



Analisis Kemudahan Akses, Informasi, dan Orientasi Wisatawan dalam Meningkatkan Pelayanan di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah

Gabriella Hidayat*, Diana Michiko, Muhammad Thio Faza Saidina, Tania Jayadiputri, Budi Setiawan

Universitas Pradita

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peningkatan kualitas layanan pada destinasi pariwisata berbasis masyarakat melalui kemudahan akses, ketersediaan informasi, dan orientasi wisatawan. Ketiga aspek tersebut berperan penting dalam membentuk pengalaman, kepuasan, serta keberlanjutan pengelolaan destinasi. Berbagai studi menunjukkan bahwa aksesibilitas, informasi digital, sistem penunjuk arah, serta tata kelola berbasis masyarakat menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing desa wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran akses, informasi, dan orientasi wisatawan dalam meningkatkan layanan di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah, Tangerang Selatan. Penelitian dilaksanakan pada Februari hingga Maret 2026 dengan pendekatan kualitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Ketua Kampung Wisata dan Ketua Pokdarwis, serta didukung oleh observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dipengaruhi oleh akses masuk dan keluar yang terintegrasi, identitas destinasi yang jelas, ketersediaan informasi layanan, serta penataan elemen orientasi di dalam kawasan. Program seperti pembuatan logo, penyusunan SOP wisata, penetapan aturan pengunjung, dan pemasangan banner terbukti meningkatkan visibilitas, alur layanan, dan kesiapan pengelolaan. Hal ini menunjukkan bahwa optimalisasi ketiga aspek tersebut mampu meningkatkan citra destinasi dan kenyamanan wisatawan.

Kata Kunci: Informasi Pariwisata, Orientasi Wisatawan, Layanan Destinasi, Desa Wisata Tematik

DOI:

<https://doi.org/10.47134/pjpp.v3i2.5814>

*Correspondence: Gabriella Hidayat

Email:

gabriella.hidayat@student.pradita.ac.id

Received: 30-03-2026

Accepted: 30-04-2026

Published: 30-05-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study is motivated by the need to improve service quality in community-based tourism destinations through better access, information availability, and tourist orientation, which directly influence visitor experience, satisfaction, and sustainability. Previous studies emphasize that accessibility, digital information, wayfinding systems, and community-based governance are key factors in enhancing the competitiveness of tourism villages and improving tourist experiences. This research aims to analyze the roles of access, information, and tourist orientation in improving services at Kampung Wisata Tematik Ranca Indah, South Tangerang. Conducted from February to March 2026, the study uses a qualitative approach. Primary data were collected through in-depth interviews with the Head of the Tourism Village and the Head of Pokdarwis, supported by observation and documentation. Data analysis was carried out using source and technique triangulation. The findings show that tourism services are influenced by integrated entrance and exit access, clear destination identity, availability of service information, and well-organized orientation elements. Programs such as developing a tourism village logo, creating SOPs for fishing tourism, establishing visitor regulations, organizing pathways, and installing welcome banners improve visibility, service flow, and management readiness. These improvements strengthen destination image, visitor comfort, and long-term sustainability.

Keywords: Tourism Information, Tourist Orientation, Destination Services, Thematic Tourism Villages

Pendahuluan

Seiring perkembangan pariwisata, desa wisata dan kampung wisata tematik semakin dipandang sebagai strategi pembangunan yang tidak hanya meningkatkan kunjungan, tetapi juga mendorong pemberdayaan masyarakat, penguatan identitas lokal, dan keberlanjutan destinasi. *Community based tourism* merupakan pendekatan penting bagi pembangunan lokal yang inklusif ([Jackson, 2025](#)). Pengembangannya di Tangerang Selatan memerlukan keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan budaya (Kalalo & Setiawan, 2023), sementara Hendratno et al. (2025) menegaskan peran Pokdarwis dalam membangun kesadaran masyarakat melalui branding Sapta Pesona. Dengan demikian, pengelolaan kampung wisata tidak hanya bertumpu pada atraksi, tetapi juga pada keterlibatan masyarakat dan kemampuan pengelolaan untuk mendukung kualitas pengalaman wisatawan.

Secara nasional, perkembangan desa wisata di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, dengan target 6.000 desa wisata terdaftar dalam Jejaring Desa Wisata (Jadesta) pada tahun 2024 dari sekitar 7.500 desa berpotensi ([Itsaini & Prasetya, 2023](#)). Jumlah desa wisata juga meningkat dari 1.831 desa pada 2021 menjadi 3.419 desa pada 2022 dan 4.573 desa pada 2023 ([Itsaini & Prasetya, 2023](#)), menunjukkan peran strategisnya dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Namun, pertumbuhan tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan kesiapan pelayanan destinasi, khususnya pada aspek aksesibilitas, ketersediaan informasi, dan sistem orientasi wisatawan, sehingga penguatan kualitas pelayanan menjadi penting agar pengembangan tidak hanya berorientasi pada kuantitas, tetapi juga kualitas pengalaman wisatawan.

