



INTISARI

Wisata kebugaran merupakan salah satu upaya untuk menghidupkan kembali sektor pariwisata Indonesia di masa transisi pandemi ke endemi. Orang mencari pencegahan dan pemeliharaan kesehatan dengan berwisata untuk mendapatkan kualitas hidup lebih baik. Salah satu inovasi yang dilakukan oleh PIAT ialah pengembangan agroidustri dengan menerapkan konsep *wellness tourism* berupa perjalanan untuk menjaga kebugaran berbasis lingkungan alam yang sehat dan pemulihan relaksasi. Pengembangan ini menggunakan pendekatan kebutuhan *pleasure* untuk menciptakan spesifikasi desain layanan sesuai preferensi calon wisatawan.

Penelitian ini menggunakan metode *kansei engineering* untuk menentukan citra wisata kebugaran berdasarkan kata *kansei* kemudian dianalisis dengan analisis faktor dan identifikasi atribut teknis desain produk. Sedangkan model kano untuk memetakan kategori atribut perbaikan ke dalam diagram *scatter*. *Kansei engineering* diawali dengan pengumpulan kebutuhan *pleasure* wisatawan dalam bentuk *kansei word*, kemudian diseleksi dan dipasangkan dengan lawan katanya lalu disebar kepada responden untuk dilakukan uji *construct validity*. Setelah dinyatakan valid dan reliabel pasangan *kansei* disebar lagi sebagai kuesioner SD 1 untuk dilakukan analisis faktor. Dilanjutkan penyebaran kuesioner model Kano yang hasilnya dilakukan analisis *better-worse*. Kemudian dilakukan penentuan sampel dan identifikasi atribut teknis, terakhir penyebaran kuesioner SD II yang hasilnya dianalisis dengan QT1 untuk mengetahui korelasi antara atribut wisata dengan konsep desain secara kuantitatif.

Hasil yang diperoleh dari kuesioner pertama, terdapat 9 kata *kansei* yang menggambarkan tempat wisata kebugaran di PIAT UGM, yaitu “Layak-Rindang”, “Cukup Memadai-Bagus”, “Hangat-Sejuk”, “Menyebar-Rapi”, “Sendu-Menyenangkan”, “Ditetapkan-Disesuaikan”, “Umum-Kearifan Lokal”, “Mandiri-Adanya Pemandu”, dan “Vintage-Terbaru(Update)”. Kemudian, penelitian ini menghasilkan 5 konsep suasana desain layanan wisata kebugaran yang memiliki nilai *R* lebih dari 0,8 sehingga semua konsep digunakan dalam penentuan prototipe desain layanan. Desain layanan yang sesuai dengan kebutuhan *pleasure* wisatawan, yaitu: “sejuk”, “kearifan lokal”, “menyenangkan”, “adanya pemandu”, dan “bagus”. Adapun urutan prioritas perbaikan berdasarkan model Kano dengan atribut *attractive* yaitu lingkungan sejuk, unsur kearifan lokal, menyenangkan, adanya pemandu. *Atribut one dimensional* yaitu sistem pengelolaan layanan yang bagus.

Kata kunci: wisata kebugaran, *kansei engineering*, model kano, prototipe



ABSTRACT

Wellness tourism is one of the efforts to revive the Indonesian tourism sector in the transition period from pandemic to endemic. People seek prevention and maintenance of health by traveling to get a better quality of life. One of the innovations carried out by PIAT is the development of agro-industry by applying the concept of wellness tourism in the form of travel to maintain wellness based on a healthy natural environment and relaxation recovery. This development uses a needs approach to create service design specifications according to the preferences of potential travelers.

This study used the Kansei engineering method to determine the image of wellness tourism based on the word Kansei then analyzed by factor analysis and identification of technical attributes of product design. While the Kano model is for mapping the categories of repair attributes into a scatter chart. Kansei engineering begins with collecting the needs of tourists in the form of Kansei words, then selecting and paired with their opponents, and then distributing them to respondents for construct validity tests. After being declared valid and reliable, the Kansei pair is distributed again as an SD 1 questionnaire to be carried out factor analysis. Continued the distribution of the Kano model questionnaire, the results of which were carried out better-worse analysis. Then the sample determination and identification of technical attributes were carried out, and finally the distribution of the SD II questionnaire, the results of which were analyzed with QT1 to determine the correlation between tourist attributes and design concepts quantitatively.

The results obtained from the first questionnaire, 9 Kansei words describe fitness tourist attractions at PIAT UGM, namely "Worthy-Shady", "Quite Adequate-Good", "Warm-Cool", "Spread-Neat", "Somber-Fun", "Set-Customized", "General-Local Wisdom", "Independent-Existence of Guides", and "Vintage-Latest (Update)". Then, this study produced 5 concepts of fitness tourism service design atmosphere that have an R-value of more than 0.8 so that all concepts are used in determining the prototype of service design. Service design that suits the needs of tourists, namely: "cool", "local wisdom", "fun", "presence of a guide", and "good". The order of priority for improvement is based on the Kano model with attractive attributes, namely a cool environment, elements of local wisdom, fun, and a guide. One dimensional attribute is a good service management system.

Keyword: Kano Models, Kansei Engineering, Prototype, Wellness Tourism