

Geo-Homestay Potential Of Jeneponto Regency As A Preference For Destinations For Japanese Tourists

Anda Prasetyo Ery¹ , Masri Ridwan², Handoko³

¹ Politeknik Pariwisata Makassar

Correspondance : **Anda Prasetyo Ery¹ , Masri Ridwan², Handoko³**

Email : anda.prasetyo.ery@gmail.com

DOI : <https://doi.org/10.36983/tehbmj.v2i2.368>

ABSTRACT

This study aims to determine the Tourism Potential through Mapping the Geohomestay Potential of Japanese tourist preferences as an innovation in the new normal period in Jeneponto Regency, South Sulawesi as an Innovation in the Covid-19 Pandemic Period. The approach taken is descriptive qualitative with data collection methods through interviews and tourist attraction surveys. Data analysis by triangulation on key informants. Informants include the head of the destination, tourist village managers, village heads and the community in Jeneponto Regency. Meanwhile, to determine the location of geo-homestays, it is done by overlaying data consisting of the distribution of tourist villages, natural, cultural and historical potential using the Arcgis 10.5 mapping application. The conclusions of this study include the tourist attractions of Jeneponto Regency including beaches, caves, seas, islands, panoramas, agro, traditional-cultural history and industrial tourism. The Tourism component of Jeneponto Regency includes Attractions, Amenities, Accommodations and Accessibility. The development of geo-homestays in Jenoponto Regency follows the natural potential of the surroundings spread over 11 (eleven) villages/kelurahan, including: Je'ne Tallasa Village, Rumbia Village, Tompo Bulu Village, Ujung Bulu Village, Paitana Village, Je'ne Tallasa Village, Tonro Kassi Barat, Arungkeke Village, Ex. Pabiringa, Tarawang Village and Kampala Village. This study recommends the community, actors, and the government to package promotional products and homestay branding based on the existing geographic potential in accordance with the preferences of Japanese tourists.

Key words: *Geohomestay, Mapping, Japanese Tourist*

Potensi Geo-Homestay Kabupaten Jeneponto Sebagai Preferensi Destinasi Tujuan Wisatawan Jepang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Potensi Pariwisata melalui Pemetaan Potensi Geohomestay preferensi wisatawan asal Jepang sebagai inovasi di masa new normal Kabupaten Jeneponto Sulawesi-Selatan sebagai Inovasi di Masa Pandemi Covid-19. Pendekatan yang dilakukan yaitu Kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan survey daya tarik wisata. Analisis data dengan triangulasi pada informan kunci. Informan diantaranya kapid destinasi, pengelolah desa wisata, kepala desa dan masyarakat di Kabupaten Jeneponto. Sementara untuk penentuan lokasi geo-homestay dilakukan dengan overlay data yang terdiri dari sebaran desa wisata, potensi alam, budaya dan sejarah menggunakan aplikasi pemetaan Arcgis 10.5. Kesimpulan penelitian ini diantaranya daya tarik wisata Kabupaten Jeneponto meliputi pantai, gua, laut, pulau, panorama, agro, sejarah budaya-tradisional dan wisata industri. Komponen Keriwisataaan Kabupaten Jeneponto meliputi Atraksi, Amenitas, Akomodasi dan Akasesibilitas.

Pengembangan geo-homestay di Kabupaten Jenoponto mengikuti potensi alam sekitar tersebar di 11 (sebelas) Desa/kelurahan, diantaranya : Desa Je'ne Tallasa, Desa Rumbia, Desa Tompo Bulu, Desa Ujung Bulu, Desa Paitana, Desa Je'ne Tallasa, Tonro Kassi Barat, Desa Arungkeke, Kel. Pabiringa, Desa Tarowang, Desa Kampala dan Kel. Bontoramba. Penelitian ini merekomendasikan masyarakat, pelaku, dan pemerintah untuk mengemas produk promosi dan branding homestay berbasis pada potensi geografi yang ada sesuai dengan preferensi wisatawan Jepang.

