

Identifikasi Faktor yang Memengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan ke Kampung Jalak Bali sebagai Destinasi Wisata Konservasi Baru

Dewa Kiskenda^{1*}, Nyoman Agus Trimandala², Hendrika Elistiani Danga³

¹²³Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia, dewakiskenda@ipb-intl.ac.id

ABSTRAK

Kunjungan wisatawan ke Kampung Jalak Bali tidak menentu hingga saat ini, sekaligus mengisyaratkan belum direspon positif oleh wisatawan atau wisatawan belum sadar (*awareness*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan ke Kampung Jalak Bali, Desa Tengkudak, Kabupaten Tabanan, sebagai destinasi ekowisata berbasis konservasi. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan teknik analisis faktor eksploratori (*Exploratory Factor Analysis/EFA*) terhadap 21 indikator yang dikembangkan dari delapan dimensi meliputi *product element*, *process*, *productivity* dan *quality*, *people*, *promotion* dan *education*, *physical evidence*, *price*, dan *safety*. Analisis menghasilkan lima faktor utama yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan, yaitu: (1) Daya Tarik dan Pengalaman Wisata, (2) Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpretatif, (3) Fasilitas, Keamanan, dan Kenyamanan Operasional, (4) Kualitas Lingkungan dan Nilai Kewajaran Harga, serta (5) Kemudahan Akses dan Pemesanan Wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat kunjungan wisatawan terbentuk melalui integrasi aspek emosional, fungsional, dan ekologis yang saling berkaitan. Faktor daya tarik dan pengalaman wisata (*guest experience*) merupakan dimensi paling dominan, menegaskan bahwa pengalaman edukatif dan konservatif menjadi pendorong utama motivasi berkunjung. Secara konseptual, hasil penelitian ini memperkuat *brand awareness* dalam model pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis konservasi dan partisipasi masyarakat lokal melalui integrasi antara nilai edukatif, profesionalitas layanan, pengelolaan lingkungan, dan adopsi teknologi digital.

Kata kunci: wisata alternatif, burung Jalak Bali, minat wisatawan, *exploratory*, kualitas layanan

ABSTRACT

Tourist visits to the Jalak Bali Village have been erratic to date, simultaneously indicating that it has not yet received a positive response from tourists or that tourists lack awareness of it. This study aims to analyze the factors influencing tourists' visit intention to Kampung Jalak Bali, located in Tengkudak Village, Tabanan Regency, as a conservation-based ecotourism destination. A quantitative approach was employed using Exploratory Factor Analysis (EFA) on 21 indicators developed from eight dimensions, namely product element, process, productivity and quality, people, promotion and education, physical evidence, price, and safety. The analysis identified five main factors affecting tourists' visit intention: (1) Attraction and Tourist Experience, (2) Service Quality and Interpretive Communication, (3) Facilities, Safety, and Operational Comfort, (4) Environmental Quality and Price Fairness, and (5) Accessibility and Booking Convenience. The findings reveal that visit intention is shaped by the integration of emotional, functional, and ecological aspects that are interrelated. The Attraction and Tourist Experience factor emerged as the most dominant dimension, emphasizing that educational and conservation-based experiences are the main drivers of tourist motivation. Conceptually, the results strengthen the brand awareness on sustainable tourism development model based on conservation and community participation through the integration of educational values, service professionalism, environmental management, and digital technology adoption.

Keywords: alternatif tourism, Jalak Bali, tourist intention, *exploratory*, service quality

Naskah diterima: 23 November 2025, direvisi: 03 Maret 2026, diterbitkan: 14 Agustus 2026

DOI: <https://doi.org/10.37253/altasia.v8i2.11538>

PENDAHULUAN

Tren pariwisata mulai bergeser, bahwa ada sekitar 5% dari jumlah total turis asing yang awalnya berorientasi pariwisata massal (*mass tourism*) beralih kepada pariwisata alternatif (*alternative tourism*) (Makiya, 2021). Adanya kecenderungan wisatawan untuk kembali ke alam (*back to nature*), membuat ekowisata mulai diminati (Sholihah, 2020).

Pariwisata berbasis alam dan konservasi seperti Kampung Jalak Bali, Desa Tengkidak menjadi tren wisata alternatif yang semakin diminati. Ini tiada lain, menekankan pada upaya konservasi burung endemic melalui pariwisata. Jalak Bali sendiri merupakan satwa langka yang rawan punah dengan status Kritis (Subarokah, 2022).

Permintaan (*demand*) pada pariwisata alternatif ini lebih diminati oleh wisatawan *new ager* yang mengkombinasikan perjalanan mereka dengan beberapa elemen seperti budaya, religi, *volunteer* berbasiskan alam dan pariwisata kesehatan (*health tourism*) (Putra & Aditya, 2023). Wisatawan *new age* ini memiliki *spending power* yang tinggi, berpendidikan tinggi dan sangat peduli dengan kelestarian budaya dan lingkungan (Pramono et al., 2025).

Kampung jalak Bali di Desa Tengkidak telah memulai aktivitas minat khusus untuk wisata konservasi pada budidaya dan pelestarian Jalak Bali mulai tahun 2024 (Mahendra, 2025). Namun ternyata Jalak Bali memang dari dulunya sudah hidup di Desa Tengkidak dan cocok dikembangkan sebagai Kampung Jalak Bali (Mahendra, 2025). Hal ini dikarenakan secara habituasi sangat mendukung berkembang biaknya Burung Jalak Bali, diantaranya tersedia pakan seperti biji cempaka; Buah Semut; Suhu dingin; cicak dan laba-laba (Mahendra, 2025; Sugiarta, 2025). Terlebih Desa Tengkidak telah berkomitmen melakukan perlindungan atas pelepasliaran 55 ekor dengan 4 anakan Jalak Bali melalui Paruman Adat. Adanya *awig-awig* yang kuat serta dukungan 4 (empat) Desa adat Tetangga yang memiliki kesadaran

yang sama terhadap kelestarian Burung Endemik Jalak Bali ini. Adapun desa adat yang dimaksud ialah (1) Desa Adat Kuluk-kuluk; (2) Buahah; (3) Tingkih Kerep; (4) Pegangguhan (Mahendra, 2025).

Di Bali teridentifikasi ada 2 kawasan konservasi burung Endemik Jalak Bali diantaranya (1) Taman Nasional Bali Barat dan (2) Nusa Penida (Subarokah, 2022). Sehingga Kampung Jalak Bali ini akan menjadi destinasi baru yang ideal dikembangkan sebagai daya Tarik wisata minat khusus *echotourism* (Martayadi & Supriyadi, 2024). Keunikan Desa Tengkidak ini selain dilepas liarkan, Burung Jalak Bali juga bersarang di rumah-rumah warga, dengan demikian masyarakat turut secara sadar & terlibat ikut menjaga dan mengawasi dengan memastikan komitmen tidak menangkap/pencurian melalui *perareman/awig-awig* dengan filosofi *Tri Hita Karana* (Mahendra, 2025).

