

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan sumber daya alam yang melimpah, Indonesia memiliki kemampuan untuk mendatangkan keuntungan yang besar bagi negara jika dimanfaatkan dengan baik. Hal ini tentunya akan menjadi sumber yang menguntungkan bagi keseluruhan kehidupan di Indonesia jika beragam potensi tersebut mampu dimanfaatkan secara bijak dan berkelanjutan. Salah satu bentuk pemanfaatannya adalah dengan mengembangkannya menjadi destinasi pariwisata. Pariwisata mencakup segala bentuk kegiatan perjalanan dalam rangka rekreasi ke suatu tempat tertentu. Salah satu sektor yang dapat berkontribusi terhadap sumber devisa dan pembangunan negara adalah pariwisata. Untuk mendukung keberlanjutan sektor pariwisata diperlukan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan agar sektor tetap dapat dimanfaatkan hingga masa mendatang.

Sustainable Development Goals atau SDGs merupakan poin yang memuat mengenai pembangunan berkelanjutan yang terdiri dari 17 poin, SDGs atau *Sustainable Development Goals* telah dicanangkan oleh PBB atau Perserikatan Bangsa-Bangsa terhitung sejak tahun 2015 sebagai agenda pembangunan dunia. *Sustainable Development Goals* (SDGs) juga mengatur mengenai sektor pariwisata. Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan telah dimasukkan sebagai target dalam *goals* ke 8 dan 12 SDGs yaitu tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, serta konsumsi dan produksi berkelanjutan (United Nations World Tourism Organizations, 2021). Gagasan

pariwisata berkelanjutan mengacu pada kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan yang dapat memberikan manfaat bagi ekonomi, masyarakat, budaya, dan lingkungan dalam jangka panjang. Pariwisata berkelanjutan dapat berkontribusi terhadap SDGs dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong integrasi sosial yang inklusif, melindungi warisan alam dan budaya, melestarikan keanekaragaman hayati, serta meningkatkan kesejahteraan manusia.



Sumber: Bappenas, 2024

Gambar 1.1 Sustainable Development Goals (SDGs)

Salah satu industri yang memberikan kontribusi besar terhadap kemakmuran ekonomi adalah pariwisata, yang mana berasal dari peningkatan pendapatan dan berkurangnya angka pengangguran. Pengembangan sektor pariwisata ini juga dapat mendorong berkembangnya sektor-sektor perekonomian nasional yang dapat berasal dari pembangunan infrastruktur, pemajuan beberapa industri baru, peningkatan hasil pertanian dan peternakan, meningkatkan branding produk lokal kepada dunia internasional, sekaligus akan menunjang permintaan produk hasil karya lokal, yang pada akhirnya akan mendorong peningkatan pendapatan devisa negara dan pendapatan nasional (Sholihah, 2023).

Sektor pariwisata saat ini telah bertumbuh ke arah industri yang mendatangkan keuntungan dan mempunyai peluang yang besar di masa mendatang. Hal tersebut telah dirasakan oleh pemerintah bahwa sektor pariwisata telah menjadi peluang bisnis yang berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) bahkan devisa negara, menambah peluang lapangan kerja baru, membuka kesempatan bagi wirausaha, dan sebagainya. Di Indonesia, kunjungan pariwisata terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Hal tersebut menjadi suatu bukti bahwa di Indonesia ini salah satu industri yang diunggulkan ialah pariwisata.

Jumlah wisatawan yang mengunjungi Indonesia, baik yang berasal dari domestik maupun mancanegara secara umum mengalami peningkatan pada 5 tahun terakhir. Hanya pada tahun 2020 jumlah wisatawan ke Indonesia menurun akibat pandemi covid-19. Pada tahun 2021, sektor pariwisata di Indonesia mulai bangkit dan mengalami kenaikan jumlah wisatawan daripada tahun 2020. Begitu pula pada tahun 2022 dan 2023 jumlah wisatawan ke Indonesia juga mengalami kenaikan, bahkan melebihi jumlah wisatawan sebelum pandemi pada tahun 2019.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Indonesia pada tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Wisatawan Domestik	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Total
2019	722.158.733	16.015.954	738.174.687
2020	518.890.000	4.020.000	522.910.000
2021	613.299.459	1.557.530	614.856.989
2022	734.864.693	5.889.031	740.753.724
2023	749.114.709	11.677.825	760.792.534

Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, 2024 (diolah)

Berkembangnya sektor pariwisata yang dipengaruhi oleh banyaknya kunjungan wisatawan pada destinasi pariwisata di Indonesia membuat dampak

positif kepada sektor ekonomi negara. Hal tersebut berpengaruh terhadap kemajuan bagi sektor lain untuk ikut berkembang, seperti sektor kesenian dan kebudayaan, pertanian, hasil ternak, dan lain sebagainya. Hal ini lah yang membuktikan bahwa dengan berkembangnya pariwisata, akan memunculkan inovasi baru terkait industri pariwisata yang dapat menambah jumlah lapangan pekerjaan baru yang dapat membuat tingkat pengangguran berkurang.

Provinsi Jawa Tengah menjadi daerah dengan jumlah perjalanan wisatawan salah satu yang tertinggi di Indonesia. Pada tiga tahun terakhir (2021-2023) menunjukkan bahwa jumlah perjalanan wisatawan nusantara di Jawa Tengah selalu masuk ke dalam 5 besar provinsi dengan jumlah perjalanan wisatawan nusantara terbanyak di Indonesia. Tingginya jumlah wisatawan yang melakukan kunjungan di wilayah Jawa Tengah akan membawa dampak pada perolehan pendapatan daerah yang bersumber dari pariwisata.

Tabel 1.2 5 Daerah dengan Kunjungan Wisatawan Nusantara Tertinggi di Indonesia Tahun 2021-2023

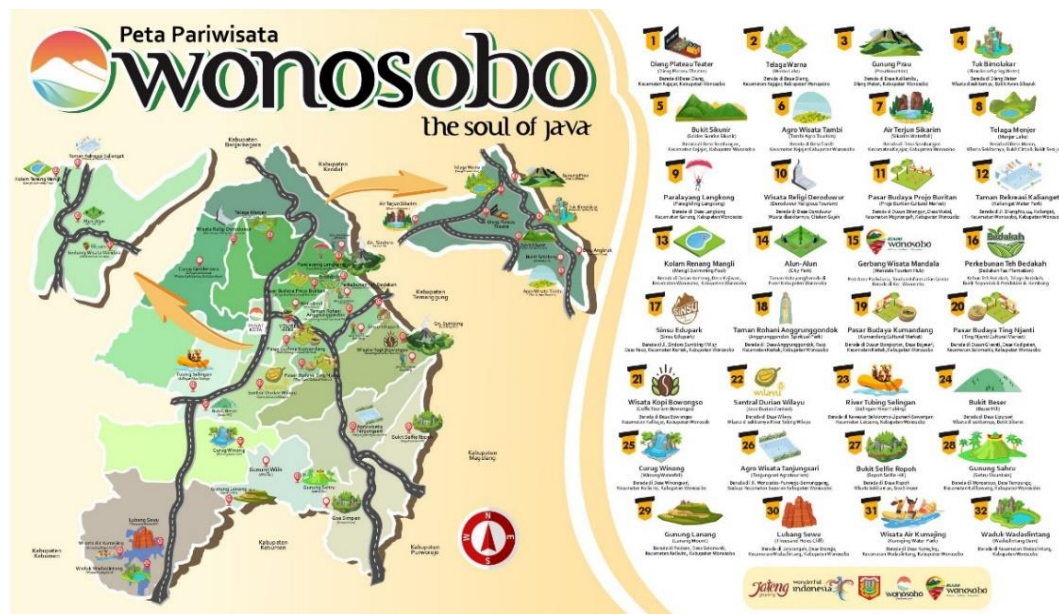
Tahun 2021		Tahun 2022		Tahun 2023	
Provinsi	Jumlah Wisatawan	Provinsi	Jumlah Wisatawan	Provinsi	Jumlah Wisatawan
Jawa Timur	159.077.924	Jawa Timur	200.548.137	Jawa Timur	187.110.988
Jawa Tengah	147.674.185	Jawa Barat	123.531.743	Jawa Barat	139.117.269
Jawa Barat	96.315.313	Jawa Tengah	110.345.715	Jawa Tengah	106.531.426
DKI Jakarta	37.634.468	DKI Jakarta	56.008.041	DKI Jakarta	56.108.553
Banten	36.733.930	Banten	38.597.642	Banten	39.595.456

Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, 2024 (diolah)

Kabupaten Wonosobo adalah satu dari sekian Kabupaten/Kota pada Provinsi Jawa Tengah, yang mana memiliki topografi dataran tinggi dan fitur geografis yang

menawarkan potensi pariwisata yang signifikan. Keindahan alam, tanah yang subur, air yang melimpah, dan faktor lainnya merupakan contoh potensi yang dimiliki. Berbagai kekayaan alam yang dimiliki oleh Kabupaten Wonosobo ini besar potensinya apabila dikelola dengan baik serta dilakukan pengembangan untuk menjadi destinasi pariwisata.

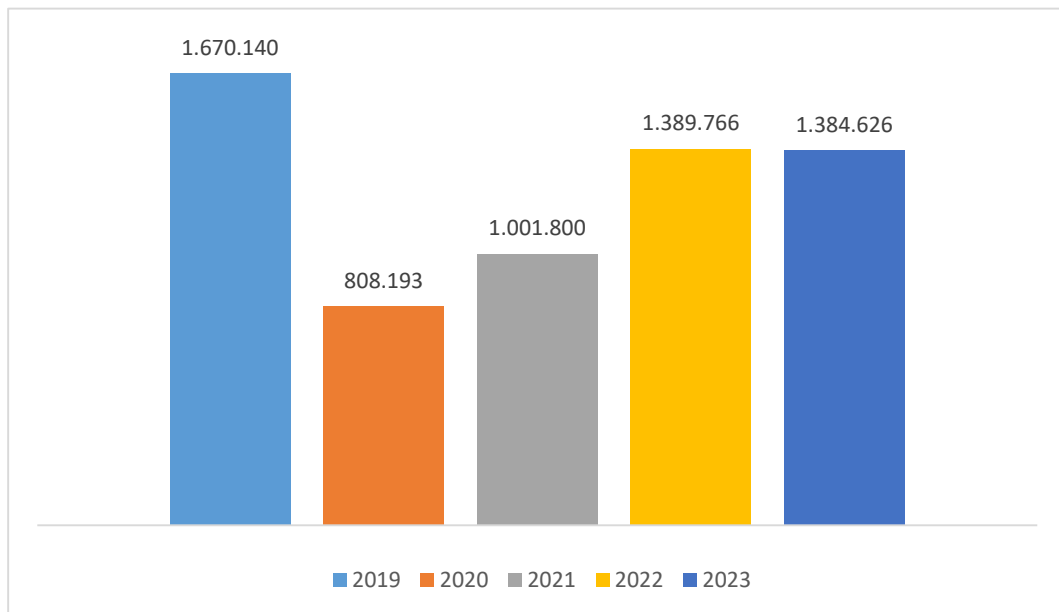
Sektor pariwisata yang berada di Kabupaten Wonosobo saat ini terdapat kurang lebih 32 destinasi wisata yang terdiri atas beberapa jenis pariwisata, seperti wisata alam, budaya, minat khusus, agrowisata, dan wisata buatan. Namun, hanya destinasi wisata Kawasan Wisata Dataran Tinggi Dieng, Lembah Dieng, Dieng *Plateau Theater* (DPT), Telaga Menjer, Taman Rekreasi Kalianget, Gelanggang Renang Mangli, serta Waduk Wadaslintang yang dinaungi oleh Pemerintah Kabupaten Wonosobo. Selain itu, terdapat pula desa wisata di Kabupaten Wonosobo yang mana pada tahun 2020, telah mencapai 32 desa wisata yang memiliki beragam jenis daya tarik wisata mulai dari alam, budaya, edukasi, hingga minat khusus.