Kata Kunci: Geo Homestay; Pemetaan; Wisatawan Jepang

PENDAHULUAN

Pariwisata global telah dihadapkan pada berbagai macam krisis di masa lalu. Antara tahun 2000 hingga 2015, beberapa kejadian luar biasa terjadi, antara lain peristiwa serangan teroris 11 September (2001), wabah sindrom pernafasan akut yang parah (SARS) di tahun 2003, dan Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS) di tahun 2015. Menariknya, krisis di masa lalu tersebut tidak menyebabkan penurunan dalam perkembangan pariwisata global. Misalnya, SARS hanya berdampak -0,4% pada sektor pariwisata dan krisis ekonomi global hanya -4,0% yang mengarah pada penurunan dalam kedatangan internasional (World Bank, 2020). Sebagai akibat dari situasi ini, wisatawan mengalami kesulitan untuk melakukan perjalanan. Diperkirakan sepanjang tahun 2020, bidang pariwisata secara global kehilangan pemasukan lebih dari 2,1 triliun US\$ (World Travel and Tourism Council, 2020). Bahkan, diperkirakan sebanyak 75 juta orang kehilangan pekerjaan di bidang pariwisata di seluruh dunia (World Travel and Tourism Council, 2020). Keengganan wisatawan untuk bepergian selama dan setelah pandemi diakibatkan oleh risiko kesehatan yang tinggi. Hal ini sejalan dengan kecenderungan hasil survey di mana risiko kesehatan merupakan perhatian utama sebagian besar wisatawan saat mengunjungi destinasi atau properti perhotelan (Kozak et al., 2007; Shin & Kang, 2020).

Persepsi tentang resiko kesehatan

adalah faktor kunci yang memengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan untuk cenderung tidak mengunjungi suatu destinasi ketika melihat tingkat resiko kesehatan yang tinggi di destinasi tersebut. Dengan fenomena tersebut dipandang perlu melakukan inovasi dalam industry pariwisata. Dengan kata lain, inovasi pemasaran pariwisata dalam pasca pandemi mempromosikan liburan sebagai sarana ekspresi keanekaragaman hidup, partisipasi aktif, perjalanan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, dan bukan sebagai produk akhir yang dapat memenuhi keinginan orang.

Suatu destinasi harus memiliki berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan agar kunjungan seorang wisatawan dapat terpenuhi dan merasa nyaman. Berbagai kebutuhan wisatawan tersebut antara lain, fasilitas transportasi, akomodasi, biro perjalanan, atraksi (kebudayaan, rekreasi, dan hiburan), pelayanan makanan, dan barang-barang cinderamata (Gde Pitana, 2005). Tersedianya berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan akan membuat wisatawan merasa nyaman, sehingga semakin banyak wisatawan yang berkunjung. Senada dengan itu, fenomena transformasi bentuk rekreasi berakibat pada peningkatan dan pengembangan fasilitas rekreasi di sebagian besar daerah tujuan wisata (widjaya, dkk. 2021). (Buckley, 2000) mengemukakan bahwa telah ada pergeseran dari budaya rekreasi luar-ruang sederhana non-komersial ke sektor komersial yang didorong permintaan yang

lebih modern dengan bentuk-bentuk rekreasi baru dengan memanfaatkan multi industri. Dengan demikian, diperlukan inovasi dalam konstruksi pengembangan pariwisata.