Ada keinginan menjadi daya tarik wisata, sebagai ekowisata seperti *Bird watching*, *Bird adopt* serta wisata edukasi akan menciptakan pengalaman yang unik. Adanya *homestay* sekitar desa seperti Tikanadi *Homestay*; Purana *guest house* justru akan menjadi pendorong kepariwisataan di desa (Firjatullah et al., 2024). Hanya saja hingga saat ini kunjungan wisatawan tidak menentu, sekaligus mengisyaratkan belum direspon positif oleh wisatawan atau wisatawan belum sadar (*awareness*).

Eksistensi wisata minat khusus Kampung jalak bali sebagai wisata alternatif perlu diidentifikasi lebih lanjut sehingga mampu berkelanjutan (*sustainability*). Hal ini karena pariwisata alternatif nampaknya merupakan segmen yang tidak terdefiniskan secara jelas, namun sebagai topik kepariwisataan yang lintas batas (Putra & Aditya, 2023). Beragamnya klasifikasi pariwisata alternatif tersebut, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menunjukan posisi Kampung Jalak Bali dalam perspektif pariwisata baru.

Untuk menguji silogisme yang penulis

paparkan pada latar belakang diatas, penelitian ini akan melakukan analisis faktor (Ibrahim et al., 2024) atas 8 (delapan) dimensi yang akan dirumuskan berdasarkan (a) variabel kualitas layanan; (b) 4 A; serta (c) minat kunjungan wisatawan sebagai alat ukur untuk mengupas kondisi aktual serta mendorong pengembangan pariwisata yang relevan di Kampung Jalak Bali Desa Tengkidak sebagai destinasi baru. Pendekatan observasi non-partisipasi, wawancara, survei sekaligus studi literasi ini diyakini akan memvalidasi serta memperkuat temuan temuan yang dilakukan.

KAJIAN PUSTAKA

Quality Service dan Minat Kunjungan

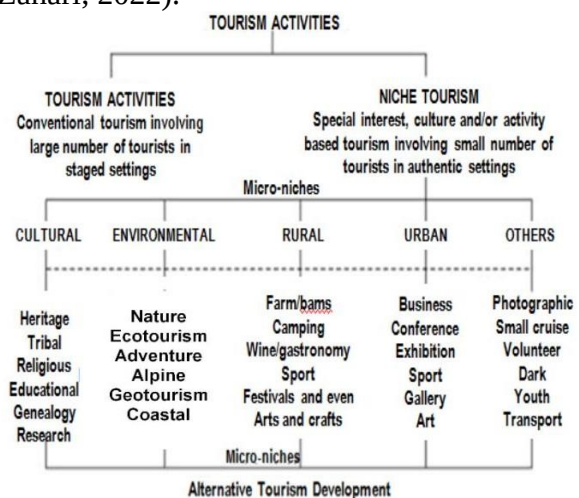
Kualitas layanan (*Quality Service*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung (Riadi et al., 2023). Minat berkunjung merupakan tindakan dalam memilih dan memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi melalui dimensi (a) Bukti fisik (*Tangibles*); (b) Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang tepat dan memuaskan; (c) Daya tanggap (*Responsiveness*); (d) Jaminan (*Assurance*); serta (e) Empati (*Emphaty*) (Kurniasari & Sugiyanto, 2020).

4 A dan Minat Kunjungan

4 A secara positif sebagai faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi wisata, diantaranya disebabkan oleh (a) atrasi wisata (Andina & Aliyah, 2021). Minat berwisata yang tinggi turut dipengaruhi oleh (b) informasi yang mudah didapatkan (Dita & Zaini, 2022); (c) aksesibilitas (Yandi et al., 2023), (d) harga, proses serta fasilitas merupakan satu paket yang disebut dengan produk wisata yang semuanya harus sesuai dengan permintaan pasar (Andina & Aliyah, 2021; Dita & Zaini, 2022). Apabila sesuatu produk pariwisata kurang menarik wisatawan berarti bahwa produk tersebut mulai berkurang daya tariknya dan demikian sebaliknya (Yandi et al., 2023).

Pariwisata Alternatif

Pariwisata alternatif bersumber dari dua pandangan ideologi yang sejaman, yaitu bahwa pariwisata alternatif merupakan reaksi atas konsumerisme modern, dan pariwisata alternatif merupakan reaksi dari eksploitasi yang dilakukan negara berkembang (Cohen, 1987) (Pristiwasia & Zahari, 2022). *Trend* positif pariwisata minat khusus *ecotourism* di Bali dianggap tepat sebagai wisata alternatif menuju pariwisata berkualitas dan berkelanjutan bagi Bali (Bawole, 2020), serta sebagai opsi terhadap titik kulminasi atau titik jenuh kepariwisataan Bali (Pristiwasia & Zahari, 2022).



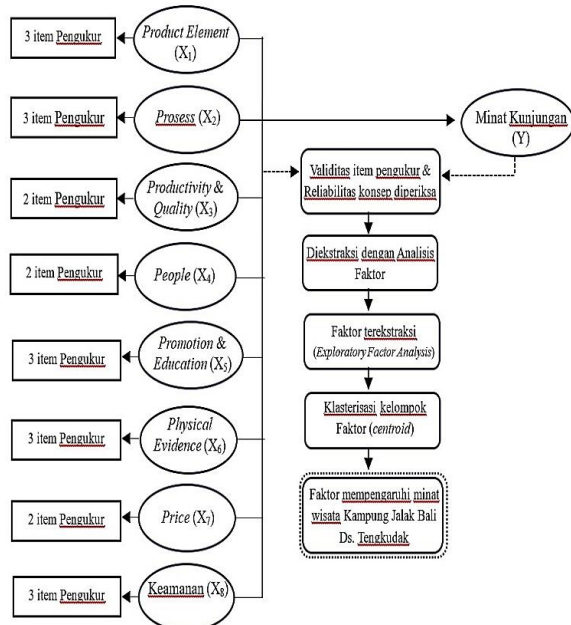
Gambar 1. Diagram Aktivitas Pariwisata yang Menunjukkan Pembagian Kategori Wisata dan Alternatif Pengembangannya (Bawole, 2020)

Konsep Eksploratori

Konsep eksploratori adalah proses mengelompokkan obyek dengan memaksimalkan kesamaan antar anggota dalam satu kelas dan meminimalkan kesamaan antar satu kelas dengan kelas lainnya. Implementasi eksploratori dapat digunakan sebagai metode untuk mengelompokkan pelanggan yang memiliki kesamaan dalam perilaku keseharian, termasuk juga pada produk pariwisata (Rayesa et al., 2026). Penelitian ini juga bermaksud untuk menghasilkan *branding* wisata baru dengan mengekstraksi faktor faktor pada variabel kualitas layanan; 4 A serta minat wisata yang berhasil

dikelompokkan berdasarkan (1) *product element*; (2) *proses*; (3) *productivity & quality* (4) *people*; (5) *promotion dan education*; (6) *physical evidence* (kebersihan); (7) *price*; (8) keamanan.

