



CONSTRUCTING SUSTAINABILITY THROUGH HOST-GUEST INTERACTIONS Youth Experiences in Yogyakarta Farmstay Tourism

Gilang Ahmad Fauzi

¹Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Indonesia, Email: gilangfauzi@ampta.ac.id
(Correspondence author)

ABSTRACT

Article History

Submitted:

01 April 2026

Reviewed:

15 April 2026

Accepted:

10 May 2026

Published:

15 May 2026

For many years, the public has been interested in farmstays as a type of lodging provided by agritourism. Farmstays, which were first established by pilgrims and then spread to Italy and other nations, involve significant dynamics and conflicts in the host-guest relationship. Host and visitor relations rank among the most significant aspects of tourism. Examining host-guest interactions in an Indonesian farmstay context for the young market was the aim of this study. This study demonstrates that all farmstays are classified as working farms with various contacts and authenticity of agritourism products, based on qualitative data collected through semi-structured interviews with twelve host and guest in twelve representative farmstays from twelve districts in the Kulon Progo region, Jogjakarta. The outcome also demonstrates the multidimensional character of interactions between hosts and guests, which take into account boundaries, time, place, and purpose. The results also demonstrate how interactions between the host and guests influenced the visitors' experiences during their farmstay and strengthen the host's hospitality. The results also show that host and guest interaction contributes to increase brand awareness and customer satisfaction leading to revisit intention. Furthermore, the study demonstrates that Indonesian hospitality may be further enhanced by taking inspiration from the Japanese hospitality called Omotenashi as a model.

Keywords: Farmstay; Host and Guest Interaction; Youth Market; Hospitality; Omotenashi

PENDAHULUAN

Farmstay, sebagai bagian dari akomodasi dalam agrowisata, telah menarik minat publik selama beberapa dekade. Konsep farmstay muncul ketika para peziarah dan pelancong meminta izin untuk menginap untuk beristirahat dan makan karena tidak adanya biara atau pengipanan atau *guest house* selama perjalanan mereka di daerah pertanian untuk menikmati alam, produksi pertanian, dan kehidupan masyarakat lokal (Jelardi, 2021). Kemudian, konsep ini populer sebagai konsep agrowisata yang diperkenalkan di Italia pada tahun 1985 melalui Kerangka



Hukum Nasional Italia (Chase et al., 2018, hal. 15) dan menjadi salah satu jenis pariwisata populer di Australia, Kanada, Selandia Baru (Hamzah, 2007, hal. 194), negara-negara Eropa (Ciolac et al., 2019, hal. 2), dan negara-negara Asia. Farmstay bahkan telah disebut dengan berbagai istilah (Teraoka, 2020; Ohe, 2020; Pazin 2004, dikutip dalam Hamzah, 2007, hal. 194). Misalnya, Jepang menyebut *farmstay* sebagai *Nohaku* yang berarti "akomodasi di pedesaan" (The Japan Countryside Stay Association, 2018, dikutip dalam The Times, 2018). Sementara itu, Korea Selatan menyebut konsep ini sebagai *homestay* edukatif sebagaimana Singapura menggunakan istilah yang sama (Pazin 2004, dikutip dalam Hamzah, 2007, hal. 194).

Konsep farmstay kemudian dikembangkan menjadi beberapa teori kunci dan konsep-konsep yang menjadi dasar keramahan lokal kontekstual dan lokal di berbagai aspek sosio-kultural di beberapa negara. Sebagai contoh, di Jepang, konsep *hospitality* di *farmstay* dikenal dengan istilah 'omotenashi.' Dalam layanan keramahan lokal mereka, istilah *omotenashi* mengacu pada cara tuan rumah Jepang "melayani tamu dengan sepenuh hati" atau memperhatikan hal-hal detail mengenai tamu serta mengantisipasi kebutuhan mereka. Detail tersebut meliputi bagaimana mereka memperhatikan cara penyajian makanan, memasak untuk tamu, atau bahkan beberapa gestur yang membuat tamu menikmati masa tinggal mereka di *farmstay*. Konsep *farmstay* yang sudah terbangun ini dapat digunakan sebagai sebuah paradigma untuk mengeksplorasi hal-hal yang diatur secara khusus dengan memanfaatkan dan mengadopsi beberapa konsep utama serta menguji praktik ini dalam konteks ini di negara lain. Konsep *omotenashi* Jepang ini telah diperkenalkan ke seluruh dunia menurut studi Yi (2016) mengenai implementasi *Omotenashi* di berbagai institusi lintas budaya. *Omotenashi*, sebagai jenis *hospitality* dari farmstay, juga telah dipromosikan secara global selama pidato delegasi Jepang di Olimpiade Tokyo (Takigawa, 2013). Layanan *hospitality* di farmstay menjadi topik menarik untuk diteliti lebih lanjut dalam konseptualisasi dan *hospitality* lokal yang menjadi bagian dalam berbagai diskusi dan perdebatan mengenai *farmstay*.

Farmstay juga memiliki dinamika dan tekanan penting dalam sebuah proses interaksi antara tuan rumah dan tamu yang masih menjadi topik pembahasan dalam penelitian-penelitian pariwisata dan perhotelan. Sebagai contoh, Budiman dan Ningrum (2019, hlm. 539) menjelaskan bagaimana tuan rumah juga menyajikan masakan lokal mereka kepada tamu untuk membuat mereka merasa menjadi bagian dari keluarga selama menginap. Akibatnya, kegiatan-kegiatan yang ditawarkan di *farmstay* ini menciptakan interaksi yang dianggap sebagai salah satu dimensi atau unsur pariwisata yang paling penting (Kastenholz dan Sparrer, 2009; Pizam, dan lainnya, 2000; Tucker, 2003, dikutip dalam Kastenholz, dan lainnya, 2013, hlm. 367). Interaksi ini dapat menyebabkan proses pembentukan ikatan emosional baik dengan destinasi maupun dengan orang lokal (Prentice, dan lainnya, 1994, hlm. 118).

Akan tetapi, studi-studi sebelumnya mengenai interaksi antara tuan rumah dan tamu hanya terfokus pada diskusi interaksi ini dalam konteks pariwisata pedesaan (Kastenholz et al., 2013), pariwisata etnik (Zhang et al., 2017), dan dalam komunikasi krisis (Liu-Lastres dan Cahyanto, 2021). Penginapan di pertanian hanya mendapat sedikit perhatian dalam konteks interaksi tuan rumah-tamu (Pearce, 1990) dan kategori pengunjung tertentu (McIntosh dan Bonnemann, 2006, hal. 97). Studi mengenai *farmstay* yang berfokus pada kategori pengunjung yang berasal dari

kalangan anak muda juga belum dilakukan. Oleh karena itu, studi ini berfokus pada proses interaksi antara tuan rumah dan tamu, khususnya tamu anak-anak muda di *farmstay*, untuk memberikan wawasan praktis tentang karakteristik keramahan lokal yang ditawarkan oleh *farmstay* tersebut. Hal tersebut menjadi novelty dalam penelitian ini. Selain itu, Pemilihan sisi budaya dan keadaan geografis juga penting untuk memahami konteks lokal studi. Indonesia dipilih sebagai latar belakang secara geografis dari proyek penelitian ini. Ada tiga keuntungan ketika memilih Indonesia dalam konteks studi ini yaitu faktor agrikultur, partisipasi masyarakat, dan aspek pasar pariwisata.

Pertama, Indonesia merupakan salah satu produsen pertanian terbesar di dunia menurut Statista (2022). Sektor pertanian memberikan kontribusi sebesar 13,28% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, yang merupakan kontribusi kedua terbesar untuk PDB negara ini. Sektor pertanian Indonesia menghasilkan komoditas unggulan dan penting termasuk minyak kelapa sawit, kakao, karet alam, beras, kopi, dan rempah-rempah (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2001, dikutip dalam FAO, 2022). Selain itu, sektor ini juga menyerap sebanyak 37,13 juta orang sebagai tenaga kerja, yang merupakan sektor penghasil lapangan kerja terbesar di Indonesia (Statista, 2022). Namun, pengelolaan *farmstay* masih kurang baik dan kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah serta diskusi akademis tentang bagaimana mengembangkan karakteristik lokal dari *hospitality* sebuah *farmstay*. Indonesia memiliki potensi yang menjanjikan untuk mengembangkan *farmstay* sebagai bagian dari produk akomodasi di area pedesaan. Oleh karena itu, penting untuk mempelajari tentang *farmstay* di Indonesia untuk menganalisis bagaimana *farmstay* dapat mendukung sektor pertanian Indonesia dengan menawarkan pengunjung menginap di rumah penduduk lokal selama tour agrikultur mereka. Proses ini dapat mengarah pada pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan (Muslim et al., 2017), membawa peluang kerja, investasi, dan pendapatan untuk ke area pedesaan (Lengefeld, 2011, hal. 12).

Kedua, dalam konteks masyarakat kolektif, *farmstay* di Indonesia seringkali dikelola secara kolektif, tidak hanya oleh sebuah keluarga tetapi juga oleh komunitas di desa. Di Indonesia, *farmstay* dikenal dengan istilah homestay atau pengalaman tinggal di desa. Produk *farmstay* ini biasanya dirancang oleh POKDARWIS/kelompok sadar wisata yang merupakan kelompok kesadaran pariwisata lokal (Murti, 2020, hlm. 99). Anggota kelompok pokdarwis ini kebanyakan adalah penduduk lokal yang juga terlibat dalam pengelolaan desa yang ditujukan untuk wisata. *Farmstay* berpotensi mendorong partisipasi masyarakat lokal dengan mengizinkan pengunjung menginap di rumah penduduk setempat yang bermanfaat pada pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan (Muslim et al., 2017). Homestay atau pengalaman "*live in*" ini biasanya menawarkan pengalaman berkegiatan di pedesaan, kuliner, kegiatan bertani, dan lintas alam kepada tamu.

Ketiga, dalam konteks pasar pariwisata, *farmstay* di Indonesia kebanyakan menarik pelajar sekolah atau mahasiswa. Para tamu yang merupakan anak-anak muda ini tertarik dengan kegiatan menanam padi atau memanen padi di sawah, eksplorasi alam, dan mempelajari budaya lokal (Budiman dan Ningrum, 2019, hlm.539). Sementara itu, ada lebih dari 7,3 juta anak-anak muda dari universitas di Indonesia (Pusat Biro Statistik Indonesia, 2020), 10 juta anak-anak muda dari kalangan SMP di Indonesia (Pusat Biro Statistik Indonesia, 2022), dan 5 juta anak-anak muda dari kalangan SMA di Indonesia (Pusat Biro Statistik Indonesia, 2022).

Dengan total dua puluh tiga juta anak-anak muda, mereka menjadi pasar yang sangat potensial untuk *farmstay* di Indonesia. Oleh karena itu, sangat penting untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang *farmstay* terkait produk yang ditawarkan untuk tamu muda dan faktor-faktor pendorong yang dapat menarik pasar anak-anak muda ini untuk mengunjungi *farmstay*.