Pada skala daerah, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Kota Tangerang Selatan juga menunjukkan potensi yang berkembang melalui kampung wisata dan ekowisata berbasis komunitas. Studi di kawasan ekowisata Keranggan menunjukkan kontribusi terhadap peningkatan aktivitas ekonomi lokal melalui keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan atraksi, jasa wisata, dan produk berbasis potensi lokal ([Ananda & Kusumajanti, 2025](#)). Selain itu, partisipasi masyarakat terbukti berperan penting dalam menciptakan nilai ekonomi sekaligus memperkuat keberlanjutan destinasi (Kalalo & Setiawan, 2023). Meskipun demikian, penelitian-penelitian sebelumnya masih lebih banyak berfokus pada aspek ekonomi, pemberdayaan masyarakat, dan pengembangan atraksi wisata, sementara kajian mengenai kualitas pelayanan destinasi melalui aksesibilitas, informasi wisata, dan orientasi wisatawan pada kampung wisata berbasis masyarakat masih relatif terbatas. Dengan demikian, penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan tersebut dengan menempatkan ketiga aspek pelayanan tersebut sebagai fokus utama kajian.

Pengembangan desa wisata di Indonesia juga menuntut integrasi antara atraksi, amenitas, aksesibilitas, informasi, dan kelembagaan lokal. Keterhubungan antar unsur destinasi diperlukan agar pengalaman wisatawan tidak terfragmentasi, sehingga keberhasilan destinasi tidak hanya ditentukan oleh daya tarik, tetapi juga kemudahan memahami lokasi, memperoleh informasi, dan bergerak di dalam kawasan ([Pickel-Chevalier et al., 2021](#)). Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya masih membahas unsur-unsur tersebut secara terpisah dan belum banyak mengkaji keterkaitan antara aksesibilitas, informasi wisata, dan orientasi wisatawan sebagai satu sistem

pelayanan yang saling terintegrasi dalam konteks kampung wisata tematik berbasis masyarakat.

Permasalahan yang umum ditemukan pada destinasi berbasis komunitas adalah belum optimalnya aksesibilitas, kejelasan informasi, dan sistem orientasi wisatawan. Domínguez Vila dan Darcy (2025) menekankan bahwa persoalan informasi tidak hanya pada ketersediaan, tetapi juga visibilitas, kelengkapan, dan ketepatan pesan yang diterima pengunjung. *Accessibility* dan *ancillary services* menjadi penentu penting kepuasan wisatawan, sehingga penilaian wisatawan tidak hanya pada atraksi utama, tetapi juga pada kemudahan akses, pemahaman, dan navigasi dalam destinasi ([Gajić et al., 2025](#)).

Seiring perkembangan pariwisata, informasi wisata telah bertransformasi dari promosi konvensional menjadi komunikasi fisik dan digital yang saling terintegrasi. *Integrated marketing communication* berpengaruh terhadap *visitor value* dan niat kunjungan ulang (Setiawan, 2024a). Selain itu, pemanfaatan *artificial intelligence* dan *augmented reality* dalam promosi digital terbukti meningkatkan efektivitas komunikasi serta keterlibatan wisatawan (Setiawan, 2024b). Hal ini menunjukkan bahwa identitas visual, informasi layanan, dan komunikasi destinasi merupakan bagian dari sistem pelayanan yang terintegrasi. Namun, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena tidak hanya membahas komunikasi pemasaran atau promosi digital, tetapi juga mengaitkannya dengan aspek orientasi ruang dan pengalaman wisatawan secara langsung di lapangan.

Isu ini semakin penting pada kampung wisata tematik berbasis masyarakat yang umumnya memiliki keunggulan pada keunikan lokal, kuliner, dan aktivitas komunitas, namun belum sepenuhnya didukung standar pelayanan dan orientasi ruang yang memadai. Kolaborasi dengan perguruan tinggi dapat meningkatkan *brand awareness*, kapasitas pengelolaan, dan pengembangan atraksi wisata ([Budi Setiawan, 2025](#)). Selain itu, keterpaduan antara atraksi, identitas destinasi, dan informasi layanan menjadi kunci dalam pengembangan paket wisata ([Adelly Gabriella et al., 2024](#)), serta peningkatan kesiapan layanan dan kenyamanan pengunjung ([Daniel Jehovah et al., 2024](#)). Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menempatkan pelayanan destinasi sebagai pengalaman wisata yang utuh, mulai dari wisatawan memasuki kawasan, memahami informasi, mengenali arah dan aturan, hingga menikmati aktivitas wisata berbasis komunitas.

