

PERSEPSI PENGELOLA DAN KARYAWAN HOTEL TERHADAP ADOPTSI INOVASI PROGRAM SAPTA PESONA: KASUS HOTEL DI JAKARTA TIMUR

*Roy Daniel Samboh
Dosen AKPINDO, Jakarta*

Abstract

Sapta Pesona is a program to increase community awareness, responsibility and action in supporting tourism activity to its development. Jakarta as a capital city of Indonesia and as a tourism destination with all the potentialities they have, include of hotel. The perception of hoteliers and employment to sapta pesona program then become an important point to be analyzed due to its adoption to develop tourism sector especially in east Jakarta. The study could be summarized as follows: their perception and adoption are sufficiently state level. to increase perception and adoption can be conducted by improving training, and activity such as workshop related to hotel and tourism.

Keywords: *adoption, perception, sapta pesona.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Keterbukaan Pariwisata telah mengangkat kehidupan masyarakat, sektor ini mampu menggerakkan roda perekonomian sekaligus mampu mendorong pertumbuhan pembangunan dan pengembangan wilayah. Namun demikian, perlu disadari bahwa upaya pengembangan pariwisata dilaksanakan oleh pemerintah sangat membutuhkan dukungan penuh dan partisipasi aktif dari masyarakat. Sebagai Ibu Kota Negara RI dan sebagai daerah tujuan wisata, kota Jakarta khususnya Jakarta Timur menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu andalan sumber pendapatan asli daerah. Hal ini sesuai dengan salah satu misi pembangunan Jakarta Timur yaitu mewujudkan kota yang bersih, indah, tertib dan aman dengan sarana dan prasarana perkotaan yang memadai dan berwawasan lingkungan.

Konsep *Destination Management Organization* (DMO) layak menjadi pertimbangan strategis dalam pengembangan kepariwisataan. Teguh (2010) mengemukakan bahwa konsep tersebut sebagai instrumen manajemen diperlukan dalam sistem pembangunan destinasi pariwisata. Partisipasi,

komitmen, tanggungjawab, rasa memiliki merupakan kunci untuk membangun sinergi dan konvergensi stakeholder melalui optimalisasi peningkatan peran dan fungsi untuk mencapai kesuksesan tata kelola destinasi pariwisata. Selanjutnya, menurut Teguh (2010) destinasi pariwisata terbentuk dari konstruksi ruang, sosial, budaya, lingkungan, dan sumber daya pariwisata yang saling terkait dan saling melengkapi dalam rangka menciptakan pengalaman pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan destinasi dilakukan melalui berbagai intervensi dari sejumlah stakeholder untuk meningkatkan intensitas aktivitas pariwisata. Kualitas pengalaman wisata dan keberlanjutan destinasi pariwisata ditentukan oleh kompetensi dan kapasitas pengelolaan entitas destinasi pariwisata.

Kesuksesan pengelolaan tujuan wisata ditentukan oleh faktor internal dan eksternal, oleh karenanya diperlukan pengelolaan secara komperensif, terpadu dan saling berkaitan dalam pengembangannya. Cooper et al. (2005) dan Page (2007) menjelaskan, bahwa prinsip dasar yang harus diperhatikan meliputi; posisi kapasitas masyarakat, lingkungan, pelibatan masyarakat, dan pertimbangan politik pembangunan.

Pelibatan masyarakat menjadi unsur penting yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan dan pembangunan pariwisata. Namun demikian, berdasarkan studi yang dilakukan diperoleh fakta bahwa keterlibatan masyarakat di maksud dalam pengembangan kepariwisataan masih dalam tingkat yang rendah, yang antara lain disebabkan oleh belum adanya ketentuan yang jelas mengenai pelibatan itu sendiri, selama ini kebijakan tersebut hanya sekedar himbauan tanpa disertai tata cara pelaksanaan yang jelas. Di samping itu, kondisi perekonomian, politik, keterbatasan kualitas sumber daya manusia dan sebagainya juga menjadi kendala (Depbudpar, 2003).