Untuk memahami konsep mendalam tentang *farmstay* di Indonesia, Provinsi Istimewa Yogyakarta yang mewakili etnis Jawa di Indonesia dipilih secara khusus untuk penelitian lapangan ini. Melalui studi kasus Yogyakarta, di mana pariwisata terfokus di tengah kota berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2021), penelitian tentang *farmstay* ini penting untuk menawarkan jenis pariwisata alternatif karena jenis pariwisata pedesaan ini bisa menjadi strategi untuk mengatasi masalah pariwisata massal (Nugroho dan Asriadi, 2020). Menurut Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2021), Kulon Progo memiliki jumlah pengunjung paling sedikit, hanya 966.432 pengunjung. Selain itu, jika dibandingkan ukuran wilayah setiap daerah, wilayah Kulon Progo memiliki ukuran kedua terbesar dengan 586,27 km persegi setelah wilayah Gunungkidul yang terbesar. Namun, Kulon Progo memiliki ukuran lahan panen kedua terkecil dibandingkan dengan daerah lain di Yogyakarta, yakni hanya 16.370 hektar (Badan Pusat Statistik Provinsi DIY, 2022, hlm. 307). Berdasarkan temuan ini, penelitian ini membatasi lingkungannya pada *farmstay* yang berlokasi di wilayah Kulon Progo karena dua alasan. Pertama, masih ada potensi pariwisata yang bisa dikembangkan dari sektor pertanian/agrikultur yang akan berkontribusi pada peningkatan jumlah pengunjung ke wilayah Kulon Progo. Kedua, jumlah pengunjung tertinggi terkonsentrasi di wilayah Sleman, Gunungkidul, dan Bantul, jadi penelitian tentang interaksi antara tuan rumah dan tamu (*host and guest interaction*) yang merupakan anak-anak muda di *farmstay* di Kulon Progo bertujuan untuk meningkatkan citra Kulon Progo untuk menarik lebih banyak turis untuk berkunjung kesana dan diharapkan dapat mengurangi kepadatan turis di empat wilayah kabupaten lainnya di Jogjakarta. Penelitian ini menerapkan teori faktor pendorong dan penarik (*push and pull factor*) ke dalam konteks *farmstay* yang terpilih di wilayah Kulon Progo Yogyakarta.

Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana interaksi antara tuan rumah dan tamu yang merupakan anak-anak muda sebagai penggerak utama yang menjadi faktor penarik ini serta faktor dalam pembuat keputusan bagi anak-anak muda untuk mengunjungi *farmstay*. Hal ini yang juga menjadi novelty dari penelitian ini dimana penelitian ini berfokus juga pada interaksi antara tuan rumah dan tamu yang berasal dari kalangan anak-anak muda. Menggunakan wawancara semi-terstruktur, penelitian ini bertujuan untuk memeriksa bagaimana interaksi antara tuan rumah dan tamu anak-anak muda terjadi di *farmstay* yang terpilih, produk dan pengalaman yang mereka tawarkan, serta konsep keramahtamahan yang mereka praktikkan. Studi ini juga mengelaborasi tren pada saat ini, pelajaran apa yang dapat diambil, tantangan yang dihadapi oleh *farmstay*, serta contoh aktivitas yang tersedia di *farmstay* untuk tamu anak-anak muda. Selain itu, penelitian ini juga meneliti bagaimana *Omotenashi* dapat ditambahkan ke konsep keramahtamahan Indonesia mengingat Jepang baru-baru ini menjadi tujuan wisata nomor satu di dunia karena pariwisata Jepang menduduki peringkat teratas dalam Indeks Pembangunan Perjalanan dan Pariwisata 2021 (TTDI) oleh Forum Ekonomi Dunia (World Economic Forum, 2022). Dengan mempelajari paradigma ini, penelitian ini dapat

membantu meningkatkan manajemen dan mengembangkan *farmstay* di Indonesia karena *farmstay* dapat meningkatkan faktor penarik (*pull factor*) atau produk/pengalaman yang ditawarkan oleh *farmstay* untuk menarik lebih banyak segmen pasar anak-anak muda.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengidentifikasi celah penelitian dalam literatur, khususnya mengenai interaksi antara tuan rumah dan tamu serta faktor penarik-pendorong untuk pasar anak-anak muda terhadap *farmstay* di Indonesia. Dengan menggunakan Jogjakarta sebagai studi kasus, khususnya *farmstay* di wilayah Kulon Progo, penelitian ini meneliti interaksi antara tuan rumah dan tamu, pengalaman tamu akan keramahtamahan selama menginap di *farmstay*, dan motivasi mereka. Oleh karena itu, wawancara semi-terstruktur ini digunakan dalam penelitian ini. Wawancara dengan tuan rumah dan tamu juga memberikan kesempatan bagi peneliti untuk membangun hubungan dan menjelajahi pengalaman mereka lebih detail selama menginap di *farmstay* yang dipilih. Setelah wawancara semi-terstruktur dengan tuan rumah dan tamu diperkenalkan, pengumpulan data termasuk strategi sampling dan analisis data diuraikan. Terakhir, keunggulan dan tantangan dari pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini dibahas pada kesimpulan dalam bab metodologi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti interaksi antara tuan rumah dan tamu yang merupakan anak-anak muda yang di *farmstays* di Indonesia. Secara khusus, penelitian ini berusaha untuk:

- 1) Memberikan analisis kritis yang mendalam mengenai praktik terbaik untuk pengalaman pedesaan yang ditawarkan oleh *farmstay* untuk pasar anak-anak muda.
- 2) Menyelidiki bagaimana interaksi yang terjadi antara tuan rumah dan tamu di *farmstay* di Kulon Progo, Yogyakarta, guna memberikan pedoman dalam meningkatkan pengalaman wisata di pedesaan serta dan produk *farmstay*.
- 3) Meneliti bagaimana karakteristik konsep keramahan Jepang yang disebut dengan *Omotenashi* ini dapat ditiru sebagai contoh *the best practice* dengan konsep keramahan khas Indonesia di Kulon Progo, Yogyakarta.

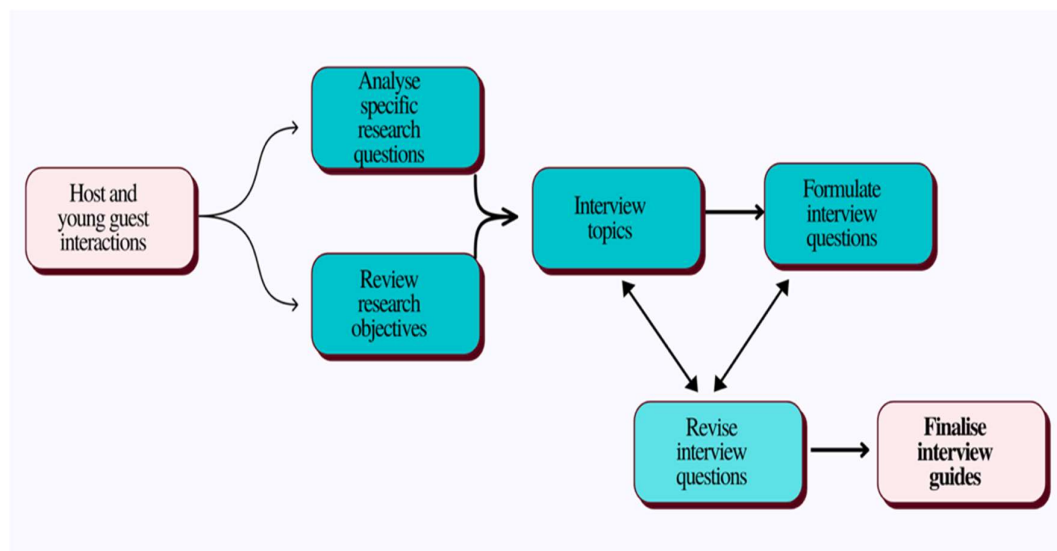
Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang memungkinkan peneliti untuk memahami suatu fenomena sosial (Yin, 2014). Pendekatan ini memperbolehkan peneliti untuk memeriksa dan berfokus pada pemahaman yang holistik mengenai fenomena atau kejadian di dunia nyata, yang mencakup studi tentang peristiwa seorang individu serta perilakunya (Yin, 2014). Dalam penelitian ini, studi kasus digunakan untuk menganalisis fenomena nyata yang terjadi di industri pariwisata. Berdasarkan definisi di atas, studi kasus merupakan pendekatan yang paling cocok untuk dilakukan dalam penelitian ini karena peneliti mencoba untuk menganalisa interaksi antara tuan rumah dan tamu anak-anak muda dalam kasus *farmstay*.

Penelitian ini juga menyelidiki lebih dalam tentang bagaimana interaksi yang terjadi antara tuan rumah dan tamu anak-anak muda dalam wisata di *farmstay* dan Crowe et al. (2011, hlm.1) berpendapat bahwa pendekatan studi kasus ini dapat memenuhi tujuan tersebut. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengkaji interaksi antara tuan

rumah dan tamu anak-anak muda dalam lingkungan *farmstay*. Oleh karena itu, metode ini menggunakan pendekatan untuk mengungkap kehidupan nyata berdasarkan persepsi pesertanya (Flick et al., 2004, hal. 4). Flick et al. (2004, hal. 4) juga menekankan bahwa metode penelitian kualitatif dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peristiwa sosial yang sebenarnya dan berfokus pada “proses, pola makna, dan fitur struktural.” Pendekatan kuantitatif tidak cocok untuk penelitian ini karena berfokus pada jumlah/kuantitas dan pengukuran (Kothari, 2004, hal. 3; Biggam, 2021, hal. 142). Selain itu, pendekatan kuantitatif mencoba membuktikan hipotesis yang telah dibuat dengan mengujinya, memverifikasinya, dan memodifikasinya sesuai dengan temuan penelitian (Robson, 1993). Oleh karena itu, pendekatan kualitatif yang paling cocok digunakan dalam penelitian ini.

Di sisi lain, pendekatan kualitatif lebih mengeksplorasi perilaku dan pengalaman peserta secara alami dengan dengan penjelasan yang mendalam (Biggam, 2021, hal. 142). Menurut Oun dan Bach (2014, hal. 253), metode kualitatif menganalisis dan mencoba menemukan jawaban untuk pertanyaan tentang apa, di mana, kapan, mengapa, dan bagaimana seorang individu bertindak terhadap masalah tertentu. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif digunakan oleh peneliti karena lebih mengeksplorasi perilaku dan pengalaman di mana dalam konteks ini adalah pengalaman dari tuan rumah dan tamu anak-anak muda di *farmstay* yang dipilih.

Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur yang bertujuan untuk mendapat informasi spesifik yang berkaitan dengan pemilik *homestay* dan tamu anak-anak muda. Dengan mengajukan pertanyaan melalui wawancara semi terstruktur, peneliti menemukan data yang sangat berharga, deskriptif, serta luas dengan berbagai contoh interaksi antara tuan rumah dan tamu anak-anak muda berdasarkan pengalaman mereka sendiri selama menginap di *farmstay* (Phillimore dan Goodson, 2004, hal. 222). Pertanyaan dalam penelitian diformulasikan berdasarkan bagan seperti di bawah ini:



Gambar 1. Formulasi Pertanyaan untuk Wawancara

Panduan wawancara untuk keduanya baik untuk tuan rumah maupun tamu anak-anak muda mencakup area topik yang serupa dan menggunakan pertanyaan yang sama. Peserta diminta untuk berbagi pengalaman mereka selama menginap di *farmstay* serta motivasi mereka memilih penginapan *farmstay* tersebut. Kemudian, peneliti lanjut menanyakan pertanyaan-pertanyaan mengenai faktor-faktor yang menarik mereka ke penginapan *farmstay* tersebut, serta interaksi antara tuan rumah dan mereka sebagai tamu anak-anak muda. Namun, beberapa pertanyaan tambahan terkait dengan pengalaman tamu disisipkan untuk mengumpulkan informasi tentang pengalaman mereka selama menginap di penginapan *farmstay* tersebut.

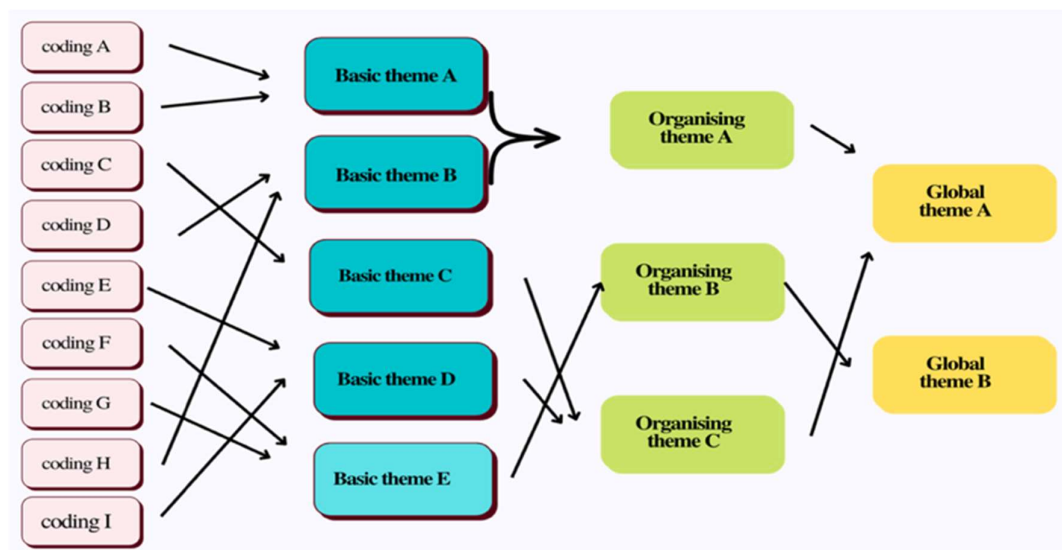
Pertanyaan tambahan ini diselipkan untuk mendapatkan data tentang alasan faktor pendorong dan penarik berdasarkan pengalaman para tamu. Wawancara kemudian diakhiri dengan pertanyaan tentang keramahan, masalah yang terjadi selama mereka menginap, dan bagaimana tuan rumah menanggapi masalah tersebut. Bagian ini mengeksplorasi bagaimana konsep keramahan Indonesia diimplementasikan dan bagaimana konsep keramahan lain, seperti konsep keramahan Jepang dengan *Omotenashi*nya yang telah dibahas dalam bagian literatur, dijadikan sebagai paradigma untuk konsep keramahan Indonesia. Selanjutnya, perbedaan pendapat selama wawancara bisa terjadi dan ini berguna karena hal ini dapat mengeksplorasi berbagai kebenaran yang muncul dalam bentuk jawaban responden berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka.

Wawancara dilakukan dalam bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi di Indonesia. Dengan menggunakan bahasa Indonesia, diharapkan partisipan dapat lebih komunikatif, spontan, dan elaboratif dalam menjawab pertanyaan yang diajukan, sehingga menghasilkan tanggapan yang lebih akurat. Akan tetapi, penting untuk dicatat bahwa di Indonesia terdapat berbagai bahasa lokal dan masyarakat di Yogyakarta berbicara bahasa Jawa, yang dapat menghasilkan tanggapan yang memiliki banyak makna. Oleh karena itu, peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur untuk mendapatkan jawaban yang lebih baik. Setelah mengumpulkan data, peneliti menyalin wawancara dan menerjemahkannya untuk dilakukan proses analisis. Pada tahap ini, peneliti menggunakan pertimbangan profesional (*professional judgement*) untuk memastikan keakuratan konteks terjemahan.

Di dalam penelitian ini, peneliti perlu memilih *sample* karena tidak memungkinkan mengumpulkan data-data dari keseluruhan kasus (Taherdoost, 2016, hlm. 18) dan menganalisa keseluruhan populasi (Sharma, 2017, hlm. 749). Oleh karena itu, metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini yakni menggunakan *purposive sampling*. Peneliti memutuskan untuk melibatkan peserta dari penginapan *farmstay* yang terletak di 12 kecamatan di wilayah Kabupaten Kulon Progo. Peserta diwakili oleh satu tuan rumah dan satu tamu anak muda dari setiap kecamatan di masing-masing *farmstay*. Peneliti hanya memilih ukuran sampel yang terbatas karena pendekatan kualitatif lebih menekankan pada pengumpulan detail data untuk memahami perilaku manusia (Oun dan Bach 2014, hlm. 253). Oun dan Bach (2014, hlm. 253) juga menambahkan bahwa pengumpulan data untuk penelitian kualitatif memerlukan banyak waktu. Ukuran sampel yang terbatas ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan deskripsi yang lebih detail dan terperinci serta merupakan cara yang lebih mudah daripada mengumpulkan data dari sampel yang lebih besar.

Dua belas penginapan pertanian dipilih berdasarkan tipologi agritourism oleh Phillip et al. (2010) di dua belas kecamatan di Kabupaten Kulon Progo. Dua belas tamu anak-anak muda terpilih berusia 18-29 tahun berdasarkan kategori usia dari Dewan Statistik Nasional Inggris (2019). Pemilihan ini bertujuan untuk meneliti interaksi antara tuan rumah dan tamu dalam penginapan *farmstay* tersebut guna menyusun panduan dalam rangka meningkatkan pengalaman di wisata pedesaan dan produk *farmstay*. Peneliti mendapatkan data dan kontak penginapan *farmstay* yang potensial melalui situs web Dinas Pariwisata Kulon Progo. Setelah itu, peneliti bertanya kesediaan para tamu anak-anak muda untuk dilakukan interview setelah mereka mendapat persetujuan etik, dan melakukan wawancara di tempat selama 30 menit untuk setiap subjek. Wawancara semi terstruktur satu lawan satu pun dilakukan, meski memakan waktu (Oun dan Bach 2014).

Tahap terakhir dalam metodologi yaitu analisis data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis tematik dari Braun dan Clarke (2006) karena penelitian ini menggunakan paradigma interpretasi. Metode analisis yang digunakan terdiri dari beberapa langkah. Pertama, peneliti memodifikasi beberapa aspek untuk menyesuaikan dengan strukturisasi data. Langkah-langkah yang diambil meliputi pembacaan awal data wawancara yang telah diterjemahkan, strukturisasi data menggunakan metode *excel* dan *word* dari Ose (2016), pembuatan kode awal di *excel*, pengembangan tema awal yang juga disebut tema dasar (Attride-Stirling, 2001, p. 388), membuat tema yang telah terorganisir berdasarkan tema dasar dari wawancara tuan rumah dan tamu anak-anak muda yang memiliki kesamaan gagasan dalam kategori tertentu, menentukan tema global yang terdiri dari beberapa tema pengorganisasian, menganalisis tema besar sebagai temuan, serta menulis temuan, kesimpulan, dan saran. Gambar 2 menjelaskan langkah-langkah analisis data menggunakan analisis tematik.



Gambar 2. Tahapan pada analisis tematik (Braun & Clarke, 2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dimulai dengan wawancara yang dilaksanakan selama kira-kira 30 menit di 12 *farmstay* yang terletak di 12 kecamatan di Kabupaten Kulon Progo, termasuk Temon, Wates, Panjatan, Galur, Lendah, Sentolo, Pengasih, Kokap, Girimulyo, Nanggulan, Samigaluh, dan Kalibawang. Kebanyakan wawancara dengan pemilik *farmstay* diadakan di ruang tamu/resepsionis dan lobi, namun beberapa pemilik memilih tempat umum seperti taman. Sementara itu, wawancara dengan tamu umumnya berlangsung di ruang terbuka seperti di taman, gazebo yang terbuat bambu yang berada di taman, dan ruang komunal di bagian luar. Peneliti selalu memastikan keamanan dan kerahasiaan wawancara. Wawancara juga dilakukan dalam Bahasa Indonesia agar partisipan dapat menjelaskan pengalaman mereka di *farmstay* secara lebih rinci dan spontan.

Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang luas dan beragam untuk dapat dianalisis. Selanjutnya, peneliti mengubah rekaman audio menjadi transkrip dan menerjemahkannya ke dalam Bahasa Inggris berdasarkan pengetahuan profesionalnya. Peneliti memulai metode analisis tematik dengan mengelompokkan data mentah menggunakan metode strukturisasi Excel dan Word dari Ose (Ose, 2016), dan membuat kode untuk setiap jawaban. Sebanyak 55 kode dibuat yang mana selanjutnya peneliti menganalisis kode tersebut dan mengelompokkannya ke dalam 55 tema dasar yang disusun ke dalam dua belas tema pengorganisasian berdasarkan nuansa yang serupa.

Tema-tema pengorganisasian ini mencakup profil tamu, karakteristik *farmstay*, faktor pendorong, faktor penarik, interaksi tuan rumah dan tamu, hambatan dalam interaksi tersebut, keramahtamahan di *farmstay*, masalah dan keluhan, keputusan untuk berkunjung kembali, *Omotenashi*, serta topik yang masuk dalam kategori tidak penting. Konsep keramahtamahan Jepang, *Omotenashi*, juga dieksplorasi di bab ini dan digunakan sebagai paradigma serta bahan pelajaran untuk keramahtamahan Indonesia. Beberapa pelajaran dari *Omotenashi* ditambahkan sebagai pelengkap untuk meningkatkan keramahtamahan dan manajemen *farmstay* di Indonesia, khususnya di Yogyakarta.

