

KEPUASAN PELANCONG TERHADAP LAYANAN SELAMAT DATANG KE HOMESTAY URANG JAWA BARAT

(Tourist satisfaction on the Welcome Hospitality of Urang Sunda Homestay in West Jawa)

Kiki Rizki Makiya, Habibah Ahmad, Hamzah Jusoh, Er Ah Choy

ABSTRAK

Homestay menjadi salah satu produk pelancongan yang perlu menyediakan layanan untuk memberikan kepuasan kepada pelancong. Dalam homestay, layanan menjadi salah satu faktor penting untuk memperoleh kepuasan pelancong kerana tuan rumah berinteraksi secara langsung., di mana kepuasan merupakan salah satu faktor yang menyokong kepada sektor pembangunan pelancongan. Makalah ini bertujuan untuk mengkaji apakah layanan sambutan pada homestay *Urang Sunda* dapat memberikan kepuasan kepada pelancong. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif dengan mengedarkan sebanyak 300 soal selidik kepada responden yang menginap di homestay *Urang Sunda*. Kajian ini mengukur lima karakteristik *Urang Sunda* iaitu *cageur* (sihat), *bageur* (baik), *bener* (benar), *singer* (introspektif) dan *pinter* (pintar), pada setiap peringkat, iaitu peringkat individu, peringkat komuniti dan peringkat sosial. Hasil kajian menunjukkan bahawa karakteristik *Urang Sunda* dapat terserlah dalam layanan sambutan homestay dan setiap peringkat menunjukkan nilai yang tinggi yang konsisten.

Kata Kunci : Layanan Sambutan, *Urang Sunda*, Homestay, Karakteristik, Budaya

ABSTRACT

*Homestay is one of the tourism products that need to provide services to deliver satisfaction to tourists. In a homestay, the service became one of the most important factors to obtain the satisfaction of tourists as the host because they are interacts directly, which is satisfaction is one factor that contributes to the development of tourism sector. When tourists first come, tourist provided welcoming services by the host. Therefore, this paper aims to examine whether the service welcome in homestay *Urang Sunda* can give satisfaction to tourists. This study used quantitative methods by distributing questionnaires to 300 respondents who stay in homestay *Urang Sunda*. This study measured the five characteristics *Urang Sunda*, *cageur* (healthy) *bageur* (good and kind), *bener* (true and honest), *singer* (introspective) dan *pinter* (smart), at each level, ie the individual level, the community level and the social level. The results showed that the characteristics of *Urang Sunda* can manifest themselves in welcome homestay service. Each level shows consistent high values.*

Keyword : Welcoming Hospitality, *Urang Sunda*, Homestay, Characteristics, Culture

PENGENALAN

Dalam sektor pelancongan, layanan merupakan salah satu faktor yang mendukung kepada kemajuan sektor tersebut, kerana layanan yang diberikan dapat berpengaruh kepada respons pelancong dan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelancong (Ismawi Ismail, et al. 2016). Terdapat beberapa jenis layanan yang diberikan, di antaranya adalah layanan dalam menyambut tetamu atau layanan sambutan. Layanan sambutan adalah bagaimana cara tuan rumah dalam menyambut tetamu atau pelancong yang datang. Sambutan yang diberikan dapat berupa pertunjukan, hospitaliti tuan rumah atau menyediakan makanan dan minuman khas tempatan. Sambutan yang diberikan kepada tetamu atau pelancong yang datang biasanya mengikut kepada adat dan kebiasaan tempatan. Pelancong yang datang di kawasan pelancongan budaya Sunda akan disambut dengan ciri khas budaya Sunda (Prasetyo & Sarwoprasodjo 2011). *Urang Sunda* merupakan sebutan kepada komuniti suku Sunda yang ada di Jawa Barat. Di mana suku tersebut merupakan suku kedua terbesar di Indonesia. Suku Sunda juga merupakan salah satu Suku yang kaya akan keunikan budaya yang khas yang dapat mencerminkan keunikan budaya sunda sendiri. *Urang Sunda* dikenali memiliki karakteristik yang menjadi falsafah hidup, sejak zaman Salaka Nagara sampai ke Pakuak Pajajaran (Nanang Ajim 2015). Karakteristik tersebut adalah *cageur* (sehat), *bageur* (baik), *bener* (benar), *singer* (mawas diri), dan *pinter* (pandai/ cerdas) (Eman Sulaeman 2010; Nanang Ajim 2015).

