

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, sektor pariwisata menjadi salah satu elemen penting dalam mendukung tercapainya agenda pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs). Seluruh negara, termasuk negara-negara maju, memiliki tanggung jawab yang sama dalam mewujudkan Tujuan dan Target SDGs. SDGs mencakup 17 sasaran utama, yaitu: Penghapusan Kemiskinan; Penghapusan Kelaparan; Kehidupan Sehat dan Sejahtera; Pendidikan Berkualitas; Kesenjangan Gender; Akses terhadap Air Bersih dan Sanitasi Layak; Energi Bersih dan Terjangkau; Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi; Industri, Inovasi, dan Infrastruktur; Pengurangan Ketimpangan; Kota dan Permukiman yang Berkelanjutan; Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab; Penanganan Perubahan Iklim; Ekosistem Laut; Ekosistem Darat; serta Perdamaian; Keadilan; dan Kelembagaan yang Tangguh. Visualisasi target SDGs dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1.1 Sustainable Development Goals
Sumber: Situs Resmi SDGs Indonesia 2030

Sebagaimana tercantum dalam tujuan dan target SDGs, salah satu pilar utama pembangunan berkelanjutan yang saat ini tengah dikembangkan di Indonesia adalah upaya pengentasan kemiskinan melalui penciptaan pertumbuhan ekonomi, pelestarian kualitas lingkungan dan ekosistem, serta perlindungan terhadap budaya lokal masyarakat. Urgensi agenda Sustainable Development Goals (SDGs) semakin relevan dengan munculnya tren pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pengelolaan pariwisata. Hal ini tercermin dalam pengembangan dan penerapan konsep *Community Based Tourism* (CBT) oleh *ASEAN Secretariat* (2016), serta penguatan prinsip pariwisata berkelanjutan (sustainable tourism) oleh organisasi internasional seperti *Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC). Kedua organisasi tersebut pada dasarnya menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat lokal dalam sektor pariwisata.

Wisata air menjadi bentuk pariwisata alternatif yang dapat dikembangkan seiring dengan adanya pergeseran model pembangunan pariwisata yang menitikberatkan pada aspek sosial, ekologis, dan pendekatan berbasis masyarakat. Wisata air merupakan aktivitas pariwisata yang memanfaatkan potensi perairan seperti sungai, danau, waduk, dan pantai sebagai daya tarik utama, dengan mengedepankan keunikan lingkungan perairan dan interaksi sosial masyarakat sekitar sebagai bagian dari pengalaman wisata (Zebua, 2016). Pembangunan ekonomi lokal tidak dapat dilepaskan dari upaya mendorong pengembangan wilayah berbasis potensi lokal, termasuk kekayaan sumber daya air yang dapat dikembangkan menjadi objek wisata unggulan. Upaya meningkatkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dapat dilakukan melalui kolaborasi antar berbagai komponen masyarakat dalam komunitas lokal, dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya perairan secara bijak dan lestari, sehingga mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat di

sekitarnya. Pengembangan Sumberdaya Ekonomi Lokal (*Local Economic Resources Development*) pada dasarnya merupakan suatu proses partisipatif berbasis komunitas dalam mengelola wilayah sesuai dengan potensi sumber daya yang dimiliki, termasuk sumber daya air, guna mewujudkan peningkatan pendapatan ekonomi lokal, pertumbuhan wilayah, serta penciptaan lapangan kerja baru. Dalam pengembangan destinasi wisata air, pemerintah berencana menyusun strategi pembangunan kawasan wisata berbasis pada prinsip Pengembangan Sumberdaya Ekonomi Lokal (*Local Economic Resources Development*). Lingkungan wisata air tersebut akan dikelola secara terencana dan berkelanjutan, sehingga memiliki karakteristik yang unik sebagai daya tarik pariwisata, yang tidak hanya bernilai rekreasi tetapi juga memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat.

Di Indonesia, sektor kepariwisataan telah memiliki landasan hukum yang jelas melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Undang-undang ini merumuskan pariwisata sebagai serangkaian kegiatan perjalanan yang melibatkan berbagai aktivitas wisata dan didukung oleh beragam fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, Pemerintah Pusat, maupun Pemerintah Daerah. Pariwisata dipandang sebagai sektor strategis yang menjanjikan, karena tidak hanya berpotensi meningkatkan pendapatan negara melalui sektor pajak dan devisa, tetapi juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional secara menyeluruh. Lebih dari itu, pengembangan sektor pariwisata juga memberikan dampak positif dan kontribusi langsung terhadap kesejahteraan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh keterlibatan masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan, baik secara langsung sebagai pelaku usaha maupun secara tidak langsung melalui dukungan terhadap ekosistem wisata. Keterlibatan ini

mencerminkan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara masyarakat dan konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Pariwisata di Indonesia pada tahun 2024 merujuk pada *Travel and Tourism Development Index* yang dirilis oleh World Economic Forum (WEF) menunjukkan peningkatan signifikan dengan menempati urutan ke-22 dari 119 negara, setelah sebelumnya berada di posisi ke-32 pada tahun 2021 dan posisi ke-40 pada tahun 2019. Peningkatan peringkat ini mencerminkan kemajuan nyata dalam pengembangan sektor pariwisata nasional di tengah persaingan global yang semakin ketat. Capaian tersebut menjadi indikator positif terhadap efektivitas strategi pembangunan pariwisata yang diterapkan pemerintah, khususnya dalam mengelola potensi lokal dan memperkuat daya saing destinasi. Meskipun demikian, beberapa aspek masih menjadi perhatian, seperti infrastruktur pariwisata, kualitas layanan kesehatan, teknologi informasi, dan kesiapan sumber daya manusia yang dinilai masih memerlukan penguatan. Pemerintah terus mengupayakan peningkatan pada sektor-sektor tersebut melalui pendekatan kolaboratif yang melibatkan lintas sektor, dengan target menjadikan Indonesia sebagai salah satu dari 15 besar negara dengan sektor pariwisata paling kompetitif di dunia. Upaya ini juga mencakup pengembangan potensi lokal, peningkatan promosi destinasi, dan perbaikan sistem pendukung lainnya guna mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis pariwisata secara berkelanjutan.

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia yang semakin pesat tercermin dari kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya melalui sumbangannya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang menunjukkan tren peningkatan secara konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ini mengindikasikan bahwa pariwisata tidak hanya berperan sebagai sektor pendukung,

tetapi telah menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi. Penetapan pariwisata sebagai *leading sector* memperkuat posisinya sebagai penggerak utama integrasi program lintas sektor serta sebagai motor penggerak berbagai sektor ekonomi prioritas, seperti transportasi, industri kreatif, perdagangan, dan jasa. Melalui optimalisasi peran ini, pariwisata mampu menambah pemasukan negara secara signifikan, baik dari kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara, sekaligus mendorong pemerataan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di berbagai daerah tujuan wisata.

Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami penurunan tajam pada tahun 2021, tercatat hanya mencapai 1.557.530 kunjungan. Penurunan drastis ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang membatasi mobilitas masyarakat secara global, termasuk wisatawan internasional yang hendak berkunjung ke Indonesia (Kemenparekraf, 2022). Situasi tersebut menjadi tantangan besar bagi sektor pariwisata nasional pada tahun tersebut, yang sebelumnya merupakan salah satu penyumbang utama pendapatan negara. Dalam rangka mewujudkan kesejahteraan dan pemerataan kemakmuran bagi seluruh masyarakat Indonesia, Pemerintah merespons kondisi tersebut dengan mengacu pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Undang-undang ini menjabarkan hak dan kewenangan daerah yang mencakup prinsip Dekonsentrasi, Desentralisasi, dan Tugas Pembantuan, sebagai upaya mendorong kemandirian daerah dalam mengelola pemerintahan dan pembangunan, termasuk dalam sektor pariwisata. Pemerintah Daerah memiliki peran strategis dalam merancang dan mengimplementasikan langkah-langkah pengembangan masyarakat lokal agar mampu secara mandiri mengelola potensi Sumber Daya Alam (SDA), Sumber

Daya Manusia (SDM), serta kearifan lokal sebagai basis pengembangan destinasi wisata. Upaya tersebut diwujudkan melalui berbagai bentuk inisiatif seperti pembangunan Desa Wisata, Desa Mandiri, Kampung Tematik, Kampung Nelayan, dan program serupa yang berbasis potensi wilayah. Salah satu provinsi yang menonjol dalam implementasi strategi ini adalah Provinsi Jawa Tengah, yang dikenal memiliki beragam tujuan wisata, mulai dari kekayaan alam, keragaman budaya, hingga perkembangan industri pariwisata yang kian dinamis dan potensial untuk dipasarkan sebagai destinasi unggulan di tingkat nasional maupun internasional.

Tabel 1.1

Tahun (Year)	Wisatawan Manca Negara (International Visitor)	Wisatawan Nusantara (Domestic Visitor)	Jumlah (Total)
2014	419.584	29.852.095	30.271.679
2015	375.166	31.432.080	31.807.246
2016	578.924	36.899.776	37.478.700
2017	781.107	40.118.470	40.899.777
2018	677.168	48.943.607	49.620.775
2019	691.699	57.900.863	58.592.562
2020	78.290	22.629.085	22.707.375
2021	1.793	21.332.409	21.334.202
2022	144.691	46.465.437	46.610.128
2023	464.719	56.485.087	56.949.806
2024	593.168	68.887.558	69.480.726

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Kunjungan Wisatawan di Jawa Tengah

Sumber: BPS Provinsi Jawa Tengah (2025)

Tabel 1.1 memaparkan data jumlah pengunjung wisatawan mancanegara dan domestik di Provinsi di Jawa Tengah, dimana jumlah wisatawan mancanegara mengalami fluktuasi jumlah pengunjung yang datang ke Provinsi Jawa Tengah setiap tahunnya. Jumlah pengunjung paling rendah terjadi pada tahun 2021 sebanyak 1.793 wisatawan dan jumlah pengunjung paling banyak terjadi pada tahun

2017 sebanyak 781.107 wisatawan. Untuk jumlah wisatawan domestik ke Provinsi Jawa Tengah terjadi penurunan yang signifikan dengan perbandingan jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun 2020 sebanyak 22.629.085 wisatawan dan menurun pada tahun 2021 menjadi 21.332.409 wisatawan. Menanggapi hal tersebut, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melaksanakan program pengembangan pariwisata melalui program pengembangan objek wisata, seperti objek wisata yang ada di Kabupaten Klaten yang sedang giat-giatnya dikembangkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah maupun Pemerintah Kabupaten Klaten.

Kabupaten Klaten pada saat ini sedang memperkuat pengelolaan dan pengembangan sektor pariwisata melalui dua peraturan utama. Peraturan yang pertama, Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2014 yang menetapkan "Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Klaten Tahun 2014–2029". Perda ini mengatur visi, misi, strategi, arah kebijakan, serta pelaksanaan dan pengendalian pembangunan pariwisata, termasuk penentuan daya tarik wisata dan kawasan strategis pariwisata (KSP) sebagai fondasi jangka panjang bertingkat kabupaten. Peraturan yang kedua, Perda Nomor 12 Tahun 2023, yang mencabut Perda No. 12/2017, mengatur secara lebih komprehensif tentang penyelenggaraan kepariwisataan. Materi Perda tersebut mencakup asas, fungsi, prinsip pembangunan kepariwisataan, pengelolaan daya tarik, kawasan strategis, usaha pariwisata, badan promosi, sertifikasi SDM, pembinaan, pengawasan, sinergitas pengelolaan, pembiayaan, bahkan sanksi pidana bagi pelanggaran.