Untuk menjaga kerahasiaan data partisipan, semua informasi tentang data partisipan dihapus dari rekaman audio, transkripsi, kode, dan hasil tema. Kemudian, peneliti menyimpulkan untuk memasukkannya ke dalam tiga tema global termasuk pra-mengingat, selama mengingat, dan pasca-mengingat. Namun, peneliti memutuskan untuk menguraikan lebih lanjut tentang tema yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

Pengalaman Pedesaan dari Farmstay Untuk Market Anak Muda

Penginapan jenis *farmstay* di wilayah Kulon Progo menawarkan berbagai pengalaman di desa untuk pasar anak-anak muda. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara tipologi *farmstay* oleh Phillip et al. (2010) dengan pengalaman di pedesaan yang ditawarkan untuk anak-anak muda, dalam hal ini bagaimana tipologi agrowisata yang memiliki karakter yang berbeda-beda di setiap kategori dapat mempengaruhi penciptaan produk. Faktor pendorong juga ditemukan berperan dalam menciptakan pengalaman pedesaan di *farmstay* tersebut. Oleh karena itu, bagian ini diawali dengan topik temuan tentang tipologi agrowisata dalam bentuk *farmstay* di Kulon Progo berdasarkan teori dari Phillip et

al. (2010), dan setelah itu dilanjutkan dengan sub-bagian lain yang juga mempengaruhi jenis pengalaman di pedesaan yang ditawarkan oleh *farmstay* di Kulon Progo.

Karakteristik dari Farmstay di Indonesia Melalui tipologi Agrowisata

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa dua belas *farmstay* di dua belas kecamatan di wilayah Kabupaten Kulon Progo semuanya dianggap sebagai tipologi agrowisata pertanian/peternakan dalam kategori aktif dan berfungsi, meskipun berbeda dalam kegiatan wisatawan dan keaslian aktivitas di pertanian. *Farmstay* dirancang dengan karakteristik unik, yang mana umumnya terletak di area pedesaan dekat persawahan. Oleh karena itu kegiatan-kegiatan yang ditawarkan bersinggungan dengan kegiatan pertanian dan para tamu dapat terlibat dalam aktivitas yang berkaitan dengan pertanian tersebut, memunculkan keterlibatan mereka secara langsung dan menjadi bagian penting dari sebuah pengalaman di *farmstay*. Menurut Host 4, keterlibatan langsung ini mengkonfirmasi klasifikasi *farmstay* sebagai pertanian/peternakan yang masuk dalam status aktif dan berfungsi.

"Sebagai contoh, tamu akan diajarkan cara membuat tempe, menenun, membuat camilan tradisional, menanam padi, mencabut rumput di sawah, dan sebagainya. Intinya adalah apa yang ada di desa ini akan ditunjukkan, serta homestay ini juga dilengkapi dengan penginapan." (FARMSTAY 4_HOST 4_4)

Phillip et al. (2010) menekankan bahwa tipologi *agritourism* memudahkan para peneliti dan para pemasar dalam membedakan dan menganalisis keinginan konsumen. Tipologi ini juga membantu mereka memahami motivasi dan harapan konsumen dari perspektif penawaran dan permintaan. Karakteristik lain dari *farmstay* di Kulon Progo yang ditemukan oleh peneliti adalah *farmstay* masih memiliki kegiatan pertanian yang juga merupakan konsep utama, namun dilakukan oleh penduduk lokal. Para tamu hanya menyaksikan kegiatan tersebut.

"Jadi, dalam kegiatan ini, kami akan memberitahu Anda cara bercocok tanam di sawah dengan cara yang sederhana, misalnya, ada sawah yang tidak memiliki apa-apa, hanya gulma, jadi kita akan lihat bagaimana itu bisa ditanami padi, biasanya kita akan mencangkul terlebih dahulu dan kemudian menggunakan cangkul untuk melonggarkan tanah. Kemudian kami juga akan memberitahu Anda cara menanam padi dan merawat padi." (FARMSTAY 10_HOST 10_6)

Penelitian ini juga menemukan adanya *farmstay* lain yang termasuk dalam tipe pertanian kerja tetapi memiliki dengan kontak tidak langsung terhadap kegiatan *agritourism*. Meskipun berada di area pertanian, *farmstay* ini lebih fokus pada penyediaan akomodasi dan layanan *hospitality* dibandingkan dengan aktivitas yang terkait *agrotourism*. Sebagai contoh, *farmstay* tersebut menggunakan hasil pertanian mereka sendiri untuk dimasak bagi para tamu (Phillip et al., 2010, hlm. 757).

"Konsepnya adalah karena ini berada di tengah pedesaan, di depan sawah dan pegunungan... Kami menyediakan akomodasi yang terbuat dari kayu dan menyatu dengan alam. Kemudian, beberapa makanan yang kami sajikan untuk sarapan adalah hasil pilihan dari tanaman kami yang kami panen sendiri dari lahan kecil kami di sekitar penginapan. ..., ada sayuran dan buah yang saya petik dari perkebunan." (FARMSTAY 7_HOST 7_4)

Selain itu, peneliti juga menemukan kategori pertanian/peternakan aktif dengan tipe agritourism kontak yang pasif. Tipe ini merujuk pada penginapan di area pertanian yang memberi keuntungan bagi para petani tanpa melibatkan tamu dalam aktivitas pertanian apa pun. Hal ini berbeda dengan pertanian/peternakan aktif yang memiliki kontak tidak langsung dalam agritourism. Beberapa aktivitas yang ditawarkan tidak terkait dengan pertanian, seperti kegiatan outbound, aktivitas budaya, dan pertemuan.

"Yang terpenting adalah tempat penginapan. Selain itu, dapat digunakan untuk kegiatan pertemuan, reuni, bermain gamelan. Biasanya, setiap tiga bulan sekali, kami harus tampil. Namun, setelah pandemi, sudah lama tidak ada pertunjukan wayang kulit di sini." (FARMSTAY 6_HOST 6_4)

Faktor Penarik

Faktor dorongan (*push factor*) berasal dari motivasi internal, sedangkan faktor penarik (*pull factor*) adalah aspek yang dimiliki destinasi untuk menarik turis guna memenuhi motivasi internal mereka (Nikjoo dan Ketabi, 2015). Faktor tarik ini dapat berupa elemen nyata dari destinasi seperti fasilitas, harga, kinerja, dan keramahan staf (Dean dan Suhartanto, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menemukan respons menarik mengenai faktor penarik yang ditawarkan oleh penginapan di pedesaan. Pertama, peneliti menemukan bahwa alam dan suasana penginapan pedesaan menjadi faktor penarik utama bagi pasar pemuda di penginapan pedesaan (*farmstay*) Kulon Progo.

Terletak jauh dari pusat kota Yogyakarta dan sebagian besar wilayahnya berada di daerah perbukitan (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo, 2022), Kulon Progo menawarkan pemandangan alam yang memukau dan suasana desa pedesaan yang menyegarkan dan santai. Hal ini didukung oleh kutipan dari Tamu 6.

"Yang paling mengesankan adalah lingkungannya yang cukup tenang. Bagi saya yang telah lama tinggal di kota, tempat ini sangat sepi. Kebetulan... Pengalaman ini sangat mengesankan." (FARMSTAY 6_GUEST 6_16)

Peneliti menemukan bahwa faktor utama yang menarik pengunjung dari kalangan anak muda ke penginapan di pertanian (*farmstay*) di daerah Kulon Progo adalah adanya kegiatan beragam yang tersedia termasuk kegiatan agrowisata, eksplorasi desa, pengalaman hidup ala lokal, aktivitas budaya, kegiatan *outbound*, dan paket kegiatan edukatif. Menariknya, satu penginapan yang diwawancarai menggabungkan kegiatan ini dalam istilah "paket kegiatan edukatif". Dikutip sebagai berikut:

"Banyak kegiatan yang ditawarkan. Misalnya, paket edukatif seperti paket batik, pembuatan gula aren atau gula kelapa, membuat wayang dari pelepah kelapa. Ada juga tarian Jathilan, Kinclik, dan nyanyian macapat Jawa."

(FARMSTAY 1_HOST 1_8)

Melalui kutipan di atas, peneliti juga menyadari bahwa kegiatan yang dilakukan tidak hanya bertujuan mendapatkan keuntungan, tetapi juga memperhatikan usaha dalam pelestarian lingkungan termasuk untuk melindungi sumber air. Peneliti juga menilai bahwa salah satu kecamatan di Kulon Progo telah membangun hutan Masyarakat/komunitas yang sangat potensial dalam pelestarian berbagai jenis burung (Bintoro et al., 2022, hal. 345). Kegiatan ini akan tentunya

akan memberikan kontribusi terhadap lingkungan dan masyarakat.

Jogjakarta dulunya merupakan kerajaan besar dan masyarakat di Jogjakarta masih sangat memegang teguh budaya Jawa, yang dapat dilihat dari aspek kehidupan mereka (Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 2021). Tamu 3 menjelaskan pengalamannya sebagai berikut:

"Ya, saya (pengunjung) sangat nyaman. Yang saya pelajari adalah budaya, keramah-tamahan mereka, sopan santun, serta ucapannya yang lembut." (FARMSTAY 3_TAMU 3_24)

Fasilitas juga penting untuk menjadi factor menarik bagi pengunjung anak-anak muda. Tidak hanya kamar, fasilitas pendukung lainnya juga sangat penting seperti yang dikutip oleh Tamu 10:

"Tempatnya keren, luas, fasilitas lengkap yang bisa dipakai, peralatan proyektor, dan sebagainya." (FARMSTAY 10_TAMU 10_70).

Selain itu, keramahan juga dianggap sebagai salah satu faktor penarik. Pelayanan dan keramahan yang baik menciptakan kesan yang besar yang mengarah pada pengalaman yang tak terlupakan. Tamu 3 menyatakan:

"Keramahan mereka juga membuat kesan dan pengalaman saya sangat tidak bisa terlupakan." (FARMSTAY 3_TAMU 3_22)

Faktor penarik lainnya bagi para tamu dari kalangan anak-anak muda yang berkunjung ke *farmstay* di Kulon Progo, adalah harga. Field (1999, hlm. 376) sebelumnya menyatakan bahwa tidak semua wisatawan anak-anak muda memiliki kemampuan keuangan untuk bepergian. Oleh karena itu, harga yang terjangkau dari *farmstay* sangat memengaruhi tamu dari kalangan anak-anak muda untuk berkunjung dan menginap di sana, seperti yang dikutip oleh Tamu 2:

"Menurutku yang terbaik adalah harganya. Dengan harga yang tidak terlalu mahal, kamu sudah bisa menyewa seluruh bangunan. Untuk lima hari dan empat malam bisa dihargai 2,9 juta." (FARMSTAY 2_GUEST 2_30)

Akan tetapi, peneliti menyadari bahwa tamu dari kalangan anak-anak muda juga menghargai *value* lebih dari uang yang mereka keluarkan, seperti yang dikutip oleh Tamu 2:

"Karena sebelumnya, saya sering pergi ke Jogja, jadi saya bisa membandingkannya dengan tempat lain. Di tempat lain, jika Anda menginginkan tempat tidur tambahan, anda akan diberikan yang paling tipis. Lalu ada microwave, ada kulkas, yang bagus. Jika di tempat lain kulkasnya biasa, di sini lebih baik. Ada banyak nilai tambah yang saya dapatkan di sini."