Karakter positif semula jadi *Urang Sunda*, diharapkan dapat menjadi modal untuk berinteraksi dengan orang lain, begitu juga dalam sektor pelancongan untuk menyambut tetamu. Karakteristik positif ini juga diharapkan dapat memberikan kesan yang baik dan layanan yang memusakan kepada pelancong, khususnya dalam layanan sambutan *Urang Sunda* kerana interaksi yang baik dapat memberikan kesan yang baik terhadap orang lain (Makiya et al. 2014). Kepuasan pelancong menjadi salah satu tolak ukur kejayaan dalam sektor pelancongan. Terdapat pelbagai cara untuk meningkatkan usaha dalam memberikan kepuasan terhadap pelancong, salah satunya adalah dengan memberikan layanan yang baik kepada pelancong. Kepuasan bukan hanya didapat daripada layanan semasa pelancong berada di lokasi pelancongan, tetapi di mulai daripada mereka sampai di lokasi pelancongan. Sambutan yang di berikan tuan rumah dapat menentukan penilaian awal pelancong terhadap tuan rumah. Tuan rumah berusaha membangun hubungan baru yang baik dengan pelancong. Jika pelancong mendapat sambutan yang baik dan merasakan layanan mesra, mereka akan lebih selesa berada di lokasi pelancongan, terutama pada pelancong yang menginap di homestay.

Homestay menjadi salah satu pilihan penginapan untuk pelancong, di mana pelancong dapat berinteraksi secara langsung dengan tuan rumah. Selain itu, pelancong juga dapat mengenal budaya baru, mengalami dan mempelajari budaya baru. Kebanyakan homestay berada di kawasan luar bandar, di mana budaya tempatan masih dijaga dengan baik. Saat ini homestay di Indonesia sudah mulai berkembang kerana mula dirasai manfaatnya, bukan hanya kepada pertumbuhan sektor pelancongan, meningkatkan kualiti hidup, meningkatkan perekonomian masyarakat lokal juga menjadi salah satu cara untuk mengenalkan budaya tempatan (Ismawi Ismail, et al. 2016).

Oleh sebab itu, kajian ini mengkaji bagaimana karakteristik semula jadi Urang Sunda dapat memberikan kepuasan kepada pelancong daripada cara Urang Sunda tersebut memberikan layanan sambutan kepada pelancong.

OBJEKTIF KAJIAN

Merujuk kepada faktor karakteristik semula jadi Urang Sunda, kajian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai karakteristik Urang Sunda dalam memberikan layanan sambutan kepada pelancongan yang menginap di homestay Urang Sunda. Bagaimana karakteristik tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelancong yang datang.

Sorotan Karya

Homestay

Homestay merupakan salah satu produk pelancongan berasaskan komuniti, di mana ditawarkan konsep tinggal bersama tuan rumah dengan tujuan dapat mengetahui aktiviti masyarakat tempatan dan dapat merasakan juga belajar kebudayaan tempatan. Program homestay telah banyak dilakukan di pelbagai negara (Ismawi Ismail, et al. 2016), salah satunya di Indonesia. Banyak faktor yang perlu diperhatikan oleh pengusaha homestay, pihak kerajaan dan pihak-pihak yang berkait dalam usaha memajukan program homestay di daerah masing-masing. Di antara faktor yang perlu diperhatikan adalah faktor promosi, faktor kemudahan yang disediakan, faktor perkhidmatan dan juga aspek-aspek penting lainnya seperti faktor keselamatan, kebolehan komunikasi dan infrastruktur yang memadai (Bavani et al 2015). Faktor lainnya adalah kualiti layanan dan perilaku komuniti tempatan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Ismawi Ismail, et al. 2016).

Selain faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan homestay, perkara lain yang perlu diperhatikan juga adalah cabaran dalam pembangunan homestay. Cabaran tersebut diantaranya seperti masalah penglibatan komuniti, bangunan yang tidak memadai, kurangnya sokongan dana untuk perbaikan juga kurangnya pemahaman masyarakat dalam pelaksanaan aktiviti dan pengembangan industri (Li Hsu & Ming Lin 2011; Abdul Rasid et.al. 2012). Faktor kepemimpinan, pemahaman nilai emosional dan aspek pengalaman menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan homestay. Dimensi pemahaman nilai boleh menjadi strategi promosi yang baik dalam menarik pelancong datang (Jamal et al. 2011).

