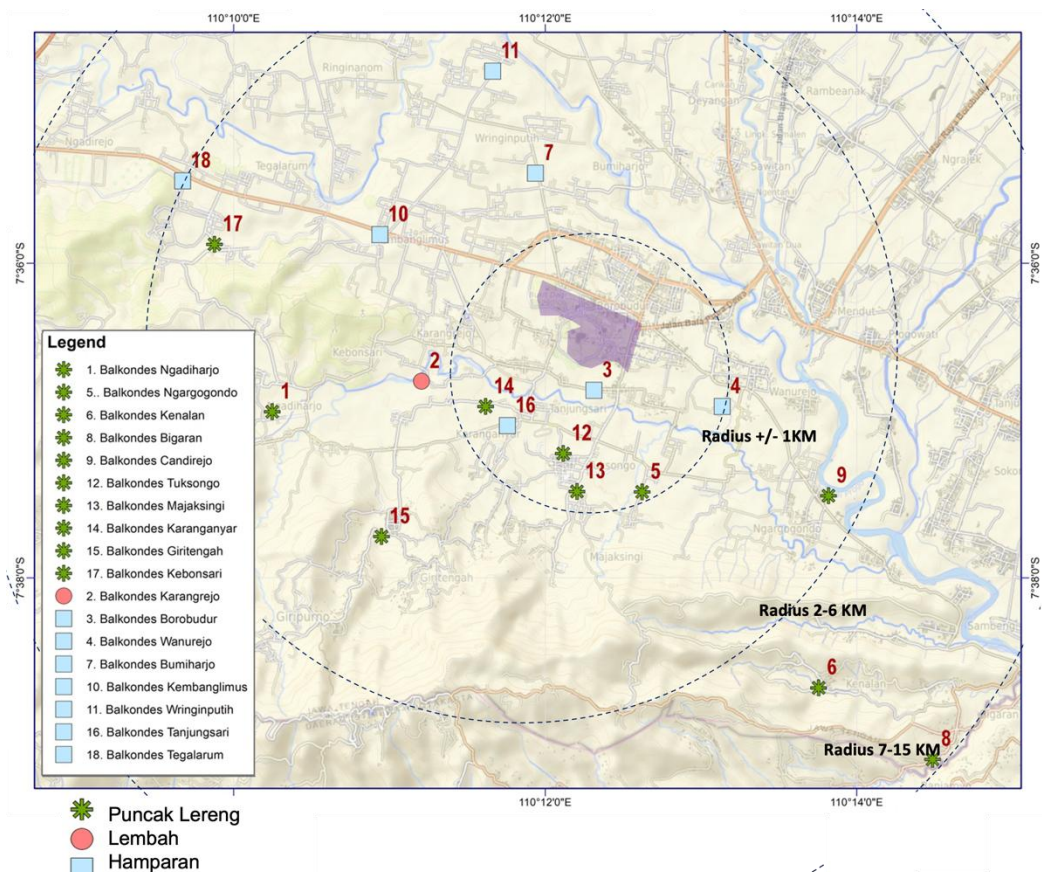
4.1 Faktor Alam



Gambar 1. Analisa Penulis, Peta Keseluruhan Persebaran Balkonde Kecamatan Borobudur

Faktor daya tarik dibagi menjadi dua daya tarik alam dan daya tarik non alam, untuk daya tarik alam, desa-desa tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda, mulai dari puncak lereng yang menawarkan pemandangan pegunungan Menoreh, hingga daerah yang lebih rendah dengan suasana pedesaan yang lebih tenang. Berdasarkan hasil wawancara,

pemandangan alam yang dapat dinikmati dari Balkondes, seperti pemandangan Gunung Sindoro, Sumbing, dan perbukitan Menoreh, menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Wisatawan menyatakan bahwa mereka tertarik mengunjungi Balkondes yang menawarkan panorama alam yang indah, baik di pagi hari dengan kabut tipis atau saat matahari terbenam, namun selain pemandangan, keasrian dan kebersihan lingkungan desa juga dianggap sangat penting. Beberapa Wisatawan mengungkapkan bahwa mereka lebih memilih desa yang alami dan bebas dari polusi, serta menjaga kelestarian alam. Desa-desa yang memiliki lingkungan yang asri dan nyaman merupakan lokasi balkondes pada topografi datar.