(FARMSTAY 2_GUEST 2_32)

Selanjutnya, peneliti menemukan bahwa kebersihan juga menjadi bahan pertimbangan bagi tamu anak-anak muda yang berkunjung ke *farmstay*, seperti yang diungkapkan oleh Tamu 12:

"Menurut saya, kebersihan sangat bagus, kami datang ke lokasi, lokasinya sangat bersih, seperti paviliun, lapangan, kamar mandi dan tidak ada sampah sama sekali." (FARMSTAY 12_TAMU 12_24)

Selama pandemi, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia telah mendukung sektor pariwisata dengan menciptakan program CHSE yang merupakan singkatan dari kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan lingkungan pada tahun 2020 (Eloksari, 2021). Ini merupakan sertifikasi yang wajib dimiliki bagi bisnis di sektor kuliner, perhotelan, dan pariwisata (Eloksari, 2021). Hal ini juga dapat membantu memulihkan kepercayaan dan keyakinan masyarakat untuk mengunjungi tujuan atau industri terkait pariwisata, dan tentunya kebersihan memainkan peran yang penting dalam menarik individu terutama tamu dari kalangan anak-anak muda untuk mengunjungi *farmstay*.

Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa jarak yang lebih dekat ke destinasi pariwisata di sekitarnya sebagai salah satu faktor penarik bagi tamu muda. Ini menjadi kekuatan tambahan bagi *farmstay* untuk dikunjungi oleh tamu dari kalangan anak-anak muda, seperti yang diungkapkan oleh Tamu 6:

"Untuk tempat ini, ini lebih tentang ikatan antar anggota karena kami merupakan tim di kantor. Aktivitas seperti makan bersama, ngobrol, lebih atau kurang seperti kegiatan yang sangat akrab. Kegiatan lainnya adalah kami pergi ke tempat wisata Air Terjun Kembang Soka." (FARMSTAY 6_GUEST6_10)

Interaksi tamu dan pemilik penginapan

Interaksi antara tuan rumah dan tamu didefinisikan sebagai penyediaan produk dan layanan keramahan (*hospitality*) oleh penduduk lokal atau tuan rumah yang sebagai gantinya untuk mendapatkan imbalan uang (Bimonte dan Punzo, 2016). Hal ini terjadi saat tamu mendapatkan layanan yang ramah, tamu membeli suvenir, serta menjelajahi daya tarik pariwisata etnik (Su dan Wall, 2010).

Dalam konteks pariwisata di pedesaan, interaksi antara tuan rumah dan tamu terjadi ketika pengunjung menginap di rumah penduduk setempat yang memungkinkan terjadinya interaksi lintas budaya dan pertukaran ide (Tucker, 2003, hlm. 82). Peneliti menemukan temuan menarik dalam penelitian ini mengenai interaksi tuan rumah dan tamu muda di pengaturan *farmstay* di Kulon Progo, Jogjakarta. Pertama, frekuensi interaksi yang terjadi cukup sering bahkan ditemukan bahwa frekuensi itu terjadi sebelum mereka menginap di *farmstay*.

Interaksi tersebut sebagian besar terjadi selama tamu dari kalangan anak-anak muda menginap di *farmstay*. Namun, Tuan Rumah group 8 tetap menjaga kontak dengan tamu setelah mereka pergi. Peneliti juga menemukan bahwa ada sebagian tamu anak-anak muda yang tidak berinteraksi begitu sering dengan tuan rumah. Interaksi hanya terjadi pada awalnya seperti yang disebutkan.

Peneliti kemudian memeriksa kembali faktor pendorong (*push factor*) atau motivasi tamu untuk mengunjungi *farmstay*. Peneliti menemukan bahwa tamu hanya ingin menginap di *farmstay* tanpa bergabung dalam sebuah kegiatan, sehingga terjadi kurangnya interaksi. Eusebio dan Carneiro berpendapat bahwa interaksi tergantung pada keinginan tamu untuk berinteraksi dengan tuan rumah, bertemu orang, dan belajar budaya lain, dan itu tidak akan terjadi jika tamu tidak memiliki salah satunya (Eusebio dan Carneiro, 2012, hlm. 127; Reisinger, 2009, hlm. 207).

Dalam interaksi tersebut, peneliti juga menemukan ada enam jenis utama interaksi yang terjadi di penginapan pertanian termasuk percakapan santai,

masalah teknis, meminta informasi, informasi pemesanan, aktivitas, dan fasilitas di penginapan pertanian. Peneliti menemukan juga bahwa percakapan santai bahkan berisi jenis interaksi lain seperti meminta informasi tentang penginapan pertanian.

Selain itu, peneliti juga menyadari temuan menarik bahwa interaksi yang terjadi di *farmstay* di Kulon Progo membuat tamu dari kalangan anak muda nyaman. Ada beberapa faktor yang memengaruhi kenyamanan interaksi termasuk keramahan tuan rumah, sambutan yang ramah, percakapan beberapa faktor yang memengaruhi kenyamanan interaksi termasuk keramahan tuan rumah, sambutan yang ramah, percakapan yang sopan, dan sikap tuan rumah yang sopan.

Menariknya, peneliti menemukan bahwa budaya juga mempengaruhi tingkat kenyamanan tamu dari kalangan anak-anak muda untuk berinteraksi dengan tuan rumah, khususnya budaya Jawa yang mana dalam penelitian ini ditemukan membawa tanggapan positif terhadap interaksi antara tuan rumah dan tamu.

"Sangat nyaman, karena response dari tuan rumah sangat baik, sopan dan sopan. Ya, itulah budaya jawa. Seperti itu." (FARMSTAY 3_TAMU 3_40)

Selain itu, peneliti juga mengeksplorasi pentingnya interaksi antara tuan rumah dan tamu untuk pengalaman tamu. Menariknya, peneliti mendapat berbagai pemikiran sesuai dengan tamu dan tuan rumah. Interaksi antara tuan rumah dan tamu penting bagi pengalaman tamu karena dapat memberikan informasi yang tidak diketahui tamu. Melalui interaksi antara tuan rumah dan tamu, tamu memiliki kesempatan untuk mempelajari tentang desa pariwisata. Interaksi tuan rumah dan tamu juga ditemukan mampu memenuhi kebutuhan tamu terutama kebutuhan terkait perlengkapan. Selain itu, interaksi tuan rumah dan tamu merupakan hal yang sangat penting untuk memastikan adanya pengurangan Batasan/jarak antara tuan rumah dan tamu. Dalam hal ini, Tamu 10 menyatakan:

"Penting, pertama-tama, agar kita tidak membuat kesalahan, misalnya, kita ingin mengganti kamar tetapi kita takut untuk memberitahunya kepada pemilik. Akhirnya, kita tidak berkomunikasi dan itu membuat kita merasa tidak nyaman."

(FARMSTAY 10_TAMU 10_42)

Selain itu, peneliti juga mendapatkan temuan menarik bahwa interaksi yang terjadi di *farmstay* di kabupaten Kulon Progo antara tuan rumah dan tamu bisa menjadi titik penjualan unik (*unique selling point*) dari sebuah *farmstay*. Hal ini dapat meningkatkan kesan yang lebih baik yang mana hal itu mempengaruhi keputusan tamu untuk berkunjung kembali (*revisit*) *farmstay* yang ditinggali.

Tamu 7 dan 8 menyatakan:

"Menurut saya, keramahan dari pemiliknya sangat penting karena itu yang menciptakan sebuah kesan. Mungkin ada beberapa penginapan, di dekat sini, namun keramahan dapat menjadi selling point dari tempat ini yang membedakan dari tempat lain." (FARMSTAY6_GUEST 6_64)

"Menurut pendapat saya, hal ini sangatlah penting. Walaupun hanya untuk bermalam, tentunya masih dibutuhkan adanya sedikit interaksi seperti saling bertegur sapa. Itu sudah jelas terjadi. Tetapi Ketika kamu berinteraksi lebih sering, ini yang menciptakan impressi yang lebih baik. Hal ini dapat membuat orang untuk datang kembali kesini." (FARMSTAY 7_TAMU 7_48)

Hambatan Dalam Interaksi Tuan Rumah Dan Tamu

Interaksi antara tuan rumah dan tamu (*host and guest interactions*) terkadang tidak terjadi seperti yang diinginkan. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa hambatan yang mencegah *host and guest interactions* terjadi.

Kendala Bahasa. Yang pertama adalah kendala Bahasa seperti yang dibagikan oleh tamu 5 di Farmstay 5:

"Karena perbedaan Bahasa, hanya sedikit yang bisa dimengerti. Sisanya dapat dijelaskan dalam Bahasa Indonesia, namun ada beberapa kalimat dalam Bahasa Jawa yang saya tidak mengerti, saya tanya Kembali." (FARMSTAY 5_TAMU 5_48)

Lain halnya yang dinyatakan oleh tuan rumah bagaimana hambatan itu terjadi dan mengatasinya, seperti yang diungkapkan oleh Host 4 dan Host 8:

"Keterbatasan Bahasa, karena semua orang asing tidak dapat berbahasa Inggris, jadi cara mengatasinya dengan menggunakan Bahasa tubuh." (FARMSTAY4_HOST 4_36)

"Mungkin karena perbedaan Bahasa, tapi masih dapat dimengerti dengan menggunakan google translate. Ketika adanya perbedaan budaya, saya yang menurunkan ego saya. Saya disini memberikan mereka pelayanan, jadi saya pikir itu bukan hambatan yang signifikan." (FARMSTAY8_HOST 8_28)

Su dan Wall (2010, hlm.41) juga mengidentifikasi perbedaan Bahasa menjadi hambatan yang signifikan yang mengarah pada intensitas interaksi yang lebih rendah. Dalam penelitiannya, Su dan Wall (2010, hlm. 41) menjelaskan bahwa interaksi antara tuan rumah dan tamu dalam satu bahasa yang sama dapat terjadi secara spontan, elaborative, serta efektif. Peneliti juga menemukan ketika tuan rumah berbicara dalam Bahasa Jawa, tamu 5 menggunakan Bahasa Indonesia sebagai Bahasa Nasional. Akan tetapi, peneliti menemukan hal yang menarik bahwa dua tuan rumah menggunakan dua metode yang berbeda ketika adanya perbedaan Bahasa Dimana tuan rumah 5 menggunakan Bahasa tubuh dan tuan rumah 8 menggunakan teknologi.

Adanya Perbedaan Umur. Hambatan berikutnya yang menyebabkan terhambatnya *host and guest interactions* adalah perbedaan umur antara tuan rumah dan tamu anak-anak muda.

"Kendalanya adalah tentang umur, karena kami masih pelajar/mahasiswa, jadi bagaimana kita berkomunikasi dengan orang tua." (FARMSTAY 12_GUEST 12_44)

Dalam budaya jawa, orang yang lebih muda harus menunjukkan rasa hormatnya ketika mereka berbicara dengan orang yang lebih tua khususnya dengan menggunakan bahasa dengan tingkatan yang lebih tinggi. (Priyatmojo, 2011, hlm. 3).

Ketidakhadiran Tuan Rumah. Kemudian, hambatan berikutnya yang peneliti temukan adalah tuan rumah tidak selalu ada saat tamu membutuhkan kehadiran atau bantuannya.