Melalui Perda 2014-2029, Klaten menetapkan kerangka strategis termasuk pengembangan visi berkelanjutan dan penguatan infrastruktur kawasan wisata. Sedangkan Perda Nomor 12 Tahun 2023 lebih menekankan aspek operasional dan institusional, seperti pembentukan badan promosi lokal, standarisasi SDM

pariwisata, serta pengaturan hak dan kewajiban pelaku usaha. Dengan kekayaan budaya seperti candi Plaosan, pintu masuk ke kawasan Prambanan, serta keindahan alam lereng Merapi, Kabupaten Klaten memiliki potensi wisata alam, budaya, sejarah, dan desa wisata. Kedua perda tersebut membentuk dasar hukum kuat untuk mengembangkan potensi yang beragam ini, selaras dengan visi pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Wilayah Kabupaten Klaten menyimpan potensi pariwisata yang cukup besar, dengan aneka ragam objek wisata yang memiliki daya tarik tersendiri. Secara umum, jenis wisata yang berkembang di Klaten meliputi wisata alam, wisata budaya, dan wisata religi. Salah satu destinasi wisata alam unggulan di Klaten adalah Umbul Ponggok, sebuah kolam alami dengan air yang sangat jernih, yang menjadi favorit untuk kegiatan snorkeling serta fotografi bawah air. Selain itu, Rowo Jombor juga dikenal sebagai kawasan wisata air yang menawarkan panorama alam yang memikat, serta pengalaman wisata kuliner apung yang unik dan menjadi daya tarik tersendiri. Di bidang wisata budaya, Candi Prambanan merupakan ikon utama yang tidak hanya menjadi simbol sejarah, tetapi juga destinasi unggulan yang masuk dalam warisan budaya dunia. Selain itu, Kabupaten Klaten juga memiliki kompleks candi lain, seperti Candi Plaosan yang dikenal dengan keindahan arsitektur, serta Candi Sewu yang menyimpan nilai sejarah tinggi. Untuk wisata religi, Klaten memiliki beberapa lokasi ziarah penting, antara lain Makam Sunan Pandanaran dan Makam Ki Ageng Gribig, yang kerap dikunjungi peziarah dari berbagai daerah karena nilai spiritual dan historis yang terkandung di dalamnya. Berikut adalah tabel jumlah wisatawan di Kabupaten Klaten pada tahun 2014-2024:

Tabel 1.2

Jumlah Pengunjung Wisata Klaten Tahun 2014-2024

Tahun (Year)	Wisatawan Manca Negara (International Visitor)	Wisatawan Nusantara (Domestic Visitor)	Jumlah (Total)
	-	321.412	321.412
2015	220	329.021	329.241
2016	372	377.409	377.781
2017	190.686	2.224.294	2.424.980
2018	222.273	2.483.945	2.706.218
2019	183.559	3.883.024	4.066.583
2020	22.199	1.399.167	1.421.366
2021	463	1.632.085	1.632.548
2022	60.461	4.777.338	4.837.799
2023	163.882	6.309.870	6.473.752
2024	214.811	6.647.805	6.862.616

Sumber : BPS Kabupaten Klaten (2025)

Tabel di atas menyajikan data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara selama satu dekade terakhir, dari tahun 2015 hingga 2024.

Secara umum, terdapat kecenderungan peningkatan signifikan dalam jumlah total kunjungan wisatawan, terutama dari wisatawan nusantara, meskipun terdapat fluktuasi yang mencerminkan pengaruh berbagai dinamika global dan nasional.

Pada tahun 2017, dengan kunjungan wisatawan mancanegara meningkat tajam menjadi 190.686 orang, sementara wisatawan nusantara mencapai 2.224.294 orang.

Peningkatan ini terus berlanjut hingga tahun 2019, di mana tercatat total kunjungan mencapai 4.066.583 orang—terdiri atas 183.559 wisatawan mancanegara dan 3.883.024 wisatawan nusantara.

Namun, pada tahun 2020 dan 2021, terjadi penurunan drastis yang signifikan, yang dapat dikaitkan langsung dengan dampak pandemi COVID-19 terhadap sektor pariwisata. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan mancanegara hanya mencapai 22.199 orang, dan wisatawan nusantara turun menjadi 1.399.167 orang, dengan

total kunjungan hanya 1.421.366 orang. Situasi serupa masih berlanjut pada 2021, meskipun terdapat sedikit peningkatan dari sisi wisatawan domestik.

Pemulihan mulai terlihat pada tahun 2022, di mana jumlah wisatawan mancanegara meningkat menjadi 60.461 orang, dan wisatawan nusantara melonjak tajam menjadi 4.777.338 orang, sehingga total kunjungan mencapai 4.837.799 orang. Tren ini terus menunjukkan peningkatan pada tahun-tahun berikutnya. Pada 2023, jumlah wisatawan mancanegara mencapai 163.882 orang, sedangkan wisatawan nusantara naik menjadi 6.309.870 orang. Puncaknya terjadi pada tahun 2024, dengan rekor kunjungan tertinggi yaitu 6.862.616 orang, terdiri dari 214.811 wisatawan mancanegara dan 6.647.805 wisatawan nusantara.

Salah satu potensi pariwisata yang menonjol di Kabupaten Klaten adalah objek wisata Objek Mata Air Cokro. Objek Mata Air Cokro terletak di Desa Cokro, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten, dan dikenal sebagai kawasan dengan sumber mata air alami yang sangat jernih dan melimpah. Wilayah desa Cokro sendiri berkembang menjadi destinasi wisata berbasis alam yang terus mengalami peningkatan kunjungan setiap tahunnya. Sejak beberapa tahun terakhir, kawasan Objek Mata Air Cokro mulai mendapatkan perhatian serius dalam pengembangan pariwisata lokal karena dinilai memiliki potensi besar, baik dari sisi kualitas sumber daya alam yang mendukung wisata air seperti tubing dan riverboarding, maupun dari sisi sumber daya manusia yang mulai aktif terlibat dalam pengelolaan kawasan wisata. Upaya pengembangan objek wisata Mata Air Cokro sejalan dengan semangat pemberdayaan masyarakat dan pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan (Djaeni et al, 2023)

Dari sisi ekologis, OMAC memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan wisata air yang lain yang terdapat di Kabupaten Klaten berupa debit air yang besar, yakni

sekitar 1.500 liter per detik, menjadikannya salah satu mata air alami dengan kapasitas aliran yang tinggi di kawasan Klaten (Syahidah et al, 2023). Volume air yang stabil sepanjang tahun menunjukkan bahwa sumber mata air ini memiliki daya dukung lingkungan yang baik serta potensi konservasi yang besar. Ketersediaan air bersih dan jernih ini sangat mendukung pengembangan wisata berbasis air seperti kolam renang, *rafting*, *snorkeling*, dan *river tubing*, yang semakin diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, kawasan ini dikelilingi oleh vegetasi hijau berupa pepohonan besar dan semak alami yang tumbuh secara endemik, menciptakan iklim mikro yang sejuk, teduh, dan nyaman. Kombinasi antara elemen air dan vegetasi ini menjadikan OMAC tidak hanya ideal sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai kawasan wisata alam dan ekowisata yang potensial untuk dikembangkan dalam kerangka pelestarian lingkungan jangka panjang.

Dalam dimensi ekonomi, OMAC memiliki kontribusi penting terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Klaten. Data Dinas Pariwisata Klaten (2024) mencatat bahwa total kunjungan mencapai 172.000 wisatawan dengan perolehan Rp2,1 miliar pada tahun 2023. Pertumbuhan ini berimplikasi pada peningkatan permintaan layanan dan produk lokal seperti kuliner, pemandu wisata, hingga cinderamata. Aktivitas wisata yang berlangsung secara kontinu di kawasan ini memberikan dampak ekonomi langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat sekitar. Keberadaan OMAC turut mendorong pertumbuhan sektor ekonomi mikro seperti pedagang kaki lima, penyedia jasa pelampung dan pemandu wisata, hingga pelaku usaha kuliner lokal yang menjajakan makanan khas Klaten (Rahmawati, 2023). Namun, sebagaimana disebutkan Rahmawati (2023), tantangan yang muncul adalah rendahnya kapasitas

manajemen usaha mikro masyarakat desa wisata yang menyebabkan manfaat ekonomi belum merata. Dengan jumlah kunjungan wisatawan yang menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun, OMAC memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai kawasan investasi wisata strategis.

Potensi sosial dan budaya juga menjadi salah satu aspek utama dari daya tarik OMAC yang memperkaya nilai destinasi ini secara holistik. Sebagai situs budaya lokal yang telah hidup dalam keseharian masyarakat, Umbul Cokro menjadi lokasi tradisional pelaksanaan *padusan*, yakni ritual mandi untuk menyucikan diri yang biasa dilakukan menjelang bulan Ramadan. Tradisi ini tidak hanya memiliki makna spiritual, tetapi juga menjadi warisan budaya takbenda yang memperkuat identitas kultural masyarakat Klaten (Nurhayati, 2019). Selain *padusan*, masyarakat juga memanfaatkan kawasan ini untuk melakukan praktik *kungkum* (berendam dalam air dengan meditasi), serta kegiatan spiritual lainnya yang telah berlangsung secara turun-temurun. Aktivitas tersebut menjadikan OMAC sebagai ruang sosial yang memiliki nilai simbolik dan spiritual yang mendalam, di mana masyarakat dapat membangun hubungan antara manusia, alam, dan nilai-nilai adat yang diwariskan secara kolektif. Nilai-nilai ini juga dapat menjadi daya tarik wisata budaya yang autentik bagi wisatawan yang tertarik pada dimensi lokal dan spiritual suatu destinasi.

Dalam hal edukasi, OMAC menyimpan potensi besar sebagai lokasi wisata ilmiah dan edukatif yang dapat mendukung pengembangan edutourism. Kondisi mata air yang masih relatif alami dan memiliki stabilitas ekosistem menjadikannya cocok sebagai objek kajian lapangan bagi siswa, mahasiswa, dan peneliti. Amidi et al. (2024) menyebut OMAC sebagai lokasi potensial untuk pengembangan *edutourism*

dengan muatan konservasi, biodiversitas, dan pengelolaan air bersih. Meski demikian, belum ada program kolaboratif jangka panjang antara sekolah, universitas, dan pengelola OMAC untuk menjadikannya lokasi praktik ilmiah atau wisata berbasis kurikulum. Strategi edukatif diperlukan agar OMAC tidak sekadar menjadi tempat rekreasi, tetapi juga pusat pendidikan lingkungan yang berkelanjutan. Pengembangan program edukasi di kawasan ini akan memperluas fungsi wisata dari sekadar rekreasi menjadi sarana pembelajaran interaktif dan aplikatif, yang relevan dengan kurikulum pendidikan lingkungan hidup.

Selain aspek-aspek utama tersebut, letak geografis OMAC yang strategis menjadi keunggulan tersendiri. Terletak di antara dua kota besar, yaitu Yogyakarta dan Surakarta, kawasan ini memiliki aksesibilitas tinggi dan berpotensi besar untuk diintegrasikan ke dalam jaringan wisata lintas kabupaten dan provinsi. Posisi ini menciptakan peluang untuk pengembangan paket wisata tematik yang menggabungkan keunikan alam, budaya, dan edukasi. Misalnya, wisatawan yang berkunjung ke Candi Prambanan atau Keraton Surakarta dapat diarahkan untuk mengunjungi OMAC sebagai bagian dari rangkaian perjalanan wisata yang lebih utuh. Namun, Disparpora Klaten (2024) mencatat bahwa tingkat pengulangan kunjungan masih rendah (<20%). Hal ini mengindikasikan perlunya strategi promosi dan penciptaan pengalaman wisata yang lebih atraktif dan tematik, seperti paket wisata air, budaya, dan edukasi dalam satu rangkaian.

Dengan mempertimbangkan aspek ekologis, ekonomi, sosial-budaya, edukatif, dan geografis, OMAC memiliki seluruh elemen penting yang diperlukan untuk dikembangkan sebagai model destinasi wisata berkelanjutan berbasis sumber daya lokal. Pengelolaan yang bersifat terintegrasi dan partisipatif—dengan melibatkan

unsur pemerintah, masyarakat, akademisi, pelaku usaha, dan media akan memastikan bahwa potensi besar yang dimiliki OMAC dapat dioptimalkan secara inklusif tanpa mengorbankan nilai-nilai lingkungan dan budaya yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat sekitar.