Pelayanan destinasi dalam perspektif mutakhir juga tidak lagi dipahami hanya sebagai interaksi antara petugas dan wisatawan. Pelayanan harus dilihat sebagai keseluruhan pengalaman wisatawan sejak mencari informasi, tiba di lokasi, memahami aturan, menikmati atraksi, hingga meninggalkan destinasi. *Visitor management* yang terencana berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung ([Septiyani & Chendraningrum, 2025](#)). *Wayfinding* yang aksesibel membantu mobilitas pengguna dalam ruang public ([Primananda & Justin, 2025](#)). Sistem tanda dan peta kreatif dapat meningkatkan orientasi pengunjung melalui keterbacaan visual yang lebih baik ([Primananda & Justin, 2025](#)). Berdasarkan hal tersebut, kontribusi teoritis penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan konsep aksesibilitas, informasi wisata, dan orientasi wisatawan sebagai bagian dari kualitas pelayanan destinasi berbasis masyarakat, yang sebelumnya masih jarang dibahas secara terpadu dalam konteks kampung wisata tematik.

Kampung Wisata Tematik Ranca Indah merupakan destinasi wisata berbasis masyarakat di Tangerang Selatan yang berkembang melalui pemanfaatan potensi lokal, keterlibatan warga, dan penguatan identitas kawasan. Kampung ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang permukiman, tetapi juga sebagai ruang sosial, budaya, dan ekonomi yang memiliki nilai wisata. Ranca Indah memiliki beragam potensi, seperti , atraksi buatan, atraksi budaya, seni pertunjukan, kuliner, paket wisata, hingga aktivitas rekreasi berbasis komunitas. Keragaman tersebut menunjukkan bahwa Ranca Indah memiliki peluang untuk berkembang sebagai destinasi yang menghadirkan pengalaman wisata yang khas, dekat dengan kehidupan masyarakat, dan berakar pada identitas lokal.

Sebagai penanda identitas kawasan, keberadaan tulisan “Ranca Indah” di lokasi wisata menjadi elemen visual yang penting dalam memperkuat citra destinasi, yang dapat dilihat pada Gambar 1. Penanda ini tidak hanya berfungsi sebagai nama tempat, tetapi juga sebagai simbol awal yang memperkenalkan Kampung Wisata Tematik Ranca Indah kepada pengunjung. Kehadiran tulisan tersebut membantu membangun kesan pertama wisatawan terhadap kawasan serta menegaskan identitas lokal yang menjadi bagian dari daya tarik destinasi.



Gambar 1. Kampung Wisata Tematik Ranca Indah Serpong Tangsel.
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026

Sebagai kampung wisata tematik, Ranca Indah memperlihatkan ciri utama destinasi berbasis komunitas, yaitu keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan kawasan wisata. Warga tidak hanya menjadi penghuni kawasan, tetapi juga berperan dalam mendukung pelayanan, menjaga lingkungan, dan menciptakan suasana wisata yang hidup. Kondisi ini menjadikan Ranca Indah tidak hanya menawarkan daya tarik fisik, tetapi juga pengalaman autentik yang lahir dari interaksi sosial dan kehidupan komunitas. Namun, seperti banyak kampung wisata lainnya, pengembangan kawasan ini juga menghadapi tantangan dalam menata pelayanan, terutama pada aspek aksesibilitas, informasi, dan orientasi wisatawan.

Kampung Wisata Tematik Ranca Indah memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai destinasi berbasis masyarakat yang komprehensif. Namun, agar potensi tersebut dapat diterjemahkan menjadi pengalaman wisata yang tertata dan memuaskan, diperlukan pelayanan yang bertumpu pada akses yang mudah, informasi yang jelas, dan orientasi ruang yang baik. Dalam konteks ini, penelitian menjadi

penting untuk melihat bagaimana ketiga aspek tersebut dibangun dalam praktik pengelolaan destinasi.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana kemudahan akses wisatawan menuju dan di dalam kawasan Kampung Wisata Tematik Ranca Indah?
- b. Bagaimana ketersediaan dan efektivitas informasi wisata dalam mendukung pelayanan kepada wisatawan di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah?
- c. Bagaimana sistem orientasi wisatawan melalui penataan ruang, penunjuk arah, dan identitas destinasi dalam meningkatkan kenyamanan pengunjung?
- d. Bagaimana pengaruh kemudahan akses, informasi wisata, dan orientasi wisatawan terhadap kualitas layanan di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah?
- e. Bagaimana kualitas layanan yang baik dapat berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan dan keberlanjutan destinasi wisata berbasis masyarakat?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis kemudahan akses wisatawan menuju dan di dalam kawasan Kampung Wisata Tematik Ranca Indah.
2. Mengevaluasi efektivitas penyediaan informasi wisata dalam mendukung pelayanan kepada wisatawan.
3. Menilai peran orientasi wisatawan melalui sistem penunjuk arah, identitas destinasi, dan penataan ruang terhadap kenyamanan pengunjung.
4. Menganalisis pengaruh aksesibilitas, informasi wisata, dan orientasi wisatawan terhadap peningkatan kualitas layanan destinasi.
5. Menjelaskan hubungan antara kualitas layanan, kepuasan wisatawan, dan keberlanjutan destinasi pada Kampung Wisata Tematik Ranca Indah.