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, 2024

Gambar 1.2 Peta Pariwisata Kabupaten Wonosobo

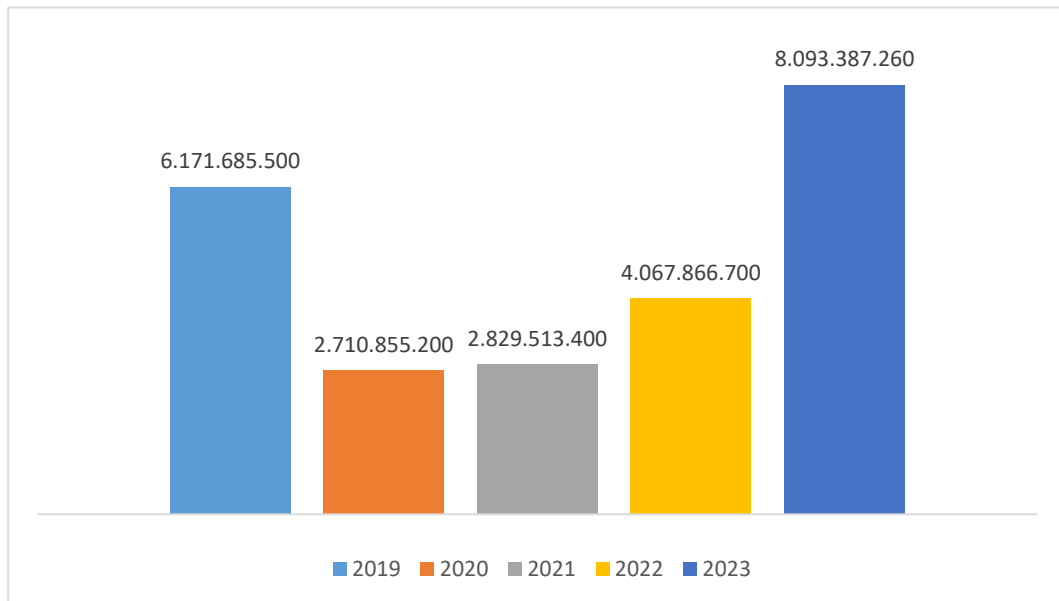
Sektor pariwisata di Kabupaten Wonosobo terus mengalami perkembangan yang ditunjukkan dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawannya. Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 karena adanya pembatasan sosial kegiatan masyarakat akibat pandemi Covid-19. Sehingga dari bulan April hingga bulan Juni 2020 tidak terdapat wisatawan yang berkunjung ke Wonosobo. Setelah penerapan kebijakan *new normal* dengan adaptasi kebiasaan baru, pada tahun 2021-2023 jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Wonosobo lambat laun mulai meningkat dan cukup stabil di atas 1.000.000 wisatawan, meskipun masih belum bisa mencapai titik tertinggi jumlah kunjungan wisatawan selama 5 tahun terakhir yaitu pada tahun 2019 dengan jumlah wisatawan mencapai 1.670.140 wisatawan. Namun hal tersebut dapat menandakan bahwa pariwisata di Kabupaten Wonosobo mulai membaik.



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, 2024 (diolah)

Gambar 1.3 Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Wonosobo Tahun 2019-2023

Untuk sektor pariwisata di Kabupaten Wonosobo sendiri pendapatannya sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 dari sebelumnya, yaitu dari Rp 6.171.685.500,00 menjadi Rp 2.710.855.200,00. Hal tersebut dikarenakan terjadinya pandemi Covid-19. Pendapatan sektor pariwisata yaitu berasal dari retribusi tiket, parkir serta penyewaan kios, dimana Kawasan Dataran Tinggi Dieng menjadi terbanyak sebagai penyumbang kontribusi. Sementara itu, pada tahun 2021-2023 pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Wonosobo mulai meningkat kembali dengan pendapatan sebesar Rp2.829.513.400,00 pada tahun 2021, kemudian pada tahun 2022 dengan pendapatan sebesar Rp4.067.866.700,00, dan pada tahun 2023 meningkat cukup signifikan mencapai Rp8.093.387.260,00.



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, 2024 (diolah)

Gambar 1.4 Grafik Pendapatan Sektor Pariwisata Kabupaten Wonosobo Tahun 2019-2023

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah memberikan kekuasaan pada pemerintah daerah dalam mengontrol dan menggunakan sumber daya di daerahnya. Indonesia telah menerapkan sistem desentralisasi berdasarkan aturan ini, di mana setiap daerah bertanggung jawab untuk mengawasi serta melakukan pengelolaan terhadap sumber daya manusia dan sumber daya alamnya sendiri. Untuk mengelola potensi daerahnya, pemerintah pusat baru-baru ini meningkatkan upayanya di sektor pariwisata. Dengan mempromosikan pariwisata di daerah, pemerintah berharap dapat meningkatkan pendapatan nasional, regional, dan lokal sambil membangun lokasi wisata yang memikat, aman, nyaman, mudah diakses, dan ramah lingkungan. Selain itu, peningkatan jumlah dan kualitas lokasi wisata merupakan tujuan lain dari pengembangan destinasi wisata. Hal ini telah tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang

mana Pemerintah Daerah memiliki kewenangan dalam melakukan pembangunan kepariwisataan di daerahnya sendiri. (Damastuti, 2018).

Melalui Misi ke-2 pembangunan Kabupaten Wonosobo tahun 2021-2026, yang mencakup “Meningkatkan perekonomian daerah yang tangguh untuk mengurangi kemiskinan berbasis pertanian, pariwisata, dan koperasi”, Pemerintah Kabupaten Wonosobo telah menjadikan pengembangan pariwisata di wilayahnya sebagai prioritas. Bupati dan Wakil Bupati Wonosobo tahun 2021-2026 juga mendukung pertumbuhan pariwisata melalui program unggulannya yaitu pada program “Wonosobo Maer” atau yang dapat diartikan sebagai “Wonosobo Bagus”, tujuannya antara lain untuk membuat atraksi pariwisata lebih mudah diakses dan mendorong pemerataan pembangunan di seluruh wilayah dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan melalui penyediaan layanan publik yang berkualitas tinggi dalam bentuk infrastruktur dan sumber daya manusia. Gagasan ini sejalan dengan *branding* “*The Soul of Java*” yang meliputi 3 elemen yaitu perdagangan, investasi, dan pariwisata yang kemudian akan diperhitungkan dalam pertumbuhan pariwisata di Wonosobo.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo adalah instansi yang menjalankan urusan pariwisata di Kabupaten Wonosobo. Mereka memiliki visi pembangunan kepariwisataan untuk mewujudkan pembangunan kepariwisataan yang terfokus pada upaya peningkatan perekonomian dalam rangka menaikkan tingkat kesejahteraan masyarakat, maka dari itu pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Wonosobo dilakukan dengan mandiri serta terintegrasi dengan berbagai sektor.

Pembangunan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Borobudur yang mencakup kawasan Borobudur-Yogyakarta-Dieng, Solo-Sangiran, dan Semarang-Karimunjawa, serta pembangunan Bendungan Bener, merupakan kebijakan nasional di Jawa Tengah yang juga mendukung pertumbuhan pariwisata di Kabupaten Wonosobo. Pengembangan destinasi prioritas KSPN Borobudur tidak hanya terbatas pada kawasan inti saja, namun juga mencakup KSPN di sekitarnya, seperti KSPN Dieng yang meliputi Kabupaten Wonosobo dan Banjarnegara, keberadaan KSPN Dieng menjadikannya sebagai daya tarik utama bagi pariwisata di Kabupaten Wonosobo.

Dengan berbagai potensi pariwisata dan dukungan program maupun kebijakan yang telah dilakukan oleh pemerintah, nyatanya masih terdapat berbagai permasalahan pada sektor pariwisata di Kabupaten Wonosobo. Salah satunya yaitu masih rendahnya kunjungan wisatawan dan pendapatan sektor pariwisata jika dilakukan komparasi dengan daerah lain di Jawa Tengah. Menurut data oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2023, dari 35 Kabupaten/Kota di Jawa Tengah, Kabupaten Wonosobo menempati posisi ke-11 dalam hal pendapatan sektor pariwisata. Kabupaten Wonosobo masih kalah dengan 10 Kabupaten/Kota lain di Jawa Tengah jika dilihat jumlah pendapatan sektor pariwisatanya. Hal ini menjadi permasalahan di sektor pariwisata Kabupaten Wonosobo karena dengan berbagai potensinya seharusnya mereka tidak kalah menarik dengan Kabupaten/Kota lain, apalagi dengan adanya KSPN Dieng sebagai daya tarik utamanya.