Sebagai salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi yang bagus, maka objek wisata ini perlu dikembangkan. Urgensi strategi pengembangan OMAC tidak hanya dilandasi oleh potensi yang dimiliki, tetapi juga oleh tantangan yang muncul dalam pengelolaannya. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang menyinergikan dimensi ekologis, ekonomi, sosial-budaya, dan edukatif menjadi landasan penting dalam mendesain kebijakan dan intervensi program. Dengan demikian, OMAC tidak hanya menjadi objek wisata yang menarik, tetapi juga destinasi berdaya tahan dan berkelanjutan bagi masa depan Klaten.

Berdasarkan uraian tersebut, maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab adalah **“Bagaimana Strategi Pengembangan Pariwisata Objek Mata Air Cokro Di Desa Cokro Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten?”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas maka perumusan masalah yang diajukan sebagai berikut:

1.2.1 Bagaimana Strategi Pengembangan Pariwisata Objek Mata Air Cokro di Kabupaten Klaten ?

1.2.2 Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat Strategi Pengembangan Pariwisata di Objek Mata Air Cokro di Kabupaten Klaten?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk menganalisis strategi dalam pengembangan Objek Mata Air Cokro di Kabupaten Klaten

1.3.1 Menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pengembangan Objek Mata Air Cokro di Kabupaten Klaten

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu administrasi khususnya manajemen publik yang berkaitan dengan strategi dalam pengembangan dan sebagai referensi bila diadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang khususnya pada pihak yang ingin mempelajari mengenai strategi pengembangan pariwisata.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Objek Mata Air Cokro

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan saran, pemikiran, dan informasi yang bermanfaat untuk pengembangan pariwisata secara spesifik di Objek Mata Air Cokro

b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu administrasi, terutama berhubungan dengan upaya untuk meningkatkan peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata dengan potensi lokal yang dimiliki.

c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide-ide baru untuk penelitian selanjutnya, dan sebagai bahan pertimbangan potensi wisata desa lainnya yang menghadapi permasalahan yang sama.

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai strategi pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro, Desa Cokro, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten, tidak terlepas dari kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan secara konseptual dan tematik. Kajian pustaka ini mengacu pada hasil-hasil penelitian sebelumnya yang membahas pengembangan destinasi wisata, pengelolaan daya tarik wisata berbasis potensi lokal, serta perumusan strategi pengembangan pariwisata secara berkelanjutan. Penelitian-penelitian terdahulu tersebut digunakan sebagai landasan untuk memperoleh informasi dan referensi empiris yang diperlukan, sekaligus membantu peneliti dalam mengidentifikasi celah riset guna menjamin keaslian dan kontribusi ilmiah dari penelitian ini.

Bagian penelitian terdahulu ini memuat temuan-temuan penting yang relevan dengan konteks pengembangan Objek Mata Air Cokro, dan akan disusun secara sistematis dalam bentuk narasi dan tabel. Narasi akan menjelaskan inti dari masing-masing penelitian yang dikaji, sedangkan tabel akan merangkum informasi penting seperti nama peneliti, tahun, lokasi penelitian, fokus penelitian, serta keterkaitannya dengan fokus kajian dalam penelitian ini.

Penelitian oleh Kurniadinata dan Suhartini (2024) dalam artikelnya “Sustainable Tourism Development Strategy Through the Community-Based Tourism Model at DTW Pesona Leuweung Oke, Garut” menekankan pentingnya strategi pengembangan pariwisata yang melibatkan kolaborasi multipihak, seperti pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Strategi yang mereka usulkan meliputi penerapan green marketing, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), serta pemberdayaan komunitas lokal. Strategi ini relevan diterapkan di Objek Mata Air Cokro yang juga memerlukan penguatan kolaboratif untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing destinasi (Kurniadinata & Suhartini, 2024).

Sementara itu, Verawati et al. (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Food Tourism di Pantai Pinagut” menggunakan analisis SWOT dan kerangka manajemen strategis berbasis teori Fred R. David. Penelitian ini menyarankan strategi agresif berbasis kekuatan internal dan peluang eksternal untuk mendorong peningkatan pendapatan daerah. Strategi ini bisa diterapkan pada pengembangan Objek Mata Air Cokro yang memiliki kekuatan ekowisata air dan potensi pasar lokal maupun wisatawan luar daerah (Verawati et al., 2023).

Selanjutnya, studi pada pengembangan wisata minat khusus di Nusa Penida (2023) menyoroti strategi konservasi lingkungan yang terintegrasi dengan penguatan kapasitas masyarakat dan kerja sama lintas sektor. Pendekatan ini dapat dikontekstualisasikan dalam pengembangan Mata Air Cokro yang berbasis sumber mata air dan membutuhkan konservasi sebagai elemen utama daya tarik wisata.

Rismawati (2021) dalam penelitiannya tentang strategi pengelolaan ekowisata bahari di Kota Manado menggarisbawahi pentingnya pemanfaatan teknologi dan literasi digital bagi masyarakat lokal. Strategi ini mencakup promosi berbasis media sosial, sistem informasi wisata, serta penguatan kelembagaan. Penerapan pendekatan serupa di Mata Air Cokro dapat menjadi solusi atas keterbatasan promosi dan branding digital yang masih minim (Rismawati, 2021).

Penelitian oleh Ilyas et al. (2024) juga relevan, dengan fokus pada strategi pengembangan desa wisata melalui pendekatan *tourism digital marketing*. Studi ini mengidentifikasi pentingnya pelatihan digital, adaptasi teknologi informasi, serta optimalisasi platform digital sebagai strategi untuk meningkatkan visibilitas destinasi. Strategi ini penting diterapkan di Mata Air Cokro sebagai upaya modernisasi promosi destinasi berbasis alam yang kompetitif (Ilyas et al., 2024).

Rodrigues et al. (2023) dalam jurnal *Sustainability* membuktikan bahwa kualitas strategi digital marketing berpengaruh terhadap citra destinasi, intensi kunjungan wisatawan, dan keberlanjutan destinasi. Penelitian ini memberikan model evaluasi strategis yang dapat menjadi acuan dalam merancang strategi digital Objek Mata Air Cokro secara terarah dan berkelanjutan (Rodrigues et al., 2023).

Berdasarkan beberapa kajian penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas serta tabel ringkasan yang menyertainya, kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap strategi pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro, Desa Cokro, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten, yang hingga saat ini

belum menjadi objek kajian utama dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini menghadirkan perspektif baru dengan mengevaluasi strategi-strategi yang diterapkan dalam pengelolaan destinasi wisata berbasis air, melalui pendekatan yang mempertimbangkan aspek perencanaan, kelembagaan, pemberdayaan masyarakat, dan pemanfaatan teknologi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur tentang pengembangan pariwisata di tingkat lokal, tetapi juga memberikan kontribusi praktis dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi wisata berbasis potensi sumber daya alam yang spesifik dan berkelanjutan.

1.5.2 Administrasi Publik

Menurut Kerlinger dalam Pasolong (2014), teori dapat dipahami sebagai sekumpulan konsep (konstruk), batasan, dan proposisi yang disusun secara sistematis untuk memberikan pemahaman terhadap suatu fenomena. Teori berfokus pada identifikasi dan penjabaran hubungan antar variabel, dengan tujuan utama untuk menjelaskan dan memprediksi suatu gejala. Dalam konteks ini, Pasolong (2014:10) menambahkan bahwa teori merupakan pernyataan atau konsep yang telah teruji kebenarannya melalui proses penelitian ilmiah.

Secara etimologis, istilah administrasi berasal dari bahasa Latin (juga dipengaruhi oleh bahasa Yunani) yaitu dari kata “ad” dan “ministrare” yang berarti “melayani” atau “to serve”. Dalam bahasa Indonesia, istilah ini diartikan sebagai tindakan melayani dan memenuhi kebutuhan, khususnya dalam konteks pengelolaan publik.

Administrasi Publik sendiri memiliki sejumlah definisi dari para ahli. Menurut Chandler dan Plano (dalam Pasolong, 2014), Administrasi Publik adalah suatu proses pengorganisasian dan koordinasi sumber daya serta personel publik untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengelola kebijakan publik. Felix A. Nigro memandang Administrasi Publik sebagai bentuk kerjasama yang bersifat kolektif dalam lingkungan pemerintahan yang mencakup tiga cabang kekuasaan—eksekutif, legislatif, dan yudikatif—beserta hubungan antarlembaga tersebut. Administrasi Publik juga dianggap sebagai bagian integral dari proses politik yang membedakannya secara jelas dari administrasi privat. Ia menekankan keterkaitannya yang erat dengan berbagai kelompok masyarakat, baik kelompok privat maupun individu, dalam upaya penyelenggaraan pelayanan publik.

Sementara itu, Nicholas Henry (dalam Pasolong, 2014:8) menjelaskan bahwa Administrasi Publik merupakan kombinasi kompleks antara teori dan praktik yang bertujuan untuk membangun pemahaman mengenai relasi antara pemerintah dan masyarakat. Selain itu, ia menekankan bahwa Administrasi Publik memiliki peran dalam mendorong kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan sosial yang terus berkembang.

Berdasarkan pandangan-pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Administrasi Publik adalah bentuk kerjasama terorganisir yang dilakukan oleh individu maupun lembaga pemerintahan dalam rangka melaksanakan fungsi-fungsi pemerintahan guna memenuhi kebutuhan masyarakat secara efisien dan efektif. Administrasi Publik tidak hanya menunjukkan peran negara sebagai pelayan publik, tetapi juga sebagai regulator aktif yang memiliki inisiatif dalam merancang dan mengimplementasikan kebijakan demi kepentingan masyarakat luas.

1.5.3 Paradigma Administrasi Publik

Menurut Thomas S. Kuhn (dalam Pasolong, 2014:27), paradigma dapat dipahami sebagai pola atau corak berpikir yang dimiliki oleh individu maupun kelompok dalam melihat dan memahami realitas. Paradigma tidak hanya terbatas pada kerangka berpikir, tetapi juga mencakup seperangkat nilai, prinsip dasar, dan metode penyelesaian masalah yang digunakan oleh komunitas ilmiah pada suatu periode tertentu. Kuhn menegaskan bahwa meskipun ilmu pengetahuan dituntut untuk bersifat universal, hakikatnya tetap bersifat **nisbi** dan dinamis. Seiring berjalannya waktu, setiap disiplin ilmu dapat mengalami pergeseran paradigma, termasuk pada ilmu-ilmu eksakta yang selama ini dianggap paling stabil. Meskipun demikian, ilmu-ilmu eksakta yang lebih berfokus pada objek empiris, hukum-hukum alam, dan fakta terukur cenderung lebih lambat terpengaruh oleh dinamika sosial dibandingkan ilmu-ilmu sosial. Oleh karena itu, paradigma dalam ilmu pengetahuan tidak bersifat statis, melainkan berkembang sesuai dengan konteks historis, sosial, dan kultural tempat ilmu tersebut tumbuh dan diterima.

Nicholas Henry dalam (Thoha, 2014), berpendapat bahwa terdapat tujuh corak berpikir atau paradigma utama yang menggambarkan cara pandang para ahli terhadap keberadaan dan perkembangan Ilmu Administrasi Publik. Tujuh paradigma tersebut mencerminkan perubahan orientasi keilmuan yang terjadi seiring waktu, yang mencakup pergeseran fokus, pendekatan analisis, serta peran administrasi publik dalam sistem pemerintahan dan masyarakat. Paradigma-paradigma ini berfungsi sebagai kerangka konseptual yang menjelaskan dinamika dan arah evolusi ilmu administrasi publik sebagai suatu disiplin ilmu yang terus berkembang, yaitu sebagai berikut :

1. Paradigma Dikotomi antara Politik dan Administrasi (1900-1926)

Paradigma ini berfokus pada lokus atau posisi ideal dari administrasi negara dalam struktur pemerintahan. Dalam fase ini, terdapat pemisahan yang tegas antara fungsi administrasi dan fungsi politik. Pemisahan ini menandai upaya untuk memurnikan peran administrasi sebagai entitas yang bersifat teknokratis dan netral, terlepas dari dinamika politik yang bersifat ideologis dan subjektif. Tonggak penting dari paradigma ini ditandai oleh pemikiran Frank J. Goodnow dan Leonard D. White, yang tertuang dalam karya mereka berjudul *Politics and Administration*. Goodnow berpendapat bahwa terdapat dua fungsi utama dalam pemerintahan yang bersifat esensial namun berbeda secara fundamental, yaitu fungsi politik, yang berkaitan dengan penetapan kebijakan, dan fungsi administrasi, yang menyangkut pelaksanaan atau implementasi kebijakan tersebut. Pemisahan ini bertujuan untuk menciptakan birokrasi yang profesional dan efisien, tanpa campur tangan langsung dari kepentingan politik.