Kerangka Pemikiran Penelitian



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026

Aksesibilitas wisata merujuk pada kemudahan wisatawan untuk mencapai, memasuki, dan bergerak di dalam destinasi secara aman dan nyaman. Aksesibilitas tidak hanya mencakup jalan dan transportasi, tetapi juga keterhubungan jalur, kelancaran sirkulasi, serta dukungan informasi bagi wisatawan. Wang et al. (2025) menegaskan bahwa infrastruktur transportasi, sirkulasi internal, dan signage berperan penting dalam membentuk pengalaman pengunjung. Aksesibilitas yang inklusif bagi berbagai kebutuhan pengunjung sangatlah penting ([Chwaja et al., 2025](#)). Kualitas informasi aksesibilitas pada media resmi destinasi memengaruhi efektivitas pengalaman wisata ([Domínguez Vila & Darcy, 2025](#)). Dengan demikian, aksesibilitas dalam penelitian ini dipahami sebagai kemudahan mencapai kawasan, keteraturan jalur, keterbacaan pergerakan, dan ketersediaan informasi akses yang memadai.

Informasi wisata mencakup seluruh pesan dan media yang membantu wisatawan mengenali destinasi, memahami layanan, memilih aktivitas, dan mengambil keputusan selama kunjungan. Pada destinasi berbasis masyarakat, informasi tidak hanya berupa promosi digital, tetapi juga media fisik seperti papan informasi, spanduk, logo, aturan pengunjung, dan SOP layanan. Mieli (2024) menyatakan bahwa perilaku pencarian informasi wisatawan dipengaruhi kebutuhan situasional, sehingga informasi harus mudah diakses dan relevan. Komunikasi digital berperan dalam membentuk citra destinasi dan minat berkunjung, sehingga konsistensi informasi menjadi penting ([Rodrigues et al., 2023](#)). Sebaliknya, informasi yang tidak lengkap dapat menurunkan kualitas pengalaman wisata ([Domínguez Vila & Darcy, 2025](#)). Dengan demikian, informasi wisata dipahami sebagai sistem yang mendukung wisatawan sebelum dan selama kunjungan, sekaligus menjembatani potensi lokal dengan persepsi pengunjung di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah.

Orientasi wisatawan berkaitan dengan kemampuan pengunjung memahami tata ruang destinasi, mengenali posisi, menentukan arah, dan menemukan layanan atau atraksi secara efisien. Konsep ini berkaitan dengan wayfinding, signage, peta, landmark, dan penataan visual kawasan. *Functionality* dan *clarity* menjadi unsur penting dalam sistem penunjuk arah, namun wisatawan juga mengharapkan adanya unsur budaya lokal dan daya tarik visual ([Zhou & Ujang, 2024](#)). *Maps* and *signage* merupakan aspek yang sangat diperhatikan wisatawan untuk mendukung rasa aman dan kemudahan orientasi ([Huang, 2024](#)). Hal ini menunjukkan bahwa orientasi wisatawan tidak hanya berkaitan dengan teknis penunjuk arah, tetapi juga komunikasi visual ruang wisata. Dengan demikian, orientasi wisatawan dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan pengunjung memahami jalur, mengenali area layanan, dan menavigasi kawasan wisata secara mudah, jelas, dan nyaman.

Pelayanan destinasi merupakan keseluruhan proses yang dirasakan wisatawan sejak pra-kunjungan hingga meninggalkan lokasi wisata. Pelayanan tidak hanya mencakup interaksi petugas dengan pengunjung, tetapi juga kejelasan prosedur, kemudahan akses, informasi, dan keteraturan ruang wisata. Wahim dan Hamzah (2024) menunjukkan bahwa *service quality* dan *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, dengan aspek empati sebagai dimensi paling berpengaruh. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap daya tarik destinasi dan kepuasan wisatawan ([Nian et al., 2024](#)). Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan destinasi yang baik mampu menciptakan pengalaman

menyenangkan dan kesan positif bagi pengunjung. Dalam konteks kampung wisata, pelayanan menjadi penting karena pengalaman wisatawan dibangun melalui interaksi dengan komunitas, keteraturan layanan, dan kesiapan pengelola. Dengan demikian, pelayanan destinasi dalam penelitian ini dipahami sebagai layanan terpadu yang terbentuk dari SOP, aturan, informasi, tata ruang, dan interaksi pengelola dengan wisatawan.