Gambar 2 Peta Atraksi Alam

Topografi puncak lereng yang menjadi tempat bagi sepuluh Balkondes di sekitar Borobudur menawarkan pengalaman yang tak terlupakan bagi para wisatawan yang mencari keindahan alam yang masih alami. Lokasi-lokasi seperti Balkondes Bigaran, Candirejo, Giritengah, Karanganyar, Kebonsari, Kenalan, Majaksingi, Ngadiharjo, Ngargogondo, dan Tuksongo, semuanya berada di ketinggian yang memungkinkan pengunjung menikmati pemandangan luar biasa, termasuk perbukitan Menoreh, Bukit Gongopurawan, serta dua gunung megah, Sindoro dan Sumbing. Bahkan di Balkondes Tuksongo, wisatawan dapat menikmati pemandangan Stupa Borobudur dari kejauhan, memberikan sensasi spiritual yang mendalam.

Keunikan lain dari Balkondes di puncak lereng adalah suasana alam yang jauh dari keramaian. Sebagian besar dari lokasi-lokasi ini terletak pada ketinggian yang memudahkan pengunjung untuk menikmati udara segar, pemandangan alam yang asri, serta kedamaian yang tidak ditemukan di kawasan dekat Candi Borobudur yang lebih ramai. Ini menjadikan Balkondes di puncak lereng sebagai pilihan tepat bagi wisatawan yang ingin merasakan ketenangan dan keindahan alam dalam suasana pedesaan.

Selain keindahan alam, atraksi budaya lokal dan pengalaman desa turut berperan dalam memengaruhi minat wisatawan. Pengalaman langsung dengan kehidupan desa dan tradisi setempat menjadi nilai tambah yang dicari oleh wisatawan. Wisatawan tertarik untuk terlibat dalam aktivitas sehari-hari penduduk desa, seperti bertani, kerajinan tangan, atau upacara adat yang memperkenalkan mereka pada budaya setempat. Beberapa wisatawan mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal, belajar tentang kebudayaan, dan merasakan kehidupan pedesaan yang sederhana namun autentik.

Bagi banyak wisatawan, *view from site*—pemandangan yang dapat dinikmati langsung dari lokasi—adalah alasan utama memilih untuk menginap di Balkondes puncak lereng ini. Keindahan alam yang terpampang dari tiap balkon dan pendopo di setiap Balkondes menjadi daya tarik utama yang memikat. Pemandangan pegunungan, hamparan sawah, serta suasana alam yang hijau memberikan pengalaman visual yang luar biasa bagi para wisatawan, baik yang berasal dari dalam negeri maupun mancanegara.

Selain lokasi puncak lereng, Balkondes Karangrejo yang terletak di lembah juga menawarkan pemandangan alam yang sangat indah. Keberadaan Balkondes Karangrejo di lembah memberikan suasana perbukitan yang megah, dipadukan dengan pemandangan persawahan yang asri, menjadikannya salah satu Balkondes yang sangat diminati wisatawan. Namun, setelah pembangunan Truntum Gasblock, yang dikelola oleh PGN (BUMN), akses *view* ke arah selatan menjadi terbatas. Hal ini juga berdampak pada aktivitas yang dapat dilakukan di Balkondes Karangrejo, yang mengalami penurunan. Meskipun demikian, keindahan alam dan suasana pedesaan di Balkondes Karangrejo tetap menjadi daya tarik utama bagi pengunjung yang menginginkan pengalaman wisata yang lebih dekat dengan alam dan jauh dari hiruk pikuk.

Klasifikasi lokasi Balkondes selanjutnya adalah hamparan, terdapat 7 (tujuh) Balkondes dengan lokasi hamparan, yaitu Balkondes Bumiharjo, Balkondes Kembanglimus, Balkondes Borobudur, Balkondes Tanjungsari, Balkondes Tegalarum, Balkondes Wanurejo dan Balkondes Wringinputih.

Lokasi hamparan ini menawarkan pemandangan luas yang lebih terbuka, dengan suasana yang khas dari desa dan persawahan yang hijau. Keberadaan Balkondes di kawasan hamparan memberikan akses yang lebih mudah dan langsung ke pemandangan alam yang dapat dinikmati secara maksimal. Lokasi-lokasi ini memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang menginginkan suasana yang lebih luas, tenang, dan lebih dekat dengan aktivitas pedesaan.