**Tabel 1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Pendapatan Sektor Pariwisata
Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2023**

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Wisatawan	Pendapatan (Rp)
1.	Kab. Klaten	6.293.175	194.179.450.098
2.	Kab. Semarang	3.531.786	52.317.875.166
3.	Kab. Purbalingga	1.021.962	33.255.108.890
4.	Kab. Banjarnegara	1.779.430	32.498.952.936
5.	Kota Surakarta	4.019.566	31.981.547.599
6.	Kab. Kebumen	2.036.275	16.290.389.925
7.	Kab. Cilacap	1.292.702	12.468.466.500
8.	Kab. Boyolali	964.785	10.362.819.511
9.	Kab. Rembang	1.846.108	9.800.012.059
10.	Kab. Temanggung	582.727	8.243.068.579
11.	Kab. Wonosobo	1.384.431	8.093.387.260
12.	Kab. Tegal	944.344	7.906.960.300
13.	Kab. Pekalongan	920.319	7.196.122.830
14.	Kab. Banyumas	3.526.643	5.459.128.759
15.	Kota Tegal	592.790	4.475.338.960
16.	Kab. Demak	2.744.866	3.905.776.000
17.	Kab. Sukoharjo	119.105	3.635.960.000
18.	Kota Semarang	6.470.037	2.957.421.072
19.	Kab. Batang	635.851	2.918.236.981
20.	Kab. Magelang	3.191.668	2.851.045.409
21.	Kab. Wonogiri	239.125	2.257.801.000
22.	Kab. Jepara	1.976.091	1.963.221.000
23.	Kab. Blora	490.297	1.755.561.765
24.	Kota Pekalongan	1.235.327	1.668.545.774
25.	Kab. Purworejo	469.501	1.590.387.600
26.	Kab. Saragen	246.717	1.589.832.519
27.	Kab. Karanganyar	467.979	1.345.502.000
28.	Kab. Brebes	131.749	1.010.000.000
29.	Kab. Grobogan	639.485	765.125.007
30.	Kota Salatiga	82.581	313.416.018
31.	Kab. Pati	822.306	175.035.000
32.	Kab. Pemalang	1.021.962	225
33.	Kab. Kendal	879.475	213
34.	Kab. Kudus	1.707.397	-
35.	Kota Magelang	715.513	-

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2024 (diolah)

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Kabupaten Wonosobo masih kalah jumlah pendapatan sektor pariwisatanya jika dibandingkan dengan daerah-daerah

tetangganya, terutama dengan Kabupaten Banjarnegara yang mana sama-sama merupakan Kabupaten yang menaungi kawasan Dieng. Meskipun sama-sama menaungi kawasan Dieng, namun Kabupaten Wonosobo ternyata pendapatan sektor pariwisatanya masih kalah jauh jika dibandingkan dengan Kabupaten Banjarnegara. Untuk Kabupaten Banjarnegara sendiri pendapatan pariwisatanya dapat mencapai angka Rp32.498.952.936,00, sementara Kabupaten Wonosobo hanya ¼ nya saja atau hanya mencapai Rp8.093.387.260,00. Hal tersebut pastinya menjadi sebuah permasalahan karena dengan potensi sama yang ditawarkan dalam daya tarik wisatanya, namun ternyata masih kalah dalam jumlah pendapatannya.

Meskipun pariwisata seharusnya menjadi sektor unggulan, namun ternyata sektor ini masih menyumbang sebagian kecil dari PAD Kabupaten Wonosobo. Pajak dari hiburan, hotel, restoran, serta retribusi dari parkir, tiket masuk, dan loket di tempat wisata adalah contoh-contoh pendapatan yang dihasilkan oleh industri pariwisata. Pada periode 2019-2023, meskipun selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya, namun realisasi dari kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD di Kabupaten Wonosobo masih belum dapat memenuhi target pada Rencana Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo. Pada tahun 2019, kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD di Kabupaten Wonosobo hanya mencapai 0,32%, padahal target capaian pada dokumen renstra mencapai 10%. Kemudian pada tahun 2020 memiliki target capaian 10% dengan realisasi capaian hanya 1,08%, tahun 2021 dengan target capaian 12%, namun realisasi capaian hanya mencapai 3,52%, tahun 2022 realisasi capaian 4,62% dengan target 14%, serta tahun 2023 realisasi capaian 5,98% dengan target 16%.

Tabel 1. 4 Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PAD Kabupaten Wonosobo Tahun 2019-2023

No.	Tahun	Target	Realisasi	Rasio Capaian (%)
1.	2019	10%	0,32%	3,2%
2.	2020	10%	1,08%	10,8%
3.	2021	12%	3,52%	29,3%
4.	2022	14%	4,62%	33%
5.	2023	16%	5,98%	37,4%

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, 2024 (diolah)

Melihat fenomena dan permasalahan yang ada, maka memunculkan sebuah pertanyaan penelitian yaitu “Mengapa strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam rangka pengembangan pariwisata daerah masih belum mampu untuk mencapai target dalam Rencana Startegis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo?”. Oleh karenanya, peneliti memiliki ketertarikan untuk menelitinya dan membuat judul “Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam Pengembangan Pariwisata Daerah”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjabaran latar belakang sebelumnya, peneliti mendapatkan permasalahan yang telah diidentifikasi, antara lain yaitu:

1. Dengan berbagai potensi wisata yang tersedia, terutama dengan adanya KSPN Dieng, nyatanya kunjungan wisatawan dan pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Wonosobo masih cukup rendah apabila dibandingkan dengan daerah lain di Jawa Tengah, terutama dengan Kabupaten Banjarnegara yang sama-sama menaungi kawasan Dieng.

2. Belum tercapainya target pada Rencana Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, yaitu mengenai kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD Kabupaten Wonosobo.

1.3 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang sudah diidentifikasi sebelumnya, didapatkan rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimanakah kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo?
2. Bagaimanakah strategi yang dapat dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam pengembangan pariwisata daerah?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari apa yang telah dirumuskan sebelumnya, didapatkanlah tujuan penelitian antara lain yaitu:

1. Menganalisis kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo.
2. Menyajikan strategi yang dapat dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam pengembangan pariwisata daerah.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Harapan dari peneliti dengan dilaksanakannya penelitian ini yaitu agar dapat menyumbangkan pemikiran sesuai dengan sudut pandang ilmu administrasi publik dalam bidang kepariwisataan. Disamping itu, dari apa yang dihasilkan oleh penelitian diharapkan dapat menjadikannya untuk acuan dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya yang utamanya untuk membahas mengenai strategi pengembangan pariwisata daerah, serta dapat bermanfaat dan menambah pemahaman bagi peneliti dan orang-orang yang membaca penelitian ini.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Dengan dilaksanakannya penelitian ini harapannya menghasilkan referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo untuk dapat mengembangkan pariwisata daerahnya. Disamping itu, peneliti juga mengharapkan masyarakat khususnya pelaku wisata untuk lebih mengetahui mengenai strategi pengembangan pariwisata daerah dan dapat ikut berkontribusi dalam menembangkan pariwisata di daerahnya tersebut.

1.6 Kajian Teori

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mengambil banyak temuan dari riset yang telah dilakukan sebelumnya dimana masih berkaitan dengan topik penelitian ini

dalam upaya memperkaya bahan penelitian dan kemudian merangkumnya, baik penelitian tersebut sudah dipublikasikan maupun belum dipublikasikan. Berikut merupakan beberapa riset terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian ini:

Tabel 1.5 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Tahun, Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan Penelitian
1.	Shafira Fatma Chaerunissa & Tri Yuniningsih. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang.	Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.	Teori pengembangan pariwisata dengan 6 Komponen Pengembangan Pariwisata.	Pengembangan pariwisata di Desa Wisata Wonolopo masih belum maksimal dan masing-masing komponen masih perlu ditingkatkan.	Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan pariwisata di tingkat kota/kabupaten, sedangkan studi sebelumnya pada desa wisata.
2.	Iin Choirunnisa & Mila Karmilah (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya.	Metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan literatur studi.	Teori pengembangan pariwisata Buhalis (2000), dengan komponen 6A.	Menghasilkan strategi pengembangan pariwisata budaya.	Penelitian tersebut lebih fokus pada strategi pengembangan wisata budaya, namun penelitian ini lebih menyeluruh.
3.	Naufal Kresna Diwangkara, Suzanna Ratih Sari & R. Siti Rukayah. (2020). Pengembangan Pariwisata Kawasan Baturraden.	Metode kualitatif dan studi literatur	Teori Pengembangan Pariwisata Sugiyama (2014), dengan aspek 4A.	Baturraden telah berkembang dengan baik dalam hal substansi dan atraksi pariwisata.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di kawasan Baturraden.

No.	Peneliti, Tahun, Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan Penelitian
4.	Cornelia Inri Laipi, Dwight M. Rondonuwu & Windy Mononimbar. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Airmadidi dan Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara.	Analisis SWOT dan pengambilan sampel acak digunakan dalam penelitian ini.	Teori pengembangan pariwisata Brown dan Stange (2015), dengan komponen 3A.	Pada Kecamatan Airmadidi dan Kecamatan Kalawat, pariwisata dapat dikembangkan dengan menggunakan analisis SWOT yang telah dilakukan.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Kabupaten Minahasa Utara.
5.	Dina Mayasari Soeswoyo. (2021). Potensi Pariwisata dan Strategi Pengembangan Pariwisata yang Berkelanjutan di Desa Sukajadi, Kabupaten Bogor.	Kualitatif deskriptif dengan pendekatan eksploratif studi kasus.	Teori pengembangan pariwisata dengan komponen 5A.	Strategi untuk membangun desa wisata yang kompetitif dan berkelanjutan di Desa Wisata Sukajadi.	Perbedaannya yaitu penelitian tersebut berfokus pada pengembangan pariwisata di desa wisata, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada strategi pengembangan pariwisata pada lingkup kota/kabupaten.
6.	Fera Dhian Anggraini (2022). Analisis manajemen strategi Dinas Pariwisata DIY menuju terwujudnya Yogyakarta sebagai destinasi terkemuka di Asia Tenggara.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis SWOT.	Teori Analisis SWOT oleh Freddy Rangkuti (2006).	Dinas Pariwisata Yogyakarta membuat rencana strategis untuk tahun 2017-2020 yang akan digunakan menjadi panduan dalam melaksanakan program ataupun kegiatan.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Yogyakarta.

No.	Peneliti, Tahun, Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan Penelitian
7.	Erna Okta Amelia, Joko Pramono & Damayanti Suhita. (2022). Strategi Dinas Pariwisata dalam pengembangan pariwisata Kota Surakarta di masa pandemi Covid-19.	Penelitian ini merupakan peneliian deskriptif kualitatif.	Teori analisis SWOT oleh Ahmad (2020).	Empat strategi alternatif yakni kekuatan-peluang, kelemahan-peluang, kekuatan-ancaman, dan kelemahan-ancaman diidentifikasi berdasarkan hasil analisis perumusan strategi. Ditetapkan bahwa meskipun pariwisata telah menurun selama pandemi COVID-19, pengembangan pariwisata terkait harus tetap dilanjutkan.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Kota Surakarta.
8.	Misbahul Anhar, Bustami Usman & Mukhrija. (2021). Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan Dalam Pengembangan Pariwisata.	Metodologi penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini.	Teori manajemen strategi oleh Fred (2006).	Temuan penelitian menghasilkan yakni Dinas Pariwisata Aceh Selatan mempunyai rencana untuk mengembangkan pariwisata, termasuk menghidupkan kembali dan memaksimalkan atraksi wisata, menyelenggarakan acara untuk mempromosikan wisata, dan meningkatkan pendapatan terkait pariwisata. Akan tetapi, belum terlaksana dengan baik.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di di Kabupaten Aceh Selatan.