"Terkadang tuan rumah atau resepsionis tidak ada di tempat, jadi saya harus menunggu beberapa saat ketika saya butuh sesuatu dari farmstay." (FARMSTAY 3_TAMU 3-52)

Kebiasaan pemilik penginapan yang agak mengganggu. Narasumber juga menyatakan bahwa kebiasaan yang cukup mengganggu seperti merokok di ruangan yang digunakan bersamaan dengan tamu seharusnya ada ruangan terpisah .

"Mungkin lebih baik ada penyekat antara yang merokok dan yang tidak merokok karena hal itu sangat mengganggu." (FARMSTAY 4_TAMU 4_34)

Pelayanan pada penginapan pertanian di Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa para tamu disambut dengan salam yang tulus dan diikuti dengan tanggapan. Salam dan tanggapan merupakan tahap awal dari interaksi yang mengarah pada kesan yang baik. Hal ini dinyatakan oleh Tamu 10 dan Tamu 2 dalam kutipan berikut:

"Misalnya, saat Anda datang, Anda disambut, saat Anda meminta sesuatu, Anda mendapatkan tanggapan." (FARMSTAY 10_TAMU 10_62)

"Saya terkesan karena tanggapannya cepat. Jadi, jika kita bertanya, mereka langsung menjawab, tidak perlu menunggu berapa jam dulu. Baik melalui Whatsapp atau sistem Agoda sama cepatnya." (FARMSTAY 2_TAMU 2_52)

Kemudian, peneliti menemukan bahwa sikap ramah juga berhasil membuat tamu dari kalangan anak muda terkesan dan senyuman dianggap penting dalam menunjukkan sikap ramah seperti pernyataan dari tamu 12 berikut:

"Misalnya, saat survei kemarin, saya diantar ke lokasi dan manajer selalu ramah dan tersenyum saat menjelaskan sekitar daerah tersebut." (FARMSTAY 12_TAMU 12_60)

Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa tuan rumah juga memperlakukan tamu dari kalangan anak muda dengan sangat istimewa. Tamu 1 dan Tamu 10 diperlakukan seperti ratu dan raja masing-masing, seperti yang dikutip di bawah ini:

"Ketika saya tiba, saya disambut dengan ramah, dibawa ke kamar saya, dan membawa barang-barang saya. Dan cara mereka berbicara/berkomunikasi sangat lembut dan sopan. Ya, seperti orang Jawa yang sangat memahami tentang adat. Apalagi, saya juga orang Jawa, jadi saat saya mendengar mereka berbicara dengan bahasa yang lembut, saya merasa dilayani dan diperlakukan seperti ratu." (FARMSTAY 3_TAMU 3_68)

"Sangat ramah, istilah tamu sebagai raja digunakan di homestay ini, saat kami membutuhkan sesuatu, mereka memberikannya." (FARMSTAY 10_TAMU 10_58)

Kutipan dari Tamu 3 juga menyebutkan bahwa tuan rumah berbicara dengan sangat lembut dan sopan. Budaya Jawa yang masih dipegang oleh masyarakat di Yogyakarta telah memengaruhi kehidupan masyarakat dalam segala aspek termasuk cara mereka berbicara dan berkomunikasi yang umumnya sangat lembut dan ramah (Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 2021). Peneliti juga menemukan bahwa tuan rumah tahu apa yang diinginkan atau dibutuhkan tamu sebelum tamu meminta. Tamu 6 menyatakan berikut:

"Mereka banyak bertanya 'Bagaimana tempatnya, enak atau tidak. Bagaimana tempat tidurnya, ada yang rusak atau tidak. Lalu, apa yang kamu butuhkan? Layanan mereka sangat baik dan cukup ramah. Mereka datang terlebih dahulu sebelum kita bertanya apakah ada itu dan itu." (FARMSTAY 6_TAMU 6_62)

Peneliti juga menemukan bahwa keramahan tuan rumah juga ditunjukkan dengan sepenuh hati tanpa paksaan seperti yang diungkapkan oleh Tamu 4 sebagai berikut:

"Dia (host) menjelaskan secara tulus dan ramah tanpa terpaksa." (FARMSTAY 4_TAMU 4_58)

Dalam penelitian ini, peneliti juga menemukan bahwa tamu juga menyadari apa dan mengomentari pakaian apa yang dipakai oleh tuan rumah ketika mereka bertemu. Ini menunjukkan bahwa sangatlah penting bagaimana seorang tuan rumah memakan pakaian yang sopan dalam menerima tamu, seperti pernyataan Tamu 8:

"Oh ya ada, dari cara mereka berbicara, dari cara mereka berpakaian, dan ramah, dan juga bersih. Apakah itu termasuk juga?" (FARMSTAY 8_TAMU 8_56)

Selain itu, peneliti juga meneliti tentang pentingnya keramahan terhadap pengalaman tamu. Peneliti menemukan bahwa keramahan memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan pengalaman terbaik bagi para tamu. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa keramahan yang baik dapat menciptakan kenyamanan bagi tamu yang mengarah pada pengalaman yang baik dan umpan balik yang baik pula seperti yang dinyatakan oleh Tamu 5:

"Ya, bagi saya itu sangat penting. Karena rasa nyaman akan meningkat ketika pengunjung merasa disambut dengan baik. Kenyamanan itu muncul saat tuan rumah sangat ramah, dan juga sangat detail saat menjelaskan, jika pengunjung mendapatkan keramahan seperti itu, pengunjung dapat memberikan umpan balik yang baik." (FARMSTAY 5_TAMU 5_68).

Omotenashi sebagai paradigma untuk pelayanan di Indonesia

Omotenashi adalah gaya keramahtamahan yang dilakukan oleh orang Jepang dalam memberikan pelayanan yang baik (Ikeda, 2013). *Omotenashi* adalah sikap orang Jepang untuk memenuhi kebutuhan tamu dengan tulus tanpa mengharapkan imbalan (Belal et al., 2013, hlm. 29), tetapi demi kebahagiaan tamu (Harmon II, 2018, hlm. 5). *Omotenashi* telah menjadi elemen sentral dalam keramahtamahan Jepang, dan dapat meningkatkan nilai merek atau *value* (Belal et al., 2013, hlm. 29) yang menciptakan kesan baik yang memengaruhi keputusan tamu untuk kembali berkunjung (Kuraesin, 2021, hlm. 459). Peneliti menemukan bahwa *Omotenashi* ini dapat menjadi contoh praktik terbaik dan sebagai paradigma keramahtamahan yang dimiliki Indonesia. *Omotenashi* dapat menjadi elemen tambahan untuk membuat keramahtamahan Indonesia menjadi lebih baik.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *farmstay* di wilayah Kulon Progo memiliki berbagai jenis berdasarkan tipologi agrowisata oleh Philip et al (2010, hlm 756). Mereka terdiri dari pertanian aktif, agrowisata kontak pasif; pertanian aktif tetapi tidak berhubungan langsung dengan agrowisata; pertanian aktif tetapi kontak langsung dan kegiatan agrowisata yang dibuat; dan pertanian aktif, berhubungan langsung, dan agrowisata yang otentik. Menariknya, *farmstay* di wilayah Kulon Progo tidak dikategorikan sebagai kegiatan agrowisata pertanian non-aktif. Selain

itu, penelitian ini juga menemukan karakteristik pasar kalangan anak muda yang mengunjungi farmstay di Jogjakarta, termasuk diantaranya mereka yang menginap dalam waktu singkat, generasi teknologi yang sering mencari Wifi, dan orientasi pada ulasan baik melihat ulasan atau memberikan ulasan. Karakteristik pasar anak muda lainnya termasuk mereka yang menyukai atmosfer pedesaan di *farmstay*, mengikuti tren dan istilah baru, dan mereka yang memerlukan lebih banyak dorongan untuk melakukan kegiatan. Karakteristik-karakteristik ini berguna untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai untuk menargetkan pasar anak muda.

Selain itu, peneliti juga menemukan karakteristik yang tidak baik dari pasar anak muda yang dinilai berantakan dan cukup mengganggu. Hal ini dapat dicegah dengan memberikan regulasi yang jelas di *farmstay* dan harus dikomunikasikan pada awal dengan cara yang tepat. Selanjutnya, penelitian ini juga mengidentifikasi berbagai faktor penarik (*pull factor*) yang dapat menarik pasar anak muda mengunjungi *farmstay*. Faktor penarik ini termasuk pemandangan alam, suasana desa pedesaan, berbagai kegiatan, fasilitas pendukung lengkap, dan keramahan. Menariknya peneliti juga menemukan bahwa harga yang terjangkau juga menarik bagi mereka seperti yang dinyatakan oleh Field (1999, hlm. 376) bahwa tidak setiap wisatawan muda memiliki kemampuan untuk finansial untuk berlibur. Selain itu, kebersihan dan jarak yang lebih dekat ke tujuan wisata lain juga menjadi faktor pendorong yang menarik bagi tamu muda. Penelitian ini juga menemukan bahwa keramahan Indonesia sangat mengagumkan terutama keramahan yang disampaikan oleh tuan rumah kepada tamu kalangan anak muda. Tuan rumah ditemukan memberikan sapaan yang tulus disertai respon dan sikap ramah, memperlakukan tamu sangat istimewa seperti raja atau ratu, berbicara dengan lembut, masih memegang erat budaya Jawa dan menunjukkan budaya Jawa yang telah mempengaruhi aspek-aspek kehidupan mereka.

Tuan rumah ditemukan memberikan keramahan dengan sepenuh hati dan tanpa merasa terpaksa melakukannya. Terakhir, penampilan tuan rumah dengan berpakaian sopan juga memberikan kesan baik yang melengkapi keramahan tersebut. Dari konsep keramahan ini yang telah disampaikan, beberapa di antaranya cukup serupa dengan konsep keramahan Jepang, *Omotenashi*. Konsep tambahan perlu ditambahkan untuk meningkatkan konsep keramahan Indonesia ini lebih baik guna memberikan keramahan yang lebih baik yang mengarah pada kesan dan umpan balik yang lebih baik juga dari tamu. Dalam hal interaksi tuan rumah dan tamu ini, penelitian ini menemukan bahwa interaksi antara tuan rumah dan tamu dari kalangan anak muda terjadi sangat sering mulai dari periode pemesanan hingga kembali ke tempat mereka. Juga ditemukan bahwa obrolan santai dan percakapan kecil merupakan interaksi yang khas di *farmstay* selain dari meminta informasi, berbicara tentang masalah teknis, dan bertanya tentang kegiatan dan fasilitas di *farmstay*.

Selain itu, sapaan tidak hanya bagian awal dari interaksi, tetapi juga menjadi interaksi utama karena menciptakan kenyamanan. Interaksi tuan rumah dan tamu ini ditemukan sebagai *unique selling point* dari farmstay karena menciptakan kesan yang baik selain mendapatkan informasi yang dibutuhkan selama menginap. Sementara itu, tidak mengherankan bahwa bahasa menjadi hambatan utama dalam interaksi tuan rumah dan tamu karena Indonesia memiliki banyak bahasa daerah termasuk bahasa Jawa yang digunakan di Jogjakarta. Perbedaan usia, ketiadaan tuan

rumah, dan kebiasaan mengganggu tuan rumah seperti merokok juga ditemukan sebagai hambatan dalam interaksi tersebut.