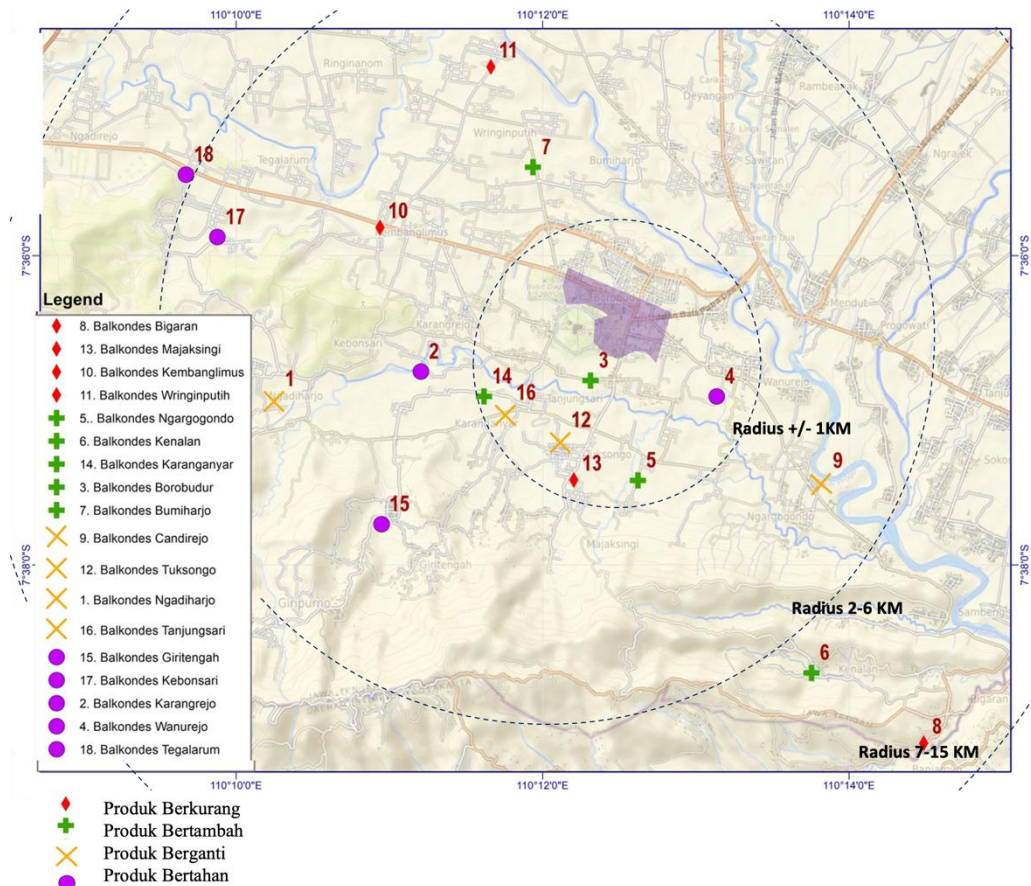
Fasilitas yang ditawarkan oleh Balkondes, seperti penginapan, ruang makan, dan area untuk aktivitas lainnya, sangat berpengaruh terhadap tingkat hunian. Di beberapa Balkondes, kualitas fasilitas yang baik dan pengelolaan yang efisien memberikan pengalaman yang memuaskan, yang mengarah pada tingkat hunian yang lebih tinggi.

Kualitas Pelayanan dan Manajemen: Pengelolaan yang baik, seperti kebersihan, kenyamanan, serta keterampilan staf dalam melayani wisatawan, sangat menentukan tingkat kepuasan dan minat wisatawan untuk kembali. Pengelolaan yang kurang optimal bisa menyebabkan wisatawan kecewa dan berpotensi menurunkan *occupancy rate*.

Selain keindahan alam, atraksi budaya lokal dan pengalaman desa turut berperan dalam memengaruhi minat wisatawan. Pengalaman langsung dengan kehidupan desa dan tradisi setempat menjadi nilai tambah yang dicari oleh wisatawan. Wisatawan tertarik untuk terlibat dalam aktivitas sehari-hari penduduk desa, seperti bertani, kerajinan tangan, atau upacara adat yang memperkenalkan mereka pada budaya setempat.

Interaksi dengan Komunitas Lokal: Beberapa wisatawan mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal, belajar tentang kebudayaan, dan merasakan kehidupan pedesaan yang sederhana namun autentik.