No.	Peneliti, Tahun, Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan Penelitian
9.	Febrianti Rindani Pratiwi. (2022). Strategi Dinas Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.	Metodologi penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini.	Teori Manajemen Strategi oleh Sedarmayanti (2018).	Berdasarkan temuan, Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi menggunakan dua strategi yaitu pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan sumber daya manusianya dalam rangka mencapai tujuannya.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Kabupaten Sukabumi.
10.	Musri (2021). Strategi Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Dalam Pengembangan Potensi Wisata Kawasan Mandeh di Kecamatan Koto XI Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan.	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.	Teori Pengembangan Pariwisata menurut Cooper, Fletcher, Shepherd and Wanhill.	Temuan menunjukkan bahwa pendekatan tersebut diimplementasikan dengan membuat rencana induk untuk pengembangan Mandeh, membuat pembatasan bupati pada rencana pengembangan daerah pedesaan yang berpusat pada pariwisata, dan memperkuat pembangunan berbasis masyarakat.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Kabupaten Pesisir Selatan.
11.	Muhammad Iqbal Gunadi, Gun Gun Gumilar &vKariena Febriantin. (2023). Manajemen Strategi Pemasaran Pariwisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif secara deskriptif.	Teori Manajemen Strategi oleh Hunger & Wheelen (2012).	Berdasarkan hasil temuan, upaya pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang tidak berhasil secara total. Ini dapat dilihat dengan jelas pada area analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi pemasaran pariwisata.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Kabupaten Karawang.

No.	Peneliti, Tahun, Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan Penelitian
12.	Muhamad Ismail. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua.	Metodologi penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini.	Teori Analisis SWOT oleh Fahmi & Yunus (2013).	Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat adat terus mengawasi pengelolaan atraksi alam Papua secara adat. Tidak adanya Rencana Induk Pariwisata Daerah merupakan salah satu tantangan yang dihadapi industri pariwisata Papua.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Provinsi Papua.
13.	Lilik Maulidiya & Mardiyah Hayati. (2020). Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Pulau Mandangin Kabupaten Sampang.	Analisis deskriptif, analisis SWOT, dan matriks QSPM digunakan dalam penelitian ini.	Teori manajemen strategis oleh Nugraha (2014).	Temuan menunjukkan bahwa sumber daya potensial Pulau Mandangin meliputi budaya, pariwisata, dan makanan. Tujuan dari mempromosikan pariwisata Pulau Mandangin adalah untuk mengungguli wisata lain dengan menawarkan fasilitas yang lengkap.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Pulau Mandangin.
14.	Hanun Nurrahma, Luchman Hakim & Rita Parmawati. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Berdasarkan Daya Dukung Wisata dan CHSE pada Masa Pandemi Covid-19.	Menggabungkan metode SWOT dengan AHP yang dinamakan A'SWOT.	Teori Analisis SWOT 8 (delapan) kuadran menurut Rangkuti (2004)	Berdasarkan CHSE dan daya dukung wisata, menghasilkan 4 solusi utama dalam melakukan pengembangan pariwisata Pantai Pulau Merah.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Kabupaten Banyuwangi.

No.	Peneliti, Tahun, Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan Penelitian
15.	Natalia E Sihombing & Indah Juliana Br Hutagalung. (2021). Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Kabupaten Toba dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.	Metodologi penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini	Teori Strategi menurut Amirullah (2020).	Temuan studi menunjukkan bahwa pelaksanaan Pembangunan Sektor Pariwisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Toba masih di bawah standar, antara lain terlihat dari tidak adanya infrastruktur dan fasilitas pendukung di destinasi wisata.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Kabupaten Toba.
16.	Rosmeli Rosmeli, Nurhayani Nurhayani & Sari Novita. (2020). <i>Model and Tourism Development Strategy Based on Local Potency in Merangin Regency.</i>	Metode deskriptif kualitatif.	Teori pengembangan pariwisata dengan 4 komponen pembentuk pariwisata.	Model pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Merangin merupakan kerjasama seluruh komponen yang ada mulai dari pemerintah daerah, swasta dan masyarakat di kabupaten Merangin itu sendiri.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Kabupaten Merangin.
17.	Devi Kartika Sari Utomo, Meriyati Huka Gusadi, Utari Azalika Rahmi, Givano Ramadhan & Wiwik Dwi Pratiwi. (2024). <i>Identifying 4A's Component (Attraction, Accessibility Amenity, and Ancillary) in Sade Tourism Village.</i>	Metode deskriptif kualitatif.	Teori Pengembangan Pariwisata Sugama (2014), dengan aspek 4A	Menggambarkan kondisi atraksi, aksesibilitas, amenitas dan penunjang yang ada di Desa Wisata Sade, serta kebutuhan pengembangan yang diperlukan.	Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan pariwisata di tingkat kota/kabupaten, sedangkan studi sebelumnya pada desa wisata.

No.	Peneliti, Tahun, Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan Penelitian
18.	Wasifah Hanim, Hafni Adinda Prasca, Chintya Hermawati, Siti Mardiana & Kralawi Sita. (2023). <i>Analysis of The Potential of Rancakalong Tourism Using Attraction, Accessibility, Amenity and Ancillary Approaches (4A)</i> .	Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.	Teori Pengembangan Pariwisata Cooper (1995), dengan aspek 4A.	Menunjukkan bahwa Potensi Kawasan Wisata Kecamatan Rancakalong tergolong sedang dengan kategori tinggi.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Wisata Rancakalong.
19.	Dewi Yanti ¹ , Femmy Dalimunthe & Budi Prayogi. (2023). <i>Implementation of the 4ASC Concept (Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary, Safeness, and Comfort) in the Development of the Huta Ginjang Geosite Tourism Village, Indonesia</i> .	Metode penelitian kualitatif.	Teori pengembangan pariwisata dengan konsep 4ASC.	Secara umum konsep 4ASC sudah diterapkan namun belum maksimal dan melibatkan seluruh masyarakat.	Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan pariwisata di tingkat kota/kabupaten, sedangkan studi sebelumnya pada desa wisata.
20.	Yohana & Rizki Nurul Nugraha. (2024). <i>Application of 4A Concept in Bogor Botanical Garden Tourism Development Strategy</i> .	Metode analisis deskriptif kualitatif.	Teori pengembangan pariwisata dengan konsep 4A.	Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan sistem pengelolaan Kebun Raya Bogor.	Lokasi penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di Kabupaten Wonosobo, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di Kebun Raya Bogor.

Sumber: Diolah dari berbagai jurnal, 2024

Tabel 1.4 merupakan beberapa penelitian tentang strategi pengembangan pariwisata yang mendukung penulis melakukan pengambilan studi literatur dalam penelitian terkait “Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam Pengembangan Pariwisata Daerah”. Mengacu pada penelitian terdahulu, dapat dilihat bahwa masih terdapat wisata di Indonesia yang masih membutuhkan perhatian khusus terkait pengembangan pariwisata. Penelitian terdahulu juga menggambarkan bagaimana potensi yang terdapat pada pariwisata di Indonesia, namun strategi pengembangan yang dilakukan masih kurang maksimal seperti anggaran dan sarana prasarana yang kurang memadai. Berdasarkan penelitian terdahulu dapat dilihat adanya nilai kebaruan penelitian ini dari lokasi tempat penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan lokasi yang berbeda, yaitu di Kabupaten Wonosobo. Karena itu penelitian ini akan memiliki signifikansi dalam membantu keberlanjutan pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo.

1.6.2 Administrasi Publik

Administrasi publik menurut Waldo dalam Ali Mufiz (2019) merupakan proses manajemen dan organisasi dari berbagai jenis sumber daya guna mencapai tujuan serta mengatur urusan-urusan negara. Ali Mufiz (2019) melalui buku “Pengertian Dasar Administrasi Publik” menjelaskan bahwa administrasi publik merupakan ilmu yang mendalami mengenai kerja sama antar institusi atau organisasi yang memiliki unsur-unsur publik. Wayong (2019) mendefinisikan administrasi publik sebagai rangkaian kegiatan yang

dilaksanakan guna mengendalikan usaha oleh instansi pemerintahan agar mencapai tujuan negara.

Definisi administrasi publik menurut Wijana (2018) adalah serangkaian organisasi negara mulai dari tingkatan terendah sampai lembaga tinggi yang bertugas untuk melaksanakan pemerintahan guna mengatur dan mengurus persoalan publik. Gordon dalam Muhammad (2019) menyatakan bahwa administrasi publik memiliki ruang lingkup yang luas meliputi perumusan kebijakan, implementasi kebijakan, dan penilaian terhadap pelaksanaan kebijakan publik.

Chandler dan Plano dalam Kismartini (2022) mengungkapkan bahwa Administrasi publik adalah seperangkat prosedur yang digunakan untuk merencanakan dan mengkoordinasikan organisasi publik melalui sumber dayanya untuk formulasi, melaksanakan, dan mengawasi hasil-hasil kebijakan publik. Menurut Felix A. dan Lloyd Nigro, administrasi publik merupakan kerja sama tim di lingkungan publik, swasta, dan individu untuk memberikan layanan kepada publik. Administrasi publik melalui kemajuan dalam komponen organisasi, SDM, dan keuangan, berusaha untuk mengatasi masalah-masalah sosial. (Keban, 2019).

Menurut Nicholas Henry dalam Putri (2021) menggambarkan administrasi publik Sebagai perpaduan teori dan praktik yang beragam, administrasi publik berupaya meningkatkan pemahaman publik terhadap pemerintah dan masyarakat yang diawasinya sekaligus memajukan kebijakan publik agar dapat lebih cepat memenuhi tuntutan masyarakat.

Berdasarkan berbagai sudut pandang yang dipaparkan di atas, dapat dikatakan bahwa administrasi publik adalah bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah untuk melayani masyarakat dan mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan.