Kementerian Pariwisata mempunyai target dalam rangka mendukung target kunjungan wisatawan ke Indonesia, membangun 100 ribu homestay di desa wisata sampai tahun 2019, yang didukung oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) yang dilakukan di 25 kawasan (CNN Indonesia, 2017) dan dengan jumlah desa yang berpotensi menjadi desa wisata itu sebanyak 1.902 desa, terdiri dari 787 desa wisata bahari, 576 desa wisata sungai, 165 desa wisata irigasi, dan 374 desa wisata danau. (Rachman, 2017) Pembangunan homestay ini dilakukan Pemerintah, dalam rangka menyediakan akomodasi untuk meningkatkan daya jual industri pariwisata nasional serta selaras dengan program pembangunan pemerintah yang membangun dari desa serta daerah pinggiran. Pengembangan homestay juga mengamati tren wisatawan yang mulai suka menginap di homestay dibandingkan di hotel (Surya, 2017). Pada 2020, ketertarikan wisatawan terhadap homestay di kota-kota besar dunia naik 15% dari 10% pada 2016. Sementara di Asia Tenggara akan naik 5% dari 2%. Pengembangan homestay ini diharapkan dapat meningkatkan nilai jual pariwisata nasional karena program homestay bukan hanya sekadar menawarkan amenities, tetapi juga menjual atraksi dan budaya lokal ke wisatawan.

Jeneponto merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan. Sebagian wilayah Jeneponto merupakan dataran tinggi dan sebagian yang lainnya merupakan pesisir pantai. Meskipun didominasi oleh dataran tinggi dan pesisir pantai, Jeneponto bukanlah tujuan wisata utama di Sulawesi Selatan, namun daerah ini memiliki beragam destinasi unik yang

menarik. Mulai dari wisata alam, cagar budaya, tempat bersejarah, kuliner khas, tempat romantis, area bermain anak dll.

Selama ini Kabupaten Jeneponto dikenal dengan Kabupaten yang gersang, bahkan secara PAD paling rendah diantara Kabupaten lain di Sulawesi Selatan. Jika dilihat dari tingkat kesejahteraan masyarakatnya, dapat dikatakan daya beli masyarakat Jeneponto masih rendah. Untuk menunjang pemenuhan fasilitas pariwisata di Kabupaten Jeneponto yang menarik dan ramah lingkungan, sehingga perlu dikembangkan pondok penginapan bagi wisatawan yang berkunjung dalam bentuk homestay. Minat wisatawan sekarang ini cenderung memilih wisata yang bernuansa alam. Mereka lebih santai dengan menikmati pemandangan alam sekitar. Pemerintah sekarang lebih mengembangkan kegiatan pariwisata alam (UNESCO. 2009). Apalagi untuk memikat wisatawan asing yang kita tahu kondisi cuacanya yang berbeda dengan Kabupaten Jeneponto. Contohnya Wisatawan dari Jepang, dimana cuaca disana dingin yang berbanding terbalik dengan cuaca di Kabupaten Jeneponto yang Panas dan dikenal dengan Kabupaten yang gersang. Maka dari itu diperlukan aktivitas pariwisata dengan akomodasi berupa penginapan untuk memikat wisatawan asing seperti dari Jepang.

Jepang merupakan salah satu wisatawan terbanyak ke Indonesia. Hal ini dikarenakan faktor destinasi wisata alam dan budaya Indonesia yang dapat para wisatawan Jepang. Indonesia juga termasuk negara yang terkenal dalam perjalanan paket wisata yang cukup murah, dari akomodasi, transportasi dan buah tangan. Selain itu wisatawan Jepang sangat tertarik dengan kuliner di Indonesia, dimana kuliner di Indonesia disajikan dengan beraneka bumbu yang sangat khas dari berbagai daerah wisata. Vincent Jemadu sebagai Direktur Promosi Pariwisata Indonesia untuk wilayah