Konsep sadar wisata mengacu pelibatan masyarakat di harapkan dapat mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi pengembangan kepariwisataan di tempat/wilayah tertentu. Keterlibatan tersebut terkait dengan penciptaan kondisi yang mampu mendorong terwujudnya keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan dan kenangan (sapta pesona) (Arevin 2009).

Hotel merupakan salah satu bentuk akomodasi yang dianggap memadai dan wajib tersedia guna mendukung tumbuh kembangnya pembangunan sektor pariwisata di suatu wilayah, yang dalam konteks ini khususnya adalah bagi Kota Jakarta Timur. Setiap pengelola hotel sudah barang tentu ingin memberikan pelayanan kepada setiap konsumen sebaik-baiknya. Menurut Hamel (2000) bahwa produk perlu dikelola dengan *continous improvement*.

Kelemahan hotel pada umumnya beranggapan bahwa tamu (konsumen/pelanggan) hanya menginginkan penginapan yang bersih, nyaman dan aman. Pada kenyataannya, pelayanan kepada pelanggan/tamu yang masih harus di perhatikan dan di tingkatkan. Permasalahan seperti inilah yang semestinya menjadi perhatian pemerintah khususnya Dinas Pariwisata di wilayah

Jakarta Timur, dan bagaimana membantu pengelola dan karyawan hotel melalui program sapta pesona, agar dapat memahami dan menerapkan unsur-unsur yang ada pada sapta pesona. Program sapta pesona merupakan program penyadaran masyarakat tentang arti pentingnya sadar wisata yang memberikan arahan, panduan agar masyarakat memahami dampak yang di timbulkan dari program sapta pesona sebagai salah satu inovasi yang didefinisikan sebagai sebuah konsep yang menggambarkan partisipasi dan dukungan masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim berwisata yang kondusif bagi pengembangan kepariwisataan di suatu wilayah atau tempat (Depbudpar, 2008).

Konsep Sapta Pesona dapat dikembangkan sebagai inovasi dalam pengembangan budaya layanan mutu/prima dalam industri pariwisata khususnya. Selanjutnya jika pengelola dan karyawan hotel mampu mengadopsi konsep Sapta Pesona, maka dapat dijadikan sebagai langkah strategis dalam pengembangan usaha/bisnisnya. Maka diperlukan sikap positif bagi pengelola hotel terhadap program Sadar Wisata, dalam hal ini konsep Sapta Pesona yang merupakan produk kebijakan pemerintah dan yang terkait. Sikap positif pengelola/pimpinan dan karyawan hotel terhadap program sapta pesona dapat dibentuk melalui persepsi yang positif.

Persepsi adalah suatu proses pembentukan kesan, pendapat ataupun perasaan terhadap suatu hal yang melibatkan penggunaan informasi secara terarah (Secord dan Backman, 1994 diacu dalam Ritohardoyo, 2006). Sejalan dengan konsep tersebut secara garis besar pengertian persepsi adalah: (1) proses aktivitas seseorang dalam memberi kesan, menilai, berpendapat, memahami, menghayati, menginterpretasi dan mengevaluasi terhadap situasi berdasarkan informasi yang ditampilkan; dan (2) reaksi timbal balik yang dipengaruhi oleh diri perseptor, suatu hal yang dipersepsi dan situasi sosial yang melingkupinya

sehingga dapat memberikan motivasi tatanan perilaku.

Dalam penelitian ini, persepsi terhadap ciri inovasi sapta pesona merupakan dasar penilaian, sikap dan respon pengelola/pimpinan dan karyawan hotel terhadap ciri inovasi. Ciri inovasi tersebut menurut **Rogers dan Shoemaker (2003)** terdiri dari (1) keuntungan relatif (*relative advantage*); (2) kesesuaian (*compatibility*) yang terkait dengan nilai-nilai dan kepercayaan sosial budaya, inovasi yang telah diperkenalkan sebelumnya serta kebutuhan petani terhadap inovasi; (3) kerumitan (*complexity*); (4) dapat diujicoba (*trialability*); dan (5) dapat diamati (*observability*).