1.6.3 Paradigma Administrasi Publik

Sepanjang perkembangannya, administrasi publik telah mengalami pergeseran paradigma untuk memenuhi tuntutan lingkungan dan organisasi yang terus berkembang. Perkembangan administrasi publik menurut Parsons dalam Muhammad (2019) sejalan dengan perkembangan kehidupan manusia guna mengamankan berbagai kepentingan publik dengan memanfaatkan aparatur negara yang memiliki tugas melaksanakan urusan yang berkaitan dengan kepentingan publik. Nicholas Henry dalam Kismartini (2022) mengatakan bahwasannya perkembangan paradigma Administrasi Publik terjadi dalam 6 periode, antara lain yaitu:

- 1) Paradigma 1: Dikotomi Politik dan Administrasi (1900-1926), administrasi negara harus berfokus pada birokrasi pemerintahan melalui pemisahan unsur politik dan administrasi dalam pemerintahan;
- 2) Paradigma 2: Prinsip-Prinsip Administrasi (1927-1937), administrasi publik dilihat melalui fungsi perencanaan, organisasi, personalia, pengarahan, pengoordinasian, pengorganisasian, hingga pelaporan;
- 3) Paradigma 3: Administrasi Publik sebagai Ilmu Politik (1950-1970), aspek politik tidak dapat dipisahkan dari tata kelola pemerintahan baik kebijakan maupun pelayanan publik;

- 4) Paradigma 4: Administrasi Publik sebagai Manajemen (1956-1970), para administrator negara harus menguasai manajemen agar mampu memahaminya dalam konteks pemerintahan;
- 5) Paradigma 5: Administrasi Publik sebagai Administrasi Publik (1970-sekarang), berfokus pada kepentingan dan kesejahteraan publik yang dicapai melalui manajemen dan organisasi;
- 6) Paradigma 6: *Governance* (1990-sekarang), serangkaian aktivitas dalam penyelenggaraan pemerintahan atau negara serta pembangunan masyarakat melalui adanya pelibatan pemerintah, masyarakat, dan unsur swasta.

Berdasarkan penjelasan mengenai paradigma-paradigma Administrasi Publik tersebut, maka penelitian ini termasuk ke dalam paradigma administrasi publik yang kelima yaitu Administrasi Publik sebagai Administrasi Publik. Hal tersebut karena dalam penelitian ini akan membahas mengenai manajemen strategi yang dilakukan oleh organisasi pemerintah dalam rangka pengembangan pariwisata.

1.6.4 Manajemen Publik

Manajemen menurut George Terry dalam Chaerunissa (2020) didefinisikan sebagai kegiatan untuk mendapatkan tujuan yang sudah ditetapkan oleh atau bersama dengan upaya orang lain. Menurut Tangkilisan dalam Amelia (2022), manajemen adalah proses yang universal. Meskipun demikian, berbagai jenis organisasi memiliki strategi manajemen dan lingkungan yang berbeda. Hal ini terutama berlaku untuk organisasi publik

dan swasta. Akibatnya, studi tentang manajemen publik harus memakai metodologi yang berbeda dari studi manajemen bisnis atau swasta.

Pada manajemen publik terdapat konsep dasar dari manajemen itu sendiri di dalamnya. Menurut Shafritz dan Russel dalam Keban (2014) bahwa manajemen berhubungan dengan seseorang yang memiliki tanggung jawab dalam keberjalanan sebuah organisasi, dan proses di dalam menjalankan organisasi tersebut dengan memanfaatkan sumberdaya untuk meraih sebuah tujuan organisasi. Menurut Donovan dan Jackson dalam Keban (2014) memandang manajemen sebagai sesuatu kegiatan yang dilakukan didalam sebuah hierarki pada organisasi tertentu yang dimaksudkan sebagai serangkaian tugas atau keterampilan. Manajemen sendiri memiliki tipe khusus salah satunya adalah mengenai manajemen publik.

Menurut Wilson, manajemen publik terutama berkaitan dengan peningkatan fungsi eksekutif melalui perbaikan praktik-praktik pemerintahan, fitur-fitur organisasi, dan kualitas pegawai. Sementara itu menurut Sangkala, manajemen publik adalah perpaduan antara perspektif instrumental manajemen umum dan sikap normatif administrasi publik tradisional. (Kismartini, 2022).

Menurut Overman dalam Keban (2014), Manajemen Publik dijelaskan sebagai studi interdisipliner yang melibatkan semua bagian umum dalam organisasi dan merupakan kombinasi dari fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian dan pengawasan yang dipadukan dengan aspek sumber daya manusia dan non manusia seperti keuangan, fisik,

informasi maupun politik. Upaya pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dikenal sebagai manajemen publik, atau manajemen pemerintahan secara umum.

Berdasarkan uraian sebelumnya kita bisa menyimpulkan bahwasannya Manajemen Publik adalah proses pengaturan organisasi publik dengan menggabungkan fungsi-fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian) dengan sumber daya manusia, keuangan, fisik, informasi, dan politik. Pemerintah dalam menjalankan proses ini memperhatikan prinsip keadilan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.

1.6.5 Strategi

Strategi digunakan dalam setiap aktivitas organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Ada beberapa arti yang terkait dengan istilah “strategi”. Amirullah mendefinisikan strategi sebagai rencana tindakan yang luas dan mendasar bagi sebuah organisasi yang diselaraskan dengan lingkungan internal dan eksternalnya untuk mencapai tujuan. (Jamaludin, 2018).

Menurut Kenneth Andrews dalam Damastuti (2018), strategi adalah pola tujuan, sasaran, kebijakan utama, dan rencana untuk mencapai tujuan. Strategi digunakan untuk menentukan apakah sebuah perusahaan harus bergerak maju dengan kegiatan bisnis dan strategi seperti apa yang harus dilaksanakan untuk jenis perusahaan tertentu. Di sisi lain, Chandler dalam Jamaludin (2018) mengatakan bahwa strategi bisnis adalah alat untuk mendapatkan tujuan jangka panjang, proyek-proyek tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya.

Dari beberapa uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan yakni strategi adalah metode yang dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan organisasi dengan melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal yang sejalan dengan visi dan misi organisasi tersebut.

1.6.6 Manajemen Strategi

Manajemen strategis merupakan istilah yang sering digunakan pada sektor bisnis. Namun, saat ini organisasi sektor publik juga telah mulai menerapkan manajemen strategis seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Organisasi sektor publik bercita-cita untuk mencapai tingkat keberhasilan yang sama dengan perusahaan swasta, yang mampu mengenali keefektifan dan efisiensi organisasi pemerintah atau sektor publik. (Hardjati, 2021).

David (2012) mendefinisikan manajemen strategis sebagai ilmu dan seni dalam mengembangkan, melaksanakan, dan menilai keputusan yang dibuat oleh para pemimpin dalam mendapatkan target organisasi. Manajemen strategis ialah proses dimana manajemen mengembangkan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pengambilan keputusan strategis. Manajemen strategis, menurut Husein Umar (1999), adalah ilmu dan seni untuk menciptakan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan strategis di antara fungsi-fungsi yang mendukung tujuan jangka panjang organisasi.

Menurut Nawawi (2017), Sistem manajemen strategis terdiri dari beberapa bagian yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi yang

bekerja sama untuk maju ke arah yang sama pada waktu yang sama. Manajemen strategis, menurut definisi lain yang diberikan oleh Nawawi (2017), adalah usaha manajerial untuk membangun kekuatan organisasi guna memanfaatkan peluang yang ada dalam rangka mendapatkan target yang sudah ditentukan sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. (Amelia, 2022).

David dan Wheelen (2001) mendefinisikan manajemen strategis menjadi seperangkat pilihan dan perilaku manajer yang berdampak panjang pada performa perusahaan. Menurutnya, pengamatan lingkungan, desain strategi, implementasi strategi, evaluasi, dan pengendalian merupakan komponen-komponen dari manajemen strategis. Manajemen strategis menurut Jauch dan Glueck adalah deretan hal dan tindakan yang membuahkan penciptaan strategi atau beberapa strategi yang berhasil untuk membantu pencapaian tujuan bisnis (Purwanto dan Muhammad Nur Afandi, 2021).

Menurut Nugraha (2014), organisasi dapat mencapai tujuannya sesuai aturan yang telah ditentukan melalui penggunaan manajemen strategis, yang dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sebuah saluran aplikasi, seperti lembaga pemerintah, akan diperlukan untuk pencapaian ini. Dalam hal ini, media adalah sebuah entitas - lembaga pemerintah, organisasi bisnis, atau kelompok masyarakat - yang terbiasa menggunakannya. Organisasi adalah tubuh, dan manajemen adalah jiwanya. Tanpa manajemen, sebuah organisasi

tidak dapat berfungsi secara efektif, dan tanpa manajemen, sebuah organisasi hanya akan ada sebagai sebuah konsep.

Keseluruhan kumpulan pilihan, tindakan, dan komitmen yang harus dibuat oleh bisnis dalam memperoleh daya saing strategis dikenal sebagai proses manajemen strategis. Tindakan yang digunakan untuk memastikan strategi perusahaan disebut sebagai proses manajemen strategis. Melalui proses inilah manajemen membuat keputusan strategis yang memungkinkan organisasi mencapai kinerja yang luar biasa. Menurut Thompson (2001), terdapat 4 tahap dalam proses manajemen strategi, antara lain yaitu:

1) Pemindaian Lingkungan (*Environmental Scanning*)

Proses manajemen strategis dimulai dengan pemindaian lingkungan. Pada titik ini, prosedur untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyediakan data untuk tujuan strategis telah selesai. Analisis elemen eksternal dan internal yang mungkin berdampak pada organisasi dilakukan pada langkah ini. Setelah proses analisis lingkungan selesai, manajer harus melaksanakan penilaian yang berkelanjutan dan berupaya untuk meningkatkan.

2) Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Proses memilih tindakan yang optimal untuk mencapai tujuan organisasi dikenal sebagai perumusan strategi. Manajer membuat rencana korporat, perusahaan, dan fungsional dengan mengikuti analisis lingkungan. Melakukan pengembangan visi dan misi organisasi, menentukan tujuan jangka panjangnya, menghasilkan

beberapa pendekatan yang berbeda untuk organisasi, dan kemudian memilih salah satu yang berhasil adalah bagian dari perumusan strategi.

3) Penerapan Strategi (*Strategy Implementation*)

Implementasi Strategi menempatkan rencana yang telah dikembangkan ke dalam tindakan sehingga dapat bekerja sesuai dengan yang diinginkan. Langkah ini mengimplementasikan rencana yang telah diputuskan oleh organisasi. Mengembangkan prosedur pengambilan keputusan, mengalokasikan sumber daya, mengelola sumber daya manusia, dan membuat struktur organisasi adalah bagian dari penerapan rencana ini.

4) Pengevaluasian Strategi (*Strategy Evaluation*)

Fase akhir dalam proses manajemen strategis adalah evaluasi strategi. Melakukan penilaian pada elemen internal dan eksternal yang mendasari strategi ini, mengukur kinerja, dan menerapkan langkah-langkah perbaikan merupakan kegiatan evaluasi strategi utama. Penilaian ini memastikan bahwa tujuan organisasi telah dipenuhi oleh strategi dan bagaimana strategi tersebut diimplementasikan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, manajemen strategi merupakan suatu aktivitas yang terkait erat dengan proses manajerial organisasi atau bisnis untuk menetapkan tujuan, memilih tindakan atau aktivitas, melaksanakannya, dan mengevaluasinya. Menetapkan tujuan dan sasaran, menilai strategi, menilai lingkungan persaingan, menilai struktur internal, dan memastikan bahwa manajemen masuk ke dalam setiap aspek

perusahaan adalah langkah-langkah dalam proses manajemen strategis. Dengan demikian, untuk mencapai tujuan masa depan, manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seperangkat prosedur yang terkait pada pengambilan keputusan secara menyeluruh yang dilakukan oleh manajemen tingkat atas bersama dengan pertimbangan-pertimbangan dasar yang diputuskan dan diimplementasikan oleh semua komponen yang terlibat dalam organisasi.