Peneliti dalam penelitian ini juga menemukan bahwa keseluruhan pengalaman menginap di *farmstay* telah memengaruhi tamu apakah mereka akan mengunjungi kembali atau tidak. Secara mengejutkan, tidak hanya berkunjung kembali, tetapi tamu dari kalangan anak muda juga akan membawa lebih banyak orang untuk mengunjungi *farmstay* bersama mereka. Mereka yang tinggal sangat jauh dari *farmstay* bahkan akan mempromosikan *farmstay* kepada teman-teman mereka.

Penelitian ini mengkaji interaksi tuan rumah dan tamu untuk pasar anak muda secara umum yang membahas tentang interaksi, keramahan, faktor pendorong dan faktor penarik. Ditemukan bahwa interaksi tuan rumah dan tamu bisa menjadi poin penjualan unik untuk mengunjungi tempat tinggal di *farmstay*. Akan tetapi, terdapat batasan dalam penelitian ini termasuk tidak dilakukannya observasi di lapangan terhadap proses interaksi antara tuan rumah dan tamu yang dapat melengkapi data kualitatif di penelitian ini. Oleh karena itu, studi ini menyarankan untuk melakukan penelitian di masa depan yang lebih mendalam tentang peran interaksi tuan rumah dan tamu sebagai faktor penarik bagi tamu anak-anak muda untuk memilih tujuan mereka dengan menambahkan observasi. Selain itu, belajar dari *Omotenashi*, akan menarik jika ada penelitian lebih lanjut tentang konsep keramahan Indonesia dengan istilah yang baru dibuat karena tidak ada istilah khusus untuk konsep keramahan Indonesia seperti istilah *Omotenashi* untuk keramahan Jepang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Sumitomo Foundation yang telah mendukung penelitian ini melalui Japanese related research Grant. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada tim editor Jurnal Media Wisata AMPTA yang telah melancarkan seluruh proses publikasi penelitian ini.

REFERENSI

- Ajzen, I. and Fishbein, M.(1977) Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research, *Psychological Bulletin*, 84(5), pp. 888-918.
- Al-Alsheikh, A.(2014) The origin of Japanese excellent customer service, *Keiei Senryaku Kenkyu (Studies in Business and Accounting)*, (8), pp. 23-42.
- Alhojailan, M.I.(2012) Thematic analysis: A critical review of its process and evaluation, *West East Journal of Social Sciences*, 1(1), pp. 39-47.
- Ammirato, S., Felicetti, A.M., Raso, C., Pansera, B.A. and Violi, A.(2020) Agritourism and sustainability: What we can learn from a systematic literature review, *Sustainability*, 12(22), p. 9575.

- Arroyo, C.G., Barbieri, C. and Rich, S.R.(2013) Defining agritourism: A comparative study of stakeholders perceptions in Missouri and North Carolina', *Tourism Management*, 37, pp. 39–47.
- Attride-Stirling, J.(2001) Thematic networks: An analytic tool for qualitative research, *Qualitative Research*, 1(3), pp. 385–405.
- Badan Pusat Statistik(2020) Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa dan Tenaga Pendidik Menurut Provinsi, 2019. [online] Available at: <https://www.bps.go.id> (Accessed: 1 August 2022).
- Badan Pusat Statistik(2021) Statistik Pemuda Indonesia 2021. [online] Available at: <https://www.bps.go.id> (Accessed: 22 August 2022).
- Badan Pusat Statistik(2022) Jumlah Sekolah, Guru, dan Murid SMA Menurut Provinsi, 2021/2022. [online] Available at: <https://www.bps.go.id> (Accessed: 1 August 2022).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo(2022) Kabupaten Kulon Progo dalam Angka 2022. [online] Available at: <https://kulonprogokab.bps.go.id> (Accessed: 23 August 2022).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta(2022) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Angka 2022. [online] Available at: <https://yogyakarta.bps.go.id> (Accessed: 21 August 2022).
- Bekhet, A.K. and Zauszniewski, J.A.(2012) Methodological triangulation: An approach to understanding data, *Nurse Researcher*.
- Belal, H.M., Shirahada, K. and Kosaka, M.(2013) Value co-creation with customer through recursive approach based on Japanese Omotenashi service, *International Journal of Business Administration*.
- Biggam, J.(2021) *Succeeding with your Master's Dissertation: A Step-by-Step Handbook*. Maidenhead: McGraw-Hill Education.
- Bimonte, S. and Punzo, L.F.(2016) Tourist development and host–guest interaction: An economic exchange theory, *Annals of Tourism Research*, 58, pp. 128–139.
- Bintoro, R., Sundawati, L. and Mulyani, Y.A.(2022) Development strategy of the Bird Nest Adoption Program in the Community Forest of Jatimulyo Village, *Jurnal Sylva Lestari*, 10(3), pp. 345–357.
- Brandano, M.G., Osti, L. and Pulina, M.(2018) How motivations and satisfaction influence wine tourists loyalty?', *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Braun, V. and Clarke, V.(2006) Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), pp. 77–101.
- Budiman, S.F. and Ningrum, L.(2019) Homestay in rural tourism: Is it attractive for urban communities in Indonesia, *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(11), pp. 537–543.
- Busby, G. and Rendle, S.(2000) The transition from tourism on farms to farm tourism, *Tourism Management*, 21(6), pp. 635–642.

- Chapman, J.A. and Lovell, G.(2006) The competency model of hospitality service: Why it does not deliver, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Chase, L.C., Stewart, M., Schilling, B., Smith, B. and Walk, M.(2018) Agritourism: Toward a conceptual framework for industry analysis, *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 8(1), pp. 13–19.
- Ciolac, R. et al.(2019) Agritourism – A sustainable development factor, *Sustainability*, 11(5), p. 1467.
- Ciolac, R. et al.(2020) Agritourism activity: A smart chance for sustainability, *Sustainability*, 12(15), p. 6237.
- Crompton, J.L.(1979) Motivations for pleasure vacation, *Annals of Tourism Research*, 6(4), pp. 408–424.
- Crowe, S. et al.(2011) The case study approach, *BMC Medical Research Methodology*, 11(1), pp. 1–9.
- Davies, D. and Dodd, J.(2002) Qualitative research and the question of rigor, *Qualitative Health Research*, 12(2), pp. 279–289.
- Dawson, C.(2009) *Introduction to Research Methods*. 4th edn. Oxford: How To Books.
- Dean, D. and Suhartanto, D.(2019) The formation of visitor behavioural intention, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(5), pp. 393–403.
- DiCicco-Bloom, B. and Crabtree, B.F.(2006) The qualitative research interview, *Medical Education*, 40(4), pp. 314–321.
- Donaldson, J. and Momsen, J.(2011) Farm-stay tourism in California, in *Tourism and Agriculture*. London: Routledge, pp. 163–172.
- Eloksari, E.A.(2021) Tourism players oppose mandatory CHSE certification, *The Jakarta Post*. [online] Available at: <https://www.thejakartapost.com> (Accessed: 29 August 2022).
- Eusébio, C.A. and Carneiro, M.J.A.(2012) Determinants of tourist–host interactions, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13(2), pp. 123–151.
- Evgrafova, L.V., Ismailova, A.Z. and Kalinichev, V.L.(2020) Agrotourism as a factor of sustainable rural development, *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 421(2), p. 022058.
- FAO(2022) Indonesia. [online] Available at: <https://www.fao.org> (Accessed: 13 August 2022).
- Field, A.M.(1999) The college student market segment, *Journal of Travel Research*, 37(4), pp. 375–381.
- Flanigan, S., Blackstock, K. and Hunter, C.(2014) Agritourism from the perspective of providers and visitors, *Tourism Management*, 40, pp. 394–405.
- Flick, U.(2004) *Triangulation in qualitative research, A Companion to Qualitative Research*. London: Sage.
- Fossey, E. et al.(2002) Understanding and evaluating qualitative research, *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 36(6), pp. 717–732.

- Fylan, F.(2005) Semi-structured interviewing, in *A Handbook of Research Methods for Clinical and Health Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Gnoth, J.(1997) Tourism motivation and expectation formation, *Annals of Tourism Research*, 24(2), pp. 283–304.
- Goodson, L. and Phillimore, J.(2004) The inquiry paradigm in qualitative tourism research, in *Qualitative Research in Tourism*. London: Routledge.
- Guba, E.G. and Lincoln, Y.S.(1994) Competing paradigms in qualitative research, in *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hamzah, A.(2007) Malaysian homestays from the perspective of young Japanese tourists: The quest for Furusato, in *Asian Tourism: Growth and Change*. London: Routledge, pp. 213–228.
- Harmon II, D.(2018) Decentred hospitality: Omotenashi culture and the foreign visitor in Japan, *Hokuriku University Bulletin*, (46), pp. 53–70.
- Hepple, J., Kipps, M. and Thomson, J.(1990) The concept of hospitality and an evaluation of its applicability to the experience of hospital patients, *International Journal of Hospitality Management*, 9(4), pp. 305–318.
- Hong, J. and Cross Francis, D.(2020) Unpacking complex phenomena through qualitative inquiry: The case of teacher identity research, *Educational Psychologist*, 55(4), pp. 208–219.
- Hopf, C.(2004) Qualitative interviews: An overview, in *A Companion to Qualitative Research*. London: Sage.
- Ikeda, N.(2013) Omotenashi: Japanese hospitality as the global standard, in Monden, Y., Imai, N. and Matsuo, T. (eds.) *Management of Service Businesses in Japan*. Hackensack, NJ: World Scientific, pp. 145–154.
- Indonesia Tourism(2022) About Wonderful Indonesia. [online] Available at: <https://www.indonesia-tourism.com> (Accessed: 8 June 2022).
- Indonesia Travel(2022) Top 9 most favourite places for your 2021 travel bucket list in Indonesia. [online] Available at: <https://www.indonesia.travel> (Accessed: 7 June 2022).
- Jalil, N.A.A., Fikry, A. and Zainuddin, A.(2016) E-atmospheric effects on youth intention to revisit a café, *Procedia Economics and Finance*, 37, pp. 497–503.
- Jamal, S.A., Othman, N.A. and Muhammad, N.M.N.(2011) Tourist perceived value in a community-based homestay visit, *Journal of Vacation Marketing*, 17(1), pp. 5–15.
- Jamaludin, M., Aziz, A. and Mariapan, M.(2018) Millennial travellers decision making influenced through user-generated content', *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 3(8), pp. 44–55.
- James, A. et al.(2017) Using lifestyle analysis to develop lodging packages for staycation travellers, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(4), pp. 387–415.
- Japan Travel(2022) Omotenashi. [online] Available at: <https://www.japan.travel> (Accessed: 25 March 2022).