Penelitian adopsi inovasi program Sapta Pesona oleh pengelola dan karyawan hotel di Jakarta Timur ini diharapkan mampu menjawab masalah tentang: (1) Bagaimana lingkungan usaha hotel di Jakarta Timur?; (2) Bagaimana persepsi pengelola, karyawan hotel terhadap ciri inovasi sapta pesona? (3) Bagaimana adopsi program sapta pesona? dan (4) Faktor apa yang berhubungan dengan adopsi inovasi program Sapta Pesona oleh pengelola, karyawan hotel di Jakarta Timur?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Menganalisis persepsi dan adopsi pengelola/pimpinan dan karyawan hotel di Jakarta Timur terhadap adopsi inovasi program Sapta Pesona; (2) Menganalisis ciri lingkungan usaha yang berhubungan dengan persepsi dan adopsi program Sapta Pesona oleh pengelola, karyawan hotel di Jakarta Timur.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pimpinan/pengelela dan karyawan Hotel Bintang dan Non

Bintang/Akomodasi yang ada di Jakarta Timur yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan program sapta pesona dan terdaftar di Dinas Pariwisata Jakarta Timur mulai tahun 2004 s.d. 2011. Sampel yang diambil adalah pengelola / penanggungjawab dan karyawan hotel yang bertanggungjawab langsung terhadap program sapta pesona. Berdasarkan kerangka sampling, lokasi hotel ditentukan secara acak berdasarkan lokasi di seluruh wilayah Kota Administrasi Jakarta Timur. Jumlah sampel/responden pada masing-masing hotel ditentukan secara proporsional berdasarkan jumlah pengelola dan karyawan yang berkaitan atau terlibat langsung dengan program sapta pesona. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan dengan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{N (\alpha)^2 + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

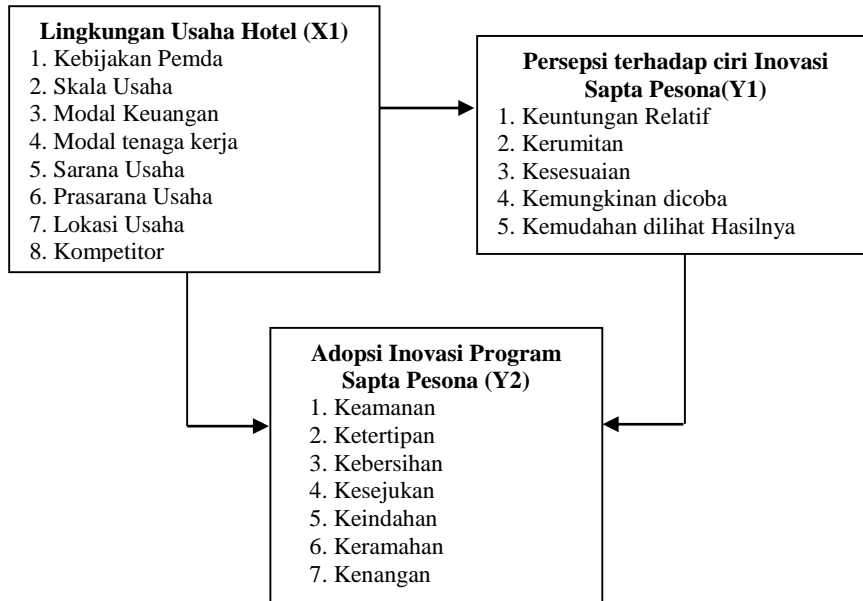
α : Taraf kesalahan (0,05)

Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Data primer berupa hasil kuesioner dan wawancara untuk memperoleh data mengenai kondisi lingkungan usaha hotel yang diduga mempengaruhi persepsi dan adopsi inovasi pengelola hotel terhadap program sapta pesona. Skala pengukuran dalam penelitian ini sebagian besar meliputi skala ordinal, serta sebagian skala nominal dan rasio. Data sekunder berupa dokumen-dokumen yang dapat mendukung data penelitian.