4.2 Faktor Non- Alam



Gambar 2 Peta Atraksi Non-Alam

Klasifikasi atraksi non alam di Balkondes Borobudur terbagi menjadi empat kategori utama berdasarkan perubahan produk dan daya tarik yang ada. Produk Berkurang mencakup Balkondes Bigaran, Balkondes Kembanglimus, Balkondes Majaksingi, dan Balkondes Wringinputih, yang mengalami penurunan minat pengunjung, mungkin karena kurangnya daya tarik baru yang dapat menarik perhatian wisatawan. Di sisi lain, Produk Bertambah mencakup Balkondes Bumiharjo, Balkondes Karanganyar, Balkondes Kenalan, Balkondes Borobudur, dan Balkondes Ngargogondo, yang berhasil menarik lebih banyak pengunjung dengan tambahan atraksi baru seperti gerabah di Balkondes Karanganyar, serta kerjasama dengan komunitas lokal seperti Komunitas Tour VW dan Komunitas Tilik Ndeso yang menawarkan pengalaman menggunakan transportasi tradisional seperti dokar. Untuk Produk Berganti, empat Balkondes, yaitu Balkondes Candirejo, Balkondes Ngadiharjo, Balkondes Tanjungsari, dan Balkondes Tuksongo, telah bertransformasi setelah minat pengunjung terhadap konsep awal menurun. Dengan dukungan dari BUMN pendamping, mereka kini menawarkan konsep dan atraksi baru yang lebih sesuai dengan potensi lokal. Meskipun ada perubahan, beberapa Balkondes tetap mempertahankan daya tarik utama mereka, seperti Balkondes Karanganyar yang terkenal dengan atraksi gerabah dan Balkondes Karangrejo yang menawarkan penyewaan jeep untuk petualangan alam.

Balkondes Borobudur juga menjadi favorit karena menyediakan penyewaan joglo yang ideal untuk acara budaya atau pertemuan. Dengan berbagai perubahan dan inovasi ini, setiap Balkondes kini menawarkan pengalaman yang lebih beragam dan disesuaikan dengan preferensi wisatawan yang berbeda.

4.3 Faktor Lainnya (Aksesibilitas, Pengelolaan dan Citra Destinasi)

Aksesibilitas menjadi faktor kunci dalam memengaruhi tingkat hunian di Balkondes. Wisatawan lebih cenderung memilih destinasi yang mudah dijangkau, baik melalui transportasi pribadi maupun transportasi umum. Desa-desa yang lebih mudah diakses cenderung memiliki tingkat hunian yang lebih tinggi dibandingkan yang lebih terpencil atau sulit dijangkau.

Balkondes	Jarak
Balkondes Karanganyar, Balkondes Majaksingi, Balkondes Ngargogondo, Balkondes Borobudur dan Balkondes Tanjungsari	+/- 1 KM
Balkondes Bumiharjo, Balkondes Candirejo, Balkondes Giritengah, Balkondes Karangrejo, Balkondes Kembanglimus, Balkondes Ngadiharjo, Balkondes Tegalarum, Balkondes Tuksongo, Balkondes Wanurejo, Balkondes Wringinputih	2-6 KM
Balkondes Bigaran dan Balkondes Kenalan	7-15 KM