METODE PENELITIAN



Gambar 2. (Rancangan Penelitian, 2025)

Penelitian ini menggunakan model penelitian kuantitatif. Data yang diperoleh dari instrumen pengukur berupa kuesioner dengan item-item pernyataan disusun menggunakan skala *Likert* berderajat lima. Data di analisis dan dihitung dengan menggunakan alat bantu komputer yaitu program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) 14.00 for Windows.

Analisis ini meliputi analisis statistik deskriptif dan analisis pengujian instrumen yaitu (a) uji validitas dan reliabilitas, (b) uji ekstraksi melalui analisis faktor, dan (c) analisis klasterisasi menggunakan *k-means clustering* (Hair et al). Riset ini melibatkan 8 (delapan) dimensi rumusan pada (a) *variable* kualitas layanan, (b) 4 A yang diduga akan menstimulus, serta (c) minat kunjungan wisatawan ke Kampung Jalak Bali secara maksimal.

Adapun kriteria yang dibentuk adalah (1) *product element*, (2) *proses*; (3) *productivity & quality*; (4) *people*; (5) *promotion dan education*; (6) *physical evidence* (kebersihan); (7) *price*; serta (8) keamanan. 8 (delapan) kriteria ini diukur masing-masing melalui (1) 3 item, (2) 3 item, (3) 2 item, (4) 2 item, (5) 3 item, (6) 3 item, (7) 2 item, dan (8) 3 item pengukur. Menggunakan 21 item persepsi wisatawan, dilakukan serangkaian analisis yang diringkaskan pada gambar 2.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Tabel 1. Nilai Validitas dalam Analisis Faktor

No	Variabel	Indikator	KMO	Total Varians Kumulatif (%)	Loading Faktor	Sig	Ket.
1. Product Element		X_1	,764	59,291	,701	0.000	Valid
		X_2			,769	0.000	Valid
		X_3			,539	0.000	Valid
2. Proses (Process)		X_4	,663	63,917	,634	0.000	Valid
		X_5			,518	0.000	Valid
3. Produktivitas & Kualitas		X_6	,766	58,373	,628	0.000	Valid
		X_7			,534	0.000	Valid
4. People		X_8	,613	73,906	,534	0.000	Valid
		X_9			,618	0.000	Valid
		X_10			,808	0.000	Valid
5. Promotion & Education		X_11	,540	59,941	,555	0.000	Valid
		X_12			,896	0.000	Valid
		X_13			,688	0.000	Valid
6. Physical Evidence		X_14	,764	59,291	,896	0.000	Valid
		X_15			,888	0.000	Valid
7 Price (Harga)		X_16	,663	63,917	,534	0.000	Valid
		X_17			,618	0.000	Valid
		X_18			,708	0.000	Valid
8 Keamanan (Safety Security)		X_19	,663	63,917	,534	0.000	Valid
		X_20			,508	0.000	Valid
		X_21			,539	0.000	Valid

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Hasil uji validitas pada Tabel 1, dapat diketahui bahwa, tidak semua variabel memiliki nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) ≥ 0.50 , signifikan pada $\leq 0,05$, total varian kumulatif $\geq 50\%$ dan nilai *factor loading* $\geq 0,50$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua *variable* yang membentuk penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standard Alpha Cronbach	Ket.
1.	<i>Product Element</i>	0,751	0.60	Reliabel
2.	<i>Proses (Process)</i>	0,686	0.60	Reliabel
3.	Produktivitas & Kualitas	0,748	0.60	Reliabel
4.	<i>People</i>	0,616	0.60	Reliabel
5.	<i>Promotion & Education</i>	0,654	0.60	Reliabel
6.	<i>Physical Evidence</i>	0,686	0.60	Reliabel
7.	<i>Price (Harga)</i>	0,576	0.60	Reliabel
8.	Keamanan (<i>Safety Security</i>)	0,712	0.60	Reliabel

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa koefisien *Alpha Cronbach* dari masing-masing variabel lebih dari *standard Alpha Cronbach* 0,60, sehingga data dari semua variabel penelitian ini dapat dinyatakan *reliable*.

Ekstraksi Informasi Potensi Desa Wisata Konservasi di Kampung Jalak Bali

Analisis ekstraksi pada potensi wisata konservasi di Kampung Jalak Bali, Desa Tengkidak terhadap 90 sampel wisatawan telah dilakukan. Pada tahapan ini diukur melalui 21 item terbentuk yang selanjutnya diekstraksi menggunakan Analisis Faktor (AF). AF dilakukan untuk setiap jenis dari 8 (delapan) variabel/kriteria yang dimaksud adalah (a) *product element*, (b) *process*; (c) *productivity & quality*; (d) *people*; (e) *promotion* dan *education*; (f) *physical evidence* (kebersihan); (g) *price*; (h) keamanan. Merujuk (Hair et al., 2010) AF merupakan salah satu analisis pada kelompok *multivariate statistics* yang tergolong sebagai *independence technique*, teknik analisis yang tidak membedakan variabel bebas dengan variabel tak bebas. Terdapat sejumlah tahapan

yang harus dilakukan dalam mengaplikasikan AF, yaitu:

1. Menghitung statistik *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan statistik *Bartlett χ^2* . Data layak diekstraksi bila statistik $KMO \geq 0.50$ dan statistik *Bartlett χ^2* signifikan pada taraf uji yang dipilih;
2. Memeriksa nilai *measure of sampling adequacy* (MSA) dari setiap item. Item layak disertakan pada AF bila nilai $MSA \geq 0.50$;
3. Menentukan jumlah komponen yang diekstraksi. Pada tulisan ini jumlah komponen terekstraksi ditentukan oleh nilai *eigen* lebih besar dari 0,8;
4. Bila jumlah komponen > 1 , perotasian dilakukan menggunakan rotasi *orthogonal* untuk mempermudah interpretasinya; dan
5. Menginterpretasikan komponen yang terbentuk.

Mengikuti kelima tahapan di atas, informasi yang diperoleh diekstraksi dengan hasil diringkas pada Tabel 3.

Ekstraksi informasi yang dilakukan menggunakan Analisis Faktor (AF) memperlihatkan kelima matriks data layak diekstraksi mencermati nilai KMO dan statistik *Bartlett χ^2* melebihi nilai ambang bawah yang dipersyaratkan. Pemeriksaan nilai MSA masing-masing item juga menunjukkan item-item pengukur layak diekstraksi. Menggunakan kriteria nilai *eigen* dalam menentukan jumlah faktor yang diekstraksi, setiap konsep riset terekstraksi menjadi 5 komponen; (a) Faktor I, (b) Faktor II, (c) Faktor III, (d) Faktor IV, (e) Faktor V yang dirotasi *orthogonal* menggunakan metode *varimax* untuk memperjelas interpretasi faktor.