2. Paradigma Prinsip-Prinsip Administrasi (1927-1937)

Dalam paradigma ini, lokus ketatanegaraan tidak lagi menjadi titik tekan utama, sebab perhatian beralih pada prinsip-prinsip manajerial universal yang diyakini dapat diterapkan pada berbagai bentuk organisasi dan dalam konteks sosial budaya yang berbeda-beda. Paradigma ini memandang bahwa prinsip-prinsip administrasi bersifat netral terhadap struktur politik dan dapat digunakan secara luas dalam penyelenggaraan pemerintahan di negara manapun. Manajemen diposisikan

sebagai kerangka utama dalam administrasi publik, dengan menekankan pada efisiensi, rasionalitas, dan keahlian teknis.

Teori yang berkembang dalam fase ini mengedepankan bahwa penyelenggaraan negara dapat dilakukan secara efektif tanpa harus disesuaikan secara spesifik dengan budaya, iklim organisasi, atau visi politik tertentu. Prinsip administrasi yang paling menonjol dalam paradigma ini adalah konsep POSDCORB yang diperkenalkan oleh Luther Gulick dan Lyndall Urwick (dalam Pasolong, 2014:29). POSDCORB merupakan akronim dari Planning (Perencanaan), Organizing (Pengorganisasian), Staffing (Penyusunan Staf), Directing (Pengarahan), Coordinating (Koordinasi), Reporting (Pelaporan), dan Budgeting (Penganggaran)—yang kesemuanya dianggap sebagai fungsi-fungsi inti dalam manajemen publik yang dapat diterapkan secara universal.

3. Paradigma administrasi negara sebagai ilmu politik (1950-1970)

Dalam paradigma ini, penekanan utama terletak pada lokus birokrasi pemerintahan, dengan fokus yang diarahkan pada pelayanan terhadap kepentingan publik. Birokrasi tidak lagi hanya dipandang sebagai instrumen administratif, tetapi sebagai agen strategis dalam menjembatani hubungan antara negara dan warga negara. Paradigma ini menekankan pentingnya orientasi pada pelayanan publik yang bersifat partisipatif, inklusif, dan demokratis.

Paradigma ini menolak pendekatan pasar yang memposisikan masyarakat sebagai pelanggan semata, dan sebaliknya menegaskan bahwa masyarakat adalah warga negara yang memiliki hak untuk dilayani dan didengar dalam proses pengambilan kebijakan. Oleh karena itu, pelayanan publik harus dirancang untuk mengutamakan kepentingan umum, melibatkan masyarakat secara aktif, serta berpijak pada norma, nilai, dan standar etika yang berlaku. Dalam pelaksanaannya, birokrasi dituntut

untuk berpikir secara strategis dan bertindak secara demokratis, serta menghargai keberagaman aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Pendekatan ini mencerminkan pergeseran penting dalam administrasi publik menuju model yang lebih humanistik dan berbasis pada prinsip-prinsip good governance.

4. Paradigma Administrasi Negara sebagai Ilmu Administrasi (1956-1970)

Pada fase ini, administrasi negara mulai berkembang sebagai disiplin ilmu yang mandiri dalam rumpun ilmu sosial. Perkembangan tersebut dipicu oleh adanya ketidakpuasan terhadap anggapan bahwa ilmu administrasi hanya merupakan cabang atau pelengkap dari ilmu politik, serta kerap diposisikan sebagai disiplin kelas dua. Sebagai respons atas kondisi tersebut, para pemikir administrasi mulai mendorong pemisahan konseptual dan metodologis antara administrasi dan politik, serta memperjuangkan otonomi keilmuan administrasi negara.

Namun demikian, pada tahap ini ilmu administrasi baru memiliki fokus keilmuan yang jelas tetapi belum memiliki locus yang tegas. Artinya, administrasi negara telah menunjukkan arah kajian dan pendekatan yang khas, namun belum menentukan secara pasti di mana posisi atau konteks spesifik ilmu ini harus diterapkan dalam struktur pemerintahan atau sistem ketatanegaraan. Paradigma ini menjadi titik awal munculnya upaya-upaya untuk memperkuat identitas dan kontribusi ilmu administrasi sebagai bidang yang berdiri sendiri dan relevan dalam menjawab tantangan-tantangan birokrasi modern.

5. Paradigma Administrasi Negara sebagai Administrasi Negara (1970)

Paradigma ini menegaskan bahwa Administrasi Negara merupakan disiplin ilmu yang mandiri, dengan fondasi teoritis, terminologi, objek kajian, serta metode analisis yang khas dan dapat dibedakan dari ilmu-ilmu sosial lainnya. Dalam fase

ini, cakupan perhatian administrasi negara mengalami perluasan yang signifikan. Administrasi tidak lagi hanya terbatas pada fungsi-fungsi teknis birokrasi, tetapi juga mulai menjangkau wilayah kajian seperti ilmu kebijakan publik, politik ekonomi, analisis proses kebijakan, serta metode-metode untuk mengukur efektivitas kebijakan publik.

Paradigma ini juga memperjelas hubungan antara fokus dan lokus dalam studi administrasi negara. Fokus keilmuannya meliputi pengembangan teori organisasi, penerapan analisis kebijakan publik, serta penggunaan teknik-teknik administratif dan manajerial dalam praktik pemerintahan. Sementara itu, lokus normatif dari paradigma ini berada pada birokrasi pemerintahan dan persoalan-persoalan publik (public affairs), yaitu isu-isu yang berhubungan langsung dengan kepentingan masyarakat luas. Dengan demikian, paradigma ini mengukuhkan posisi Administrasi Negara sebagai ilmu terapan yang tidak hanya relevan secara konseptual, tetapi juga penting secara praktis dalam menjawab tantangan-tantangan dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan publik.

6. Paradigma *Reinventing Governance*

Dalam paradigma ini, ilmu Administrasi Negara terdorong untuk melakukan reformasi secara menyeluruh. Hal ini tercermin dari munculnya berbagai istilah seperti reformasi administrasi, reformasi dan revitalisasi birokrasi, hingga reorganisasi, yang mulai menggema luas di berbagai kalangan (Caidan, 1982). Pergeseran paradigma ini juga ditandai dengan semakin kuatnya pengaruh mekanisme pasar dalam pengelolaan sektor publik. Hubungan antara lembaga-lembaga publik dan masyarakat sebagai pengguna layanan mulai dipandang serupa dengan hubungan antara produsen dan konsumen dalam sistem pasar (Donald F. Kettl, 1993 dalam Warella, 2004).

Pendekatan ini dikenal sebagai paradigma Reinventing Government, atau lebih populer dengan istilah New Public Management (NPM). NPM kemudian menjadi dasar bagi penerapan prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (good governance). Secara teoritis, NPM berdiri di atas dua pilar utama, yaitu pendekatan dari kajian kebijakan publik dan pendekatan manajerial (the managerialist). Konsekuensinya, ilmu Administrasi Publik terpecah fokusnya menjadi dua konsentrasi: Ilmu Kebijakan Publik dan Manajemen Publik.

Namun, penggunaan teori-teori dari dunia bisnis dalam konteks pelayanan publik tidak luput dari kritik. Denhart dan Denhart (2003) mengusulkan pendekatan alternatif yang disebut New Public Service (NPS), sebagai upaya untuk menyeimbangkan peran negara dalam melayani warganya. NPS menegaskan bahwa administrasi publik seharusnya: (1) berorientasi pada pelayanan kepada masyarakat, bukan sekadar melayani pelanggan; (2) menempatkan kepentingan publik di atas segalanya; (3) mengutamakan peran warga negara, bukan pendekatan kewirausahaan; (4) bersikap strategis namun tetap demokratis; (5) menyadari kompleksitas penerapan akuntabilitas; (6) lebih memilih melayani daripada mengontrol; dan (7) memandang manusia secara utuh, bukan sekadar sebagai alat produktivitas.

Dari sinilah muncul kesimpulan bahwa dalam rangka memperkuat praktik New Public Management, dibutuhkan integrasi nilai-nilai New Public Service untuk menciptakan pemerintahan yang berorientasi pada pelayanan yang adil, manusiawi, dan demokratis—sebuah fondasi utama bagi good governance.

7. Paradigma Good Governance

Konsep Good Governance terwujud ketika seluruh aktor yang terlibat yaitu dari unsur pemerintah, masyarakat, maupun sektor swasta, berpartisipasi secara aktif

dalam proses pengambilan keputusan, pelaksanaan kebijakan, maupun evaluasi kebijakan, terlepas dari apakah kebijakan tersebut diimplementasikan sepenuhnya atau tidak. Untuk mencapai tata kelola pemerintahan yang baik, terdapat sejumlah prinsip fundamental yang perlu diterapkan. Menurut Sedarmayanti (2003:7–8), prinsip-prinsip tersebut meliputi: partisipasi (participation), aturan hukum (rule of law), transparansi (transparency), daya tanggap (responsiveness), orientasi pada konsensus (consensus orientation), keadilan (equity), efektivitas dan efisiensi (effectiveness and efficiency), akuntabilitas (accountability), visi strategis (strategic vision), dan keterkaitan antar unsur (interrelatedness).

Dalam konteks reinventing government, prinsip-prinsip Good Governance tersebut menjadi pedoman penting dalam membentuk pola pemerintahan yang adaptif, inklusif, dan berorientasi pada pelayanan publik. Paradigma ini sangat relevan untuk diterapkan dalam pengembangan destinasi wisata seperti Objek Mata Air Cokro di Desa Cokro, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten, yang memerlukan tata kelola kolaboratif antara pemerintah daerah, pelaku wisata, dan masyarakat lokal.

Berdasarkan uraian paradigma administrasi publik tersebut, maka paradigma Good Governance merupakan pendekatan yang paling tepat dalam menjelaskan arah pengembangan pariwisata di Mata Air Cokro. Hal ini disebabkan karena partisipasi masyarakat merupakan elemen utama dalam paradigma ini, di mana warga tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga menjadi subjek yang memiliki hak suara dan keterlibatan langsung dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan. Dalam konteks pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal seperti di Mata Air Cokro, partisipasi masyarakat menjadi kunci keberhasilan karena pembangunan destinasi wisata sangat bergantung pada dukungan,

kepemilikan, dan keterlibatan aktif dari masyarakat sekitar. Hal ini juga sejalan dengan tujuan Kabupaten Klaten untuk menjadikan Mata Air Cokro sebagai destinasi wisata unggulan yang mampu bersaing secara berkelanjutan di tingkat regional maupun nasional.

1.5.4 Manajemen Publik

Dalam perkembangan ilmu Administrasi Publik, dikenal adanya dua konsentrasi utama, yaitu kebijakan publik (public policy) dan manajemen publik (public management). Penelitian ini secara khusus akan difokuskan pada kajian manajemen publik sebagai kerangka analisis utama.

Menurut Shafritz dan Russel (dalam Kebab, 2008:93), manajemen publik dapat diartikan sebagai upaya individu dalam memikul tanggung jawab atas jalannya suatu organisasi, yang mencakup proses pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya, baik sumber daya manusia maupun sumber daya non-manusia (seperti teknologi dan fasilitas), untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif.

Sementara itu, menurut Ott, Hyde, dan Shafritz (1990), manajemen publik adalah suatu proses yang berfokus pada bagaimana organisasi publik mengimplementasikan kebijakan publik yang telah dirumuskan dan disepakati. Dengan kata lain, manajemen publik tidak hanya terkait dengan aspek teknis administratif, tetapi juga menyangkut cara-cara organisasi pemerintah menjalankan fungsi pelayanan publik berdasarkan mandat kebijakan yang ada..