Tabel 1 Jarak Aksesibilitas Balkondes dari Kawasan Candi Borobudur

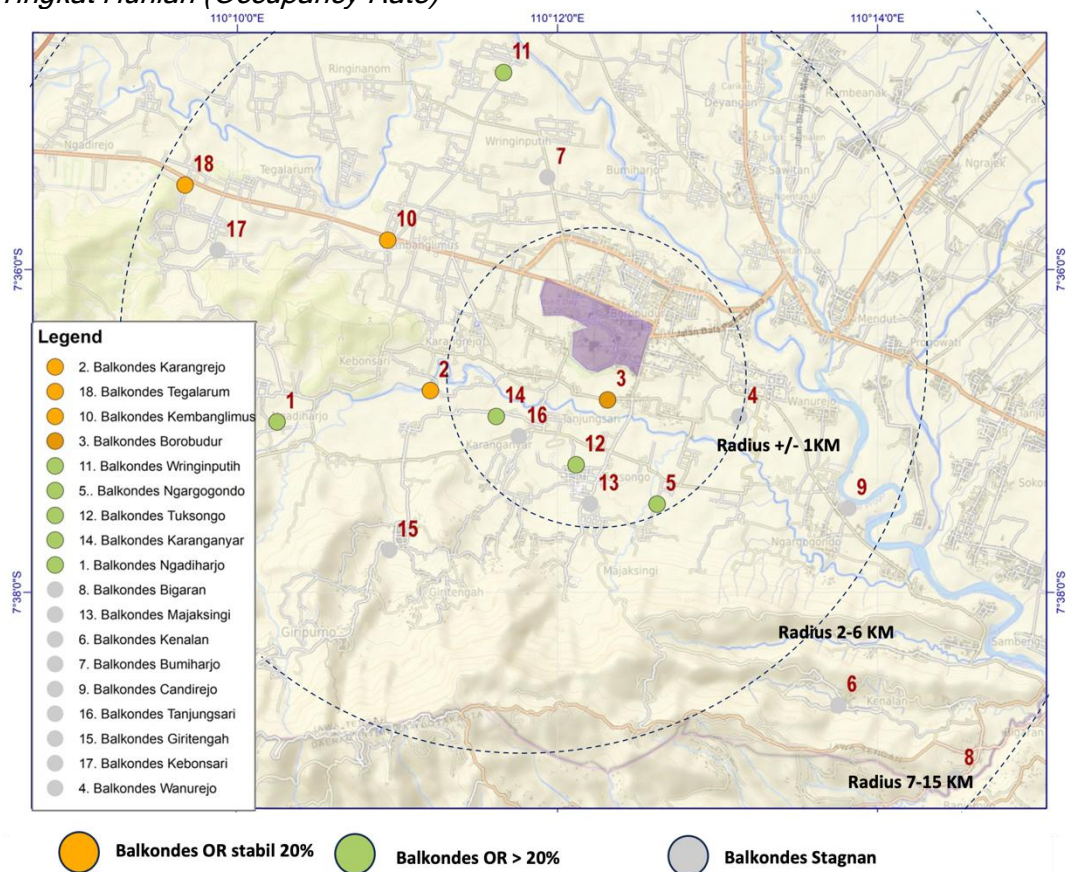
Pemasaran yang efektif memainkan peran penting dalam meningkatkan *occupancy rate*. Balkondes yang memiliki promosi yang baik, baik melalui media sosial, rekomendasi dari mulut ke mulut, maupun program wisata berbasis komunitas, lebih mudah menarik minat wisatawan. Wawancara dilakukan pada setiap pengunjung Balkondes untuk Balkondes Borobudur, Tuksongo, Karangrejo, Kembanglimus, Tegalarum melakukan pemasaran dengan kolaborasi dengan agen travel dan komunitas walking tour lain, untuk balkondes lain rata rata pengunjung mengunjungi dan melakukan sewa di Balkondes karena survey sendiri.

Faktor Citra Destinasi merupakan citra positif yang dibangun oleh pengelola Balkondes, termasuk citra alam dan budaya lokal yang ditonjolkan, sangat berpengaruh terhadap keputusan wisatawan. Destinasi yang berhasil membangun citra yang menarik dan sesuai dengan harapan wisatawan akan lebih mudah menarik pengunjung. Balkondes dalam naungan PT CBT Indonesia memiliki web <http://balkondesborobudur.com> dan setiap balkondesnya memiliki social media Instagram masing-masing. Dilihat dari aktivitas web terakhir untuk mengunggah aktivitas di juni 2021. Balkondes Wringinputih yang dibantu kelola oleh PT Pertamina merupakan Instagram yang paling aktif dari yang lain.

Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor yang memengaruhi minat wisatawan pada Balkondes, seperti daya tarik alam, atraksi budaya, kualitas pengelolaan, dan aksesibilitas, berhubungan erat dengan tingkat hunian. *Occupancy rate* menjadi indikator kinerja yang menunjukkan seberapa efektif pengelola Balkondes dalam memanfaatkan potensi alam dan budaya lokal, serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan. Sebagai contoh, beberapa Balkondes yang mengoptimalkan potensi alam dan budaya lokal memiliki tingkat hunian yang lebih tinggi

karena pengelolaan yang baik dan promosi yang tepat. Di sisi lain, Balkondes yang hanya mengandalkan fasilitas fisik tanpa mengintegrasikan pengalaman lokal yang unik atau akses yang mudah cenderung memiliki tingkat hunian yang lebih rendah.