Tabel 3.

Ekstraksi Informasi Indikator Kriteria Wisata Kampung Jalak Bali Menggunakan Analisis Faktor

Variabel	Item Pengukur		MSA	Komunalitas	Nilai Loading				
	Kode	Deskripsi			Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	Faktor 5
Product Element KMO = 0,825 $X^2 = 1018,083$ P = 0,000	X_1	Atraksi wisata terkait Jalak Bali	0,835	0,756	0,786	0,202	0,038	0,130	0,281
	X_2	Ketersediaan paket wisata edukatif terkait konservasi	0,858	0,775	0,790	0,347	0,126	0,117	-0,031
	X_3	Variasi aktivitas wisata ditawarkan	0,856	0,713	0,780	0,260	0,100	0,014	0,164
	Nilai Eigen				2,356	0,809	0,264	0,261	0,414
	Variasi terjelaskan (persen)				11.219	3.852	1.257	1.243	1.971
Proses (Process) KMO = 0,825 $X^2 = 1018,083$ P = 0,000	X_4	Kejelasan alur kunjungan	0,873	0,734	0,775	-0,018	0,140	0,268	0,203
	X_5	Kemudahan proses pemesanan tiket/paket wisata	0,783	0,758	0,165	0,084	0,037	0,204	0,825
	Nilai Eigen				0.940	0.066	0.177	0.472	1.028
	Variasi terjelaskan (persen)				4.476	0.314	0.843	2.248	4.895
	X_6	Konsistensi pelayanan wisata	0,796	0,594	0,122	0,116	0,622	0,089	0,414
Produktivitas & Kualitas KMO = 0,825 $X^2 = 1018,083$ P = 0,000	X_7	Kualitas program edukasi	0,883	0,507	0,273	0,258	0,310	0,201	0,479
	Nilai Eigen				0.395	0.374	0.932	0.290	0.893
	Variasi terjelaskan (persen)				1.881	1.781	4.438	1.381	4.252
	X_8	Kemampuan komunikasi pemandu wisata	0,836	0,839	0,085	0,879	0,224	0,087	0,048
	X_9	Profesionalitas staf	0,809	0,619	0,191	0,652	0,088	0,107	0,371
People KMO = 0,825 $X^2 = 1018,083$ P = 0,000	X_10	Pengetahuan SDM terhadap ekowisata dan konservasi	0,823	0,845	0,209	0,870	0,098	0,149	0,108
	Nilai Eigen				0.400	1.522	0.186	0.256	0.479
	Variasi terjelaskan (persen)				1.905	7.248	0.886	1.219	2.281
	X_11	Intensitas promosi	0,888	0,599	0,607	0,149	0,104	0,444	0,006
	X_12	Kejelasan informasi	0,909	0,523	0,324	0,476	0,160	0,406	0,032
Promotion & Education KMO = 0,825 $X^2 = 1018,083$ P = 0,000	X_13	Daya tarik materi promosi	0,879	0,753	0,356	0,613	0,230	0,417	-0,157
	Nilai Eigen				0.68	1.089	0.39	0.823	-0.125
	Variasi terjelaskan (persen)				3.238	5.186	1.857	3.919	-0.595
	X_14	Kebersihan area wisata	0,822	0,641	0,294	0,256	-0,045	0,617	0,326
	X_15	Ketersediaan fasilitas pendukung	0,815	0,643	0,260	0,125	0,662	0,348	0,020
Physical Evidence KMO = 0,825 $X^2 = 1018,083$ P = 0,000	Nilai Eigen				0.554	0.381	0.617	0.965	0.346
	Variasi terjelaskan (persen)				2.638	1.814	2.938	4.595	1.648
	X_16	Kesesuaian harga	0,842	0,746	0,521	0,108	0,200	0,646	0,078
	X_17	Pilihan paket harga	0,804	0,568	-0,042	0,210	0,106	0,710	0,083
	X_18	Kemudahan sistem pembayaran	0,791	0,690	-0,047	0,074	0,825	0,036	0,018
Price (Harga) KMO = 0,825 $X^2 = 1018,083$ P = 0,000	Nilai Eigen				-0.089	0.284	0.931	0.746	0.101
	Variasi terjelaskan (persen)				-0.424	1.352	4.433	3.552	0.481
	X_19	Tersedianya petugas keamanan	0,788	0,523	0,117	0,485	0,495	-0,084	0,150
	X_20	Kesiapan fasilitas keselamatan	0,791	0,792	0,245	0,500	0,683	0,034	-0,119
	X_21	Edukasi keselamatan sebelum dimulai	0,813	0,564	0,328	-0,174	0,039	0,578	0,300
Keamanan (Safety & Security) KMO = 0,825 $X^2 = 1018,083$ P = 0,000	Nilai Eigen				0.573	0.326	0.722	0.612	0.181
	Variasi terjelaskan (persen)				2.729	1.552	3.438	2.914	0.862

Pada konsep *Product Element*, bahwa ketiga item yang telah diekstraksi kedalam 5 faktor. Adapun komposisi faktor yang terbentuk (a) Atraksi wisata terkait Jalak Bali; (b) Ketersediaan paket wisata edukatif terkait konservasi; dan (c) Variasi aktivitas wisata ditawarkan berada pada Faktor I.

Faktor ini mampu menjelaskan total keragaman data sebesar 11.22 persen. Total keragaman yang dijelaskan pada faktor (a) Atraksi wisata terkait Jalak Bali; (b) Ketersediaan paket wisata edukatif terkait konservasi; dan (c) Variasi aktivitas wisata ditawarkan.

Fakta empiris ini menunjukkan persepsi wisatawan mengenai potensi wisata di Kampung Jalak Bali sebagai destinasi wisata konservasi baru di Bali lebih terefleksikan pada aktivitas Atraksi wisata terkait Jalak Bali; (b) Ketersediaan paket wisata edukatif terkait konservasi; dan (c) Variasi aktivitas wisata ditawarkan yang sekaligus mencerminkan referensi dari wisatawan yang membelinya.

Pada *Process* wisata di Kampung Jalak Bali, Desa Tengkidak, terdapat 2 (dua) item pengukur juga terekstraksi menjadi 2 faktor yaitu faktor (a) Kejelasan alur kunjungan dan (b) Kemudahan proses pemesanan tiket/paket wisata. Masing-masing dengan total keragaman terjelaskan 4.476 persen dan 4.895 persen. Bila kedua faktor dikomparasikan maka wisatawan lebih memilih mengedepankan kemudahan proses pemesanan tiket/paket wisata dibandingkan memilih kejelasan alur kunjungan sebagai daya tarik kunjungan wisatawan. Total keragaman pada matriks data yang terekstraksi kedua faktor ini adalah 9,371 persen.