Dalam makna yang hampir sama, Definisi lain mengenai manajemen publik dikemukakan oleh Nor Ghofur (2014), yang menyatakan bahwa manajemen publik dapat dipahami sebagai manajemen dalam sektor pemerintahan. Dalam pengertian

ini, manajemen publik mencakup serangkaian fungsi inti seperti perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian yang ditujukan untuk menyelenggarakan pelayanan publik secara optimal. Fokus utama dari manajemen publik menurut Ghofur adalah bagaimana pemerintah sebagai organisasi publik dapat menjalankan tugas-tugasnya secara sistematis dan efisien dalam memberikan layanan kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen publik tidak hanya berorientasi pada struktur dan prosedur birokrasi, tetapi juga pada pencapaian hasil pelayanan yang berkualitas dan responsif terhadap kebutuhan publik.

Lebih lanjut, Wijaya (2014:1) menjelaskan bahwa manajemen publik memiliki fokus utama pada aspek internal dari organisasi sektor publik, yaitu bagaimana mengelola struktur dan proses internal agar tujuan organisasi dapat tercapai secara optimal. Namun, ia juga menekankan bahwa organisasi sektor publik tidak bisa sepenuhnya mengabaikan kondisi eksternal, karena operasionalnya senantiasa dipengaruhi oleh faktor-faktor kebijakan publik dan dinamika politik yang menjadi karakter khas sektor publik.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa manajemen publik merupakan kajian interdisipliner yang membahas aspek-aspek umum dalam organisasi sektor publik. Manajemen publik mengintegrasikan fungsi-fungsi manajerial seperti perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengendalian (controlling) dengan pengelolaan sumber daya yang dimiliki, baik sumber daya manusia, anggaran, maupun sarana-prasarana organisasi.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan manajemen publik digunakan sebagai landasan untuk menganalisis strategi pelaksanaan program pengembangan pariwisata

di Objek Mata Air Cokro, Desa Cokro, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten. Penelitian ini memfokuskan perhatian pada bagaimana proses manajerial dijalankan dalam upaya merancang, mengelola, dan mengevaluasi strategi-strategi pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal. Dengan demikian, konsentrasi manajemen publik menjadi kerangka yang tepat dalam memahami dinamika pelaksanaan kebijakan dan program wisata di destinasi ini.

1.5.5 Manajemen Strategis

Manajemen strategis merupakan konsep yang penting dalam mengarahkan suatu organisasi, termasuk instansi pemerintahan, agar dapat mencapai tujuan jangka panjang secara efektif dan efisien. Menurut Sondang P. Siagian (2005:15), manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan fundamental yang diambil oleh manajemen puncak dan dilaksanakan oleh seluruh bagian organisasi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pandangan ini menekankan bahwa keberhasilan suatu strategi bergantung pada konsistensi antara pengambilan keputusan dan pelaksanaan di semua level organisasi.

Stainer (dalam Handoko, 2015:92) mendefinisikan perencanaan strategis sebagai proses sistematis yang mencakup penentuan tujuan organisasi, perumusan strategi dan kebijakan, serta pengembangan program-program strategik yang dirancang untuk memastikan bahwa seluruh elemen organisasi dapat menjalankan strategi secara terarah.

Lebih lanjut, Schuler (dalam Yunus, 2016:5) menjelaskan bahwa manajemen strategis adalah proses yang menghubungkan antara sumber daya internal dan keahlian organisasi dengan peluang dan risiko dari lingkungan eksternal. Schuler

membagi proses manajemen strategis ke dalam tiga tahap utama, yaitu: formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Pada tahap formulasi strategi, Riva'i (dalam Yunus, 2016:15) mengidentifikasi sejumlah langkah penting yang meliputi: penyusunan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, penilaian terhadap kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, serta perumusan dan pemilihan alternatif strategi yang paling sesuai untuk dilaksanakan.

Senada dengan hal tersebut, Fred R. David (dalam Suedi, 2019:17) menggambarkan manajemen strategis sebagai seni sekaligus ilmu dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi dalam organisasi. Proses manajemen strategi ini melibatkan penyusunan rencana jangka pendek dan jangka panjang sebagai langkah konkret untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan secara menyeluruh.

Sementara itu, Bryson (2016:189) menyatakan bahwa strategi merupakan suatu pola yang terdiri dari tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan, dan alokasi sumber daya yang menjelaskan apa yang ingin dicapai organisasi, bagaimana cara mencapainya, dan mengapa hal itu penting dilakukan. Dalam kerangka ini, strategi yang efektif harus dibangun berdasarkan kekuatan internal dan peluang eksternal, sembari meminimalisasi kelemahan dan ancaman (Bryson, 2016:66). Bryson juga menegaskan pentingnya dukungan dan komitmen dari seluruh pemangku kepentingan internal maupun eksternal agar perencanaan strategis dapat berjalan dengan sukses (Bryson, 2016:56).

Secara umum, konsep manajemen strategis bersifat universal dan dapat diimplementasikan dalam berbagai bentuk organisasi, baik di sektor publik maupun swasta. Dalam konteks pengembangan pariwisata, termasuk di Objek Mata Air Cokro, Kabupaten Klaten, penerapan manajemen strategis menjadi sangat relevan. Proses ini mencakup perumusan visi destinasi, analisis SWOT untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, hingga penyusunan dan pelaksanaan strategi pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan. Dengan demikian, pendekatan manajemen strategis dapat menjadi kerangka kerja utama dalam merancang strategi pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal yang adaptif terhadap dinamika lingkungan..

1.5.5 Analisis Lingkungan Strategis

Menurut Badrudin (2017:100), analisis lingkungan merupakan suatu proses yang bertujuan untuk mengamati dan memahami berbagai perubahan yang terjadi dalam lingkungan organisasi, termasuk aspek demografis, politik, sosial, dan ekonomi, yang semuanya memiliki potensi untuk memengaruhi arah dan kinerja organisasi. Dengan memahami visi, misi, serta strategi yang dianut oleh organisasi, manajemen dapat mengidentifikasi pengaruh-pengaruh eksternal maupun internal yang memiliki dampak paling besar terhadap pencapaian tujuan strategis. Dalam kerangka lingkungan strategis, analisis ini dibedakan menjadi dua bagian utama, yaitu lingkungan internal yang mencakup elemen-elemen dalam organisasi itu sendiri, dan lingkungan eksternal yang meliputi faktor-faktor di luar organisasi namun tetap berpengaruh secara signifikan.

Hubeis dan Najib (2014:32) menegaskan bahwa analisis lingkungan sangat penting dilakukan oleh organisasi karena beberapa alasan. Pertama, analisis ini memberikan kemampuan kepada manajemen untuk merespons berbagai persoalan yang muncul dari dinamika lingkungan. Kedua, melalui analisis ini, organisasi dapat menyelidiki dan memproyeksikan kondisi lingkungan di masa depan, yang kemudian dapat dijadikan landasan dalam proses pengambilan keputusan strategis. Ketiga, analisis ini membantu organisasi dalam mengenali dan mengantisipasi berbagai permasalahan mendesak yang tengah berlangsung, sehingga tindakan yang diambil dapat lebih tepat dan adaptif terhadap perubahan.

Senada dengan hal tersebut, Rangkuti dalam Tangkilisan (2005:258) menyatakan bahwa kinerja suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungannya, baik lingkungan internal maupun eksternal. Lingkungan internal mencakup aspek-aspek seperti sumber daya manusia, struktur organisasi, dan budaya kerja, sementara lingkungan eksternal terdiri dari faktor-faktor seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi, serta dinamika sosial masyarakat. Penjelasan terhadap kedua lingkungan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan analisis organisasi untuk menilai atau mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari suatu organisasi. Proses analisis lingkungan internal merupakan proses yang penting karena dengan mengidentifikasi analisis lingkungan internal akan diketahui kekuatan dan kelemahan dan selanjutnya digunakan untuk mengetahui isu-isu strategis (Rangkuti 2005:19). Faktor-faktor yang tercakup dalam lingkungan

internal adalah adanya visi-misi, sumber daya, fasilitas sarana dan prasarana serta anggaran

2. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan faktor-faktor yang berada di luar organisasi. Terdapat dua faktor di dalam lingkungan eksternal, yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Faktor-faktor yang terdapat dalam lingkungan eksternal meliputi aspek politik, ekonomi, sosial, partisipasi masyarakat, teknologi serta keterlibatan stakeholder.

Untuk menganalisis kedua komponen ini secara menyeluruh, pendekatan yang umum digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yang memungkinkan organisasi untuk memetakan kekuatan dan kelemahan dari dalam, sekaligus mengidentifikasi peluang dan ancaman dari luar. Dengan demikian, analisis lingkungan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam proses perencanaan strategis, karena memberikan dasar empiris dan rasional bagi organisasi untuk menyusun kebijakan yang responsif dan berkelanjutan.

1.5.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu alat strategis yang digunakan oleh perencana kebijakan dalam merumuskan sekaligus mengimplementasikan strategi organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya, penggunaan analisis SWOT mencakup kegiatan analisis dan diagnosis terhadap lingkungan organisasi, baik dari sisi internal maupun eksternal. Menurut Yunus (2016:83), analisis lingkungan adalah proses pemantauan yang dilakukan oleh penyusun strategi terhadap sektor-sektor lingkungan organisasi untuk mengidentifikasi

peluang yang dapat dimanfaatkan serta potensi ancaman yang harus diwaspadai. Sementara itu, diagnosis lingkungan merujuk pada pengambilan keputusan manajerial yang dilakukan melalui penilaian terhadap data signifikan mengenai peluang dan ancaman yang telah diperoleh dari analisis lingkungan tersebut.

Sejalan dengan itu, menurut Freddy Rangkuti (2005), analisis SWOT merupakan suatu proses identifikasi terhadap berbagai faktor strategis secara sistematis yang bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat. Analisis ini berangkat dari suatu logika dasar yang menekankan perlunya memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) yang dimiliki organisasi, sambil secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) serta mengantisipasi ancaman (*threats*) dari lingkungan eksternal.

1. **Kekuatan (*Strengths*)** merupakan faktor internal yang mencerminkan keunggulan organisasi dibandingkan pesaingnya, serta kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan atau masyarakat yang dilayaninya. Kekuatan ini dapat berupa sumber daya, keterampilan, atau keunggulan kompetitif lain yang secara khusus dimiliki organisasi dan memberikan nilai tambah strategis dalam pencapaian tujuan. Dalam konteks analisis SWOT, identifikasi terhadap kekuatan menjadi langkah penting agar organisasi dapat mengetahui potensi yang dapat dimaksimalkan. Kekuatan tersebut juga dapat dimanfaatkan tidak hanya untuk memperkuat posisi organisasi, tetapi juga untuk mengatasi kelemahan internal yang ada. Elemen-elemen yang umum dikategorikan sebagai kekuatan meliputi struktur organisasi yang solid, pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas, serta perumusan visi, misi, dan tujuan yang konkret. Selain itu, kompetensi sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya yang bernilai, ketersediaan

sumber dana yang memadai untuk mendukung pengembangan, infrastruktur dan fasilitas yang memadai, serta rekam jejak organisasi dalam memberikan pelayanan yang baik juga merupakan aspek penting yang menjadi indikator kekuatan organisasi.

2. **Kelemahan (*Weaknesses*)** merupakan faktor internal yang mencerminkan keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber daya, kemampuan manajerial, keterampilan teknis, maupun kapabilitas organisasi secara keseluruhan yang berpotensi menghambat pencapaian tujuan strategis. Kelemahan ini dapat berasal dari minimnya fasilitas, terbatasnya dukungan keuangan, rendahnya kapasitas manajerial, maupun kurangnya kompetensi sumber daya manusia yang tersedia. Dalam beberapa kasus, apabila tidak dikelola dengan baik, bahkan kekuatan yang dimiliki organisasi dapat berubah menjadi kelemahan. Contoh kelemahan yang umum dijumpai dalam organisasi antara lain adalah ketiadaan tenaga profesional yang memadai, terbatasnya pendanaan untuk mendukung program dan kegiatan, ketidakjelasan arah tujuan dan sasaran organisasi, struktur organisasi yang tidak tertata, pembagian tanggung jawab yang kabur, serta lemahnya sistem manajemen informasi. Di samping itu, lemahnya penguasaan teknologi, kurangnya keterampilan teknis tertentu, serta minimnya pengetahuan dan pengalaman dalam aspek manajerial juga merupakan indikator kelemahan yang signifikan. Meskipun demikian, organisasi tetap dapat berupaya untuk mengurangi atau menutup kelemahan-kelemahan tersebut dengan cara mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki melalui strategi internal yang tepat dan terukur.