1.6.7 Pariwisata

Pariwisata menurut Spillane dalam Chaerunissa (2020) adalah seorang individu atau kelompok yang melakukan perjalanan sementara antar lokasi dalam upaya untuk menemukan keselarasan, keseimbangan, dan kepuasan dengan aspek alam, sosial, budaya, dan ilmiah dari lingkungan. Pariwisata sangat perlu untuk dikembangkan agar dapat terus bertahan dan memberikan manfaat bagi masyarakat dan wilayah pariwisata.

Menurut Prayogo & Febrianita dalam Ulya (2023), individu atau kelompok yang melaksanakan perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lain untuk bersenang-senang dan bersantai dalam jangka waktu tertentu dikenal sebagai pariwisata. Namun, menurut A.J. Burkat dalam Wahyu (2022), pariwisata adalah perjalanan seseorang dalam jangka waktu pendek menuju suatu lokasi yang biasanya digunakan sebagai tempat bekerja dan tempat tinggal, serta kegiatan yang mereka lakukan selama di sana.

Dari beberapa pendapat di atas mengenai pariwisata, maka bisa ditarik kesimpulan bahwasannya individu atau sekelompok orang yang bepergian

untuk bersenang-senang atau alasan lain ke suatu lokasi di luar tempat tinggalnya dapat dikatakan bahwa melakukan kegiatan pariwisata.

1.6.8 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah sebuah tahapan, kegiatan, atau upaya dalam mencapai keseimbangan pemanfaatan sumber daya alam untuk dapat disajikan kepada individu maupun kelompok untuk waktu yang sementara yang tidak dapat diputuskan. Berdasarkan pendapat Clare A. Gunn dalam Ismayanti (2010) menyatakan bahwa suksesnya pengembangan wisata pada suatu wilayah akan bergantung pada kemampuan dalam merencanakan dan menyatukan berbagai komponen pariwisata secara beresinambungan ke dalam suatu perencanaan pembangunan pariwisata.

Menurut Sumardjan dalam Damastuti (2018), pengembangan pariwisata adalah strategi pembangunan yang lengkap yang memperhitungkan faktor sosial, budaya, fisik, dan ekonomi. Strategi tersebut harus memasukkan pertumbuhan pariwisata ke dalam inisiatif pembangunan fisik, sosial, dan ekonomi suatu negara. Rencana tersebut juga harus dapat menawarkan kerangka kerja untuk kebijakan pemerintah yang mendukung dan mengatur pertumbuhan industri pariwisata.

Munasef (1995) mengatakan, pengembangan pariwisata meliputi segala upaya dan kegiatan yang terkoordinir dengan tujuan untuk memikat wisatawan, serta penyediaan semua fasilitas, barang, dan jasa yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan mereka. Sementara itu, Pearce (1981) mengungkapkan jika pengembangan pariwisata bisa dipahami menjadi upaya

dalam menyelesaikan atau mengembangkan fasilitas dan layanan yang diperlukan wisatawan. (Chaerunissa, 2020).

Menurut Sunaryo (2013), komponen dari kerangka pengembangan pariwisata mencakup Aspek 4A (*Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary*), yang mana hal tersebut bisa diuraikan sebagai berikut:

1) *Attraction* (Atraksi)

Atraksi merupakan apa pun yang dapat menarik pengunjung ke destinasi pariwisata, mencakup juga hal-hal yang pada awalnya dapat menarik wisatawan ke suatu tempat. Sumber daya alam dengan atribut fisiknya sendiri dan daya tarik yang melekat pada suatu daerah juga dapat menjadi dasar atraksi. Selain itu, elemen budaya termasuk artefak sejarah, kepercayaan agama, adat istiadat setempat, proses pemerintahan, dan tradisi masyarakat dari masa lalu dan masa kini dapat menjadikannya sebagai daya tarik untuk wisatawan. Hampir setiap lokasi memiliki daya tarik unik yang tidak dapat ditandingi oleh lokasi lain.

2) *Amenities* (Fasilitas Pendukung)

Wisatawan membutuhkan berbagai fasilitas tambahan di tempat wisata, yang dikenal dengan istilah amenities. Berbagai akomodasi, pilihan restoran, tempat hiburan, tempat ritel, dan layanan lainnya termasuk bank, rumah sakit, keamanan, dan asuransi merupakan contoh dari amenities (Cooper dkk, 2000). Fasilitas dan amenitas lain di suatu destinasi dapat mencakup biro perjalanan, restoran, toko-toko yang

menjual kerajinan tangan, cinderamata, bank, tempat penukaran uang, kantor informasi pariwisata, klinik, pub, dan tempat kecantikan, menurut Inskeep dalam Hadiwijoyo (2012). Meskipun fasilitas di setiap lokasi itu berbeda, akan tetapi semuanya dirancang sebagai pemenuhan kebutuhan dasar pengunjung berdasarkan keunikan lokasi tersebut.

3) *Accessibilities* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas meliputi layanan seperti penyewaan mobil dan angkutan lokal, rute, maupun pola perjalanan yang ditawarkan mencakup juga infrastruktur dan fasilitas yang dibutuhkan pengunjung untuk mencapai tempat wisata (Cooper dkk, 2000). Sugama (2011) mendefinisikan aksesibilitas sebagai tingkat di mana sebuah destinasi pariwisata dapat dijangkau oleh wisatawan. Fasilitas yang dapat diakses termasuk kendaraan roda empat, terminal, stasiun kereta api, jalan raya, jalan kereta api, dan jalan tol. Brown dan Stange (2015) mendefinisikan akses sebagai proses di mana seseorang melaksanakan perjalanan dari destinasi awal menuju destinasi tujuan, baik akses tersebut sederhana maupun kompleks.

4) *Ancillary* (Layanan Pendukung)

Menurut Cooper dkk. (2000), *ancillary* adalah bantuan yang diberikan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok, atau pengelola destinasi wisata dalam rangka merencanakan kegiatan pariwisata. Wargenau dan Deborah juga menyatakan dalam Sugama (2011) bahwa *ancillary*

adalah organisasi yang mengelola destinasi wisata, operator tur, lembaga pemerintah, dan asosiasi perjalanan. Pada aspek ini, organisasi tersebut dapat berbentuk peraturan pemerintah dan bantuan yang ditawarkan untuk melakukan kegiatan yang memiliki hubungan dengan pariwisata. Hal yang sama juga berlaku untuk desa wisata, tentu saja kebijakan pemerintah pusat dan daerah yang mendukung pelaksanaan kegiatan pariwisata membantu pembentukan desa wisata.

Berdasarkan uraian sebelumnya, bisa ditarik kesimpulan yakni Pengembangan Pariwisata adalah segala hal yang dilakukan untuk untuk meningkatkan fasilitas, sarana prasarana, sumber daya, maupun barang dan jasa yang dipakai dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan dan menyatukan berbagai komponen pariwisata tersebut secara beresinambungan agar menciptakan destinasi pariwisata yang berkualitas. Dalam penelitian ini pengembangan pariwisata dilihat melalui aspek 4A (*Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary*).

1.6.9 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah singkatan dari 4 unsur yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT adalah salah satu cara yang digunakan dalam menyusun analisis organisasi publik dan organisasi privat yang bertujuan untuk memperoleh interpretasi yang lebih menyeluruh tentang suatu organisasi (Fahmi, 2015).

Analisis SWOT ialah sebuah analisis situasi dan keadaan yang merupakan suatu metode untuk membuat perencanaan yang dipergunakan

untuk melakukan evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dalam suatu kegiatan proyek atau suatu spekulasi keputusan organisasi. Disebutkan oleh beberapa ahli, bahwa analisis SWOT ialah sebuah alat yang dipergunakan untuk membuat perencanaan strategis dan untuk melakukan perkiraan cara yang terbaik dalam menentukan suatu strategi. Intrusmen ini membantu para praktisi untuk memudahkan dalam memilih hal yang akan dituju dan apa saja hal yang memerlukan perhatian.

Thompson & Strickland (2007) mendefinisikan, Analisis SWOT adalah analisis yang dipergunakan untuk mengetahui seberapa besar faktor internal dan faktor eksternal dapat mempengaruhi organisasi perusahaan. Pendekatan ini adalah untuk menilai atau melakukan evaluasi dalam rangka menyeimbangkan kelemahan dan kekuatan yang termasuk faktor internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan faktor eksternal. Menurut Rangkuti (2015), analisis SWOT adalah pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi berbagai komponen untuk mengembangkan strategi perusahaan. Strategi ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara elemen eksternal, seperti peluang dan ancaman, dan faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan.

Analisis SWOT digunakan oleh perusahaan sektor publik dan swasta untuk mengidentifikasi berbagai masalah yang dihadapi atau mungkin dihadapi organisasi. Tujuannya yaitu agar melakukan meminimalisir ancaman dan kelemahan sekaligus menggunakan peluang dan kekuatan secara maksimal. Oleh karena itu, perencanaan strategi organisasi dapat

dirumuskan menggunakan temuan analisis tersebut. Hal ini dikarenakan kemampuan analisis SWOT untuk menampilkan informasi secara menyeluruh mengenai keadaan lingkungan internal dan eksternal yang dimiliki, sehingga memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pilihan strategis yang perlu dibuat.

Rangkuti (2015) berpendapat bahwa dalam melakukan analisis secara lebih lanjut mengenai SWOT, memerlukan juga melihat faktor eksternal dan internal yang menjadi komponen penting dalam analisis SWOT, berikut merupakan penjelasan mengenai faktor eksternal dan internal dalam analisis SWOT:

1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini berdampak pada pengembangan peluang dan ancaman (O dan T), yang terkait dengan keadaan yang terjadi di luar bisnis dan berdampak pada pengambilan keputusan. Lingkungan industri, ekonomi, politik, perundang-undangan, teknologi, populasi, dan sosial budaya adalah beberapa faktor tersebut.

2. Faktor internal

Faktor internal berkaitan dengan keadaan yang ada di dalam organisasi, serta akan memengaruhi bagaimana kekuatan dan kelemahan (S dan W) terbentuk. Komponen ini juga memengaruhi bagaimana keputusan bisnis terbentuk. Semua aspek manajemen fungsional yakni pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan

pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan juga termasuk dalam faktor internal ini.