Pada variabel Produktivitas & Kualitas, terdapat 2 (dua) item pengukur yang diekstraksi ke dalam dua faktor, yaitu (a) Konsistensi pelayanan wisata, dan (b) Kualitas program edukasi. Dari hasil analisis, faktor dominan yang terbentuk adalah konsistensi pelayanan wisata (sesuai ekspektasi pengunjung dengan nilai *loading*

yang cukup tinggi pada faktor III (0,622) dan menjelaskan keragaman sebesar 4,438 persen. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan menilai konsistensi pelayanan wisata yang sesuai ekspektasi pengunjung program edukasi konservasi Jalak Bali sebagai aspek penting dalam mendukung keberlanjutan wisata berbasis konservasi. Sementara itu, kualitas program edukasi/konservasi yang ditawarkan posisi kedua, menjelaskan keragaman sebesar 0,479 persen. Dengan demikian, persepsi wisatawan menekankan bahwa kualitas program edukasi adalah unsur inti yang dapat membangun citra positif Kampung Jalak Bali sebagai destinasi ekowisata.

Pada variabel Produktivitas & Kualitas, terdapat 1 (satu) item pengukur yang diekstraksi dari 5 (lima) factor terbentuk, yaitu X₆ yang merupakan faktor konsistensi pelayanan wisata sebagai faktor dominan yang dianggap sesuai ekspektasi pengunjung dengan nilai *loading* yang cukup tinggi pada faktor III (0,622) dan menjelaskan keragaman sebesar 4,438 persen. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan menilai konsistensi pelayanan wisata yang sesuai ekspektasi pengunjung program edukasi konservasi Jalak Bali sebagai aspek penting dalam mendukung keberlanjutan wisata berbasis konservasi. Sementara itu, kualitas program edukasi/konservasi yang ditawarkan belum memenuhi syarat $> 0,50$, (0,479). Dengan demikian, persepsi wisatawan menekankan bahwa kualitas program edukasi dianggap belum dapat membangun citra positif Kampung Jalak Bali sebagai destinasi ekowisata.

Selanjutnya pada variabel *People*, terdapat 3 (tiga) item pengukur yakni X₈, X₁₀ & X₉ sekaligus hasil ekstraksi memperlihatkan faktor dominan adalah kemampuan komunikasi pemandu wisata; pengetahuan SDM terhadap ekowisata dan konservasi; serta profesionalitas staf, yang menjelaskan keragaman terbesar (7,248 persen). Wisatawan memberikan apresiasi tinggi terhadap pemandu dan staf yang

mampu berkomunikasi secara efektif sekaligus memiliki pengetahuan mendalam mengenai konservasi Jalak Bali. Kedua aspek ini memperkuat pengalaman wisatawan yang mencari nilai edukatif sekaligus interpretasi mendalam dari aktivitas wisata.

Pada Variable *Promotion & Education* terdiri dari 2 (dua) item pengukur, yaitu X₁₃ & X₁₁. Faktor dominan yang terbentuk adalah daya tarik materi promosi dan intensitas promosi, dengan total keragaman terjelaskan sebesar 5,186 persen dan 3,283 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan cenderung lebih menekankan pada daya tarik materi promosi membangkitkan rasa ingin tahu Jalak Bali dibandingkan hanya intensitas promosi. Wisatawan memerlukan materi promosi yang menarik mampu mendukung citra edukatif dari Kampung Jalak Bali.

Variabel *Physical Evidence* (bukti fisik) dengan indikator X₁₄ dan X₁₅ menghasilkan faktor yang signifikan. Faktor dominan adalah kebersihan area wisata dengan nilai loading tinggi pada faktor IV (0,965) yang menjelaskan keragaman sebesar 4,595 persen. Temuan ini menegaskan bahwa bagi wisatawan, kebersihan destinasi menjadi aspek krusial dalam memilih untuk berkunjung maupun merekomendasikan Kampung Jalak Bali sebagai wisata konservasi. Ketersediaan fasilitas pendukung menjadi faktor kedua dengan kontribusi 2,938 persen. Kombinasi keduanya memperlihatkan bahwa wisatawan memiliki ekspektasi tinggi terhadap standar kebersihan dan kenyamanan destinasi konservasi.

Pada variabel *Price* terdapat 3 (tiga) item, yaitu X₁₈, X₁₇ dan X₁₆. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor dominan adalah kemudahan sistem pembayaran dengan kontribusi 4,433 persen, diikuti oleh pilihan paket harga sebesar 3,552 persen. Sedangkan kesesuaian harga, meskipun tetap diperhatikan, memberikan kontribusi yang relatif lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan lebih mengutamakan fleksibilitas dan kemudahan dalam proses

transaksi dibandingkan hanya sekadar menilai harga.

Selanjutnya variabel keamanan (*safety & security*) terdiri dari 2 (dua) item, yakni X₂₀ dan X₂₁. Dari hasil ekstraksi, faktor dominan adalah Kesiapan fasilitas keselamatan dengan kontribusi keragaman sebesar 3,438 persen, diikuti oleh edukasi keselamatan sebesar 2,914 persen. Sedangkan keberadaan petugas keamanan memberikan kontribusi lebih kecil namun tetap penting. Secara umum, hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan memiliki kepercayaan lebih tinggi bila pengelola mampu menunjukkan fasilitas keselamatan yang siap digunakan, disertai pemberian edukasi sebelum aktivitas dimulai. Dengan demikian, aspek keamanan menjadi faktor penting yang meningkatkan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan.

Rotated Component Matrix Pembentuk Klasterisasi Faktor Minat Wisata Mengunjungi Kampung Jalak Bali

Klasterisasi (*clustering*) merupakan salah satu teknik analisis statistika yang lazim digunakan pada *data mining*. Teknik klasterisasi bertujuan mengelompokkan n objek ke dalam x kelas, $x \ll n$, sedemikian rupa sehingga variansi intrakelas minimum dan variansi antarkelas maksimum (Giordani et al., 2020). Pada ranah Sains Data, klasterisasi tergolong teknik pembelajaran terawasi (*supervised learning*) di mana jumlah klaster ditentukan sebelum klasterisasi dilakukan. Terdapat sejumlah teknik yang bisa digunakan untuk membentuk klaster pada pembelajaran terawasi, di mana teknik *K-means Clustering* dianggap teknik terpopuler dan tersederhana. Tulisan ini menggunakan *K-means Clustering* untuk mengklasifikasikan 21 *variable* yang akan mempengaruhi minat kunjungan wisatawan ke Kampung Jalak Bali yang diperoleh pada Analisis Faktor. Adapun jumlah klaster ditetapkan 5 klaster dari sejumlah variabel yang memiliki nilai loading tertinggi pada komponen yang sama seperti diuraikan sebelumnya. Tabel 4 menunjukkan *centroid* (pusat luasan) dari setiap klaster.