3. **Peluang (*Opportunities*)** merupakan kondisi atau situasi eksternal yang bersifat menguntungkan dan dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk mendukung pencapaian tujuan, bahkan mendorong pencapaian yang melebihi target yang telah

dirumuskan. Peluang biasanya muncul dari dinamika lingkungan yang berkembang, seperti perubahan teknologi, kebijakan pemerintah, maupun peningkatan hubungan antara organisasi dan masyarakat sebagai pengguna layanan. Tren-tren eksternal seperti ini membuka ruang strategis yang dapat digunakan organisasi untuk memperluas pengaruh, meningkatkan kinerja, dan memperkuat posisinya dalam lingkungan yang kompetitif. Meski demikian, penting dipahami bahwa tidak semua peluang bersifat universal; sebuah peluang yang menguntungkan bagi satu organisasi belum tentu relevan atau menguntungkan bagi organisasi lainnya. Demikian pula, peluang yang berlaku saat ini belum tentu dapat dimanfaatkan kembali pada waktu yang berbeda, karena sangat tergantung pada konteks dan kesiapan internal organisasi. Contoh bentuk peluang yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi antara lain adalah adanya kebijakan pemerintah yang mendukung sektor tertentu, pertumbuhan ekonomi yang pesat, meningkatnya daya beli masyarakat, serta terbukanya lapangan kerja baru yang berdampak positif terhadap stabilitas dan pertumbuhan organisasi. Oleh karena itu, pemetaan peluang eksternal secara cermat menjadi bagian penting dalam strategi organisasi agar dapat merespons perubahan lingkungan secara adaptif dan proaktif.

4. Ancaman (*Threats*) merupakan kondisi atau situasi eksternal yang bersifat merugikan dan berpotensi menghambat pencapaian tujuan organisasi. Ancaman sering kali muncul sebagai faktor pengganggu utama terhadap posisi strategis yang telah dicapai maupun terhadap posisi yang diinginkan oleh organisasi di masa mendatang. Dalam konteks lingkungan strategis, ancaman dapat bersumber dari berbagai perubahan kebijakan pemerintah, dinamika sosial-politik, kondisi ekonomi makro, serta faktor-faktor eksternal lainnya yang tidak dapat dikendalikan langsung oleh organisasi. Sebagai contoh, regulasi baru yang bersifat restriktif,

revisi kebijakan yang tidak mendukung kegiatan organisasi, inflasi, resesi ekonomi, krisis politik, konflik antar kelompok, hingga kejadian luar biasa seperti pemberontakan, kerusuhan, perang, dan bencana alam merupakan bentuk ancaman yang dapat secara signifikan mengganggu operasional dan stabilitas organisasi. Penting untuk dipahami bahwa tidak semua ancaman bersifat universal. Suatu kondisi yang dianggap sebagai ancaman oleh satu organisasi belum tentu memiliki dampak serupa terhadap organisasi lainnya. Demikian pula, sebuah ancaman yang relevan pada satu waktu belum tentu tetap relevan di masa mendatang. Oleh karena itu, organisasi perlu melakukan pemantauan secara terus-menerus terhadap lingkungan eksternal untuk mengenali potensi ancaman sejak dini. Dalam beberapa kasus, organisasi dapat merespons ancaman tersebut dengan cara memanfaatkan peluang yang ada, sehingga ancaman dapat ditekan atau bahkan diubah menjadi kekuatan strategis melalui penyesuaian kebijakan, perubahan tujuan, atau penyusunan ulang strategi organisasi..

Matriks SWOT dapat digunakan untuk memudahkan dalam menganalisis SWOT. Matriks ini dinilai mampu menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh organisasi yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang ada. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategik untuk mempermudah merumuskan strategi. Berikut adalah matriks analisis SWOT:

Tabel 1. 3

Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Strengths (S) Menentukan beberapa faktor yang merupakan kekuatan internal	Weakness (W) Menentukan beberapa faktor yang menjadi kelemahan internal
Opportunities (O) Menentukan beberapa faktor yang di anggap sebagai peluang	Strategi SO Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (<i>Comparative Advantage</i>)	Stategi WO Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang (<i>Investment Divestment</i>)
Threats (T) Menentukan beberapa faktor yang dinilai sebagai ancaman	Stategi ST Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman (<i>Mobilization</i>)	Strategi WT Meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman (<i>Damage Control</i>)

Sumber: Kurniawan dan Hamdani (2008:71)

Dalam analisis SWOT, terdapat empat jenis strategi utama yang dapat dirumuskan berdasarkan kombinasi antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman), yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT.

1. Strategi SO (*Strengths–Opportunities*) disusun dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengambil peluang sebesar-besarnya. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan *keunggulan komparatif* (*comparative advantage*) dan umumnya bersifat proaktif serta ofensif, karena berorientasi pada pertumbuhan dan ekspansi berdasarkan potensi yang telah tersedia.

2. Strategi ST (*Strengths–Threats*) dirancang dengan memanfaatkan kekuatan organisasi untuk mengatasi atau mengantisipasi berbagai bentuk ancaman eksternal. Strategi ini dikenal dengan istilah *mobilization*, di mana organisasi menggunakan keunggulan internalnya sebagai alat untuk merespons tantangan dan mengurangi dampak negatif yang mungkin timbul dari luar lingkungan.
3. Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*), yang muncul dari kombinasi antara kelemahan internal dan peluang eksternal. Strategi ini mengacu pada pendekatan *investment-divestment*, yaitu organisasi berupaya mengatasi kelemahannya melalui pemanfaatan peluang yang tersedia. Dalam hal ini, penguatan kapasitas internal menjadi fokus utama agar organisasi dapat lebih siap dalam meraih peluang dan meningkatkan daya saing.
4. Strategi WT (*Weaknesses–Threats*) merupakan strategi yang bersifat defensif dan dikenal dengan sebutan *damage control*. Strategi ini dirancang untuk meminimalkan dampak dari kelemahan yang ada sekaligus menghindari atau mengurangi risiko akibat ancaman dari luar. Organisasi dalam posisi ini biasanya akan lebih berhati-hati dan berusaha membatasi kegiatan yang berisiko tinggi, sembari secara bertahap memperbaiki kelemahan internal.

1.5.7 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro merupakan upaya strategis yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik, kenyamanan, dan keberlanjutan destinasi agar mampu bersaing dengan objek wisata lain di tingkat regional maupun nasional. Menurut Mario (2015), pengembangan pariwisata adalah usaha untuk memajukan objek wisata agar menjadi lebih baik dan lebih menarik, baik dari sisi lokasi maupun elemen-elemen yang ada di dalamnya, guna meningkatkan minat

wisatawan untuk berkunjung. Hal ini sangat relevan dengan Mata Air Cokro yang memiliki potensi alami luar biasa namun tetap memerlukan pengelolaan dan penataan lebih lanjut agar lebih optimal.

Yoeti (2002) menambahkan bahwa pengembangan pariwisata merupakan usaha sadar dan terencana untuk memperbaiki produk pariwisata yang sudah ada atau menambah jenis produk baru yang dapat dipasarkan. Dalam konteks Mata Air Cokro, hal ini dapat diwujudkan melalui penambahan wahana edukasi air, peningkatan fasilitas umum, serta pelibatan masyarakat lokal dalam berbagai aspek layanan wisata.

Lebih lanjut, Inskeep (1991) menekankan bahwa pengembangan destinasi wisata harus memperhatikan prinsip keberlanjutan, yang meliputi dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Maka dari itu, pengembangan Mata Air Cokro tidak hanya bertujuan menambah jumlah wisatawan, tetapi juga menjaga kelestarian ekosistem air dan memperhatikan kesejahteraan masyarakat Desa Cokro secara jangka panjang. Sejalan dengan itu, Gunn dan Var (2002) menyatakan bahwa pengembangan wisata yang baik adalah yang mampu menyeimbangkan kebutuhan wisatawan, pelestarian sumber daya alam, serta kepentingan masyarakat setempat.

Dengan mengacu pada pandangan para ahli tersebut, pengembangan Objek Mata Air Cokro perlu dilakukan secara komprehensif dan kolaboratif, melibatkan pemerintah daerah, pelaku usaha, serta masyarakat lokal agar tercipta destinasi wisata yang kompetitif, inklusif, dan berkelanjutan.

1.5.8 Komponen – Komponen Pengembangan Destinasi Pariwisata

Menurut Sunaryo (2013:25), dalam proses pengembangan destinasi pariwisata atau yang dikenal juga dengan istilah *tourism product designing*, terdapat sejumlah komponen penting yang harus diperhatikan secara menyeluruh agar daya tarik dan daya saing suatu destinasi dapat meningkat. Komponen-komponen tersebut meliputi berbagai elemen yang saling berkaitan, seperti atraksi wisata (baik alam, budaya, maupun buatan), aksesibilitas yang mendukung kemudahan kunjungan wisatawan, fasilitas penunjang yang memadai, amenitas atau kenyamanan yang tersedia di lokasi wisata, serta sistem informasi dan promosi yang efektif. Keseluruhan komponen ini menjadi bagian integral dalam perencanaan dan pengembangan destinasi karena berperan dalam membentuk persepsi, kepuasan, dan loyalitas wisatawan terhadap suatu tempat. Tanpa penataan yang baik terhadap seluruh unsur tersebut, pengembangan destinasi wisata akan sulit mencapai keberhasilan yang berkelanjutan. Komponen-komponen yang penting untuk diperhatikan dalam pengembangan destinasi pariwisata (*tourism product designing*) adalah sebagai berikut :

1. Atraksi dan daya tarik wisata

Secara umum, atraksi dan daya tarik wisata dibagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu: daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata minat khusus. Ketiga jenis ini menjadi elemen penting dalam pengembangan produk wisata, karena berperan langsung dalam menarik wisatawan untuk berkunjung. Tanpa daya tarik yang kuat, sebuah destinasi akan sulit bersaing, terutama dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

- a. Daya tarik wisata alam merujuk pada keindahan dan keunikan lingkungan alamiah, seperti pantai, laut, danau, gunung, hutan, sungai, dan air terjun. Jenis wisata ini banyak diminati karena menyajikan pengalaman langsung dengan alam dan menyuguhkan panorama yang tidak dapat dijumpai di wilayah perkotaan.
- b. Daya tarik wisata budaya bersumber dari karya dan warisan budaya manusia, seperti situs sejarah, bangunan kuno, museum, kesenian tradisional, adat istiadat, dan festival rakyat. Daya tarik ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media edukasi dan pelestarian identitas lokal yang unik.
- c. Daya tarik wisata minat khusus ditujukan untuk memenuhi kebutuhan atau hobi spesifik wisatawan. Jenis wisata ini meliputi kegiatan seperti memancing, berbelanja, wisata agro, hingga wisata kesehatan dan kebugaran. Karena bersifat tematik, jenis wisata ini umumnya memerlukan perencanaan dan fasilitas yang lebih khusus dibandingkan wisata umum.

2. Amenitas atau Akomodasi

Fasilitas amenities dan akomodasi merupakan komponen vital dalam penyelenggaraan pariwisata karena berhubungan langsung dengan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Amenitas meliputi fasilitas seperti tempat makan, pusat oleh-oleh, toilet umum, tempat ibadah, dan layanan informasi. Sementara akomodasi mencakup sarana menginap seperti hotel, homestay, vila, dan penginapan masyarakat. Ketersediaan yang memadai dan pengelolaan yang baik atas kedua aspek ini dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan mendorong kunjungan ulang wisatawan.