Kampung wisata tematik merupakan destinasi berbasis masyarakat yang menonjolkan identitas lokal sebagai inti pengalaman wisata, baik berupa budaya, kuliner, atraksi buatan, maupun aktivitas masyarakat sehari-hari. Ciri utamanya adalah partisipasi masyarakat, penguatan identitas lokal, dan pengembangan potensi kampung sebagai produk wisata. Budi Setiawan (2025) menunjukkan bahwa kolaborasi kampung wisata dengan perguruan tinggi dapat meningkatkan brand awareness, kapasitas pengelola, pengembangan kuliner khas, dan atraksi wisata melalui pendekatan digital. Jackson (2025) menegaskan bahwa *community based tourism* menempatkan masyarakat sebagai pusat pembangunan wisata dan mendukung pembangunan berkelanjutan. Selain itu, Jin et al. (2024) menjelaskan bahwa *community based tourism* menghubungkan partisipasi masyarakat, pengembangan komunitas, dan keberlanjutan destinasi secara terpadu. Dengan demikian, kampung wisata tematik tidak hanya membutuhkan potensi wisata, tetapi juga penguatan identitas, tata kelola partisipatif, dan pelayanan yang tertata agar dapat berkembang secara berkelanjutan.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus (*case study*). Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin memahami secara mendalam fenomena pengelolaan pelayanan destinasi berbasis masyarakat, khususnya pada aspek aksesibilitas, informasi wisata, dan orientasi wisatawan di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah. Pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi konteks nyata (*real life context*) secara holistik, termasuk dinamika sosial, praktik pengelolaan, serta interaksi antar aktor dalam destinasi wisata berbasis komunitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif analitis untuk memahami secara mendalam bagaimana kemudahan akses, informasi, dan orientasi wisatawan berkontribusi terhadap peningkatan pelayanan di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada makna, praktik pengelolaan, pengalaman aktor lokal, dan konteks pelayanan yang tidak dapat dijelaskan secara memadai hanya dengan angka. Jackson (2025) menekankan bahwa studi wisata berbasis komunitas membutuhkan pembacaan terhadap dinamika sosial dan praktik lapangan. Dokumen, catatan, dan artefak lapangan dapat menjadi sumber penting dalam penelitian kualitatif ([Morgan, 2022](#)).

Penelitian dilaksanakan pada Februari sampai Maret 2026 di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah, Tangerang Selatan. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Ketua Kampung Wisata dan Ketua Pokdarwis sebagai informan kunci yang memahami pengelolaan, pelayanan, dan pengembangan kawasan. Data pendukung diperoleh melalui observasi lapangan terhadap akses masuk dan keluar, penataan kawasan, media informasi, dan orientasi ruang, serta melalui dokumentasi berupa arsip kegiatan, rancangan logo, SOP pelayanan, peraturan wisatawan, foto lapangan, dan media informasi kawasan.

Dalam konteks pengembangan desa wisata, metode kualitatif memiliki keunggulan dalam menggali makna, persepsi, dan pengalaman aktor lokal yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa penelitian *community based tourism* membutuhkan pemahaman kontekstual terhadap praktik sosial dan partisipasi masyarakat ([Jackson, 2025](#)). Selain itu, analisis dokumen dan artefak lapangan juga menjadi bagian penting dalam penelitian kualitatif untuk memahami sistem pelayanan destinasi ([Morgan, 2022](#)).

Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara interaktif. Data wawancara ditranskripsi dan dikoding secara tematik dengan fokus pada tiga tema utama, yaitu aksesibilitas wisata, informasi wisata, dan orientasi wisatawan. Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi merupakan pendekatan penting untuk memperkuat kedalaman analisis dan kredibilitas hasil penelitian. Triangulasi metode dan analisis data dapat memperkuat ketepatan interpretasi dalam studi kasus ([Schlunegger et al., 2024](#)). Dengan demikian, metodologi ini dirancang untuk menghasilkan gambaran yang utuh mengenai bagaimana elemen pelayanan di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah dibangun dan dimaknai dalam praktik pengelolaan destinasi.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah tidak hanya bergantung pada keberadaan atraksi wisata, tetapi juga pada bagaimana destinasi tersebut dikelola melalui aspek aksesibilitas, informasi wisata, dan orientasi wisatawan. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam membentuk pengalaman kunjungan yang lebih nyaman, terarah, dan terorganisasi. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa pengelolaan pelayanan dilakukan melalui penataan jalur masuk dan keluar, pemasangan spanduk dan papan informasi, pembuatan logo destinasi, penyusunan SOP dan peraturan wisatawan, pemasangan papan Sapta Pesona, serta penguatan legalitas melalui pengurusan SK Kampung Wisata.

Temuan ini sejalan dengan Gajić et al. (2025) yang menegaskan bahwa kepuasan wisatawan tidak hanya ditentukan oleh atraksi, tetapi oleh integrasi aksesibilitas, amenitas, dan layanan pendukung. Dalam konteks Ranca Indah, peningkatan pelayanan justru dimulai dari pembenahan elemen dasar yang sebelumnya belum tertata secara optimal.

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Kualitas Pelayanan

Aspek aksesibilitas di Ranca Indah tidak hanya berkaitan dengan kemudahan mencapai lokasi, tetapi juga mencakup kelancaran mobilitas wisatawan di dalam kawasan. Sebelum dilakukan penataan, kondisi lapangan menunjukkan bahwa jalur masuk dan keluar belum tertata secara jelas sehingga wisatawan berpotensi mengalami kebingungan dalam menentukan arah pergerakan. Setelah dilakukan penataan jalur serta pemasangan spanduk selamat datang sebagai penanda kawasan, alur sirkulasi wisatawan menjadi lebih mudah dipahami dan membantu menciptakan orientasi awal bagi pengunjung.