Pearce and Robinson (2007) mengatakan bahwa manajer dapat dengan cepat menilai status strategis perusahaan dengan menggunakan teknik analisis SWOT yang terkenal. Studi ini berdasarkan kepada pemikiran bahwa strategi yang sukses berasal dari keselarasan yang baik antara keadaan eksternal organisasi dan sumber daya internalnya. Unsur-unsur dalam analisis SWOT antara lain sebagai berikut:

1. *Strengths* (kekuatan), adalah keadaan yang berubah menjadi aset bagi perusahaan. Kekuatan adalah sumber daya tambahan yang memberi perusahaan keunggulan kompetitif atas pesaing.
2. *Weaknesses* (kelemahan), adalah keadaan yang berubah menjadi kelemahan atau kerentanan suatu organisasi. Keterbatasan infrastruktur dan fasilitas, sumber daya manusia organisasi yang buruk, produksi barang yang tidak kompetitif dengan barang dari bisnis lain, dan faktor-faktor lainnya semuanya dapat berkontribusi terhadap masalah ini. Faktor yang paling penting adalah bagaimana suatu organisasi dapat membuat kebijakan untuk mengurangi kerentanannya saat ini.
3. *Opportunities* (peluang), adalah elemen positif dari lingkungan eksternal organisasi yang bahkan dapat digunakan sebagai alat untuk memajukan tujuan organisasi. Dengan membandingkan analisis pesaing internal dengan kekuatan dan kekurangan organisasi,

manajemen puncak dapat menentukan apakah faktor eksternal dapat dimanfaatkan sebagai peluang.

4. *Threats* (ancaman), ialah kebalikan dari peluang, yakni keadaan lingkungan eksternal yang merugikan yang berpotensi mengganggu kemampuan organisasi untuk berfungsi secara normal. Ancaman harus dikenali dengan benar agar dapat segera ditangani, karena kegagalan dalam melakukannya dapat mempersulit pencapaian tujuan perusahaan.

Rangkuti (2015) mengklaim bahwa Matriks SWOT digunakan dalam analisis SWOT untuk membuat rencana organisasi atau bisnis yang secara tepat menguraikan peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi atau perusahaan. Strategi-strategi ini kemudian dapat dimodifikasi untuk memperhitungkan kekuatan dan kelemahan organisasi atau perusahaan. 4 strategi alternatif potensial dihasilkan oleh matriks ini: strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T.

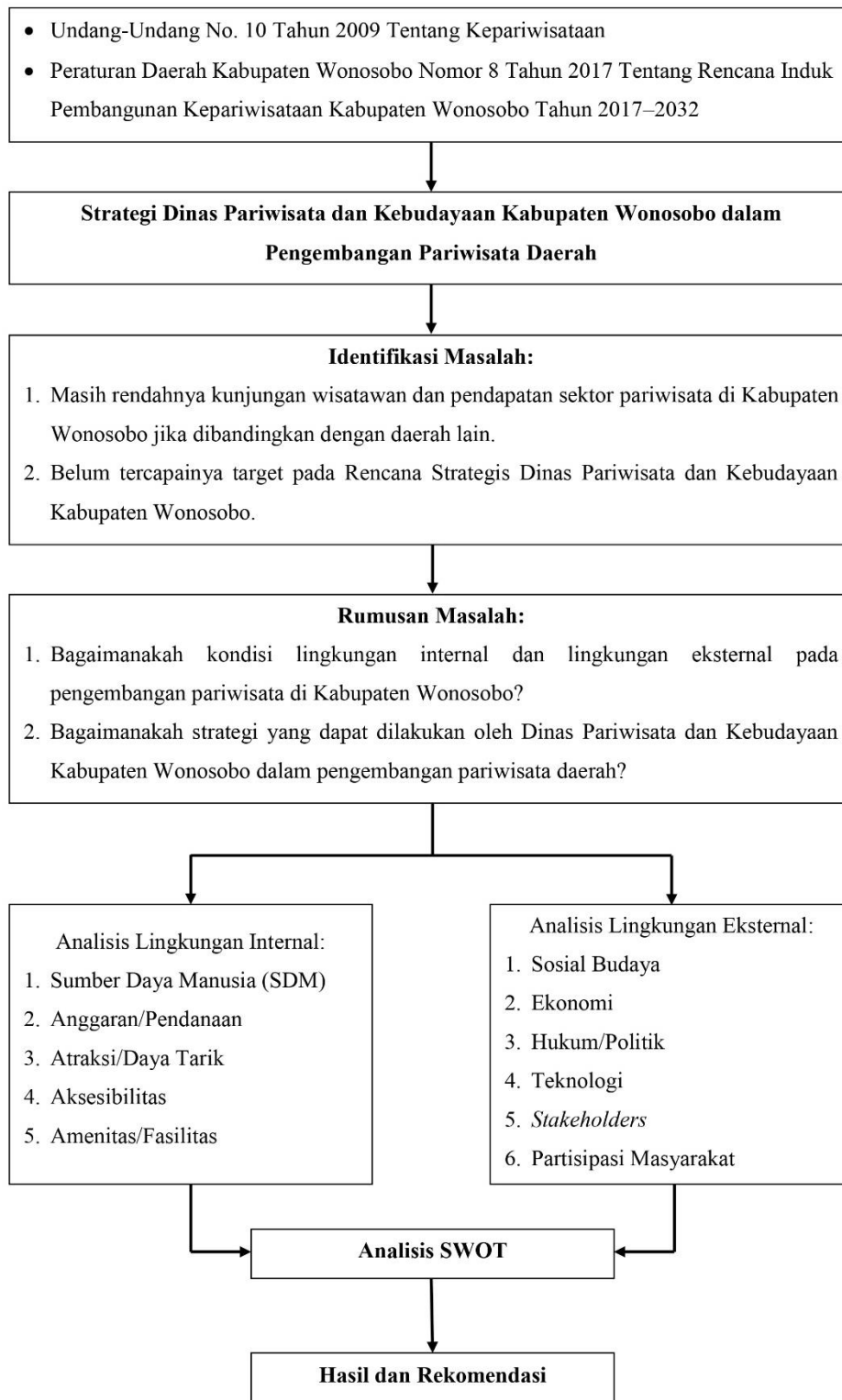
Faktor Internal Faktor Eksternal	Strengths (kekuatan)	Weaknesses (kelemahan)
	Strategi SO strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Opportunities (peluang)		
Threats (ancaman)	Strategi ST strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2015

Gambar 1. 5 Matriks SWOT

Berdasarkan yang sudah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yakni Empat komponen analisis SWOT yaitu Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman adalah alat utama yang digunakan oleh para pemangku kepentingan untuk menentukan tujuan organisasi di masa depan dan menciptakan strategi organisasi yang akan meningkatkan daya saing organisasi. Menemukan elemen internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pertumbuhan organisasi atau perusahaan adalah tujuan dari analisis ini. Pendekatan ini adalah penilaian atau evaluasi yang berusaha mencapai keseimbangan antara komponen internal (kelemahan dan kekuatan) dan eksternal (peluang dan ancaman) organisasi.

1.6.10 Kerangka Pikir Penelitian



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Gambar 1. 6 Kerangka Pikir Penelitian

1.7 Operasionalisasi Konsep

1.7.1 Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan Internal merupakan unsur-unsur yang berasal dari dalam organisasi yang dapat berupa kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dari suatu organisasi. Dalam penelitian ini terdapat beberapa subfenomena yang diamati, yaitu:

1. Sumber Daya Manusia (SDM), adalah komponen utama sekaligus penggerak roda organisasi dalam upaya pencapaian visi, misi, tujuan, sasaran dan strategi organisasi.
2. Anggaran, merupakan sumber dana atau keuangan yang akan digunakan dalam melakukan pengembangan pariwisata yang disusun secara sistematis.
3. Atraksi, merupakan apa pun yang dapat menarik pengunjung ke destinasi pariwisata, mencakup juga hal-hal yang pada awalnya dapat menarik wisatawan ke suatu tempat.
4. Aksesibilitas, adalah segala hal yang dibutuhkan dan digunakan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata
5. Amenitas, adalah berbagai fasilitas pendukung untuk memenuhi kebutuhan wisatawan pada destinasi wisata.

1.7.2 Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan Eksternal merupakan unsur-unsur yang berasal dari luar organisasi yang berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), dimana unsur ini cenderung sulit untuk dikendalikan dan memiliki pengaruh

besar terhadap pengambilan keputusan. Adapun subfenomena yang diamati yaitu:

1. Sosial Budaya, merupakan kondisi sosial budaya masyarakat sekitar destinasi wisata yang dapat berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata.
2. Ekonomi, merupakan kondisi perekonomian masyarakat sekitar destinasi wisata yang dapat berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata.
3. Hukum, merupakan kebijakan atau regulasi yang diterapkan oleh pemerintah daerah mengenai pengembangan pariwisata.
4. Teknologi, merupakan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan pariwisata dapat berupa pemanfaatan sosial media ataupun inovasi terkait penggunaan teknologi.
5. *Stakeholders*, merupakan pihak-pihak yang ikut serta dalam pengembangan pariwisata.
6. Partisipasi masyarakat, merupakan keterlibatan aktif masyarakat sekitar destinasi wisata pada kegiatan pariwisata.

1.8 Argumen Penelitian

Penelitian ini membahas dan menganalisis mengenai lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, serta strategi yang dapat dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten

Wonosobo. Penelitian ini dilakukan karena Kabupaten Wonosobo merupakan wilayah yang memiliki beragam potensi pariwisata apalagi dengan adanya KSPN Dieng yang menjadi daya tarik utama pariwisata di Kabupaten Wonosobo. Namun, ternyata industri pariwisata Kabupaten Wonosobo masih menghadapi beberapa masalah, termasuk rendahnya jumlah pengunjung dan pendapatan, sedikitnya kontribusi terhadap PAD, dan rata-rata lama tinggal pengunjung yang pendek. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara menyeluruh mengenai strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam melakukan pengembangan pariwisata di daerahnya.

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Sugiyono (2019) mengungkapkan bahwa metode penelitian merupakan sebuah pendekatan ilmiah yang dipakai dalam mengumpulkan data, yang memiliki kegunaan dan kelebihan tertentu. Metode kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang dipakai pada penelitian ini. Sugiyono (2019) juga mengatakan bahwa salah satu teknik untuk mengkaji objek alam adalah penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif dapat membantu dalam menyelidiki dan memahami masalah sosial. Pengumpulan data menggunakan pendekatan kualitatif dilakukan dengan menanyakan kepada penyedia data tentang pengalaman dan sudut pandang mereka.

Dalam penelitian ini, penelitian deskriptif-yang berusaha menggambarkan peristiwa-peristiwa yang terjadi secara nyata, realistis,

aktual, dan kontemporer-digunakan sebagai metodologi penelitian (Rukajat, 2018). Menurut Moleong dalam Nasution (2023), penelitian kualitatif adalah pendekatan ilmiah yang menggunakan deskripsi verbal dan bahasa dalam sebuah latar alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah dalam pemahaman tentang fenomena yang dirasakan oleh subjek penelitian.