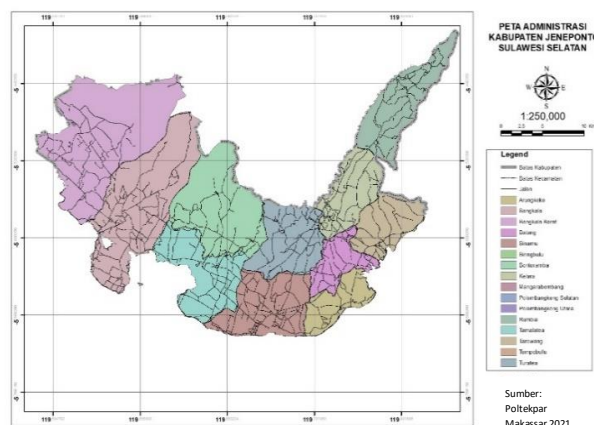
Amerika, Asia dan Pasifik mengatakan bahwa sasaran destinasi wisata yang paling diminati wisatawan Jepang yang utama salah satunya adalah Bali, karena karakteristik wisatawan Jepang yaitu menyukai wisata alam, budaya serta sport. Jepang sangat berminat diving sport, kemudian Yogyakarta lebih kepada kebudayaan, dimana wisatawan Jepang menyukai culture dan nature (lifestyle.okezone.com, 2015).

Oleh karena itu, pemerintah Indonesia lebih meningkatkan kerjasama pariwisata dengan Jepang. Dimana didalam renstra pengembangan pariwisata, Jepang sebagai salah satu fokus primer pasar pariwisata Indonesia di bagian kawasan Asia Timur (Renstra Kemenparekraf, 2012). Jepang juga sebagai salah satu negara utama renstra pengembangan pemasaran pariwisata dari enam belas negara (Rencana Strategis Kemenparekraf, 2012). Selain itu Jepang memiliki jumlah populasi penduduk yang cukup besar sejumlah 127,3 juta, yang rata-rata mempunyai pendapatan perkapita tertinggi dibandingkan negara Asia lainnya yaitu sekitar US\$ 34,189 (The Japan Foundation. 2005). Wisatawan Jepang juga terkenal dalam memiliki karakteristik yang paling ramah dan royal dalam membelanjakan uangnya disaat berlibur (japanesestation.com,2012). Hal ini membuat pemerintah Indonesia sangat

tertarik untuk meningkatkan wisatawan Jepang agar terus dapat memberikan devisa bagi ekonomi Indonesia dalam berwisata.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian lapangan terkait dengan Inovasi industri pariwisata di Masa Pandemi dalam mengembangkan homestay yang berbasis potensi sumber data alam dan manusia di Kabupaten Jeneponto berdasarkan Preferensi wisatawan asal Jepang. Populasi diantaranya Dispar Kab Jeneponto bidang destinasi, pengelola desa wisata, kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan pelaku wisata di Kabupaten Jeneponto. Berdasarkan rangkaian teori tentang penelitian kualitatif tersebut, maka peneliti menggunakan metode penelitian diskriptif. Kaidah penelitian diskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang terjadi. Tahap meliputi pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasidata, dan mengakhiri dengan sebuah kesimpulan. Analisis data dilaksanakan sejak awal penelitian hingga data terkumpul. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif yang dikemukakan oleh Creswell (2015).



Gambar 1. Peta Adminstrasi Kabupaten Jeneponto

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Potensi Pariwisata Kabupaten Jeneponto
 Perefrensensi Wistawan Jepang
 Daya tarik wisata Kabupaten Jeneponto terdiri dari daya tarik wisata pantai, gua, laut, pulau, panorama, agro, sejarah, budaya masyarakat tradisional, maupun events (peristiwa pariwisata). Adapun potensi daya tarik wisata Kabupaten Jeneponto dilihat dari aspek sejarah, aspek sosial budaya masyarakat, dan sektor-sektor lain yang terkait lainnya. Berdasarkan hasil inventarisasi daya tarik wisata, Kabupten Jeneponto terbagi menjadi 3 (tiga) klasifikasi wisata:

a) Wisata Alam

Wisata alam tersebar di 24 titik lokasi, mulai dari panorama alam, pantai, bukit hingga air terjun.