Jadual 1 : Kelemahan dan ancaman homestay

| Kekurangan Dalaman (Internal) | Kekurangan Luaran (External) |
|--|-------------------------------------|
| - Ketidakcekapan kepemimpinan masyarakat dan komitmen pengendali | - Penyalahgunaan istilah homestay |
| - Kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam industri homestay | - Exploitasi oleh pihak luar |
| | - Rangkaian yang tidak cekap. |

-
- Terdapat sindrom kebergantungan
 - Kurangnya kreativiti dan kemahiran keusahawanan.
 - Komitmen generasi Y
-

Sumber : Pusiran & Xiao (2013)

Layanan tuan rumah dan kepuasan pelancong

Layanan menjadi perkara yang penting pada sektor pelancongan dalam usaha untuk memberikan kepuasan kepada pelancong. Dengan memberikan layanan yang berkualiti, maka terdapat harapan yang tinggi untuk memajukan sektor pelancongan (Ismawi Ismail, et al. 2016). Kajian lain mendapati, untuk memberikan kepuasan kepada pelancong, telah dikenal pasti lima jenis perkhidmatan, iaitu imej destinasi, jenis perkhidmatan keselamatan, penjagaan kebersihan, terdapat kepelbagaian produk pelancongan dan juga infrastruktur yang memadai (Norlida et al. 2011). Faktor penting lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelancong, selain daripada perkhidmatan adalah hospitaliti, kos yang dikeluarkan, kos tempat tinggal, tarikan pelancongan, infrastruktur dan kemudahan asas juga faktor keselamatan (Naidoo et al 2011;Suanmali 2014; Bagri dan Kala 2015).

Urang Sunda dalam memberikan sambutan

Suku Sunda merupakan salah satu suku terbesar di Indonesia, di mana mereka merupakan penduduk yang hidup di daerah Jawa barat, iaitu di kawasan Bandung, Bogor, Sukabumi, Tasikmalaya sampai ke kawasan pedesaan yang masih berada dalam Jawa Barat. Manakala *Urang Sunda* adalah sebutan untuk masyarakat suku Sunda yang lahir dan tinggal di daerah Jawa Barat. Majoriti *Urang Sunda* adalah beragama Islam, walaupun ada juga yang beragama selain Islam. Namun demikian, kepercayaan terhadap ajaran-ajaran nenek moyang nya masih sangat melekat pada masyarakat Sunda, seperti mengadakan upacara sesajen ataupun meminta keberkatan kepada orang yang lebih tua sebelum melakukan sesuatu (<http://suku-dunia.blogspot.my/2015/01/sejarah-suku-sunda.html>).

Dienaputra (2003) menyebutkan bahawa setidaknya terdapat dua kategori besar yang dapat menyebutkan seseorang itu adalah *Urang Sunda*, iaitu orang yang memiliki hubungan darah dengan *Urang Sunda* sendiri, maksudnya mereka terlahir daripada ibu bapa yang memiliki keturunan Sunda. Kategori yang kedua adalah seseorang dapat dikatakan *Urang Sunda* disebabkan oleh faktor sosial, iaitu apabila mereka besar dalam lingkungan sosial *Urang Sunda* dan mengamalkan nilai-nilai budaya Sunda.

Setiap budaya pasti memiliki nilai-nilai budaya dan ajaran yang di yakini dan di amalkan dalam kehidupan sehari-hari, begitu juga dengan *Urang Sunda*. Usman Suspenti (2011) menyatakan bahawa *Urang Sunda* memiliki ajaran yang sudah turun temurun yang menjadi landasan hidup dan pembentukan karakter *Urang Sunda* yang sudah lama menjadi pegangan hidup *Urang Sunda* (Usman Suspenti 2011). *Urang Sunda* memiliki karakter tersendiri sekaligus menjadi falsafah hidup *Urang Sunda*, iaitu karakter *cageur* (sihat), *bageur* (Baik), *bener* (Bener),

singer (Instrospektif) dan *pinter* (pintar) (Eman Sulaeman 2010). Secara garis besarnya, *cageur* bermaksud sihat jasmani dan rohani serta berfikiran sihat baik. Makala *bageur* memiliki maksud Urang Sunda harus bersikap baik kepada orang lain, perlu memiliki rasa kasih sayang serta ikhlas dalam menolong sesama. Selanjutnya, karakteristik bener bererti *Urang* Sunda adalah orang yang berpegang kepada kejujuran, dapat dipercayai dan bersungguh-sungguh dalam melakukan sesuatu. *Singer* adalah karakteristik yang mencerminkan *Urang* Sunda sebagai individu yang mengerti dan bertanggungjawab terhadap tugas nya, tidak egois dan pandai mengawal emosi. Sedangkan *pinter* adalah karakter yang menggambarkan *Urang* Sunda peduli terhadap kepentingan ilmu pengetahuan. Bukan sahaja pandai dalam ilmu pendidikan tetapi juga pandai dalam berkomunikasi dan membina hubungan dengan orang baharu. Di mana salah satu keunggulan Urang Sunda adalah dalam membina hubungan dengan orang lain (Dixon 2000).