Mencermati *centroid* dari setiap klaster, terlihat klaster/faktor I dengan 5 variabel yang terbentuk yaitu (a) Atraksi wisata terkait Jalak Bali; (b) Ketersediaan paket wisata edukatif terkait konservasi; (c) Variasi aktivitas wisata ditawarkan; (d) Kejelasan alur kunjungan; dan (e) Intensitas promosi. Berdasarkan atas *centroid* yang tersebut merepresentasikan kekuatan utama destinasi yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Maka selanjutnya Faktor I ini dinamai daya tarik & pengalaman wisata.

Tabel 4. *Centroid* dari *Rotated Component Matrix* Pembentuk Klasterisasi Faktor

Atribut	Klasterisasi Faktor				
	Faktor I	Faktor II	Faktor III	Faktor IV	Faktor V
Atraksi wisata terkait Jalak Bali	.796	.180	.012	.146	.237
Ketersediaan paket wisata edukatif terkait konservasi	.799	.351	.135	.067	-.055
Variasi aktivitas wisata ditawarkan	.776	.262	.096	.007	.151
Kejelasan alur kunjungan	.785	-.022	.159	.217	.214
Intensitas promosi	.647	.108	.110	.388	-.025
Kemampuan komunikasi pemandu wisata	.097	.886	.206	.117	.015
Profesionalitas staf	.201	.658	.148	.026	.462
Pengetahuan SDM terhadap ekowisata dan konservasi	.223	.884	.107	.145	.103
Daya tarik materi promosi	.389	.611	.235	.379	-.208
Konsistensi pelayanan wisata	.142	.117	.663	.016	.393
Ketersediaan fasilitas pendukung	.265	.140	.704	.291	.077

Kemudahan sistem pembayaran	-.047	.088	.812	.046	-.046
Kesiapan fasilitas keselamatan	.253	.498	.678	-.004	-.119
Kebersihan area wisata	.322	.263	-.016	.624	.311
Kesesuaian harga	.555	.110	.221	.612	.061
Pilihan paket harga	-.001	.194	.100	.760	.019
Edukasi keselamatan sebelum dimulai	.350	-.168	.069	.558	.338
Kemudahan proses pemesanan tiket/paket wisata	.180	.082	.062	.219	.814

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Pada Faktor II terbentuk dari 4 (empat) variabel yaitu (a) Kemampuan komunikasi pemandu wisata; (b) Profesionalitas staf; (c) Pengetahuan SDM terhadap ekowisata dan konservasi; serta (d) Daya tarik materi promosi.

Keempat variabel ini menggambarkan mutu layanan, kompetensi komunikasi, dan kemampuan interpretatif yang dimiliki pengelola wisata. Dengan demikian, faktor ini dinamai kualitas layanan dan komunikasi interpretatif.

Selanjutnya Faktor III terdiri dari 4 (empat) variabel terbentuk yaitu (a) Konsistensi pelayanan wisata; (b) Ketersediaan fasilitas pendukung; (c) Kemudahan sistem pembayaran; dan (d) Kesiapan fasilitas keselamatan. Jika mengacu pada 4 *variable* tersebut menekankan aspek operasional yang mendukung kenyamanan dan keamanan wisatawan selama beraktivitas di Kampung Jalak Bali. Maka Faktor ini tepat dinamai dengan fasilitas, keamanan & kenyamanan operasional.

Faktor IV juga terdiri dari 4 variabel terbentuk yaitu (a) Kebersihan area wisata; (b) Kesesuaian harga; (c) Pilihan paket harga; serta (d) Edukasi keselamatan sebelum dimulai. Keempat variabel ini mencerminkan persepsi wisatawan terhadap kualitas

lingkungan dan nilai ekonomis dari pengalaman wisata yang didapat, oleh sebab itu faktor IV ini dapat dinamai dengan kualitas lingkungan & nilai kewajaran harga. Terakhir adalah faktor V yang dinamai dengan faktor kemudahan akses dan pemesanan wisata. Hal ini mengacu pada *centroid* yang dibentuk hanya dari 1 *variable* saja yaitu (a) Kemudahan proses pemesanan tiket/paket wisata.

Diskusi

Hasil analisis faktor eksploratori terhadap 21 indikator telah menghasilkan lima faktor utama yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan ke Kampung Jalak Bali, yaitu: (1) Daya tarik dan pengalaman wisata; (2) Kualitas layanan dan komunikasi interpretatif; (3) Fasilitas, keamanan, dan kenyamanan operasional; (4) Kualitas lingkungan dan nilai kewajaran harga; serta (5) Kemudahan akses dan pemesanan wisata. Temuan ini memperlihatkan bahwa minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi konservasi tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik atraksi utama, tetapi juga oleh kualitas pengalaman secara keseluruhan yang melibatkan aspek pelayanan, kenyamanan, nilai ekonomi, serta kemudahan akses informasi dan digitalisasi.

Faktor pertama memiliki *factor loading* tertinggi dan menjelaskan varian terbesar dalam model analisis. Indikator-indikator seperti atraksi Jalak Bali, ketersediaan paket edukasi konservasi, variasi aktivitas wisata, kejelasan alur kunjungan, dan intensitas promosi, merepresentasikan komponen utama *tourism experience*. Aktivitas seperti *bird watching*, *bird adopt*, serta wisata edukasi konservasi akan memberikan memori positif berupa kenangan yang tidak mudah ditemukan pada aktivitas wisata lainnya. Terlebih interaksi dengan Jalak Bali yang hidup bebas di rumah-rumah warga sekaligus menunjukkan hubungan harmonis antara manusia dan alam sebagaimana filosofi *Tri Hita Karana* yang dianut masyarakat desa Tengkudak. Ini menjadi bentuk konkret konsep *ecotourism* dalam membentuk

experiential value wisatawan tanpa harus merubah maupun merusak, melainkan melalui pariwisata sebagai upaya menciptakan pelestarian satwa endemik yang berstatus kritis dengan aturan adat/*awig-awig* sebagai komitmen bersama (Aprih Santoso et al., 2024).

Pada aspek kompetensi sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan dan interpretasi wisata. Nilai *loading* tertinggi pada kemampuan komunikasi pemandu (0,886) menandakan pentingnya peran interpretatif dalam menciptakan pemahaman dan keterlibatan emosional wisatawan terhadap pesan konservasi. Desa Tengkudak, terdapat pemandu wisata yang tiada lain mereka merupakan anggota Pokdarwis Tingkih Kerep yang sekaligus berperan sebagai pengawas konservasi Jalak Bali sebagai perpanjangan tangan pihak Yayasan *Friends of Nature People & Forest*. Peran sebagai pemanduan wisata (SDM) dalam memberikan pelayanan wisata sangat penting untuk memastikan interpretasi wisata konservasi dalam tersampaikan dengan tepat kepada wisatawan. Temuan ini konsisten dengan teori *interpretive communication* (Ham, 2016) yang menekankan bahwa interpretasi efektif dapat mengubah kunjungan menjadi pengalaman edukatif yang bermakna. Selanjutnya media promosi seperti brosur dan akun media sosial Kampung Jalak Bali turut akan memperkuat citra destinasi edukatif, di mana informasi konservasi disampaikan dengan pendekatan komunikatif dan visual yang menarik sesuai dengan tren. Ini dibuktikan dari sumber kunjungan wisatawan maupun pengunjung ke desa ini di dapatkan mayoritas dari media sosial diantaranya Facebook, Instagram, dan Youtube. Faktor ini menegaskan pentingnya pengelola wisata Kampung Jalak Bali untuk mempersiapkan *interpretive communication* dalam meningkatkan persepsi positif atas kualitas layanan wisata yang disiapkan. Jika benar *interpretative communication* ini dapat dikemas dan dikelola dengan baik, maka akan menstimulus sekaligus menjadi faktor penarik

bagi wisatawan melalui *platform-platform* yang telah teridentifikasi menjadi sumber rujukan utama bagi wisatawan (Mahsyia, 2024).