- Jelardi, A.(2012) *Storia del turismo e del viaggio in Italia*. Milan: Mursia.
- Junjie, M. and Yingxin, M.(2022) The discussions of positivism and interpretivism, *Global Academic Journal of Humanities and Social Sciences*, 4.
- Kastenholz, E. et al.(2013) Host-guest relationships in rural tourism, *Anatolia*, 24(3), pp. 367-380.
- Kastenholz, E. and Sparrer, M.(2009) Rural dimensions of the commercial home, in *Commercial Homes in Tourism*. London: Routledge, pp. 158-170.
- Kayat, K.(2008) Stakeholders perspectives toward a community-based rural tourism development', *European Journal of Tourism Research*, 1(2), pp. 94-111.
- Kim, K.Y. and Jogaratnam, G.(2003) Travel motivations, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(4), pp. 61-82.
- King, C.A.(1995) What is hospitality?, *International Journal of Hospitality Management*, 14(3-4), pp. 219-234.
- Kothari, C.R.(2004) *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Delhi: New Age International.
- Kuboyama, T.(2020) Omotenashi must comprise hospitality and service, in *International Conference on Serviceology*. Singapore: Springer, pp. 34-53.
- Kuhn, T.S.(2015) *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kuraesin, U.(2021) Omotenashi concept in Japanese expression in hospitality, *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(8), pp. 458-462.
- Lauri, M.A.(2011) Triangulation of data analysis techniques, *Papers on Social Representations*, 20(2), pp. 34-1.
- Lengefeld, K.(2011) Benefits for rural areas, *Rural* 21, 45(4), pp. 12-15.
- Leo, G. et al.(2021) Attraction loyalty, destination loyalty, and motivation, *Current Issues in Tourism*, 24(9), pp. 1244-1256.
- Liu-Lastres, B. and Cahyanto, I.P.(2021) Exploring the host-guest interaction in tourism crisis communication, *Current Issues in Tourism*, 24(15), pp. 2097-2109.
- Marshall, M.N.(1996) Sampling for qualitative research, *Family Practice*, 13(6), pp. 522-526.
- Matyakubov, U. and Defrancesco, E.(2018) Role of agritourism in sustainable rural development in Uzbekistan, *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3, pp. 88-102.
- McIntosh, A.J. and Bonnemann, S.M.(2006) Willing workers on organic farms (WWOOF), *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1), pp. 82-99.
- Morishita, S.(2016) Managing omotenashi in onsen ryokans, *Journal of Global Tourism Research*, 1(2), pp. 157-160.
- Murti, D.C.W.(2020) *Locating Nation: Interactions between Indonesians and Australians in Two Cultural Heritage Villages*. PhD thesis. Curtin University.

- Muslim, H.F.M., Numata, S. and Yahya, N.A.(2017) Development of Malaysian homestay tourism: A review, *International Journal of Tourism Science*, 10, pp. 65–74.
- Nikjoo, A.H. and Ketabi, M.(2015) The role of push and pull factors in the way tourists choose their destination, *Anatolia*, 26(4), pp. 588–597.
- Nugroho, M.S. and Asriadi, L.(2020) Potensi dan problematika desa wisata, *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), pp. 63–70.
- Office for National Statistics(2019) Youth age groups breakdown of age groups 13 to 29 years and 16 to 29 years by sex, regions and education status in UK. [online] Available at: <https://www.ons.gov.uk> (Accessed: 21 August 2022).
- Ohe, Y.(2020) Features and challenges of rural tourism in Japan, in *Community-based Rural Tourism and Entrepreneurship*. Singapore: Springer, pp. 33–47.
- Ohe, Y. and Kurihara, S.(2013) Evaluating the complementary relationship between local brand farm products and rural tourism, *Tourism Management*, 35, pp. 278–283.
- Ohe, Y. and Peypoch, N.(2016) Efficiency analysis of Japanese ryokans, *Tourism Economics*, 22(6), pp. 1261–1273.
- Oppermann, M.(1999) Predicting destination choice: A discussion of destination loyalty, *Journal of Vacation Marketing*, 5(1), pp. 51–65.
- Ose, S.O.(2016) Using Excel and Word to structure qualitative data, *Journal of Applied Social Science*, 10(2), pp. 147–162.
- Oun, M.A. and Bach, C.(2014) Qualitative research method summary, *Qualitative Research*, 1(5), pp. 252–258.
- Pearce, P.L.(1990) Farm tourism in New Zealand, *Annals of Tourism Research*, 17(3), pp. 337–352.
- Phillimore, J. and Goodson, L.(2004) *Qualitative research in tourism*. London: Routledge.
- Phillip, S., Hunter, C. and Blackstock, K.(2010) A typology for defining agritourism, *Tourism Management*, 31(6), pp. 754–758.
- Pizam, A., Uriely, N. and Reichel, A.(2000) The intensity of tourist–host social relationship and its effects, *Tourism Management*, 21(4), pp. 395–406.
- Prebensen, N.K. and Foss, L.(2011) Coping and co-creating in tourist experiences, *International Journal of Tourism Research*, 13(1), pp. 54–67.
- Prentice, R.C., Witt, S.F. and Wydenbach, E.G.(1994) The endearment behaviour of tourists, *Tourism Management*, 15(2), pp. 117–125.
- Priyatmojo, A.S.(2011) Positive and negative politeness of Javanese people. [online] Available at: <https://www.academia.edu> (Accessed: 30 August 2022).
- Reisinger, Y.(2010) *International tourism: Cultures and behaviour*. London: Routledge.
- Robson, C.(1993) *Real world research*. Oxford: Blackwell.

- Santucci, F.M.(2017) Agritourism for rural development in Italy. Perugia: University of Perugia.
- Sato, Y. and Al-Alsheikh, A.(2014) Comparative analysis of Western hospitality and Japanese omotenashi, *Business & Accounting Review*, (14), pp. 1–15.
- Scheyvens, R.(2003) Local involvement in managing tourism, in *Tourism in destination communities*. Wallingford: CABI, pp. 229–252.
- Schmidt, C.(2004) The analysis of semi-structured interviews, in *A companion to qualitative research*. London: Sage.
- Sharma, G.(2017) Pros and cons of different sampling techniques, *International Journal of Applied Research*, 3(7), pp. 749–752.
- Shimoguchi, N. et al.(2015) Impact of farm-based learning practices on young farmers, *Journal of the International Society for Southeast Asian Agricultural Sciences*, 21(2), pp. 143–167.
- Shofa, J.N.(2021) Igniting tourism recovery with tourist villages, *Jakarta Globe*. [online] Available at: <https://jakartaglobe.id> (Accessed: 25 March 2022).
- SIM Aparatur Pemerintah Kalurahan Kabupaten Kulon Progo(2022) Data kapanewon. [online] Available at: <http://siapdes.kulonprogokab.go.id> (Accessed: 22 August 2022).
- Smith, J.A.(1995) Semi-structured interviewing and qualitative analysis.
- Srikatanyoo, N. and Campiranon, K.(2010) Agritourist needs and motivations, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(2), pp. 166–178.
- Statista(2021) Coronavirus: Impact on staycations in the UK. [online] Available at: <https://www.statista.com> (Accessed: 30 August 2022).
- Statista(2022) Agriculture industry in Indonesia. [online] Available at: <https://www.statista.com> (Accessed: 7 August 2022).
- Statista(2022) Contribution to gross domestic product (GDP) of Indonesia by industry. [online] Available at: <https://www.statista.com> (Accessed: 8 August 2022).
- Su, M.M. and Wall, G.(2010) Implications of host–guest interactions, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(1), pp. 37–50.
- Suni, J. and Pesonen, J.(2019) Hunters as tourists, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(2), pp. 175–191.
- Taherdoost, H.(2016) Sampling methods in research methodology, *International Journal of Academic Research in Management*, 5(2), pp. 18–27.
- Takigawa, C.(2013) Presentation by Tokyo, Japan. [video] YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=frLZeeU9760> (Accessed: 30 June 2022).
- Teraoka, S.(2020) Mobility turn in rural districts in Japan, in *Understanding Tourism Mobilities in Japan*. Singapore: Springer.
- Tew, C. and Barbieri, C.(2012) The perceived benefits of agritourism: The providers perspective', *Tourism Management*, 33(1), pp. 215–224.

- The Center of Statistical Bureau(2022) Jumlah desa/kelurahan menurut provinsi 2021. [online] Available at: <https://www.bps.go.id> (Accessed: 24 March 2022).
- The Japan Agricultural News(2016) Wave of “nohaku” farm stays approaches. [online] Available at: <http://english.agrinews.co.jp> (Accessed: 30 March 2022).
- The Japan Times(2018) New group to promote agricultural tourism in rural Japan. [online] Available at: <https://www.japantimes.co.jp> (Accessed: 28 March 2022).
- Travel Voice(2018) International farm stay travellers in Japan. [online] Available at: <https://www.travelvoice.jp> (Accessed: 25 March 2022).
- Tucker, H.(2003) The host–guest relationship and its implications in rural tourism, in *New directions in rural tourism*. Aldershot: Ashgate, pp. 80–89.
- Uysal, M. and Hagan, L.A.R.(1993) Motivation of pleasure travel and tourism, in *Encyclopedia of hospitality and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold, pp. 798–810.
- Wei, M., Bai, C., Li, C. and Wang, H.(2020) The effect of host–guest interaction in tourist co-creation in public services, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(4), pp. 457–472.
- Wen, J. and Huang, S.(2019) The effects of push and pull travel motivations, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(8), pp. 805–821.
- Wixon, M.(2009) *The great American staycation*. New York: Simon & Schuster.
- World Economic Forum(2022) Interactive data and economy profiles. [online] Available at: <https://www.weforum.org> (Accessed: 9 June 2022).
- World Economic Forum(2022) Travel and tourism development index 2021. [online] Available at: <https://www.weforum.org> (Accessed: 9 June 2022).
- Xiang, K., Huang, W.J., Gao, F. and Lai, Q.(2022) COVID-19 prevention in hotels: Ritualized host–guest interactions, *Annals of Tourism Research*, 93, p. 103376.
- Yi, Z.(2016) Introducing omotenashi to the world: Challenges to Japanese customer service in a cross-cultural setting, *Transcultural Management Review*, 13(12), pp. 47–63.
- Yin, R.K.(2014) *Case study research: Design and methods*. 5th edn. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Yoon, Y. and Uysal, M.(2005) An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty, *Tourism Management*, 26(1), pp. 45–56.
- Yusuf, M.(2020) Residents attitudes toward tourism development in Yogyakarta City, Indonesia', *The Indonesian Journal of Geography*, 52(2), pp. 208–218.
- Zhang, J., Xu, H.G. and Xing, W.(2017) Host–guest interactions in ethnic tourism, Lijiang, China, *Current Issues in Tourism*, 20(7), pp. 724–739.

BIOGRAFI PENULIS

Gilang Ahmad Fauzi, Dosen Program Studi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, yang juga berperan sebagai peneliti dan praktisi pariwisata berkelanjutan dan inklusif. Gilang memiliki ketertarikan dalam mengembangkan pariwisata inklusif serta ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Gilang juga merupakan direktur sebuah perusahaan konsultan pariwisata yang berbasis di Yogyakarta, Indonesia.

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0002-3553-2130>