Jadual 2 : Karakteristik *Urang* Sunda

| No | Karakteristik Urang Sunda | Huraian |
|----|---------------------------|--|
| 1 | Cageur (sihat) | Sihat jasmani dan rohani, berfikiran sihat (positif), sentiasa berfikiran positif dan berprasangka baik terhadap orang lain) |
| 2 | Bageur (baik) | Memiliki sifat yang baik, memiliki rasa kasih sayang terhadap sesama, suka menolong, tidak kedekut, ikhlas dalam perbuatan serta dapat menyesuaikan ucapan dengan perbuatan. |
| 3 | Bener (benar) | Memiliki sifat jujur, dapat dipercayai dan bersungguh-sungguh dalam melakukan pekerja dan berpegang kepada ajaran agama. |
| 4 | Singer (introspektif) | Faham pada setiap tanggung jawabnya, mendahulukan kepentingan orang lain, tidak mudah marah dan pandai menghargai orang lain |
| 5 | Pinter | Pandai dalam ilmu, pandai menyesuaikan diri dengan orang baru, pandai menyelesaikan masalah, bijaksana dan tidak mengecilkan orang lain. |

Kelima karakteristik tersebut bukan hanya dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari tapi juga perlu diterapkan dalam bidang lain, seperti dalam kepemimpinan, dalam sektor pekerjaan bahkan dalam sektor pelancongan. Dalam sektor pelancongan, karakteristik positif *Urang* Sunda dapat menjadi modal dalam memerikan layanan yang baik kepada pelancong, sehingga pelancong selesai dan mendapat kepuasan semasa berada di kawasan tersebut.

Budaya merupakan bukan hanya tradisi turun temurun komuniti tertentu, tapi juga menjadi identiti diri pada satu komuniti. Nilai-nilai budaya dapat ditampilkan dalam pelbagai cara, salah satunya melalui upacara adat dan tarian. Upacara adat dan tarian biasanya memiliki makna simbolik mengenai falsafah satu budaya (Prasetyo& Sarwoprasodjo 2011), sama juga dengan budaya Sunda, pertunjukan kesenian dan upacara adat dapat memberikan mesej kepada orang lain mengenai nilai-nilai budaya Sunda sendiri, oleh sebab itu seringkali upacara adat dan tarian khas menjadi aktiviti wajib dalam menyambut tetamu yang datang ke satu daerah.

Selain menyambut dengan tarian dan kesenian khas, *Urang Sunda* juga menyambut tetamu atau pelancong dengan makanan dan minuman khas tempatan. Melalui makanan khas, identiti budaya juga dapat diperkenalkan. Selain itu juga, melalui makanan keunikan budaya lokal dapat di tonjolkan (Gyimóthy, Mykletun, 2008).

KAWASAN KAJIAN

Kajian ini dilakukan di beberapa homestay yang ada di Jawa Barat, iaitu homestay yang berada di Ciletuh (Sukabumi), homestay di Kampung Naga (Tasikmalaya), dan beberapa homestay di kawasan Bandung. Kawasan ini di pilih kerana kawasan-kawasan ini merupakan salah satu destinasi pelancongan dan memiliki ciri khas sunda.