Temuan ini sejalan dengan Prandi et al. (2023) yang menyatakan bahwa sistem wayfinding yang baik dapat meningkatkan kemudahan mobilitas pengguna. Zhou et al. (2024) juga menegaskan bahwa kejelasan *visual signage* berpengaruh terhadap pemahaman

arah dan navigasi di ruang publik. Namun, dibandingkan dengan studi tersebut, pengembangan aksesibilitas di Ranca Indah masih bersifat dasar dan belum terintegrasi dengan sistem navigasi yang lebih kompleks, seperti peta digital atau *smart signage*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan aksesibilitas masih berfokus pada kebutuhan dasar wisatawan dan belum mengarah pada pelayanan wisata berbasis teknologi.

Secara teoritis, aksesibilitas merupakan bagian penting dalam teori kualitas pelayanan destinasi karena berhubungan langsung dengan persepsi kenyamanan dan kemudahan wisatawan. Ketika wisatawan dapat memahami alur ruang dengan baik, tingkat kecemasan dan kebingungan akan berkurang sehingga pengalaman wisata menjadi lebih positif. Selain itu, Chwaja et al. (2025) menekankan pentingnya aksesibilitas inklusif dalam pengembangan destinasi wisata. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan ke depan di Ranca Indah perlu mempertimbangkan kemudahan akses bagi berbagai kelompok wisatawan agar pelayanan menjadi lebih optimal dan inklusif.



Gambar 3. Spanduk Selamat Datang Kampung Wisata Tematik Ranca Indah untuk Area Pintu Masuk.

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026

Peranan Informasi Wisata dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung

Informasi wisata di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah diperkuat melalui pembuatan logo destinasi, pemasangan spanduk selamat datang, dan papan Sapta Pesona. Logo berfungsi sebagai identitas visual destinasi, sedangkan spanduk dan papan informasi membantu wisatawan memahami karakter kawasan wisata dan nilai-nilai yang diterapkan dalam pengelolaan destinasi. Berdasarkan hasil observasi, keberadaan media informasi tersebut membuat kawasan terlihat lebih tertata dan membantu wisatawan memahami fungsi ruang yang tersedia.

Komunikasi pemasaran terpadu berpengaruh terhadap nilai yang dirasakan wisatawan ([Setiawan et al., 2023](#)). Implementasi Sapta Pesona mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kualitas destinasi wisata ([Hendratno et al., 2025](#)). Namun, jika dibandingkan dengan penelitian Nurhayati et al. (2025), pengelolaan informasi di

Ranca Indah masih bersifat konvensional karena hanya memanfaatkan media fisik dan belum mengintegrasikan platform digital sebagai media komunikasi wisata ([Nurhayati et al., 2025](#)).

Kondisi lapangan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan informasi wisata di Ranca Indah masih berfokus pada penyediaan informasi dasar dan belum sepenuhnya memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk meningkatkan interaksi wisatawan. Padahal, dalam konsep smart tourism, teknologi informasi memiliki peran penting dalam menciptakan pelayanan yang lebih cepat, interaktif, dan mudah diakses. Secara teoritis, informasi wisata tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai alat pembentuk citra destinasi dan pengurang ketidakpastian wisatawan. Semakin jelas dan mudah informasi diterima wisatawan, maka semakin tinggi pula persepsi kualitas pelayanan yang dirasakan. Oleh karena itu, pengembangan media digital seperti website, media sosial, atau QR code informasi wisata dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas pelayanan di Ranca Indah.



Gambar 4. Logo Kampung Wisata Tematik Ranca Indah Serpong Tangsel.
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026



Gambar 5. Papan Sapta Pesona di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah.
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026

Orientasi Wisatawan sebagai Penunjang Pengalaman Berwisata

Orientasi wisatawan di Ranca Indah diperkuat melalui penyusunan SOP pelayanan, peraturan wisatawan, dan penguatan kelembagaan pengelola wisata. Sebelum adanya SOP, pelayanan masih bersifat informal dan tidak seragam, sedangkan setelah SOP disusun alur pelayanan menjadi lebih jelas, konsisten, dan terstruktur sehingga pengalaman wisatawan lebih tertib. Peraturan wisatawan juga membantu menjaga kenyamanan dan mengurangi potensi konflik selama aktivitas wisata berlangsung.



Gambar 6. SOP Pelayanan Wisata Pemancingan Ranca Indah.
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026



Gambar 7. Peraturan Wisatawan Wisata Pemancingan Ranca Indah.
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026

Temuan ini sejalan dengan Saneha et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, mengenai hubungan kualitas layanan (Saneha et al., 2024) dengan loyalitas wisatawan (Hussain et al., 2023), serta Septiyani dan Chendraningrum (2025) yang menegaskan pentingnya visitor management dalam menciptakan pengalaman wisata yang tertib dan nyaman. Namun, dibandingkan penelitian Setiawan et al. (2024), implementasi SOP di Ranca Indah masih berada pada tahap awal dan belum didukung evaluasi pelayanan yang berkelanjutan sehingga pengawasan kualitas layanan masih perlu diperkuat (Setiawan et al., 2024). Selain itu, proses legalitas melalui SK Kampung Wisata menunjukkan bahwa penguatan kelembagaan masih dalam tahap pengembangan.