4.4 Tingkat Hunian (Occupancy Rate)



Gambar 4 Peta *Occupancy Rate* di Balkondes Kawasan Borobudur

Peta menunjukkan bahwa meskipun kedekatan geografis dengan Candi Borobudur dan kawasan sekitarnya tampaknya memberikan keuntungan, lokasi bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi tingkat hunian atau *occupancy rate* di Balkondes. Seperti yang telah dianalisis meskipun beberapa Balkondes, seperti Balkondes Wanurejo dan Balkondes Bumiharjo, terletak dekat dengan Candi Borobudur (dalam radius 1-3 km), keduanya tidak berhasil mencapai tingkat hunian 20%. Sebaliknya, Balkondes Wringinputih, yang berada pada jarak lebih jauh (sekitar 6,5 km), justru menunjukkan tingkat hunian yang lebih stabil dan cenderung meningkat.

4.5 Hubungan Factor-Faktor Minat Pengunjung Dengan Occupancy Rate

No	Balkondes	FAKTOR FAKTOR MINAT PENGUNJUNG					OCCUPANCY RATE
		ATRAKSI ALAM	ATRAKSI NON ALAM	PENGELOLAAN	AKSESIBILITAS	CITRA DESTINASI	
1	Bigaran						Stagnan
2	Kenalan						Stagnan
3	Candirejo						Stagnan
4	Wanurejo						Stagnan
5	Borobudur						Stabil 20 %
6	Tuksongo						>20%
7	Majaksingi						Stagnan
8	Tanjungsari						Stagnan
9	Karanganyar						>20%
10	Giritengah						Stagnan
11	Ngadiharjo						>20%
12	Karangrejo						Stabil 20 %
13	Kebonsari						Stagnan
14	Kembanglimus						Stabil 20 %
15	Wringinputih						>20%
16	Bumiharjo						
17	Tegalarum						Stabil 20 %
18	Ngargogondo						>20%

Tabel diatas menganalisis bagaimana faktor-faktor geografis, atraksi alam, atraksi non-alam, aksesibilitas, dan pengelolaan memengaruhi kinerja ekonomi di Balkondes sekitar Candi Borobudur, dengan fokus pada *occupancy rate*. Topografi dan Atraksi Alam dibagi menjadi tiga kategori

1. Puncak Lereng (warna kuning) menawarkan pemandangan alam yang sangat menarik dan menguntungkan. Balkondes di lokasi ini, seperti Balkondes Tuksongo, cenderung memiliki tingkat hunian yang tinggi, karena pemandangannya yang memukau.
2. Lembah (warna hijau) memiliki pemandangan yang cukup menarik dan menenangkan, seperti di Balkondes Kembanglimus dan Tegalarum, yang meskipun tidak seterkenal puncak lereng, tetap mampu menarik wisatawan dengan kenyamanan alam yang lebih tenang.
3. Hamparan Dataran (warna biru) cenderung kurang menarik bagi wisatawan yang mencari pemandangan alam yang spektakuler. Meskipun demikian, beberapa Balkondes dengan lokasi ini, seperti Balkondes Borobudur, tetap menunjukkan performa yang stabil karena faktor lain seperti pengelolaan dan atraksi non-alam.

Atraksi Non-Alam, yang mencakup produk unggulan desa seperti kerajinan tangan atau pertanian lokal, juga dikategorikan dalam tiga tingkatan:

1. Atraksi yang Bertambah (warna kuning) cenderung menawarkan pengalaman baru dan menarik, seperti yang ditemukan di Balkondes Tuksongo, yang memanfaatkan keberagaman budaya dan aktivitas lokal untuk menarik wisatawan.
2. Atraksi yang Bertahan (warna hijau) mencakup produk-produk tradisional yang tetap diminati, meskipun tidak banyak berkembang.
3. Atraksi yang Berkurang (warna biru) dapat mengurangi minat wisatawan, karena kehilangan daya tariknya.

Jarak Lokasi sebagai aksesibilitas dari Candi Borobudur sebagai atraksi utama juga berperan penting, dengan tiga kategori jarak:

1. 1-2 km (kuning): Lokasi paling strategis, seperti Balkondes Borobudur, diharapkan memiliki tingkat hunian yang tinggi, namun kenyataannya, pengelolaan yang kurang optimal dapat mengurangi dampak ekonominya.
2. 2-6 km (hijau): Lokasi yang cukup strategis. Balkondes Tuksongo, meskipun lebih jauh, berhasil memaksimalkan pengelolaan dan atraksi lokal untuk mencapai tingkat hunian yang tinggi.
3. 7-15 km (biru): Lokasi lebih jauh, seperti Balkondes Bigaran dan Kenalan, yang meskipun memiliki atraksi alam yang menarik, lebih sulit dijangkau, sehingga memiliki dampak ekonomi yang lebih rendah.