Ketersediaan fasilitas, kemudahan pembayaran, dan kesiapan keselamatan merupakan elemen-elemen bersifat fungsional dan teknis namun perlu dipersiapkan dalam penyelenggaraan kegiatan wisata di Kampung Jalak Bali secara teratur. Faktor ini dapat dianggap sebagai *amenities* yang memastikan pengalaman wisatawan berlangsung dengan aman, teratur, dan profesional. Jangan sampai menimbulkan kesan wisata yang monoton dengan diversifikasi yang terbatas. Maka dari itu perlu memastikan pelayanan yang tertib, edukasi keselamatan sebelum aktivitas, serta kenyamanan area kunjungan yang didukung oleh kesiapan masyarakat. Keberadaan fasilitas dasar seperti jalur wisata, area edukasi, toilet, dan papan informasi menunjukkan kesiapan destinasi dalam menerima kunjungan wisata. Adanya papan himbauan aturan wisata (*do and don't*) yang terpasang jelas dengan maksud memastikan adanya upaya keberlanjutan tanpa mengancam keberlangsungan hidup populasi burung Jalak Bali sebagai burung endemik. Di Kampung Jalak Bali, faktor ini terwujud melalui pelayanan yang tertib, edukasi keselamatan sebelum aktivitas, serta kenyamanan area kunjungan yang didukung oleh kesiapan masyarakat. Secara fisik, ini tercermin dengan adanya *tourist centre* yang diposisikan pada area pintu masuk (*entrance gate*). terdapat mascot patung burung endemik seolah-olah menyambut wisatawan untuk menikmati suasana dusun Tingkih Kerep ini. Pada area ini sekaligus dijadikan tempat untuk memasarkan *souvenir* (*something to buy*) kepada wisatawan maupun pengunjung, berupa gantungan kunci burung Jalak Bali, kaos dengan logo Jalak Bali sebagai upaya memperkuat *brand awareness* (kenangan) kepada wisatawan. Temuan ini memperkuat pentingnya aspek *service reliability* dan *assurance* sebagaimana

dijelaskan oleh (Parasuraman et al., 1988; Putra & Wiranatha, 2025), bahwa keandalan fasilitas dan jaminan keselamatan merupakan prasyarat bagi terciptanya kepuasan dan loyalitas wisatawan. Kampung Jalak Bali baru mulai dikembangkan sebagai aktivitas minat khusus untuk wisata konservasi mulai tahun 2024, sehingga belum mengimplementasikan sistem pembayaran digital (*QRIS*), melainkan sistem donasi (*donation*). Meskipun demikian, di desa ini telah menyediakan jalur evakuasi serta fasilitas P3K, yang menunjukkan orientasi terhadap prinsip *safe tourism*. Hasil ini juga mendukung pandangan bahwa kemudahan layanan dan rasa aman memiliki pengaruh langsung terhadap niat kunjungan ulang (*revisit intention*) (Dutha, 2022).

Faktor keempat menggambarkan kualitas lingkungan serta persepsi wisatawan terhadap harga yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Desa Tengkidak dikenal memiliki komitmen ekologis yang kuat, tercermin dari keberlakuan *awig-awig* yang melarang perburuan dan menjamin kebersihan lingkungan. Mereka secara sadar berkomitmen melakukan perlindungan atas pelepasliaran 55 ekor dengan 4 anakan Jalak Bali melalui Paruman Adat. Adanya *awig-awig* yang kuat serta dukungan 4 (empat) desa adat tetangga yang memiliki kesadaran yang sama terhadap kelestarian burung endemik Jalak Bali ini. Adapun desa adat yang dimaksud ialah (1) Desa Adat Kuluk-kuluk; (2) Buahon; (3) Tingkih Kerep; dan (4) Pegangguhan. Kualitas kebersihan, keasrian alam, dan nilai spiritual kawasan menjadi bagian dari *environmental value* yang dirasakan wisatawan. Adanya berbagai paket harga yang disesuaikan dengan segmen wisatawan juga menunjukkan upaya inklusif pengelola dalam membuka akses bagi berbagai kalangan. Terlebih wisatawan *volunteer* berbasis alam dan pariwisata kesehatan (*health tourism*) yang dikenal dengan karakteristik *spending power* tinggi, berpendidikan tinggi dan sangat peduli dengan kelestarian budaya dan

lingkungan. Faktor ini menguatkan hasil penelitian (Wulandari et al., 2024) yang menegaskan bahwa *perceived environmental quality* dan *price fairness* berpengaruh terhadap kepuasan dan minat kunjungan ulang. Dalam konteks Kampung Jalak Bali, keadilan harga dan kebersihan lingkungan merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang mencari pengalaman otentik dan bertanggung jawab.

Faktor kelima yang terbentuk dari satu variabel utama, yakni kemudahan pemesanan tiket atau paket wisata, memiliki nilai *loading* yang tinggi (0,814). Faktor ini menandakan pentingnya kemudahan akses dalam era digitalisasi pariwisata dalam sistem reservasi dan promosi dapat meningkatkan efisiensi, keterjangkauan, dan minat kunjungan wisatawan (Apriana & Kusumah, 2025). Meskipun saat ini sistem pemesanan masih dilakukan secara manual dan melalui media sosial Pokdarwis. Proses pemesanan saat ini masih dilakukan secara langsung melalui komunikasi pribadi atau media sosial Pokdarwis. Namun menjadi peluang besar untuk pengembangan sistem reservasi daring terintegrasi yang perlu dipertimbangkan untuk kedepannya. Jika melihat pada *good practice* pada beberapa daya tarik wisata sekitar desa Tengkudak seperti Jati Luwih, maupun pemesanan *homestay* seperti Tikanadi *Homestay* dan Purana *Guest House* telah dilakukan secara *online*. Pola ini akan mengklaterisasikan keinginan wisatawan untuk dipermudah dalam pemesanan serta dengan maksud memberikan kepastian (*consumer assurance*) aktivitas wisata yang dibelinya (Wulandari et al., 2024).