b) Wisata Budaya dan sejarah

Wisata budaya dan sejarah tersebar di 40 titik lokasi, Atraksi budaya sebagai tinggalan kebudayaan berbagai masyarakat yang mendiami dan bermukim serta melakukan hubungan sosial ekonomi di masa lalu. Adapun jenis daya tarik wisata sejarah budaya

kabupaten Jeneponto terdiri dari benda tinggalan sejarah, tarian, ritual, permainan rakyat, benda pusaka, dan benda cagar budaya lainnya

c) Potensi Wisata Buatan Manusia dan Minat Khusus

Wisata buatan manusia dan minat khusus tersebar di 15 titik lokasi. . Potensi wisata buatan merupakan segala bentuk daya tarik yang dibuat atau dibangun oleh manusia secara terencana sebagai sarana bagi wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata, Selain potensi wisata buatan manusia (man-made), potensi wisata minat khusus juga merupakan sarana atau aktivitas yang dibutuhkan oleh wisatawan pada saat melaksanakan kunjungan ke kabupaten Jeneponto. Potensi wisata minat khusus yang dimaksudkan dalam hal ini adalah aktivitas wisata selain aktivitas wisata yang secara operasional melekat dalam aktivitas wisata alam. Potensi daya tarik wisata wisata tersebut berupa taman, rekreasi keluarga, dan kuliner.

Matriks 1. Perefrensensi wisatawan asal Jepang

No	Open Coding	Axial Coding	Informan
1.	<i>Find your ikigai in the intersection between nature and local culture. Konten utama dan pendukung dibagi menjadi dua; milenial dan baby boomer.</i>	Segmentasi Wisatawan	Wistawan Jepang, 2019 (32)

2.	<i>Wisata yang aman bagi wanita, dan mengundang KOL Jepang untuk mengkomunikasikan bahwa Indonesia adalah destinasi yang aman bagi wisatawan Jepang.</i>	Highlight kebudayaan	Wistawan Jepang, 2019 (35)
3.	<i>Kombinasi antara alam natural dan kearifan lokal.</i>	Alam dan Budaya	Akademisi/ Peneliti Jepang (Renold, 2019)
4.	<i>Waktu berlibur pada Okt-Des untuk kategori mahasiswa/sekolah untuk mencari tujuan yang cocok untuk siswa mereka (sekolah tahunan program)</i>	Eduwisata; Ekowisata	Badan Promosi Pariwisata Daerah Sulsel, 2020
5.	<i>Milenial: pesona budaya dan Keajaiban sensorik; Baby Boomers: pesona budaya dan fenomena alam</i>	Budaya, Panorama dan lanskap	Akademisi/ Peneliti Jepang (Anda Eri, 2018)

Sumber: Hasil analisis data peneliti (2021); dihimpunan dengan pengumpulan data

melalui wawancara kepada informan.

2. Pemetaan Produk Geohomestay Kabupaten Jeneponto

pengembangan homestay yang ditunjukkan pada Tabel 2 dibawah ini;