Variabel Penelitian

Variabel/peubah penelitian terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel tidak bebas (*dependent*). Secara skematis kerangka berpikir penelitian yang memuat berbagai variabel penelitian disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1 Kerangka berpikir penelitian

Analisis Data

Pengolahan dan analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam kegiatan penelitian karena data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah dan bermanfaat untuk menguji hipotesis, Nazir (2009). Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui Persepsi Pengelola dan Karyawan Hotel Terhadap Adopsi Inovasi Program Sapta Pesona. Data hasil penelitian dianalisis untuk memperoleh hubungan berbagai variabel yang diteliti, dan memberikan penjelasan secara kualitatif sebagai pendukung. Data yang diperoleh dari kuesioner dikelompokkan menurut variabel yang telah ditentukan, dengan menggunakan skoring dan pengkategorian.

Untuk mengetahui hubungan antar variabel digunakan analisis korelasi *Rank Spearman*. Uji ini digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan masing-masing variabel. Koefisien korelasi merupakan pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 sampai dengan -1, yang berarti koefisien korelasi dapat bernilai positif dan dapat

pula negatif. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan hubungan linear dan arah hubungan dua variabel. Jika koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika koefisien korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah (dan sebaliknya). Interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel adalah sebagai berikut:

- (a). 0 : Tidak ada korelasi antara dua variabel
- (b). $> 0 - 0,25$: Korelasi sangat lemah
- (c). $> 0,25 - 0,5$: Korelasi cukup
- (d). $> 0,5 - 0,75$: Korelasi kuat
- (e). $> 0,75 - 0,99$: Korelasi sangat kuat
- (f). 1: Korelasi sempurna

Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan perangkat statistik *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 20.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN Ciri Lingkungan Usaha Hotel

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa kebijakan pemda telah ada dan mendukung diterapkannya sapta pesona.

Skala hotel cukup bervariasi antara skala hotel dengan kategori sedang sampai dengan tinggi di hotel berbintang, hanya sekitar 10 persen hotel dengan skala kecil. Besar atau kecilnya usaha hotel tergantung modal usaha yang di miliki oleh pengelola hotel masing-masing. Segi modal, asal modal bervariasi mulai dari modal perorangan sampai pada modal patungan ataupun pinjaman dari bank. Berdasarkan hasil penelitian sekitar 81 persen modal termasuk dalam kategori tinggi. Sedangkan modal tenaga kerja dalam penelitian ini termasuk kategori tinggi atau memadai.

Sarana usaha sebagian besar termasuk dalam kategori sedang. Prasarana usaha yang di miliki oleh pengelola hotel

termasuk dalam kategori sedang. Prasarana sebagai fasilitas yang sangat menunjang untuk kenyamanan tamu atau memadai dan sangat memadai, sisannya prasaran yang kurang memadai. Berdasarkan hasil penelitian, secara umum hotel memiliki lokasi yang strategis dan sangat strategis. Hotel di Jakarta Timur relatif berdekatan dengan sarana umum seperti stasiun kereta api, terminal penumpang, daerah wisata termasuk wisata belanja dan juga perkantoran. Hasil penelitian, diperoleh hasil pada umumnya tingkat persaingan hotel di Jakarta Timur cenderung tinggi, baik dari bentuk persaingan produk, harga, pelayanan, maupun promosi. Ciri lingkungan usaha hotel sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Ciri lingkungan usaha hotel di Jakarta Timur

No	Sub variabel	Kategori					
		Rendah		Sedang		Tinggi	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Kebijakan usaha	29	37,5	52	51.0	21	20.6
2	Skala hotel	32	31.4	28	27.5	42	41.2
3	Modal	19	18.6	33	32.4	50	49.0
4	Tenaga kerja	25	24.5	70	68.6	7	6.9
5	Sarana hotel	31	30.4	60	58.8	11	10.8
6	Prasarana hotel	4	20.6	66	64.7	15	14.7
7	Lokasi hotel	1	1.0	66	64.7	35	34.3
8	Kompetitor	9	8.8	53	52.0	40	39.2

Ket: \sum Responden = 102

Persepsi Terhadap ciri inovasi saptapesona

Persepsi terhadap ciri inovasi saptapesona merupakan dasar penilaian, sikap

dan respon pengelola/pimpinan dan karyawan hotel terhadap ciri inovasi. Berikut adalah tabel persepsi terhadap ciri inovasi saptapesona:

Tabel 2 Persepsi terhadap ciri inovasi saptapesona

No	Sub variabel	Kategori					
		Rendah		Sedang		Tinggi	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Keuntungan Relatif	5	4.9	66	64.7	31	30.4
2	Kerumitan	19	18.6	68	66.7	15	14.7
3	Kesesuaian	12	11.8	72	71.6	18	17.6
4	Kemungkinan dicoba	9	8.9	65	63.7	28	27.5
5	Kemudahan dilihat hasilnya	9	8.9	72	70.2	21	20.6
6	Persepsi	5	4.9	70	68.6	27	26.5

Ket: \sum Responden = 102

Keuntungan relatif termasuk dalam kategori sedang. Pengelola/pimpinan dan karyawan hotel menyatakan bahwa program sapta pesona relatif menguntungkan dan atau sangat menguntungkan. Persepsi mereka pada umumnya menyetujui bahwa program sapta pesona menguntungkan bagi mereka sendiri, bagi kelangsungan usaha hotel dan bidang pariwisata khususnya di Jakarta Timur. Pengelola/pimpinan dan karyawan menganggap bahwa program sapta pesona ini memiliki kesesuaian dengan kepentingannya. Sebagian besar pengelola/pimpinan dan karyawan hotel menyatakan bahwa program sapta pesona relatif tidak rumit untuk di laksanakan, mudah dipahami, bisa dan dapat di coba dalam lingkungan hotel, dan dapat dilihat hasilnya.

Adopsi inovasi program sapta pesona

Manifestasi dari bentuk adopsi inovasi ini dapat dilihat atau diamati berupa tingkah laku, metode, maupun peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam kegiatan komunikannya (Susanto, 1977). Sebagaimana dalam tabel 3 di bawah, dapat dijelaskan bahwa adopsi inovasi pengelola/pimpinan dan karyawan hotel terhadap program sapta pesona khususnya unsur keamanan sebagian besar berada dalam kategori sedang. Adopsi pimpinan/pengelela dan karyawan hotel terhadap program sapta pesona pada unsur ketertiban sebagian besar berada

dalam kategori sedang. unsur kebersihan, adopsi sebagian besar pimpinan/pengelela dan karyawan hotel berada pada kategori sedang. Program sapta pesona dalam unsur kebersihan memiliki peran sangat penting karena kebersihan merupakan syarat utama dan terpenting. Adopsi unsur kesejukan sebagian besar berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pimpinan/pengelela dan karyawan hotel di Jakarta Timur telah menyadari akan pentingnya memelihara lingkungan hotel tetap sejuk, hijau, diantaranya dengan melakukan kegiatan penghijauan di sekitar lingkungan hotel. Adopsi unsur keindahan sebagian besar berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa pimpinan/pengelela dan karyawan hotel di Jakarta Timur telah menyadari akan pentingnya memelihara lingkungan hotel indah. Hal tersebut penting karena keindahan berkaitan dengan estetika, yang berhubungan dengan kesan pertama para pengunjung. Adopsi unsur keramahan sebagian besar berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa pimpinan/pengelela dan karyawan hotel di Jakarta Timur telah menyadari akan pentingnya keramah-tamahan bagi pengunjung hotel/tamu. Adopsi unsur kenangan sebagian besar berada dalam kategori sedang.

Berikut adalah tabel adopsi inovasi sapta pesona oleh pengelola/pimpinan dan karyawan hotel di Jakarta Timur:

Tabel 3 Adopsi inovasi sapta pesona oleh pengelola/pimpinan dan karyawan hotel di Jakarta Timur

No	Sub variabel	Kategori					
		Rendah		Sedang		Tinggi	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Keamanan	11	10.8	50	49.0	41	40.2
2	Ketertiban	9	8.82	52	66.7	41	40.2
3	Kebersihan	2	2.0	57	55.9	43	42.2
4	Kesejukan	11	10.8	43	42.2	48	47.1
5	Keindahan	14	13.7	57	55.9	31	30.4
6	Keramahan	5	4.9	64	62.7	33	32.4
7	Kenangan	28	27.5	47	46.1	27	26.5
8	Adopsi inovasi	5	4.9	64	62.7	33	32.4