3. Aksesibilitas dan Transportasi

Aksesibilitas dan transportasi merupakan faktor utama dalam memudahkan wisatawan menuju dan menjelajahi destinasi. Aksesibilitas mencakup kualitas jalan dan jalur masuk ke lokasi wisata, sementara transportasi mencakup moda angkutan yang digunakan, baik darat, laut, maupun udara. Fasilitas transportasi yang aman, terjangkau, dan terintegrasi berkontribusi besar terhadap kelancaran dan kenyamanan perjalanan wisatawan, serta menjadi bagian dari pelayanan pariwisata yang komprehensif.

4. Infrastruktur Pendukung

Infrastruktur pendukung mencakup prasarana dasar seperti pelabuhan, bandara, stasiun, jaringan jalan, listrik, air bersih, sanitasi, dan jaringan komunikasi. Infrastruktur ini berfungsi menunjang aktivitas pariwisata secara keseluruhan. Tanpa infrastruktur yang memadai, pelayanan wisata dan pengembangan atraksi akan sulit berjalan optimal. Oleh karena itu, pembangunan infrastruktur harus menjadi bagian penting dari perencanaan strategis pariwisata.

5. Fasilitas Pendukung Wisata Lainnya

Fasilitas pendukung lain, seperti layanan keamanan, restoran, agen perjalanan, toko cinderamata, dan pusat informasi, turut mendukung kualitas pengalaman wisatawan. Di samping itu, kebijakan pendukung seperti sistem tiket terintegrasi, peta penunjuk arah, serta harga khusus untuk kelompok tertentu, juga dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan. Meskipun bukan atraksi utama, fasilitas-

fasilitas ini memiliki peran besar dalam mendorong kepuasan dan loyalitas pengunjung.

6. Kelembagaan dan Sumberdaya Manusia Pariwisata

Kelembagaan dan SDM pariwisata mencakup seluruh pihak yang terlibat dalam pengelolaan destinasi, seperti pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal. Struktur kelembagaan formal seperti dinas pariwisata dan Pokdarwis sangat penting dalam mendukung koordinasi dan pengambilan kebijakan. Di sisi lain, keberadaan SDM yang terlatih dan berkompeten akan meningkatkan kualitas layanan dan pengelolaan destinasi. Kombinasi antara kelembagaan yang kuat dan SDM yang berkualitas menjadi kunci bagi pengembangan pariwisata yang profesional, inklusif, dan berkelanjutan.

1.5.9 Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Strategi Pengembangan Pariwisata

Faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan pariwisata merupakan elemen penting yang perlu dianalisis untuk memahami dinamika keberhasilan suatu destinasi. Menurut Prasetya dan Ansar (2017), pengembangan pariwisata yang efektif dipengaruhi oleh partisipasi aktif masyarakat, peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM), serta promosi terhadap potensi wisata yang dimiliki suatu wilayah. Sementara itu, Brahmantyo (2019) menekankan pentingnya sosialisasi kepada masyarakat lokal mengenai urgensi pengelolaan destinasi wisata secara terarah dan berkelanjutan.

Penelitian lain oleh Sanjaya (2018) menunjukkan bahwa penyediaan sarana dan prasarana penunjang pariwisata, termasuk akses transportasi yang memadai, merupakan faktor krusial dalam mendukung pengembangan destinasi. Hal ini diperkuat oleh temuan Asmoro (2021) dalam penelitiannya di Desa Sekapuk, yang menyatakan bahwa pemberian akses modal kepada masyarakat serta promosi daya tarik wisata melalui berbagai media digital dapat memperkuat daya saing suatu objek wisata.

Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor pendukung utama dalam pengembangan pariwisata, yaitu:

- a. Tingkat partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata;
- b. Ketersediaan sarana dan prasarana penunjang seperti fasilitas umum dan aksesibilitas;
- c. Efektivitas promosi daya tarik wisata (DTW), baik secara langsung maupun melalui media digital;
- d. Kemudahan akses permodalan bagi pelaku wisata lokal; dan
- e. Tingkat pemahaman masyarakat terhadap manajemen destinasi wisata, termasuk tata kelola dan pelayanan pengunjung.

Faktor-faktor ini menjadi landasan penting dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang partisipatif, terintegrasi, dan berkelanjutan.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan tahapan penting dalam penelitian yang bertujuan memperjelas makna istilah-istilah kunci agar dapat diamati, diukur, dan

dianalisis secara sistematis. Dalam penelitian ini, operasionalisasi konsep digunakan untuk memfokuskan kajian terhadap strategi pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro, Desa Cokro, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten, dengan menjabarkan secara terukur istilah seperti “strategi”, “pengembangan”, dan “pariwisata” sebagai dasar dalam pengumpulan dan analisis data.

Mengacu pada teori strategi menurut Bryson (2016), strategi dipahami sebagai pola terpadu dari tujuan, kebijakan, program, dan alokasi sumber daya yang dirancang untuk merespons isu-isu strategis dan membentuk arah masa depan organisasi atau wilayah. Dalam konteks ini, strategi pengembangan pariwisata di Mata Air Cokro disusun melalui langkah-langkah seperti identifikasi isu strategis, penetapan visi dan misi destinasi, analisis SWOT, serta pelibatan para pemangku kepentingan, baik dari unsur pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat lokal. Bryson juga menekankan pentingnya komitmen dan dukungan aktor kunci dalam memastikan keberhasilan implementasi strategi. Fokus utama pengembangan mencakup optimalisasi daya tarik wisata, peningkatan kualitas layanan, serta penciptaan nilai tambah ekonomi tanpa mengabaikan kelestarian lingkungan dan budaya lokal (Gunn & Var, 2002). Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan proses tersebut dengan menekankan pada peran aktor lokal, kapasitas kelembagaan, serta arah kebijakan daerah, melalui pendekatan deskriptif-kualitatif untuk menjelaskan keterkaitan antara kondisi lapangan dengan teori strategi pengembangan pariwisata. Fenomena yang diteliti adalah “Strategi Pengembangan Pariwisata Objek Mata Air Cokro di Desa Cokro, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten”. Operasionalisasi Konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisis Lingkungan Strategis

Analisis lingkungan strategis dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dari dalam dan luar organisasi yang memengaruhi proses pengembangan pariwisata. Lingkungan ini terbagi menjadi dua aspek utama, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal, yang dianalisis menggunakan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Faktor-faktor lingkungan internal mencakup:

- Kejelasan visi dan misi pengelolaan destinasi
- Kualitas dan kuantitas sumber daya manusia (SDM)
- Ketersediaan dan kondisi sarana prasarana pendukung
- Ketersediaan anggaran atau sumber daya keuangan

Sementara itu, lingkungan eksternal meliputi:

- Faktor ekonomi makro dan lokal
- Faktor politik dan regulasi pemerintah
- Dinamika sosial dan budaya masyarakat sekitar
- Partisipasi dan keterlibatan masyarakat lokal
- Perkembangan teknologi dan media digital
- Peran serta dan sinergi antar-stakeholder

b. Analisis Isu Strategis

Analisis isu strategis dilakukan berdasarkan identifikasi faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang telah dianalisis melalui matriks SWOT. Matriks ini digunakan untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang kemudian dirumuskan menjadi isu-isu strategis utama yang memengaruhi pengembangan destinasi.

Tahap selanjutnya adalah evaluasi isu strategis menggunakan tes uji litmus sebagaimana dijelaskan oleh Bryson (2016), yaitu metode untuk menilai tingkat urgensi, dampak, serta kelayakan isu agar dapat dijadikan prioritas dalam perencanaan strategi.

c. Faktor pendukung dan penghambat

Gejala yang diamati adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata;
- 2) Ketersediaan sarana dan prasarana penunjang seperti fasilitas umum dan aksesibilitas;
- 3) Efektivitas promosi daya tarik wisata (DTW), baik secara langsung maupun melalui media digital;
- 4) Kemudahan akses permodalan bagi pelaku wisata lokal; dan
- 5) Tingkat pemahaman masyarakat terhadap manajemen destinasi wisata, termasuk tata kelola dan pelayanan pengunjung..

1.7 Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi guna memahami suatu fenomena atau memecahkan permasalahan tertentu (Creswell, 2012). Dalam konteks ini, penelitian tidak hanya berfungsi sebagai sarana pengumpulan data, tetapi juga sebagai proses ilmiah yang bertujuan membangun pemahaman yang mendalam terhadap suatu isu berdasarkan bukti empiris. Setiap peneliti pada umumnya memiliki pendekatan atau strategi tersendiri dalam merancang penelitiannya, tergantung pada sifat dan tujuan kajian yang dilakukan. Metode penelitian sendiri dapat diartikan sebagai seperangkat cara atau prosedur ilmiah yang terstruktur dan logis dalam menjawab

pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Dengan demikian, pemilihan metode yang tepat menjadi aspek krusial dalam menjamin validitas dan reliabilitas hasil penelitian yang dihasilkan.

1.7.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena sosial dengan menggali data secara langsung melalui interaksi di lapangan. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengamati secara holistik dinamika yang terjadi di lapangan, terutama dengan melibatkan berbagai aktor terkait secara langsung. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai sumber guna mengungkap kebenaran informasi secara mendalam dan kontekstual.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran objektif terhadap proses pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro, baik dari sisi strategi, peran aktor, maupun kendala yang dihadapi. Menurut Sugiyono (2012:29), pendekatan deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek penelitian sebagaimana adanya, tanpa manipulasi ataupun generalisasi berskala luas. Oleh karena itu, penyusunan laporan dilakukan secara sistematis namun tetap fleksibel, agar dapat menggambarkan fenomena di lapangan secara utuh dan sesuai dengan realitas.

1.7.2 Situs Penelitian

Situs penelitian merupakan lokasi atau tempat utama di mana proses pengumpulan data dilakukan. Dalam penelitian ini, lokus penelitian ditetapkan di Dinas Pariwisata Kabupaten Klaten dan Objek Mata Air Cokro, yang terletak di Desa Cokro, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten. Pemilihan kedua lokasi ini didasarkan pada keterlibatan langsung keduanya dalam proses pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro. Dinas Pariwisata berperan dalam aspek perencanaan, kebijakan, serta pengawasan pengembangan destinasi, sementara Objek Mata Air Cokro merupakan titik fokus dari kegiatan pariwisata yang menjadi subjek utama penelitian ini.