Akhirnya, pengelolaan yang baik terbukti menjadi faktor penentu dalam meningkatkan kinerja ekonomi. Balkondes Tuksongo, dengan topografi puncak lereng yang menguntungkan dan pengelolaan yang sangat baik, menunjukkan bahwa pengelolaan yang optimal dapat mengatasi keterbatasan jarak dan lokasi, menghasilkan occupancy rate, yang tinggi. Secara keseluruhan, meskipun faktor geografis seperti topografi dan jarak memengaruhi minat wisatawan, pengelolaan yang efektif dan pengembangan atraksi lokal yang terus berkembang lebih berperan dalam meningkatkan dampak ekonomi dari Balkondes.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor geografis seperti topografi, jarak lokasi dari Candi Borobudur, serta kualitas atraksi alam dan non-alam memang memengaruhi minat wisatawan untuk memilih Balkondes sebagai tempat menginap. Namun, faktor yang paling menentukan dalam meningkatkan occupancy rate, length of stay, dan spending rate adalah pengelolaan yang baik.

Balkondes yang berada di topografi puncak lereng dan menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan cenderung memiliki tingkat hunian yang lebih tinggi, seperti Balkondes Tuksongo, meskipun berada di jarak 2-6 km dari Candi Borobudur. Pengelolaan yang baik, termasuk fasilitas yang memadai, pelayanan yang ramah, serta keberagaman atraksi lokal, terbukti menjadi faktor kunci yang dapat mengoptimalkan potensi alam dan budaya untuk menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Sebaliknya, meskipun beberapa Balkondes berlokasi dekat dengan Candi Borobudur (dalam radius 1-2 km), seperti Balkondes Borobudur, tidak selalu berhasil menarik pengunjung dalam jumlah besar jika pengelolaan dan atraksinya tidak maksimal. Aksesibilitas dan pemasaran yang efektif juga memainkan peran penting dalam menarik lebih banyak wisatawan.

Secara keseluruhan, pengelolaan yang optimal dan pengembangan produk atraksi lokal yang terus berkembang lebih berpengaruh pada kinerja ekonomi Balkondes dibandingkan dengan faktor geografis semata. Dengan demikian, pengelola Balkondes perlu fokus pada

peningkatan kualitas layanan dan pengembangan atraksi yang lebih menarik dan otentik untuk meningkatkan tingkat hunian dan dampak ekonomi di kawasan wisata sekitar Candi Borobudur.

DAFTAR PUSTAKA

- Pena, W. M., Parshall, S. A., 2012, *Problem Seeking an Architectural Programming Primer 5th Edition*, Hoboken: John Wiley & Sons.
- Aryasih, P. A., Aryanata, N. T., 2018. *Homestay Mozaik Pariwisata Berbasis Kerakyatan*. Nusa Dua: Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali.
- Ningrum, L., Boediman, S. F., Octarina, D., (2019). *Homestay Desa Wisata di Indonesia-Bagaimana Persepsi Masyarakat Kota?*. *Jurnal Pariwisata*, 6(1), 81-82.
- Pradana, G. Y. K., Arcana, K. T. P., (2020). Hasil Pengelolaan *Homestay* Bercorak Budaya Tradisional Bali di Tengah Pengaruh Perkembangan *Trend Millenial* di Sektor Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*. 11(01).
- Subroto, T. Y. W., & Malangyudo, A. S. (2014). The continuity of binary diametric space of Balinese house in Yogyakarta, Indonesia. *City, Culture and Society*, 5(1), 33-42. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2014.02.001>
- Marcillia, S. R., Modouw, M. P., & SN, U. (2020). MEKANISME PEMANFAATAN RUANG PADA SHARED TERITORIES KOMUNITAS TRADISIONAL BETWEEN TWO GATES KOTAGEDE. *Jurnal Arsitektur Dan Perencanaan (JUARA)*, 3(2), 97-109.
- Artina, V., Taviprawati, E., & Darsiah, A. (2020). Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di Homestay Desa Cipasung, Kuningan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(1), 26-39.