Dari hasil identifikasi lapangan diperoleh 11 titik lokasi yang berpotensi

Tabel 2. Titik Koordinat Potensi Homestay Kabupaten Jeneponto

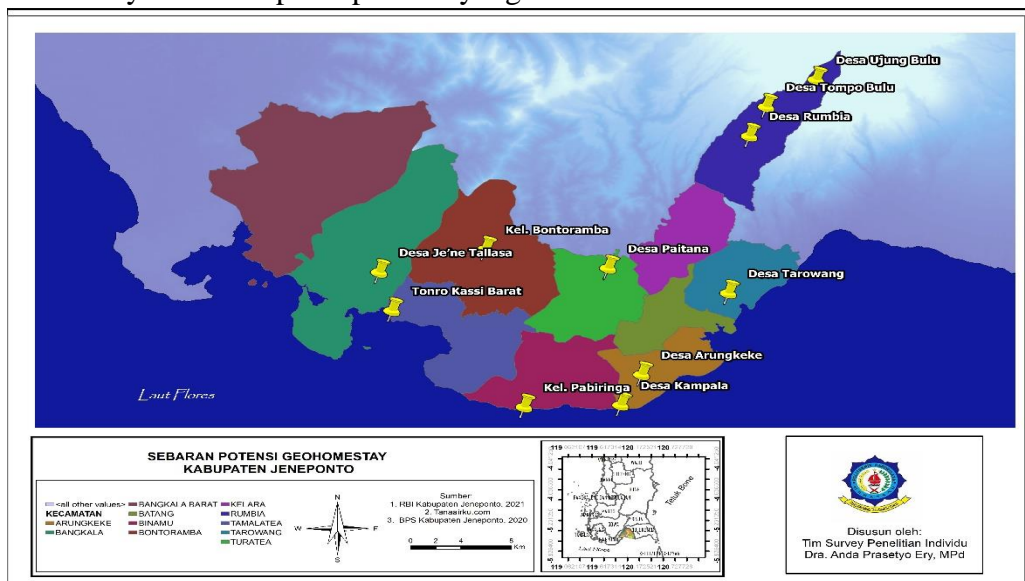
No	Lokasi	Titik Koordinat	
		LS	BT
1.	• Desa Je'ne	5°33'39.11	119°41'6.41"
2.	Tallasa	"S	E
3.	• Desa Rumbia	5°27'40.42	119°52'24.32
	• Desa Tompo	"S 5°26'8.04" S	"E 119°53'7.45" E

	Bulu		
4.	• Desa Ujung Bulu	5°24'41.66 "S	119°55'15.95" E
5.	• Desa Paitana	5°34'39.17 "S	119°46'21.45" E
6.	• Desa Je'ne Tallasa	5°34'52.01 "S	119°36'32.96" E
7.	• Tonro Kassi Barat	5°36'53. 48"S	119°37'5.75"E E
8.	• Desa Arungkeke	5°40'16. 50"S	
9.	• Kel. Pabiringa	5°41'58. 86"S	119°42'45.21" E
10.	• Desa Tarowang	5°35'58. 37"S	119°51'30.46" E
11.	• Desa Kampala	5°41'53. 08"S	119°46'53.73" E

Sumber; Survei Lapangan 1 Agustus – 4 Oktober 2021

Pengembangan geomestay di Kabupaten Jenoponto mengikuti potensi alam dan kawasan yang terdapat di desa. Dengan demikian tema pengembangan Geomestay berbasis pada potensi yang

dimiliki masing-masing kawasan. Sehingga perencanaan dan pengembangan mengusung potensi yang dimiliki, baik potensi alam dan buatan.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Pembahasan

Berdasarkan uraian pada paparan hasil di atas terdapat 11 sebaran kawasan desa pengembangan homestay untuk pereferensi wisatawan asal Jepang. Pengembangan geohomestay pada setidaknya harus mememnuhi standar bangunan homestay yang layak dan mengutamakan kenyamanan. Berdasarkan

hasil wawancara dengan Kabid Dinas Pariwisata Kabupaten Jeneponto (22 September 2021) diperoleh keterangan bahwa hingga saat ini, pemerintah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jeneponto memberikan fasilitas dalam bentuk pelatihan dalam mendirikan industri wisata, termasuk manajemen pengelolaan homestay, mengemas kuliner tradisional, membuat paket wisata, sampai dengan menjadi tour guide.



a. Homestay di Tonro Kassi Barat



b. Homestay di Rumbia

Berdasarkan hasil analisis matriks 1, maka diperoleh jenis aktivitas wisata yang dapat dikembangkan di Kabupaten Jeneponto serta letak atraksi wisata.

Berikut ini tabel aktivitas wisata untuk pereferensi wisatawan asal Jepang.

