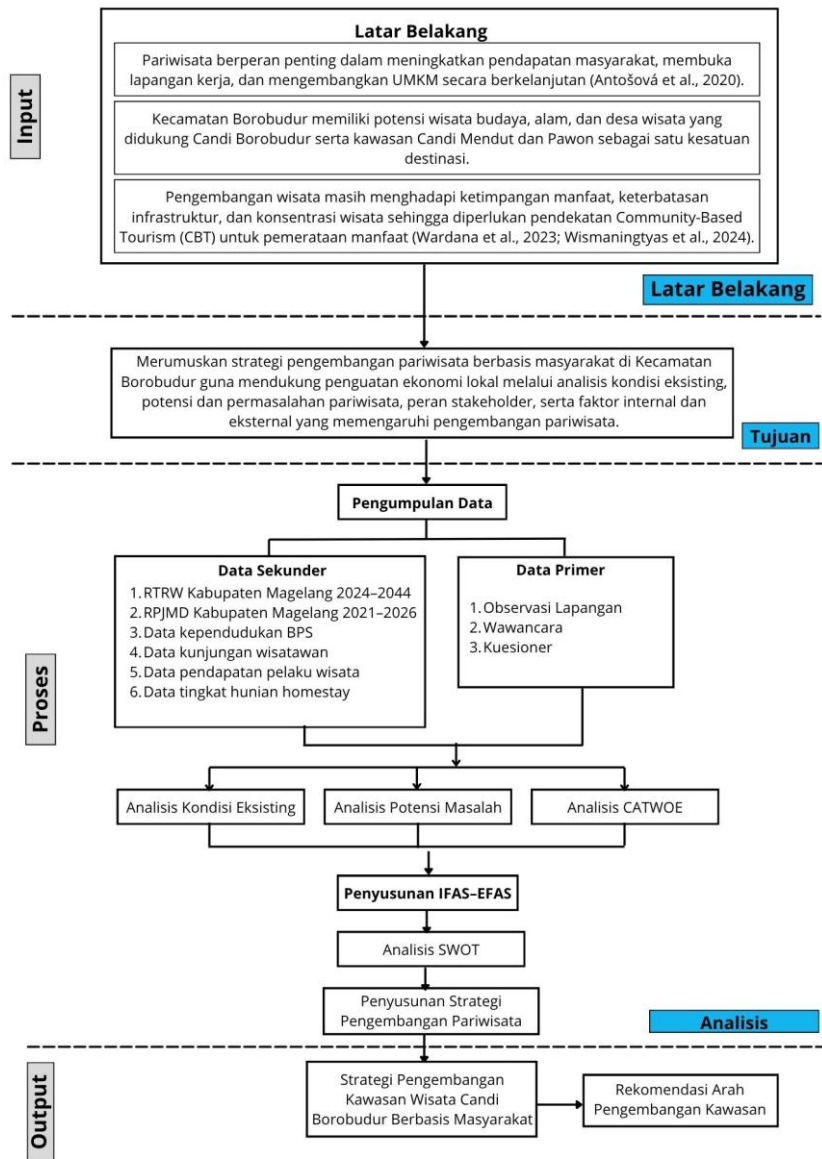


BAB II

KONSEP PERENCANAAN

2.1 Kerangka Pikir

Seluruh tahapan proses penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai pelaksanaan tugas akhir. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Kerangka Konsep Perencanaan

Sumber: Hasil Analisis, 2025

2.2 Kajian Teori

Bagian ini menyajikan landasan teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian, meliputi konsep-konsep, definisi, dan teori relevan yang mendukung proses analisis.

2.2.1 Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community-Based Tourism*)

Pariwisata Berbasis Masyarakat atau Community Based Tourism (CBT) adalah model pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan kegiatan pariwisata, serta memastikan masyarakat memperoleh manfaat ekonomi dan pelestarian budaya tetap terjaga (Imbaya & Rw, 2021). BT tidak hanya memposisikan masyarakat sebagai penerima dampak, tetapi juga sebagai pengelola dan pengendali sumber daya pariwisata sehingga meningkatkan rasa kepemilikan dan kesejahteraan berkelanjutan (Antošová et al., 2020). BT berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas lokal, pengentasan kemiskinan, serta penguatan tanggung jawab masyarakat dalam pelestarian budaya dan lingkungan, sehingga memberikan dampak pada keadilan sosial, pemerataan ekonomi, dan pembangunan berkelanjutan (Reindrawati, 2023). Selain itu, CBT juga mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) terutama pada tujuan pengentasan kemiskinan, pertumbuhan ekonomi, dan pembangunan kota berkelanjutan (Jackson, 2025). Dalam implementasinya, CBT mencakup lima dimensi utama yang saling berkaitan, yaitu:

1. Dimensi ekonomi, yaitu peningkatan pendapatan masyarakat lokal melalui keterlibatan dalam usaha pariwisata seperti UMKM, homestay, dan jasa wisata.
2. Dimensi sosial, yaitu peningkatan partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata serta penguatan interaksi sosial di dalam komunitas.
3. Dimensi budaya, yaitu pelestarian nilai, tradisi, dan kesenian lokal sebagai bagian dari daya tarik wisata.
4. Dimensi politik, yaitu keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan serta peran kelembagaan lokal dalam pengelolaan pariwisata.