1.7.3 Fenomena Penelitian

Fenomena penelitian terkait Strategi Pengembangan Pariwisata Objek Mata Air Cokro Di Desa Cokro Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten dirangkum dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.4 Fenomena Penelitian

No	Fenomena	Dimensi	Gejala	Informan
1.	Strategi Pengembangan Pariwisata (Lingkungan Internal)	Visi Misi Organisasi	1. Keterkaitan antara visi, misi dan tujuan dengan kondisi, tantangan dan kebutuhan di Kabupaten Klaten dalam pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	1. Dinas Pariwisata Kabupaten Klaten 2. Pengelola Objek Mata Air Cokro 3. Masyarakat Setempat
			2. Pelaksanaan misi dalam pencapaian visi yang telah ditetapkan dalam pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	
			3. Prioritas arah kebijakan pengembangan pariwisata	
		Sumber Daya Manusia	4. Kapasitas/kemampuan SDM dalam pengembangan pariwisata mata air di Kabupaten Klaten	
			5. Kapasitas/kemampuan SDM dalam pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	
			6. Bentuk pendidikan dan pelatihan khusus pengembangan pariwisata untuk meningkatkan kualitas SDM	
			7. Jumlah SDM dalam pengelolaan pariwisata Objek Mata Air Cokro	
		Sarana dan Prasarana	8. Kondisi sarana, prasarana serta infrastruktur dalam menunjang pengembangan Objek Mata Air Cokro	

			9. Wujud dukungan atau hambatan penyediaan informasi kepariwisataan di Kabupaten Klaten dalam upaya pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	
			10. Potensi yang menjadi daya tarik Objek Mata Air Cokro	
			11. Fasilitas transportasi dan akses menuju Objek Mata Air Cokro	
		Anggaran / Dana	12. Anggaran yang tersedia untuk mendukung upaya pengembangan Objek Mata Air Cokro	
			13. Alokasi anggaran digunakan untuk apa saja	
			14. Model pengelolaan anggaran untuk mendukung pengembangan Objek Mata Air Cokro	
2.	Strategi Pengembangan Pariwisata (Lingkungan eksternal)	Faktor Ekonomi	15. Kontribusi objek wisata mata air dalam memberikan pendapatan asli daerah di Kabupaten Klaten	
			16. Pengaruh pariwisata Objek Mata Air Cokro dalam perekonomian masyarakat	
			17. Pengaruh kondisi ekonomi masyarakat dalam pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	
		Faktor Politik	18. Pengaruh kondisi lingkungan politik terhadap pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Klaten	

			19. Pengaruh Peraturan Daerah dalam bidang pariwisata di Kabupaten Klaten	
		Faktor Sosial Budaya	20. Pengaruh kondisi sosial budaya masyarakat serta lingkungan dalam pengembangan Objek Mata Air Cokro	
			21. Dukungan hambatan kondisi sosial budaya masyarakat serta lingkungan dalam pengembangan Objek Mata Air Cokro	
			22. Wujud keterlibatan masyarakat dalam pengembangan dan pelestarian Objek Mata Air Cokro	
		Partisipasi Masyarakat	23. Bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	
			24. Keterlibatan langsung masyarakat dalam pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	
			25. Apakah masyarakat mendukung upaya pemerintah dalam upaya pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	
			26. Upaya masyarakat untuk mengembangkan Objek Mata Air Cokro	
		Teknologi	27. Bentuk pemanfaatan teknologi yang telah dilakukan dalam pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	
		Keterlibatan Stakeholders	28. Siapa saja <i>stakeholders</i> yang terlibat dalam pengembangan Objek Mata Air Cokro	

			29. Peran <i>stakeholders</i> dalam pengembangan Objek Mata Air Cokro	
			30. Kendala <i>stakeholders</i> dalam melakukan pengembangan Objek Mata Air Cokro	
			31. Kondisi sarana pendukung pariwisata yang berasal dari pihak swasta (LSM) dalam pengembangan pariwisata Objek Mata Air Cokro	

1.7.4 Subyek Penelitian

Menurut Arikunto (2013:152), subjek penelitian merupakan unsur yang memiliki kedudukan penting dalam suatu penelitian karena menjadi sumber utama pengumpulan data. Sebelum proses pengambilan data dilakukan, peneliti perlu menentukan dan menata subjek penelitian secara tepat agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Secara umum, subjek penelitian dapat berupa individu, kelompok, institusi, atau fenomena yang berkaitan dengan aktivitas manusia. Dalam konteks penelitian ini, subjek yang dipilih mencakup pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro, seperti pejabat Dinas Pariwisata Kabupaten Klaten, pengelola objek wisata, tokoh masyarakat, dan pelaku usaha lokal di sekitar destinasi.

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2008), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan cara memilih subjek berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Oleh karena itu, untuk menetapkan informan kunci dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling*, yakni memilih individu yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, atau posisi strategis yang relevan dengan topik penelitian. Sementara itu, teknik *snowball sampling* diterapkan untuk memperoleh informan tambahan, di mana informan pertama yang telah dipilih akan merekomendasikan informan berikutnya yang dinilai mampu memberikan informasi mendalam sesuai kebutuhan penelitian. Proses ini dilakukan secara berkelanjutan hingga peneliti memperoleh data yang dianggap memadai. Teknik *snowball* sangat bermanfaat dalam menjaring

informan yang mungkin sulit diakses secara langsung, namun memiliki peran penting dalam konteks fenomena yang diteliti.

1.7.4 Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland dalam Moleong (2009:157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif berasal dari kata-kata dan tindakan, sedangkan sisanya berupa data tambahan seperti dokumen dan materi tertulis lainnya. Sejalan dengan itu, Sugiyono (2015:137) membagi sumber data dalam penelitian menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.. Sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dari informan kunci yang terlibat langsung dalam proses pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro, seperti pengelola, pemerintah daerah, dan masyarakat lokal.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen, arsip, laporan, buku, media daring, serta sumber tertulis lainnya yang relevan dengan fokus penelitian. Data ini digunakan sebagai pelengkap dan penguat atas informasi yang diperoleh dari sumber primer.

Dengan menggabungkan kedua jenis sumber data tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai strategi pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2015:224) mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan tahap yang strategis dalam suatu penelitian karena tujuan teknik pengumpulan data adalah untuk memperoleh data yang diinginkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek di lapangan. Melalui observasi, peneliti dapat mencatat perilaku, aktivitas, serta kondisi nyata yang terjadi. Observasi dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Klaten untuk mengetahui program dan strategi pengembangan pariwisata, serta pihak pengelola Objek Mata Air Cokro. Pengamatan dilakukan terhadap pelaksanaan kegiatan, pelibatan aktor, serta makna yang diberikan para pelaku terhadap fenomena yang diamati.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik utama dalam pengumpulan data primer. Penelitian ini menggunakan **wawancara terbuka**, di mana informan mengetahui maksud dan tujuan pertanyaan yang diajukan. Wawancara dilakukan terhadap perwakilan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Klaten, pengurus OMAC, masyarakat Desa Cokro, serta wisatawan yang berkunjung ke Objek Mata Air Cokro, guna memperoleh informasi yang mendalam mengenai strategi pengelolaan dan tantangan yang dihadapi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk gambar, arsip, laporan kegiatan, brosur promosi, serta dokumen resmi lainnya. Teknik ini

digunakan sebagai pelengkap dari hasil observasi dan wawancara untuk mendukung keabsahan data.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan menelaah literatur yang relevan seperti buku, jurnal ilmiah, dokumen kebijakan, peraturan daerah, dan undang-undang yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata dan teori strategi. Teknik ini membantu memperkuat landasan teoritis dan kerangka analisis dalam penelitian.

1.7.6 Analisis dan Interpretasi Data

Menurut Sugiyono (2015:244), analisis data merupakan proses sistematis untuk mencari, mengorganisasikan, dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi agar dapat ditafsirkan secara logis. Proses ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori tertentu, pemisahan ke dalam unit-unit informasi, penyusunan pola, dan pemilihan informasi yang dianggap paling relevan, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang mudah dipahami oleh peneliti maupun pembaca.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data interaktif, sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana, yang terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses menyaring, merangkum, dan memfokuskan data mentah menjadi bentuk yang lebih terorganisir. Proses ini dilakukan sejak awal pengumpulan data, melalui pemilihan informasi penting yang relevan dengan fokus

penelitian, seperti tema strategi pengembangan, peran aktor lokal, dan tantangan pengelolaan pariwisata di Objek Mata Air Cokro..

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah proses menyusun informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk narasi, matriks, tabel, atau grafik untuk memudahkan peneliti dalam memahami pola dan hubungan antar elemen data. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk deskriptif untuk menggambarkan proses dan strategi pengembangan pariwisata secara menyeluruh.

3. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Tahap ini merupakan proses akhir dalam analisis data, yaitu merumuskan temuan atau kesimpulan sementara berdasarkan pola-pola yang muncul dari data. Kesimpulan kemudian diverifikasi secara terus-menerus dengan membandingkan data baru yang masuk, hingga diperoleh kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Dalam proses pengambilan keputusan strategis, digunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh organisasi atau destinasi wisata. Hasil dari analisis SWOT tersebut menjadi dasar dalam merumuskan isu-isu strategis yang mencerminkan kondisi aktual di lapangan.

Untuk menilai sejauh mana isu-isu tersebut benar-benar bersifat strategis, dilakukan evaluasi melalui Tes Uji Litmus, yaitu seperangkat pertanyaan yang dirancang untuk mengukur tingkat urgensi, dampak, serta kelayakan isu. Menurut Bryson

(2016:184), uji litmus berguna untuk memberikan ukuran sejauh mana suatu isu dapat dikategorikan sebagai strategis. Tes ini membantu menyaring isu-isu yang muncul agar hanya isu dengan tingkat kestrategisan tinggi yang dijadikan prioritas dalam perumusan kebijakan. Isu yang memperoleh skor tinggi pada seluruh dimensi uji litmus dikategorikan sebagai isu strategis utama, sedangkan isu yang memperoleh skor rendah dianggap bersifat operasional. Berikut ini adalah daftar pertanyaan yang digunakan dalam Tes Uji Litmus.

Tabel 1. 1 Daftar Pertanyaan Uji Litmus

No	Pertanyaan	Skor		
		Operasional – Strategis		
		1	2	3
1.	Kapan tantangan atau peluang isu-isu strategis dihadapi oleh Organisasi?	Sekarang	Tahun Depan	Dua tahun atau lebih dari sekarang
2.	Seberapa luas isu berpengaruh pada organisasi ?	Unit/bagian tunggal	Beberapa bidang	Seluruh organisasi
3.	Seberapa besar risiko/ peluang keuangan bagi organisasi ?	Kecil (<10% dari anggaran)	Sedang (10-25% dari anggaran)	Besar (>25% dari anggaran)
4.	Apakah strategi bagi pemecahan isu akan memerlukan: a. Pengembangan sasaran dan program pelayanan baru?	Tidak		Ya
	b. Perubahan signifikan dalam sumber atau jumlah pajak?	Tidak		Ya
	c. Perubahan signifikan dalam ketetapan perubahan peraturan/perundangan?	Tidak		Ya
		Tidak		Ya

	d. Penambahan atau perubahan fasilitas? e. Penambahan staff yang signifikan?	Tidak		Ya
5.	Bagaimana pendekatan yang terbaik bagi pemecahan isu?	Jelas, siap diimplementasikan	Parameter luas, agak diperinci	Terbuka luas
6.	Tingkat keputusan manakah yang dapat menetapkan untuk menanggulangi isu?	Pengawas Staf Lini		Kepala Bagian
7.	Konsekuensi apa yang akan terjadi jika isu tersebut tidak ditangani?	Ada gangguan, tidak efisiensi	Kekacauan pelayanan, kehilangan sumber dana	Kekacauan pelayanan jangka panjang dan biaya besar/merosotnya penghasilan
8.	Seberapa banyak organisasi/instansi lain yang terlibat dalam pemecahan isu tersebut?	Tidak ada	Satu sampai tiga	Empat atau lebih
9.	Bagaimana sensitivitas isu ini terkait dengan nilai masyarakat, sosial, politik, agama, dan budaya?	Lunak	sedang	keras

Sumber : Bryson (2016:184)

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang diperkuat melalui Uji Litmus, dapat diidentifikasi sejumlah isu strategis yang relevan, yang selanjutnya menjadi dasar dalam perumusan alternatif strategi untuk pengembangan pariwisata di Objek Mata Air Cokro, Desa Cokro, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten.

1.7.7 Kualitas Data

Menurut Sugiyono (2015:160), terdapat dua faktor utama yang memengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas proses pengumpulan data. Kualitas instrumen berkaitan dengan cara yang digunakan untuk

memperoleh data. Bahkan, instrumen yang valid dan reliabel pun tidak akan menghasilkan data yang akurat jika tidak digunakan secara tepat oleh peneliti.

Dalam analisis data, salah satu teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi, yang bertujuan untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas data. Menurut Agustinova (2015:45), triangulasi berfungsi memperkuat dimensi teoritis, metodologis, dan interpretatif dalam suatu riset. Agustinova (2015:47–49) menjelaskan empat jenis triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi Sumber Data (*Data Triangulation*)
2. Triangulasi Peneliti (*Multiple Triangulation*)
3. Triangulasi Teori (*Theory Triangulation*)
4. Triangulasi Metode (*Methodological Triangulation*)

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yakni membandingkan informasi dari berbagai pihak untuk memperoleh pemahaman yang lebih utuh. Sumber data dari pihak pemerintah diperoleh melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Klaten, sedangkan dari pihak masyarakat meliputi BUMDes Cokro, warga Desa Cokro, serta pengunjung Objek Mata Air Cokro. Triangulasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.