

INTISARI

Hotel Wisma Pancoeran menjadi salah satu pilihan utama bagi wisatawan yang mencari akomodasi nyaman dan berkualitas. Hotel Wisma Pancoeran berlokasi di Kulon Progo, Yogyakarta di mana memiliki potensi wisata yang sangat menarik untuk dikembangkan dalam paket tur wisata. Pengembangan paket tur desa wisata menawarkan peluang yang besar untuk meningkatkan ekonomi masyarakat desa dan mempromosikan potensi lokal. Tujuan penelitian ini yaitu menyusun pengembangan bisnis Hotel Wisma Pancoeran melalui tur desa wisata. Penelitian ini menggunakan analisis tematik dengan pendekatan kualitatif dan analisis NPV dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dengan pendekatan kualitatif menggunakan teknik wawancara, observasi, dan tinjauan pustaka. Sedangkan pendekatan kuantitatif menggunakan perhitungan kelayakan nilai proyek optimis, normal, dan pesimis yaitu dengan analisis NPV, IRR, dan *Payback Period*.

Hasil penelitian peta empati menunjukkan konsumen menginginkan pengalaman beragam dan bermakna dalam setiap perjalanan. Konsumen menjadikan ulasan dan testimoni dalam pengambilan keputusan karena memberikan informasi yang nyata dan terpercaya, sehingga mengurangi risiko ketidakpuasan selama menginap. Konsumen memberikan rekomendasi pentingnya menyesuaikan informasi wisata dengan preferensi penerima, mulai dari keindahan alam, kuliner, fasilitas keluarga, hingga pengalaman budaya. Konsumen cenderung menggabungkan informasi dari berbagai sumber untuk memastikan pilihan tempat menginap yang tepat dan sesuai kebutuhan saat berwisata. Kekhawatiran konsumen berada pada akses yang sulit, kurangnya layanan dan fasilitas pendukung, serta keterbatasan dalam pilihan makanan yang mencakup kenyamanan selama menginap. Keinginan konsumen yaitu pengalaman menginap yang nyaman secara fisik dan teknis, serta kaya akan aktivitas alam dan budaya, dengan suasana tenang dan fasilitas lengkap untuk memenuhi kebutuhan relaksasi, produktivitas, hiburan keluarga, dan pengayaan budaya.

Kata kunci: Hotel Wisma Pancoeran, Kulon Progo, pengembangan, tur desa wisata

ABSTRACT

Hotel Wisma Pancoeran is one of the main choices for tourists looking for comfortable and quality accommodation. Hotel Wisma Pancoeran located in Kulon Progo, Yogyakarta, which has very interesting tourism potential to be developed in tour packages. The development of village tourism tour packages offers great opportunities to improve the economy of rural communities and promote local potential. The purpose of this study is to develop the business development of Hotel Wisma Pancoeran through village tourism tours. This study uses thematic analysis with a qualitative approach and NPV analysis with a quantitative approach. Data collection with a qualitative approach uses interview techniques, observation, and literature review. Meanwhile, the quantitative approach uses project value feasibility calculations optimist, normal, and pessimist namely NPV, IRR, and Payback Period analysis.

The results of the empathy map study show that consumers want a diverse and meaningful experience on every trip. Consumers use reviews and testimonials in decision making because they provide real and reliable information, thus reducing the risk of dissatisfaction during their stay. Consumers provide recommendations on the importance of adjusting tourism information to the recipient's preferences, ranging from natural beauty, culinary, family facilities, to cultural experiences. Consumers tend to combine information from various sources to ensure the right choice of accommodation and according to their needs when traveling. Consumer concerns are on difficult access, lack of supporting services and facilities, and limitations in food choices that include comfort during their stay. Consumers' desires are for a comfortable stay experience physically and technically, as well as rich in natural and cultural activities, with a calm atmosphere and complete facilities to meet the needs of relaxation, productivity, family entertainment, and cultural enrichment.

Keywords: Hotel Wisma Pancoeran, Kulon Progo, development, village tourism tour