5. Dimensi lingkungan, yaitu upaya menjaga kelestarian lingkungan fisik kawasan wisata agar tetap berkelanjutan.

Di kawasan Candi Borobudur, CBT menjadi pendekatan strategis dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa penyangga seperti Wanurejo, Tuksongo, dan Karanganyar melalui kemitraan antara masyarakat, pemerintah, dan swasta (Arief et al., 2025). Keberhasilan CBT sangat bergantung pada penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan, pendidikan, dukungan modal, serta penyediaan infrastruktur pendukung sehingga menjadi dasar penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal dan identitas budaya Jawa (Arisanty. et al., 2023).

2.2.2 Keterkaitan Sektor Pariwisata dan Perekonomian Lokal

Sektor pariwisata berperan penting dalam memperkuat ekonomi lokal karena memiliki *multiplier effect* yang luas, meningkatkan pendapatan, membuka lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan UMKM (Tiku & Shimizu, 2022). Pada konteks Borobudur, pariwisata berbasis ekonomi lokal mampu memperkuat struktur sosial-ekonomi masyarakat dan mengurangi ketimpangan wilayah (Cerisola & Panzera, 2024). Integrasi budaya lokal ke dalam rantai nilai pariwisata telah mendorong inovasi produk dan layanan baru, diversifikasi ekonomi lokal, dan kapasitas kewirausahaan yang lebih besar dari desa wisata (Sumarsono et al., 2024). Oleh karena itu, strategi pariwisata berbasis masyarakat perlu diarahkan pada peningkatan daya saing lokal dan diversifikasi ekonomi untuk mencapai pembangunan berkelanjutan (Rebuya & Gasga, 2022).

2.2.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga proses perumusan strategi pengembangan pariwisata dapat dilakukan secara lebih terarah dan sistematis (Rebuya & Gasga, 2022). Metode ini membantu menilai kondisi internal dan eksternal destinasi secara komprehensif agar keputusan pengembangan dapat diarahkan sesuai potensi serta tantangan yang ada di lapangan (Abouhashem et al., 2021). Penggunaan SWOT juga memungkinkan integrasi aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam satu kerangka evaluatif

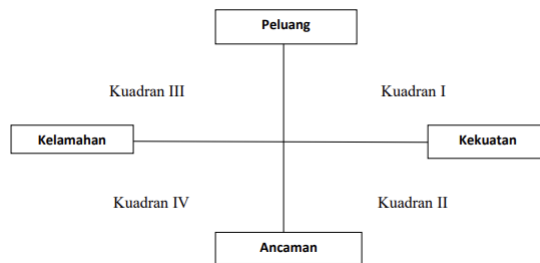
sehingga strategi yang disusun tetap selaras dengan prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan. Menurut David (2010), analisis SWOT menghasilkan empat alternatif strategi utama, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT yang disusun berdasarkan kombinasi antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Strategi ini digunakan untuk menentukan arah kebijakan yang paling sesuai dengan kondisi objek penelitian. Analisis SWOT juga dapat digambarkan dalam bentuk matriks yang menunjukkan keterkaitan antara faktor internal dan eksternal sebagai dasar perumusan strategi.

Tabel 2. 1 Matriks SWOT

Faktor Internal / Eksternal	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO: memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang	Strategi WO: meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T)	Strategi ST: menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT: meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Jurnal Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Indosat Pada Pt X, 2023

Selain itu, analisis SWOT juga dapat dipetakan dalam bentuk diagram kuadran yang membandingkan kekuatan–kelemahan (internal) dengan peluang–ancaman (eksternal). Berdasarkan hasil pemetaan tersebut, terdapat empat kuadran posisi strategi. Kuadran I menunjukkan kondisi ideal dimana kekuatan dan peluang sama-sama tinggi sehingga strategi yang digunakan bersifat agresif atau growth oriented. Kuadran II menunjukkan kondisi dimana kekuatan internal tinggi tetapi menghadapi ancaman eksternal, sehingga strategi yang digunakan adalah pemanfaatan kekuatan untuk mengatasi ancaman melalui pendekatan diversifikasi. Kuadran III menunjukkan kondisi peluang besar namun terdapat kelemahan internal sehingga strategi berfokus pada perbaikan internal untuk memanfaatkan peluang. Sementara Kuadran IV menunjukkan kondisi yang kurang menguntungkan karena kelemahan internal dan ancaman eksternal sama-sama tinggi sehingga diperlukan strategi defensif (Sylvia & Hayati, 2023).



Gambar 2. 2 Kuadran SWOT

Sumber : Jurnal Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Indosat Pada Pt X, 2023

Dengan demikian, analisis SWOT tidak hanya digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, tetapi juga menentukan posisi strategis suatu objek dalam matriks kuadran untuk merumuskan strategi pengembangan yang paling sesuai.