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan ke Kampung Jalak Bali melalui analisis eksploratori terhadap 21 indikator yang dikembangkan berdasarkan delapan dimensi utama, yaitu: (a) kualitas layanan, dan (b) konsep 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity* dan *Ancillary*). Kedelapan dimensi

tersebut mencakup: (1) *product element*, (2) *process*, (3) *productivity and quality*, (4) *people*, (5) *promotion and education*, (6) *physical evidence* (kebersihan), (7) *price*, serta (8) *safety/security*.

Hasil analisis menghasilkan lima faktor utama yang membentuk minat kunjungan wisatawan ke Kampung Jalak Bali sebagai destinasi ekowisata berbasis konservasi, yaitu: (1) Daya Tarik dan Pengalaman Wisata; (2) Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpretatif; (3) Fasilitas, Keamanan, dan Kenyamanan Operasional; (4) Kualitas Lingkungan dan Nilai Kewajaran Harga; serta (5) Kemudahan Akses dan Pemesanan Wisata. Faktor daya tarik dan pengalaman wisata muncul sebagai dimensi paling dominan, menandakan bahwa pengalaman edukatif dan konservatif terhadap satwa endemik Jalak Bali menjadi pendorong utama motivasi berkunjung.

Secara konseptual, hasil penelitian ini menegaskan bahwa minat wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik atraksi, melainkan untuk menunjukkan posisi Kampung Jalak Bali dalam prepekstif pariwisata baru juga terntegrasi pada aspek pelayanan, fasilitas, nilai ekonomi, dan akses digital. Temuan ini memperkuat *brand awareness* pada sebuah daya tarik wisata dalam model pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis konservasi dan partisipasi masyarakat lokal di kawasan wisata Bali.

Adapun keterbatasan dari penelitian ini, bahwa terbentuk pola kunjungan wisata ke Kampung Jalak Bali masih didominasi pada waktu akhir pekan (*weekend*). Dengan demikian pengumpulan data penulis lakukan pada hari Sabtu dan hari Minggu saja. Dengan kata lain penelitian ini belum mampu menunjukkan karakteristik pola kunjungan wisatawan secara penuh, melainkan pada wisatawan yang berkunjung *weekend* saja. Dengan demikian penting untuk mengkaji lebih lanjut pada karakteristik wisatawan yang berkunjung bukan pada akhir pekan (*weekend*), melainkan kepada wisatawan

yang berkunjung ke Kampung Jalak Bali pada saat hari kerja (*weekdays*). Sehingga kajian ini dapat mengidentifikasi pola kunjungan wisata ke Kampung Jalak Bali Desa Tengkidak secara komprehensif sebagai wisata minat khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Cakra Wisata*, 22(1), 27–38.
- Apriana, A., & Kusumah, A. H. G. (2025). Pengaruh Persepsi Kualitas Daya Tarik Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Word of Mouth di Tanah Lot. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia: Universitas Internasional Batam: Universitas Internasional Batam*, 7(1), 94–106.
- Aprih Santoso, M. M., Novra, E., Par, S. S. T., Par, M., Suarta, I. P., Winowatan, W. J., Papilaya, I. R. L., Isma, A., Kasim, M., & Rijal, M. T. (2024). *Ecotourism (Konsep & Aplikasi)*. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Bawole, P. (2020). Pengembangan Kampung kota sebagai salah satu alternatif tujuan wisata minat khusus. *ARTEKS: Jurnal Teknik Arsitektur*, 5(1), 121–132.
- Dita, R. F., & Zaini, M. (2022). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pulau Kumala Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(4), 271–282.
- Dutha, I. (2022). *E-Book Pariwisata Bali dalam Perspektif Pragmatisme*. CAKRA MEDIA UTAMA.
- Firjatullah, F., Rizaldi, R., & Novarino, W. (2024). Assessing Bird Diversity and Birdwatching Potential in the Area of Sungkai Green Park Ecotourism, Padang City. *Jurnal Biologi UNAND*, 12(2), 97–105.
- Ham, S. (2016). *Interpretation: Making a difference on purpose*. Fulcrum publishing.
- Ibrahim, Y., Maryati, S., & Pratama, M. I. L. (2024). Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Pariwisata dalam Mempengaruhi Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat di Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. *Jurnal Riset Dan Pengabdian Interdisipliner*, 1(1), 86–96.
- Kurniasari, F., & Sugiyanto, E. K. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125.
- Mahendra, B. W. A. (2025). Wawancara pribadi sekretaris Desa Tengkidak. Desa Tengkidak, Penebel, Tabanan.
- Mahsyah, F. A. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Tempat Wisata di Kota Ternate oleh Dinas Pariwisata Kota Ternate (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@Wonderfulternate)*. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/50913>
- Makiya, K. R. (2021). *Prospektif Desa Wisata Sebagai Pariwisata Alternatif Di Era Kebiasaan Baru*. Stipram Press.
- Martayadi, U., & Supriyadi, E. (2024). Implementasi kearifan lokal awik-awik dalam pengelolaan ekowisata di gili terawangan: analisis dampak keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 6(1).
- Pramono, R., Kristiana, Y., & Nathalia, T. C. (2025). *Perilaku Konsumen dalam Pariwisata: Analisis dan Tren Masa Depan*. Penerbit NEM.
- Pristiwasia, I. W. T. K., & Zahari, Z. (2022).

- Pariwisata sebagai model, sistem dan praktik*. Pradina Pustaka.
- Putra, D., & Aditya, I. W. P. (2023). Ubud dalam Prespektif Pariwisata Spiritual: Studi Klasterisasi Pariwisata Spiritual di Kawasan Wisata Ubud. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717–727.
- Putra, D., & Wiranatha, A. A. S. (2025). The Role of Perceived Risk and Satisfaction as Mediators Between Service Quality and Tourist Loyalty in SPA Tourism in Ubud. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 19(1), 81–94.
- Rayesa, N. F., Andriani, D. R., Gutama, W. A., & Ramadanti, T. A. (2026). *Riset Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49.
- Sholihah, T. (2020). *Pengaruh Tren Pariwisata Alternatif Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Milenial (Studi pada Destinasi Ekowisata di Yogyakarta)*. STP AMPTA Yogyakarta.
- Subarokah, N. M. (2022). *Studi Populasi dan Produktivitas Curik Bali (Leucopsar rothschildi) Di Taman Nasional Bali Barat*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Sugiarta, B. M. (2025). *Wawancara pribadi*. Desa Tengkidak, Penebel, Tabanan.
- Wulandari, M., Hasyim, A. W., Rachmawati, T. A., & Pramaningrum, D. S. (2024). Eksplorasi Motivasi dan Minat Berkunjung Kembali Pada Situs Dark Tourism Pulau Lusi di Kabuapten Sidoarjo. *Jurnal ALTASIA*, 6(2), 156–168.
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14–27.