Ket: \sum Responden = 102

Hubungan Lingkungan Usaha dengan Persepsi dan Adopsi Inovasi Program Sapta Pesona

Dalam penelitian ini faktor lingkungan usaha yang diduga berkorelasi dengan persepsi dan adopsi inovasi

program sapta pesona adalah kebijakan usaha, skala usaha, modal keuangan, tenaga kerja, sarana dan prasarana hotel, lokasi usaha dan kompetitor. Korelasi tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4 Hubungan lingkungan usaha hotel dengan persepsi dan adopsi program sapta pesona

Sub Variabel Lingkungan usaha	Persepsi Program Sapta Pesona	Adopsi Program Sapta Pesona
Kebijakan usaha	.312**	.218**
Skala usaha	.262**	.181
Modal keuangan	.069	.140
Tenaga kerja	.272**	.441**
Sarana usaha	.220*	.332**
Prasarana usaha	.100*	.293**
Lokasi usaha	.322**	.284**
Kompetitor	.202*	.322**

Keterangan: * korelasi signifikan pada alpha 0.05, ** korelasi signifikan pada alpha 0.01

Dari hasil penelitian ini kebijakan usaha berkaitan program sapta pesona mempunyai korelasi positif sangat signifikan dengan persepsi dan adopsi program sapta pesona. Hal ini berarti dengan adanya kebijakan pemerintah daerah yang mendukung program sapta pesona maka dapat diharapkan mempermudah pengelola dalam menjalankan, persepsi dan adopsi pengelola/pimpinan dan karyawan hotel tentang program sapta pesona akan semakin baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif sangat signifikan antara skala usaha hotel dengan persepsi pengelola/pimpinan dan karyawan hotel tentang program sapta pesona, tetapi tidak berkorelasi dengan adopsi program sapta pesona. Modal keuangan tidak mempunyai korelasi dengan persepsi dan adopsi inovasi program sapta pesona. Modal tenaga kerja mempunyai korelasi positif sangat signifikan dengan persepsi dan adopsi

inovasi program sapta pesona. Penelitian ini sarana hotel mempunyai korelasi positif sangat signifikan dengan adopsi inovasi program sapta pesona, sedangkan dengan persepsi tentang sapta pesona, sarana hotel memiliki korelasi positif signifikan. Dengan fasilitas yang lengkap, prasarana yang memadai dan alat serta perlengkapan kerja yang mendukung baik jumlah maupun kualitasnya maka akan mendorong pengelola/pimpinan dan karyawan dalam melaksanakan program sapta pesona. Dari hasil penelitian, lokasi usaha hotel dan kompetitor memiliki korelasi positif sangat signifikan dengan persepsi dan adopsi inovasi program sapta pesona. Kompetitor dalam konteks penelitian ini adalah kemampuan dalam menghadapi persaingan dengan hotel lain atau usaha sejenis terkait upaya peningkatan mutu pelayanan .

Hubungan dengan Persepsi dan Adopsi Inovasi Program Sapta Pesona

Tabel 5 Hubungan persepsi dan adopsi inovasi program sapta pesona

Variabel	Adopsi Program Sapta Pesona
Persepsi terhadap program sapta pesona	.291**

Keterangan:

* korelasi signifikan pada alpha 0.05

** korelasi signifikan pada alpha 0.01

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mempunyai korelasi sangat signifikan dengan adopsi inovasi program sapta pesona. Hal ini berarti bahwa dengan persepsi yang baik dari pengelola/pimpinan dan karyawan hotel dan dengan cara pandang atau pola berpikir pengelola/pimpinan dan karyawan hotel tentang sapta pesona akan dapat dengan mudah menerima program sapta pesona. Persepsi yang di miliki pengelola hotel yang baik tersebut akan dapat mendorong mereka dengan sadar untuk mengadopsi program sapta pesona.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Persepsi dan adopsi inovasi program sapta pesona oleh pengelola/pimpinan dan karyawan hotel bintang dan non bintang di Jakarta Timur secara umum dapat dikatakan cukup baik. Hal ini tentunya akan memberikan dampak lebih baik bagi usaha pariwisata khususnya bidang perhotelan. Hal ini juga berarti bahwa pengelola/pimpinan dan karyawan hotel menjadi lebih tau, mau dan mampu melaksanakan berbagai hal positif di bidang kegiatan usaha hotel khususnya untuk adopsi inovasi program sapta pesona.
 - (a). Persepsi pengelola/pimpinan dan karyawan hotel terhadap program sapta pesona berada dalam kategori sedang/cukup baik.
 - (b). Adopsi inovasi program sapta pesona pengelola/pimpinan dan karyawan hotel berada dalam kategori sedang/cukup baik.
2. Terdapat beberapa ciri yang berkorelasi dengan persepsi dan adopsi Program Sapta Pesona, yaitu: Ciri lingkungan usaha yang mempunyai korelasi dengan Adopsi Inovasi Sapta Pesona adalah kebijakan usaha, skala usaha, tenaga kerja, sarana usaha, prasarana usaha dan lokasi hotel. Ciri lingkungan

usaha yang mempunyai korelasi dengan persepsi dengan adopsi inovasi sapta pesona adalah kebijakan usaha, tenaga kerja, modal, sarana, prasarana hotel, lokasi dan kompetitor.

Saran

Dari ulasan di atas, terdapat beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai upaya untuk meningkatkan persepsi dan adopsi program sapta pesona dalam bidang usaha perhotelan, yaitu:

1. Persepsi yang baik dapat merubah pola pikir dan kinerja yang baik, kearah keterampilan kerja dan mutu layanan baik dan harus selalu di tingkatkan oleh pengelola dan pimpinan hotel.
2. Persepsi dan adopsi inovasi program sapta pesona yang baik harus di pertahankan dan di tingkatkan melalui penyuluhan pariwisata, pelatihan, seminar-seminar yang berhubungan dengan pariwisata dan perhotelan oleh pengelola/pimpinan dan karyawan hotel di Jakarta timur untuk mendukung terlaksanaka adopsi inovasi program sapta pesona.
3. Persepsi pengelola/pimpinan dan karyawan yang baik khususnya Jakarta timur yang cukup baik harus terus di pertahankan dan di jaga oleh pengelola/pimpinan dan karyawan hotel dan pemerintah daerah khususnya ibu kota Jakarta agar selalu di pertahankan dan di tingkatkan.
4. Pelaku pariwisata khususnya hotel dengan mengadopsi program sapta pesona, sebagai inovasi baru akan membawa dampak yang baik pada pelayanan kepada tamu/kosumen dengan demikian akan menaikkan omset atau pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

Arevin, AT. 2009. Tingkat Adopsi Program Sapta Pesona oleh Pengelola Rumah Makan Tradisional

- Kelas C Jakarta Timur [tesis]. Bogor: Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.
- Cooper C, Flecher J, Gilbert D, Wanhill S. 2005. *Tourism Principle and Practices*, London: Pitman Publishing.
- [Depparbud] Departemen Pariwisata dan Kebudayaan. 2003. *Renstra Pembangunan Kebudayaan dan Kepariwisata Nasional 2004-2009*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- [Depparbud] Departemen Pariwisata dan Kebudayaan. 2008.
- Hamel, GP. 2007. *Leading the Revolution*. USA: Harvad Business School Press.
- Nazir M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Page SJ. 2007. *Tourism Management: Managing for Change*. UK: Elsevier.
- Rogers EM, Shoemaker FF. 2003. *Communication of Innovation: A Cross Cultural Approach*. Second Edition. The Free Press.
- Ritohardoyo S. 2006. *Bahan Ajar Ekologi Manusia*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Lingkungan PPS, Universitas Gadjah Mada.
- Teguh, F. 2010. *Telaah Teoritis dan Implementatif Konsep Destination Management Organization di Indonesia*.
[http://www.dmoindonesia.org/?module=detailartikel &id=4](http://www.dmoindonesia.org/?module=detailartikel&id=4)
- Susanto. 1977 *Manifestasi dari Bentuk Adopsi Inovasi Komunikasi*. Library.um.ac.id.i Perpustakaan Digital.