2.2.4 Analisis CATWOE

Analisis CATWOE merupakan metode untuk memahami permasalahan secara sistemik melalui enam elemen utama, yaitu *Customer*, *Actor*, *Transformation*, *Weltanschauung*, *Owner*, dan *Environment* yang memengaruhi suatu situasi (Trianung et al., 2025). Pendekatan ini membantu peneliti melihat masalah secara komprehensif karena setiap elemen memberikan perspektif berbeda yang saling melengkapi. CATWOE sering digunakan dalam Soft Systems Methodology (SSM) untuk menangani persoalan kompleks dan tidak terstruktur di berbagai bidang, termasuk perencanaan dan manajemen (Suhardono et al., 2023). Oleh karena itu, analisis CATWOE relevan digunakan dalam penelitian Strategi Pengembangan pariwisata Kecamatan Borobudur Berbasis Masyarakat karena mampu memetakan kepentingan, proses, dan faktor lingkungan yang memengaruhi penguatan ekonomi lokal secara partisipatif.

2.2.5 Analisis IFAS EFAS

Analisis IFAS–EFAS merupakan metode yang banyak digunakan dalam kajian strategi pengembangan pariwisata karena mampu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal secara sistematis sehingga menghasilkan strategi yang lebih terarah. Studi mengenai pengembangan desa wisata di Boyolali menunjukkan bahwa IFAS–EFAS efektif dalam memetakan kekuatan dan kelemahan destinasi sebagai dasar penyusunan

strategi yang mempertimbangkan kapasitas masyarakat (Widyawati & Amin, 2025). Penelitian lain tentang pariwisata lintas batas di Sambas membuktikan bahwa IFAS–EFAS mampu menilai peluang dan ancaman eksternal secara akurat sehingga strategi yang dirumuskan mampu memperkuat daya saing ekonomi lokal (Hidayat et al., 2024).

2.2.6 Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata

Tourism governance adalah sistem pengelolaan pariwisata yang mengedepankan koordinasi dan kolaborasi antar *stakeholder* (pemangku kepentingan) yang terdiri pemerintah, masyarakat, swasta, dan LSM dalam melakukan tata kelola yang integratif dan berkelanjutan, dengan mengedepankan transparansi, akuntabilitas, partisipasi, dan kolaborasi dalam pengelolaan kawasan pariwisata (Farsari, 2023). Dalam kawasan Borobudur, tata kelola juga sangat penting mengingat kompleksitas budaya, lingkungan, dan sosial ekonomi yang dihadapi kawasan ini. Penelitian terbaru menunjukkan penerapan prinsip *good governance* dalam pengelolaan destinasi yang mengandung warisan budaya dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kebijakan, kolaborasi antar instansi, dan *settlement development* (Kim et al., 2023).

2.2.7 Konsep Pengembangan Pariwisata Berbasis 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary)

Pengembangan pariwisata merupakan proses perencanaan dan pengelolaan destinasi untuk meningkatkan kualitas daya tarik, pelayanan, serta keberlanjutan kawasan wisata. Salah satu pendekatan yang umum digunakan dalam analisis destinasi adalah konsep 4A, yang terdiri atas *attraction*, *accessibility*, *amenities*, dan *ancillary*. Konsep ini digunakan untuk menilai tingkat kelayakan dan pengembangan suatu destinasi wisata secara sistematis (Lie & Facrura, 2024).

1. *Attraction* (Daya Tarik Wisata)

Attraction merupakan komponen utama yang menjadi alasan wisatawan melakukan kunjungan ke suatu destinasi. Daya tarik ini mencakup keunikan alam, budaya, sejarah, maupun hasil buatan manusia yang memiliki nilai jual wisata. Semakin kuat dan beragam daya tarik yang dimiliki suatu kawasan, semakin tinggi potensi kunjungan wisatawan.

2. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Accessibility adalah tingkat kemudahan wisatawan dalam menjangkau destinasi wisata. Komponen ini meliputi kondisi infrastruktur jalan, transportasi, rute perjalanan, serta penunjuk arah. Aksesibilitas yang baik akan meningkatkan mobilitas wisatawan dan memperluas jangkauan kunjungan.

3. *Amenities* (Amenitas)

Amenities merupakan fasilitas pendukung yang memberikan kenyamanan bagi wisatawan selama berada di destinasi. Komponen ini mencakup akomodasi, rumah makan, toilet umum, area parkir, pusat informasi, serta fasilitas penunjang lainnya. Ketersediaan amenitas yang baik akan meningkatkan kepuasan dan lama tinggal wisatawan.

4. *Ancillary* (Layanan Pendukung/Kelembagaan)

Ancillary adalah komponen kelembagaan yang mendukung pengelolaan destinasi wisata. Komponen ini mencakup peran pemerintah, organisasi pengelola, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), serta bentuk kerja sama antar stakeholder dalam pengembangan pariwisata. *Ancillary* berperan penting dalam memastikan keberlanjutan pengelolaan destinasi.