Tabel 1. Aktivitas wisata untuk pereferensi wisatawan asal Jepang

No	Jenis Wisata	Aktivitas Wisata	Lokasi
1	Wisata alam	Jungle Treking Berkemah Photo Hunting Rekreasi Bersepeda Outbond Animal watching	Pantai Tamarunang, Desa Je'ne Tallasa, Kec. Rumbia, Desa Rumbia, Kec. Rumbia, Desa Tompo Bulu, Kec. Rumbia
2	Wisata tirta	Mandi di sungai Susur sungai	Desa Rumbia Kec. Rumbia, Desa

	Bird-watching	Ujung Bulu Kec. Rumbia, Desa Paitana, Kec. Turatea
3	Wisata Kuliner minat Event Buatan Tematik	Kampung Kopi Desa Je'netallasa Kec. Rumbia
4	Wisata Studi tour ilmiah Studi banding Penelitian	Kel. Tonro Kassi Barat Kec. Tamalatea, PLTB Kayuloe Timur, Kec. Turatea, Tambak Garam Desa Arungkeke, Kec. Arungkeke
5	Wisata Ballak budaya Lompoa Masjid Tua Tolo Je'ne-je'ne Sappara Pacuan Kuda Karsut Pesta Panen Boroanging Eduwisata sejarah Makam- Makam Raja Binamu	Kel. Pabiringa, Kec. Binamu Kel. Tolo, Kec. Kelara Desa Tarowang, Kec. Tarowang Desa Kampala, Kec. Arungkeke Kec. Bangkala Barat Kel. Bontoramba, Kec .Tamalatea

Sumber: Analisis data peneliti (2021)

Hasil tabel 1 tentang Aktivitas wisata untuk pereferensi wisatawan asal Jepang memberikan informasi bahwa homestay merupakan fasilitas yang harus disediakan pada kawasan wisata karena pengunjung ingin menikmati serta berbaaur dengan kondisi alam, budaya dan sosial masyarakat di Desa wisata. Oleh Karena itu pola persebaran homestay

harus mendukung sebaran homestay di Kabupaten Jeneponto setiap geosite yang ada yaitu disetiap geosite harus ada homestay yang tersedia dan terdapat informasi mengenai geosite tersebut sehingga pengunjung yang menginap dapat memperoleh informasi keseluruhan geosite yang dikunjungi pada homestay yang ditinggali.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini, terdapat dua kesimpulan. Pertama, Potensi Daya tarik wisata Kabupaten Jeneponto terdiri dari daya tarik wisata pantai, gua, laut, pulau, panorama, agro, sejarah, budaya masyarakat tradisional, maupun events (peristiwa pariwisata). Dengan demikian, dapat berkontribusi mengatasi problematika krisis akibat Pandemi Covid-19 melalui inovasi produk lokal, misalnya pengembangan Desa Wisata dan Homestay. Kedua, Pemetaan Potensi Geo-Homestay di Kabupaten Jeneponto sebagai alternatif wisata di Masa Pandemi Covid-19 tersebar di 11 (sebelas) Desa/Kelurahan, diantaranya : Desa Je'ne Tallasa, Desa Rumbia, Desa Tompo Bulu, Desa Ujung Bulu, Desa Paitana, Desa Je'ne Tallasa, Tonro Kassi Barat, Desa Arungkeke, Kel. Pabiringa, Desa Tarowang dan Desa Kampala. Potensi Aktivitas Wisata berbasis pada potensi alam dan budaya Kabupaten Jeneponto yang sesuai dengan preferensi wisatawan asal Jepang terdiri dari atraksi kebudayaan lokal, lanskap dan eduwisata dengan bentuk aktivitas wisata meliputi Jungle, Treking. Berkemah. Photo Hunting. Rekreasi. Bersepeda, Outbond, Animal watching, Studi Banding, Sejarah, Upacara

Adat dan Kuliner lokal.