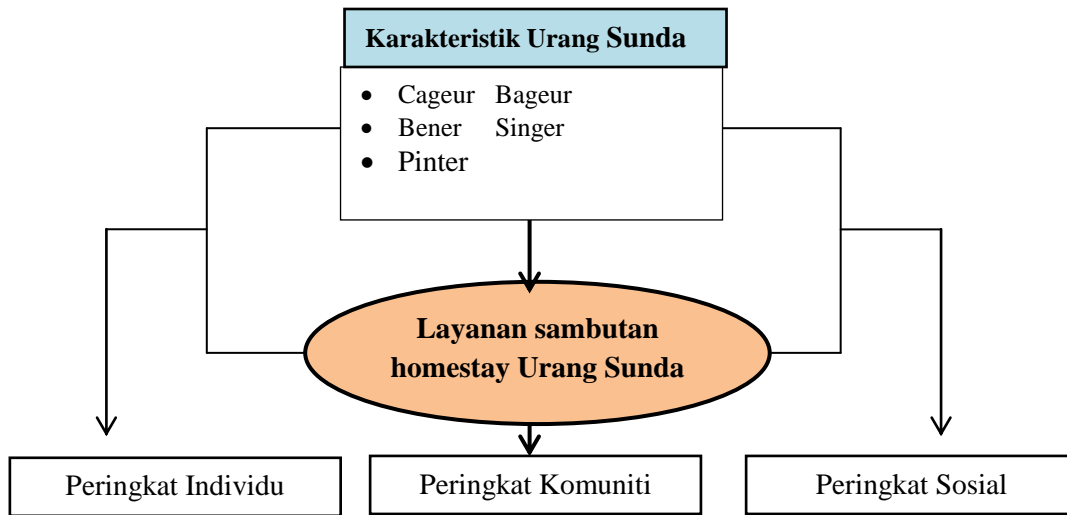


Gambar 1 : Lokasi Jawa Barat

METODOLOGI KAJIAN

Reka bentuk kajian

Kajian ini menggunakan kaedah pendekatan kuantitatif, di mana kajian ini mengkaji lima karakteristik Urang Sunda iaitu *cageur* (sihat), *bageur* (baik), *bener* (benar), *singer* (introspektif) dan *pinter* (pintar) dalam layanan sambutan homestay. Dimensi karakteristik Urang Sunda ini juga dikaji dalam tiga peringkat, iaitu dalam peringkat individu, peringkat komuniti dan peringkat sosial. Nilai min dikaji secara terperinci untuk setiap item juga di nilai berdasarkan karakteristik secara keseluruhan.



Rajah 1 : Reka Bentuk Kajian

Populasi/sampel

Responden dalam kajian ini merupakan pelancong tempatan di daerah Ciletuh (Sukabumi), homestay di Kampung Naga (Tasikmalaya), dan beberapa homestay di kawasan Bandung. Kajian ini fokus kepada layanan sambutan homestay Urang Sunda, oleh sebab itu, sampel yang dipilih adalah pelancong yang menginap di homestay Urang Sunda. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah kaedah *nonprobability sampling* atau disebut juga *convenience sampling*. Ini kerana memudahkan pengkaji dalam memilih sampel kajian yang dianggap sesuai untuk kajian ini.

Instrumen kajian

Instrument dalam kajian ini menggunakan soal selidik yang terdiri daripada soalan-soalan yang mencerminkan layanan sambutan homestay berdasarkan kepada karakteristik Urang Sunda. Soal selidik kajian ini terdiri daripada 17 item yang dibahagikan ke dalam lima dimensi karakteristik *Urang Sunda*. Kajian juga mengkaji nilai karakteristik Urang Sunda dalam layanan sambutan pada tiga peringkat, iaitu peringkat individu, peringkat komuniti dan peringkat sosial.

Teknik pengumpulan data

Data dalam kajian ini didapati melalui kaedah pengumpulan data primer dan data sekunder. Data sekunder didapati daripada kaedah kepustakaan juga merujuk kepada kajian-kajian lepas yang bersesuaian dengan kajian ini. Manakala data primer didapati daripada soal selidik yang di edar kepada responden yang dipilih.