Penelitian yang dilaksanakan oleh penulis terkait strategi pengembangan pariwisata akan lebih tepat menggunakan penelitian kualitatif karena nantinya tiap informan akan menginterpretasikan pengalaman masing-masing sesuai dengan perannya. Penggunaan pendekatan kualitatif dipilih oleh peneliti untuk menganalisis fenomena penelitian secara lebih mendalam terhadap substansi fenomena di lapangan. Pada penelitian ini data didapatkan melalui pengalaman ataupun pendapat responden dan hasil laporan dari penelitian ini akan menggambarkan suatu fenomena yang terjadi secara sistematis, akurat, dan berdasarkan fakta yang ada. Sehingga akan didapatkan penjelasan secara terperinci mengenai strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo.

1.9.2 Situs Penelitian

Situs penelitian adalah wilayah maupun tempat dilakukannya penelitian. Penentuan situs penelitian ditentukan berdasar rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah disusun. Berdasarkan fokus penelitian yang berkaitan dengan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo, maka lokus penelitian ini meliputi seluruh wilayah Kabupaten Wonosobo dimana fokus utamanya yaitu pada Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan Kabupaten Wonosobo serta destinasi wisata yang dinaungi oleh Pemerintah Kabupaten Wonosobo.

1.9.3 Fenomena Penelitian

Tabel 1.6 Fenomena Penelitian

Fokus	Fenomena	Subfenomena	Gejala
Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dalam Pengembangan Pariwisata Daerah	Lingkungan Internal	Sumber Daya Manusia (SDM)	1. Kuantitas Sumber Daya Manusia 2. Kualitas Sumber Daya Manusia
		Anggaran	1. Kecukupan anggaran dalam menjalankan organisasi 2. Pengelolaan anggaran
		Atraksi	1. Jenis atraksi yang tersedia 2. Potensi atraksi
		Aksesibilitas	1. Ketersediaan transportasi pada destinasi wisata 2. Kondisi aksesibilitas jalan menuju destinasi wisata
		Amenitas	1. Ketersediaan fasilitas-fasilitas pada destinasi wisata 2. Kondisi fasilitas pada destinasi wisata
	Lingkungan Eksternal	Sosial Budaya	1. Kondisi sosial budaya masyarakat sekitar destinasi wisata
		Ekonomi	1. Kondisi perekonomian masyarakat sekitar destinasi wisata
		Hukum	1. Regulasi atau kebijakan terkait
		Teknologi	1. Bentuk pemanfaatan teknologi
		<i>Stakeholders</i>	1. <i>Stakeholders</i> yang terlibat
		Partisipasi Masyarakat	1. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

1.9.4 Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), subjek penelitian mencakup individu atau sekelompok orang yang dapat digunakan sebagai sumber informasi oleh peneliti dengan menggunakan metode wawancara. Subjek dapat dikategorikan sebagai sumber data yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yakni dipilih melalui perhitungan dan alasan tertentu. Adapun subjek yang akan diteliti yaitu pihak-pihak yang terlibat dalam strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo, antara lain yaitu Sekretaris Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, Kepala Bidang Destinasi Wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, Kepala UPTD Pengelolaan Obyek Wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, wisatawan yang berkunjung, serta masyarakat sekitar destinasi wisata.

1.9.5 Jenis Data

Menurut Pakpahan, dkk (2021) terdapat 2 jenis data antara lain data kuantitatif dan data kualitatif. Pada data kuantitatif didefinisikan sebagai sebuah data yang berbentuk angka dan data tersebut didapatkan melalui perhitungan (penjumlahan, pengukuran, dll) pada sebuah variabel. Sedangkan data kualitatif ialah data yang bukan merupakan bentuk angka yang didapatkan melalui metode seperti rekaman, pengamatan, wawancara atau bahan tertulis. Jenis data yang digunakan pada merupakan data kualitatif, yakni data dengan bentuk ucapan, narasi atau kata-kata, skema dan gambar.

Pengumpulan data kualitatif tersebut didapatkan melalui studi literasi, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang telah didapatkan tersebut kemudian diolah untuk diubah sebagai informasi dalam penelitian ini.

1.9.6 Sumber Data

Sumber data menurut Zuldafrial (2012) adalah sumber asal diperolehnya suatu data. Sumber data pada penelitian ini diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Yang penjelasannya sebagai berikut:

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang didapatkan dari sumber pertama melalui teknik observasi, wawancara, audio, visual maupun dengan rancangan instrumen pengukuran khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari informan penelitian yaitu Sekretaris Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, Kepala Bidang Destinasi Wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, serta Kepala UPTD Pengelolaan Obyek Wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data penunjang yang didapatkan melalui sumber tidak langsung yang diolah untuk dijadikan sebagai informasi. Adapun data sekunder pada penelitian ini ditemukan pada data dokumen-dokumen seperti buku, hasil penelitian terdahulu, artikel, jurnal,

dokumen, arsip-arsip resmi pemerintah, foto, statistik, ulasan masyarakat melalui media sosial dan sumber lain yang berkaitan.

1.9.7 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2009) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data adalah tahapan yang sangat strategis pada proses penelitian karena berkaitan erat dengan tujuan utama penelitian, yaitu mengumpulkan data. Tujuan dari strategi pengumpulan data adalah untuk mengumpulkan informasi dari satu sumber dengan menggunakan berbagai metode. Beberapa teknik yang dipakai dalam rangka mendapatkan data dari informan dalam penelitian ini antara lain:

a. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2018), wawancara adalah kegiatan mempertemukan 2 orang yang bertujuan untuk bertukar informasi sehingga informasi tersebut dapat dijadikan data dalam penelitian. Teknik pengumpulan pada data diterapkan melalui sistem tanya jawab kepada informan yang telah dipilih berdasarkan pertanyaan yang telah dipertimbangkan dan ditentukan sebelumnya. Tipe pertanyaan yang diajukan dalam wawancara penelitian ini menggunakan *interview guide*, yaitu panduan pertanyaan yang digunakan dalam memperoleh jawaban yang lebih luas dan mendalam. Penelitian ini akan mewawancarai secara langsung kepada para pihak-pihak yang terlibat dalam strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo.

b. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2018) observasi adalah data yang ditemukan pada kondisi senyatanya didalam sebuah penelitian. Adapun untuk melakukan metode observasi penulis menggunakan observasi partisipatif dengan secara langsung mengamati dan melibatkan diri terhadap kenyataan di lapangan untuk memperoleh gambaran secara luas kondisi di Kabupaten Wonosobo. Teknik pengumpulan data diterapkan dengan pengamatan secara sistematis dan terukur berkaitan dengan fenomena yang terjadi dalam strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo melalui pengamatan langsung di lapangan. Hal tersebut dilaksanakan dalam rangka untuk mengetahui bagaimana fenomena yang terjadi.

c. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan mengacu pada dokumen maupun catatan terhadap suatu peristiwa yang telah terjadi. Dokumentasi dapat berupa gambar, tulisan, maupun karya historis seseorang. Pada penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan data sekunder yang memiliki kaitan dengan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo.

1.9.8 Analisis dan Interpretasi Data

Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa analisis data pada penelitian kualitatif bersifat induktif, yang berarti bahwa analisis data bersumber pada data yang terkumpul dan setelahnya dilakukan pengembangan menjadi suatu

hipotesis. Teknik analisis data Model Miles, Huberman, dan Saldana digunakan sebagai bagian dari metode penelitian kualitatif. Dalam Fiantika, dkk. (2022), Miles, Huberman, dan Saldana mengatakan bahwa tugas analisis data pada penelitian kualitatif sifatnya interaktif dan terjadi secara berkesinambungan sampai selesai. Tugas-tugas tersebut meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Data Condensation* (Kondensasi Data)

Kondensasi data merupakan sebuah kegiatan yang didalamnya berisi proses pemilihan, pemusatan, penyederhanaan sebuah data yang didapat melalui segala cara dalam memperoleh data. Data dikumpulkan kemudian akan dirangkum dan diolah disesuaikan dengan pembahasan yaitu strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Tabel, grafik, diagram lingkaran, dan alat bantu visual lainnya dipakai dalam rangka menyampaikan data pada penelitian kualitatif. Tujuannya adalah agar data lebih mudah dipahami dengan menyusunnya ke dalam pola relasional. Uraian singkat, diagram, korelasi antarkategori, dan alat bantu visual lainnya dapat dipakai dalam menampilkan data pada penelitian kualitatif. Selain prosa naratif, Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2018) menyarankan agar reduksi data dilakukan dalam bentuk penyajian data, yang dapat meliputi grafik, matriks, jaringan, dan diagram.

c. *Conclusion Drawing* (Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan)

Kesimpulan dan verifikasi adalah langkah-langkah selanjutnya. Pada penelitian kualitatif, kesimpulan merupakan hasil temuan baru. Hasil-hasil tersebut meliputi gambar atau deskripsi dari objek yang diteliti. Setelah data-data yang dibutuhkan diperoleh, peneliti melakukan kondensasi data untuk memilih informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Untuk menarik kesimpulan, maka dilakukan penyusunan atau pengemasan temuan-temuan reduksi data.

1.9.9 Kualitas Data

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, data dianggap asli apabila tidak terdapat ketidaksesuaian antara data yang terkumpul di lapangan dengan data yang dimiliki dan dilaporkan oleh peneliti. Triangulasi adalah salah satu teknik yang dipakai pada penelitian ini untuk memverifikasi kualitas data. Triangulasi menurut William Wiersma dalam Sugiyono (2018) adalah proses verifikasi informasi dari beberapa sumber dengan bermacam cara dan waktu. Sugiyono (2018) membagi triangulasi menjadi tiga kategori, yaitu sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Dilaksanakan melalui verifikasi informasi lewat berbagai sumber untuk menilai kredibilitasnya.

b. Triangulasi Teknik

Dilaksanakan menggunakan verifikasi melalui teknik yang berbeda dengan sumber sama.

c. Triangulasi Waktu

Dilakukan pengecekan data dengan dilakukan metode yang sama namun waktunya berbeda.

Penelitian ini dilakukan dengan memperoleh data dari berbagai sumber. Peneliti menggunakan beberapa metode seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam memperoleh data yang diperlukan. Seperti dalam hal wawancara peneliti tidak hanya melakukan wawancara pada waktu tertentu dan pada satu informan saja, namun peneliti melakukan wawancara di beberapa waktu yang berbeda dan memilih informan yang berbeda. Dengan hasil wawancara tersebut disesuaikan dengan metode pengambilan data lain seperti observasi dan dokumentasi.