Secara teoritis, orientasi wisatawan berkaitan dengan konsep visitor management yang menempatkan pengelolaan perilaku dan alur wisatawan sebagai bagian dari kualitas pengalaman wisata. SOP dan peraturan wisata berfungsi sebagai instrumen pengendalian sosial untuk menciptakan keteraturan pelayanan, sedangkan teori kelembagaan menegaskan bahwa keberhasilan pengelolaan wisata dipengaruhi oleh kapasitas organisasi dan partisipasi masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian Kalalo dan Setiawan (2023) serta Ananda dan Kusumajanti (2025) mengenai pentingnya kekuatan kelembagaan dalam mendukung keberlanjutan destinasi wisata.

Simpulan

Aksesibilitas, informasi wisata, dan orientasi wisatawan merupakan tiga aspek yang saling berkaitan dalam mendukung kualitas pelayanan di Kampung Wisata Tematik Ranca Indah, karena kemudahan akses, kejelasan informasi, dan kemampuan wisatawan memahami tata ruang kawasan dapat meningkatkan kenyamanan serta pengalaman berwisata secara keseluruhan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan destinasi wisata tidak hanya berfokus pada daya tarik wisata, tetapi juga pada sistem pelayanan yang terintegrasi agar wisatawan merasa lebih aman, nyaman, dan mudah dalam menjelajahi kawasan. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk meningkatkan kualitas akses jalan dan area masuk, memperjelas penunjuk arah, menyediakan media informasi yang informatif dan mudah dipahami, serta memperkuat standar operasional pelayanan (SOP) guna menciptakan pelayanan yang lebih efektif dan teratur. Selain itu, kerja sama antara pengelola, masyarakat, dan pihak pendamping perlu terus diperkuat untuk mendukung pengembangan destinasi yang berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji pengaruh ketiga aspek tersebut terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan, serta menambahkan variabel lain seperti fasilitas wisata, kualitas sumber daya manusia, atau penggunaan teknologi digital dalam pelayanan wisata agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

Referensi

Adelly Gabriella, Austin, P., Audrey Callista Candra, Nathanael, M., & Setiawan, B. (2024). PkM (Pengabdian kepada Masyarakat): Pengembangan Paket Wisata di Desa Angsana, Setu, Jasinga, Bogor, Jawa Barat. *ABDISOSHUM: Jurnal Pengabdian*

Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora, 3(3).
<https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v3i3.4126>

Ananda, A. D., & Kusumajanti, K. (2025). PARTISIPASI MASYARAKAT LOKAL DALAM PENGELOLAAN KAMPUNG EKOWISATA: ANALISIS TANTANGAN, PELUANG, DAN KEBERLANJUTAN DI KAMPUNG EKOWISATA KERANGGAN, TANGERANG SELATAN. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8(1). <https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.41439>

Budi Setiawan. (2025). Kolaborasi Kampung Wisata Satupam Kota Tangerang Selatan dan Perguruan Tinggi: Meningkatkan Brand Awareness di Era Digital. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(1). <https://doi.org/10.46975/yhgh0z26>

Chwaja, K., Chwaja, B., Marczak, I., & Kruczek, Z. (2025). Accessibility of Tourist Attractions for Individuals with Disabilities as a Factor in the Development of Inclusive Tourism: Example of the Świętokrzyskie Region—Poland. *Sustainability (Switzerland)*, 17(9). <https://doi.org/10.3390/su17093853>

Daniel Jehovah, Budi Setiawan, Brandon Fandra, Benjiro Lepar, & Darren Owen. (2024). Pengembangan Homestay Manggis untuk Mendukung Desa Wisata Angsana, Desa Setu, Kecamatan Jasinga, Kabupaten Bogor. *ABDISOSHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 3(3). <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v3i3.4093>

Domínguez Vila, T., & Darcy, S. (2025). Beyond technical website compliance: Identifying and assessing accessible tourism value chain information content on national tourism organisation websites. *Tourism Management Perspectives*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101332>

Gajić, T., Vukolić, D., Conić, M., Naumov, K., Zdravković, I., & Petković, N. (2025). Enhancing Tourist Satisfaction Through the 4As Framework and Digital Engagement: Lessons from Serbia. *Tourism and Hospitality*, 6(5). <https://doi.org/10.3390/tourhosp6050241>

Hendratno, G., Andrianto, T., Christopher, S. G., Natanael, W., & Setiawan, B. (2025). POKDARWIS SATUPAM: MENGGAPAI KESADARAN MASYARAKAT MELALUI BRANDING SAPTA PESONA. *Jurnal Industri Pariwisata*, 8(1). <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v8i1.2928>

Huang, S. (2024). An assessment of the perceptual elements of urban streets based on the context of urban tourism - The case of Sheffield. *Frontiers in Public Health*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1380723>