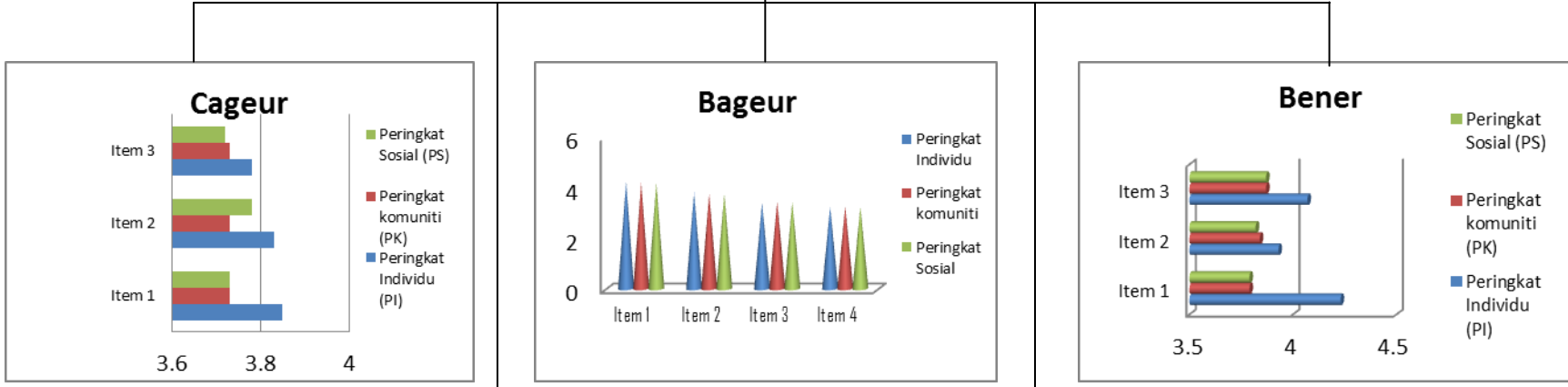
Analisis data

Analisis yang dilakukan dalam kajian ini menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan bantuan SPSS. Dalam menentukan nilai tahap kepuasan pelancong, kajian ini mengukur nilai min dalam layanan sambutan homestay *Urang Sunda*. Nilai min dilihat berdasarkan kepada setiap karakteristik *Urang Sunda*, pada setiap peringkat. Skala Likert digunakan untuk setiap pertanyaan yang berkaitan dengan dimensi yang di kaji. Skala Likert yang di gunakan mengandungi lima kategori penilaian, iaitu nilai 5 = sangat setuju, 4 = setuju. 3 = netral, 2 = tidak setuju dan 1 = sangat tidak setuju. Semakin tinggi nilai min yang didapatkan maka semakin tinggi tahap kepuasan pelancong terhadap layanan sambutan yang diberikan tuan rumah. Tahap kepuasan dikatakan rendah apabila nilai min berada pada 1.00-2.32, tahap kepuasan dikatakan sederhana apabila nilai min didapati 2.33-3.65 dan tahap kepuasan tinggi apabila nilai min didapati 3.66-5.00.

HASIL KAJIAN

Daripada kelima karakteristik *Urang Sunda* dalam layanan sambutan homestay, didapati nilai yang berbeza pada masing-masing item setiap peringkat. Tahap kepuasan diulas berdasarkan setiap karakteristik *Urang Sunda* pada masing-masing peringkat, sehingga dapat terlihat karakteristik mana yang lebih berkesan kepada tahap kepuasan pengunjung.

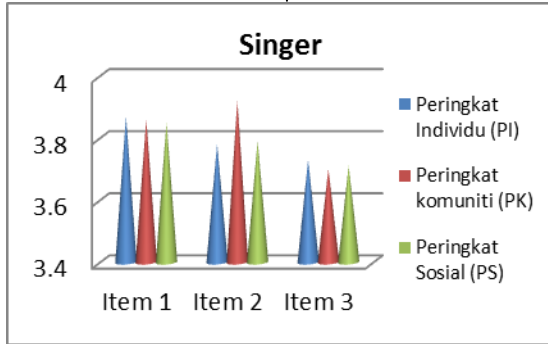
Tahap Kepuasan Pelancong Berdasarkan Karakteristik *Urang Sunda*



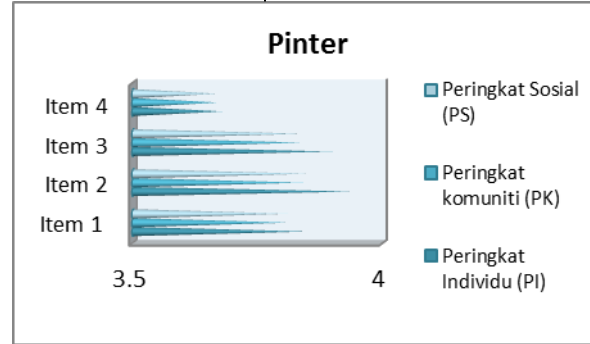
Nilai min : (PI :3.82), (PK: 3.78), (PS : 3.77)
 SP : (PI :0.67955), (PK: 0.67955, (PS : 0.6819)

Nilai min : (PI :3.65), (PK: 3.65), (PS : 3.64)
 SP : (PI:0.62285), (PK: 0.63728), (PS : 0.63673)

Nilai min : (PI :4.08), (PK: 3.83), (PS : 3.83)
 SP : (PI : 1.3349), (PK: 0.68617), (PS : 0.68725)



Nilai min : (PI :3.79), (PK: 3.82), (PS : 3.78)
 SP : (PI : 0.74245), (PK: 1.26423), (PS : 0.72326)



Nilai min : PI :3.84, PK: 3,79, PS : 3.79
 SP : PI : 0.69381, PK: 0.6755, PS : 0.69301