Penelitian ini merekomendasikan kepada pihak terkait, diantaranya: **Pengelola desa wisata:** Setiap homestay harus mengoptimalkan potensi alam dan kawasan yang dimiliki untuk mendukung pengembangan Geohomestay, Menyusun Stori Telling terkait potensi wisata di Desa, Meningkatkan kreativitas dalam promosi dan pemasaran produk Homestay di Desa; **Bagi Pelaku atau pihak manajemen usaha Homestay** dapat dijadikan sebagai pedoman pengembangan usaha Homestay berbasis ekonomi kreatif dalam mengoptimalkan potensi Desa Wisata di Masa New Normal; **Bagi masyarakat** dapat dijadikan sebagai bahan informasi yang dapat mendorong pengambilan keputusan untuk ikut serta secara langsung dalam kegiatan pengembangan Homestay berbasis pada potensi alam dan budaya setempat; **Pemerintah Kabupaten Jeneponto** khususnya Dinas yang membidangi Dinas Pariwisata dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa dapat dijadikan pedoman kebijakan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif, dalam upaya ekonomi kreatif sebagai unit ekonomi yang tangguh dan berdaya saing tinggi di Masa New Normal melalui optimalisasi potensi geo-homestay untuk wisatawan mancanegara pada umumnya dan asal jepang secara khusus.

DAFTAR RUJUKAN

- Buckley, R. 2000. "Net trends: Current issues in nature, eco and adventure tourism". *International Journal of Tourism Research*, Vol. 2, pp. 437-444. DOI:10.1002/1522-1970(200011/12)2:63.3.CO;2-R
- CNN Indonesia. (19 Mei 2017). Kementerian PUPR Dorong Pembangunan Homestay Desa Wisata. Di unduh dari <https://www.cnnindonesia.com/gay> ahidup/20170519143808-307-215963/kementerian-pupr-dorong-pembangunan-homestay-desa-wisata, pada 25 agustus 2021
- Creswell, John W. 1998, *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*. California: Sage Publication. Hal 65.
- Kozak, M., Crotts, J., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism*

- Research 9 (4), 233–242, 9(4), 233-242.
- Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91(2020),102664.
- Pitana, Gede dan Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rachman, Vicky. (4 April 2017). Proyek Besar Kemenpar: Bangun 100 Ribu Homestay Desa Wisata. Di unduh dari SWA. <https://swa.co.id/swa/trends/proyek-besar-kemenpar-bangun-100-ribu-homestay-desa-wisata>, diakses pada 25 Maret 2021.
- Surya. (15 Januari 2017). Tren Wisatawan Banyuwangi Kini Lebih Suka Menginap di Homestay. Diunduh dari [TribunBali.com](http://bali.tribunnews.com/2017/01/24/tren-wisatawan-banyuwangi-kini-lebih-suka-menginap-di-homestay?page=2). <http://bali.tribunnews.com/2017/01/24/tren-wisatawan-banyuwangi-kini-lebih-suka-menginap-di-homestay?page=2>, diakses pada 25 September 2021.
- The Japan Foundation. 2005. Laporan pertukaran budaya global Yayasan Jepang pada Tahun Anggaran 2005. www.unesco.org/new/en/archives/education/themes/leading-the-international-agenda/efareport/background-papers/2009/, diakses pada 25 September 2021.
- Kemendikbud. 2012. Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2012-2019. Jakarta: Saptas Pesona
- Widjaja, Heri Rachmat, Musawantoro, Muhammad, Ridwan, Masri. Inventarisasi Sarana dan Prasarana, Daya Tarik Wisata Kabupaten Barru dengan Pemodelan Sistem Informasi Geografis. *PUSAKA; Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, Volume 1, No.2 (2019) xxx-xxx, ISSN 2656-1301 (Online) 2656-1336 (Print)
- World Bank. (2020a, April 4). Air transport, passengers carried. Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/is.air.psg>