- Hussain, A., Li, M., Kanwel, S., Asif, M., Jameel, A., & Hwang, J. (2023). Impact of Tourism Satisfaction and Service Quality on Destination Loyalty: A Structural Equation Modeling Approach concerning China Resort Hotels. *Sustainability (Switzerland)*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/su15097713>
- Itsaini, F. M., & Prasetya, A. W. (2023). Sandiaga Uno targetkan 6.000 desa wisata terdaftar pada 2024. *Kompas.com*. <https://travel.kompas.com/read/2023/08/29/130100727/sandiaga-uno-targetkan-6.000-desa-wisata-terdaftar-pada-2024>
- Jackson, L. A. (2025). Community-Based Tourism: A Catalyst for Achieving the United Nations Sustainable Development Goals One and Eight. *Tourism and Hospitality*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029>
- Kalalo, F., & Setiawan, B. (2023). Community-Based Tourism Development in Kerangan Ecotourism Village, South Tangerang City. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(12). <https://doi.org/10.46799/jst.v4i12.873>
- Morgan, H. (2022). Conducting a Qualitative Document Analysis. *The Qualitative Report*, 27(1). *Qualitative Report*, 27(1).
- Nian, S., Chen, M., Yan, J., Du, Y., & Su, X. (2024). Tourist Crowding versus Service Quality: Impacting Mechanism of Tourist Satisfaction in World Natural Heritage Sites from the Mountain Sanqingshan National Park, China. *Sustainability (Switzerland)*, 16(18). <https://doi.org/10.3390/su16188268>
- Nurhayati, I., Gustiawati, S., Rofiáh, R., Pujiastuti, S., Mutmainah, I., Rainanto, B. H., Harini, S., & Endri, E. (2025). Community-Based Halal Tourism and Information Digitalization: Sustainable Tourism Analysis. *Tourism and Hospitality*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/tourhosp6030148>
- Pickel-Chevalier, S., Bendesa, I. K. G., & Darma Putra, I. N. (2021). The integrated touristic villages: an Indonesian model of sustainable tourism? *Tourism Geographies*, 23(3). <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1600006>
- Prandi, C., Barricelli, B. R., Mirri, S., & Fogli, D. (2023). Accessible wayfinding and navigation: a systematic mapping study. In *Universal Access in the Information Society* (Vol. 22, Issue 1). <https://doi.org/10.1007/s10209-021-00843-x>
- Primananda, A. F., & Justin, M. R. (2025). Design of a Wayfinding Sign System and Creative Map for Jati Agro Tourism in South Lampung. *IMAGINARY*, 4(1). <https://doi.org/10.51353/8g25gk85>

- Rodrigues, S., Correia, R., Gonçalves, R., Branco, F., & Martins, J. (2023). Digital Marketing's Impact on Rural Destinations' Image, Intention to Visit, and Destination Sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15032683>
- Saneha, J., Shahrin, S., & Salimon, M. G. (2024). The Relationship Between Service Quality and Tourist Satisfaction and Its Moderating Effect on Gastronomy Tourism in Southern Thailand: A PLS-SEM-Based Analysis. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(9). <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190903>
- Schlunegger, M. C., Zumstein-Shaha, M., & Palm, R. (2024). Methodologic and Data-Analysis Triangulation in Case Studies: A Scoping Review. In *Western Journal of Nursing Research (Vol. 46, Issue 8)*. <https://doi.org/10.1177/01939459241263011>
- Septiyani, D., & Chendraningrum, D. (2025). Analysis of the Application of Visitor Management to Visitor Satisfaction at Museum Geologi. *Journal of Tourism Sustainability*, 5(3). <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v5i3.182>
- Setiawan, B. (2024a). SENTUHAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM PROMOSI DIGITAL PADA DESA WISATA DI INDONESIA. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(3). <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i3.4186>
- Setiawan, B. (2024b). The Augmented Reality (AR) Based on Artificial Intelligence (AI) in Integrated Marketing Communication (IMC) in Tourism Villages. *Media Wisata*, 22(2). <https://doi.org/10.36276/mws.v22i2.695>
- Setiawan, B., Arief, M., Hamsal, M., Furinto, A., & Wiweka, K. (2023). The effect of integrated marketing communication on visitor value and its impact on intention to revisit tourist villages: The moderating effect of propensity to travel. *Quality - Access to Success*, 24(194). <https://doi.org/10.47750/QAS/24.194.36>
- Setiawan, B., Hernandez Wiryanto, A., Budiyan, A., & Rivaldo. (2024). PkM Penataan dan Pengembangan Homestay di Kampung Wisata Ekowisata Keranggan Kota Tangerang Selatan. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(2). <https://doi.org/10.37817/ikraithabdimas.v8i2.3155>
- Zhou, J., & Ujang, N. (2024). An Analysis of Pedestrian Preferences for Wayfinding Signage in Urban Settings: Evidence from Nanning, China. *Buildings*, 14(9). <https://doi.org/10.3390/buildings14092986>