Rajah 2 : Tahap Kepuasan Pelancong Berdasarkan Karakteristik *Urang Sunda*

Karakteristik yang pertama adalah *cageur*. Iaitu karakter yang mencerminkan *Urang Sunda* sebagai individu yang memiliki kemampuan berfikir secara rasional dengan didasari kepada nilai-nilai moral yang dipercayai. *Cageur* juga bermaksud bahawa *Urang Sunda* memiliki badan yang sihat jasmani dan rohani, maksudnya *Urang Sunda* memiliki kemampuan untuk bekerja keras. Karakter ini diterjemahkan kepada layanan sambutan homestay *Urang Sunda* dalam pelancongan. Nilai yang didapatkan pada karakteristik *cageur* adalah tinggi. Bermaksud bahawa tahap kepuasan pelancong kepada karakter *cageur* adalah tinggi. Hal ini terserlah dalam item seperti “membantu barang bawaan”. Maksudnya selain terserlah sifat menolong juga menunjukkan *Urang Sunda* memiliki badan yang sihat, di mana menjadi salah satu ciri karakter *cageur*. Tambahan lagi, sifat suka menolong juga terserlah dalam membantu menyiapkan keperluan pengunjung.

Karakter *bageur* (baik) iaitu sifat *Urang Sunda* sebagai individu yang baik, suka menolong dan mudah memiliki hubungan baik dengan orang lain. Dalam layanan sambutan, hal ini terserlah dengan cara *Urang Sunda* menyambut dengan keramahan dan pertunjukan kesenian yang disediakan. Pelancong juga dapat merasakan kesan daripada karakter ini dengan menunjukkan tahap kepuasan yang tinggi. Ini juga di tunjukkan dengan nilai min yang tinggi pada karakteristik *bageur*.

Bener (benar), yang bermaksud bahawa *Urang Sunda* memiliki karakter sebagai individu yang dapat dipercayai, jujur dan memiliki integriti yang baik, ertinya tindakan perlu sesuai dengan apa yang di ucapkan. Karakter tersebut juga terserlah dalam layanan penginapan homestay. Hal ini terbukti dengan dapatan nilai yang tinggi untuk tahap kepuasan pelancong.

Seterusnya adalah karakter *singer* yang menunjukkan *Urang Sunda* adalah individu memiliki toleransi yang tinggi, mengedepankan kepentingan orang lain, mudah menerima kritikan dan juga memiliki rasa kasih sayang terhadap orang lain. Karakter ini juga menyerlah dalam layanan sambutan homestay *Urang Sunda*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai yang tinggi pada item-item karakter *singer* dalam layanan sambutan.

Karakteristik *Urang Sunda* yang kelima adalah *pinter* atau pintar. Karakter ini bermaksud *Urang Sunda* adalah Individu yang berilmu, sedar terhadap kepentingan ilmu. *Pinter* juga bermaksud pandai berkomunikasi dan menyesuaikan diri dengan orang lain. Dalam hal ini, *pinter* juga terserlah dalam layanan sambutan penginapan homestay. *Urang Sunda* sebagai tuan rumah mampu memberikan sambutan yang berkesan kepada pelancong yang datang.

PERBINCANGAN

Berdasarkan kepada hasil kajian ini, didapati masih kurang kajian mengenai Budaya *Urang Sunda*, terutama dalam sektor pelancongan. Padahal dalam kajian ini didapati *Urang Sunda* memiliki potensi yang baik untuk memberikan kontribusi kepada sektor pelancongan, khususnya pelancongan Jawa Barat. Kajian ini juga dapat memberikan masukan kepada pihak yang berkepentingan dalam usaha pengembangan homestay *Urang Sunda*, di mana karakteristik *Urang*

Sunda lebih diserlahkan lagi sehingga dapat menjadi modal dalam memberikan layanan yang maksimal kepada pelancong.

Hasil kajian juga menunjukkan bahawa pada kawasan kajian yang dijalankan, masyarakat Sunda masih memegang dan mengamalkan falsafah nilai-nilai budaya Sunda yang tercermin melalui lima karakteristik *Urang Sunda* (Eman Sulaeman 2010; Usman Suspendi 2011). Karakter ini juga mempengaruhi tahap kepuasan pengunjung yang datang ke homestay mereka. Dapatan kajian menunjukkan bahawa, pengunjung berpuas hati atas layanan sambutan yang diberikan *Urang Sunda* dan terserlah dalam kelima karakteristik *Urang Sunda*. Tambahan lagi, dapatan ini juga menunjukkan bahawa homestay *Urang Sunda* berpotensi untuk berkembang lebih baik kerana salah satu aspek untuk mendukung keberhasilan homestay iaitu kualiti layanan dan perilaku komuniti tempatan sudah ada pada *Urang Sunda* (Ismawi Ismail et al. 2016; Bavani et al. 2015).

Secara keseluruhan, tahap kepuasan pelancong terhadap layanan sambutan *Urang Sunda* adalah tinggi, ini bermakna *Urang Sunda* memiliki potensi semula jadi dalam memberikan layanan yang memuaskan kepada pelancong dan berpotensi untuk mengembangkan homestay mereka, selain itu juga dapat membantu kepada perkembangan sektor pelancongan tempatan.

KESIMPULAN

Urang Sunda memiliki karakter yang unik, tapi masih perlu di serlahkan lagi terutama dalam sektor pelancongan, padahal karakteristik ini apabila di olah dan diberikan latihan secara profesional dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat tempatan, selain untuk mengembangkan usaha homestay tempatan juga dapat membantu memajukan sektor pelancongan. Tambahan lagi, itu dapat menjadi salah satu usaha untuk menyerlahkan dan melestarikan nilai-nilai Sunda yang hampir punah seiring dengan perkembangan zaman. Bagaimanapun, peranan pemerintah dan pihak-pihak yang terkait dengan sektor pelancongan tempatan diperlukan untuk mengembangkan dan mempertajam karakteristik Sunda.

RUJUKAN

- Bavani, S., Noor Fizilah, L, Jum'adi Sangka, Albattat Ahmad, Arfah Kassim & Razali Ibrahim (2015). Visitor Satisfaction Of Kanchong Darat Homestay, Selangor. *A Case Study. 5th International Symposium 2015 – Intsym 2015, SEUSL*.
- Dixon, R.L. (2000). Sejarah Suku Sunda. *VERITAS 1/2 (Oktober 2000) 203-213*.
- Eman Sulaeman. (2010) dalam WartaWarga. Watak Budaya Sunda. Retrieved from <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/02/watak-budaya-sunda/>.

Gyimóthy, S. & Mykletun, R. (2008). Scary food: Commodifying Culinary Heritage as Meal Adventures in Tourism. *Journal of vacation marketing*, 15(30), 259-273

<http://suku-dunia.blogspot.my/2015/01/sejarah-suku-sunda.html>

<https://jakarta45.wordpress.com/2009/05/21/kearifan-lokal-cageur-bageur-bener-singer-pinter/>

Ismawi Ismail, M.N., Hanafiah, M.H., Aminuddin, N., Mustafa, N., (2016). Community-Based Homestay Service Quality, Visitor Satisfaction, and Behavioral Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 222 (2016) 398 – 405.

Makiya, K.R. , Habibah Ahmad, Hamzah Jusoh ,Amriah Buang, Noralyanie, N.A., Sri Winarni S., Choy, E.A. (2014). Hospitaliti dalam pembangunan pelancongan di Indonesia: Perspektif psikologi positif. *Journal of Society and Space* 10 issue 8 (40 - 54).

Naidoo, P., Ramseook, P. Munhurrun, Seegoolam P., (2011). An Assessment Of Visitor Satisfaction With Nature-Based Tourism Attractions. *International Journal Of Management And Marketing Research* ♦Volume 4 ♦ Number 1 ♦ 2011

Nanang Ajim (2015). Sifat dan Karakteristik Masyarakat Indonesia. [Cited 21/8/2016]. Retrieved from: <http://www.mikirbae.com/2015/03/sifat-dan-karakteristik-masyarakat.html>

Prasetyo, U., Sarwoprasodjo, S., (2011). Komodifikasi Upacara Tradisional Seren Taun dalam Pembentukan Identitas Komunitas. *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia*.

Pusiran, A.K., & Xiao, H., (2013). Challenges and Community Development: A Case Study of Homestay in Malaysia. *Asian Social Science; Vol. 9, No. 5; 2013*.

Suanmali, S. (2014) Factors Affecting Tourist Satisfaction: An Empirical Study in the Northern Part of Thailand. *SHS Web of Conferences* 12, 0102 (2014)

Usman Suspendi (2011) Nilai Kearifan Lokal Dan Pendidikan Karakter. Retrive from <https://dadanusmana.wordpress.com/2011/04/26/nilai-kearifan-lokal-dan-pendidikan-karakter/> (24/8/2016)

Vuksanović, N, & Simat, K. (2013) Tourist Satisfaction with Hospitality Services on River Ship “Ms River Aria”. *TURIZAM Volume 17, Issue 3 96-109 (2013)*

Nama: Kiki Rizki Makiya
Institusi: Universiti Kebangsaan Malaysia
E-mel: rizkimakiya@yahoo.com