

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang terletak pada garis khatulistiwa. Posisi tersebut menjadikan Indonesia mempunyai berbagai potensi baik dari sumber daya manusia, alam, maupun budaya yang sangat besar. Kekayaan yang dimiliki Indonesia merupakan suatu keputusan yang baik apabila dapat dikembangkan menjadi suatu usaha pariwisata. Pariwisata adalah bentuk perjalanan berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain yang sifatnya sementara dan bertujuan untuk hiburan agar menyegarkan pikiran dengan memanfaatkan waktu luang yang ada (Chouirunnisa&Milla,2021). Suatu kegiatan dapat dikatakan sebagai pariwisata jika dapat menyatukan aspek-aspek seperti wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, dan industri wisata terkait.

Pariwisata merupakan salah satu industri yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Apabila modal dasar tersebut dapat dikelola serta direncanakan dengan baik maka dapat mewujudkan tujuan berkelanjutan. Pariwisata berkaitan erat hubungannya dengan SDGs (*Sustainable Development Goals*). Keberadaan pariwisata dapat mendongrak pencapaian 17 Tujuan SDGs (*Sustainable Development Goals*) untuk mencapai kesejahteraan masyarakat di suatu negara. Namun disisi lain, apabila suatu industri pariwisata tidak dapat dikelola dengan baik, maka dapat menghambat dalam proses mewujudkan pembangunan nasional.

Berdasarkan Indeks Daya Saing Pariwisata atau *Travel and Tourism Competitive Index* (TCCI) menurut *World Economic Forum* (WEF) menyebutkan bahwa pada tahun 2022 Indonesia berada pada urutan 44 menjadi 32 dari 117 negara atau berhasil naik 12 posisi. Sedangkan di wilayah Asia Pasifik, sektor pariwisata Indonesia masuk deretan 10 besar yaitu berada di peringkat 8 (Kemenparekraf.go.id, 2022). Peningkatan indeks daya saing pariwisata tersebut sebagai penghargaan dan bukti bahwa Indonesia kaya akan potensi wisata yang mampu berdaya saing tinggi dengan negara lain. Selain itu, pariwisata menjadi sektor unggulan di Indonesia karena dapat meningkatkan roda perekonomian serta dapat memperkenalkan dan mempromosikan budaya lokal kepada wisatawan. Maka dari itu, pariwisata menjadi fokus utama dalam pembangunan nasional yang berkontribusi sebagai penghasil devisa terbesar kedua setelah sektor migas dan energi (Nugroho dalam Suni et al.,2019)

Tabel 1.1

**Jumlah Devisa Negara dari Sektor Pariwisata
Tahun 2017-2022**

Tahun	Jumlah Devisa Sektor Pariwisata (Triliun Rupiah)
2017	187,434 Triliun
2018	246,688 Triliun
2019	246,688 Triliun
2020	46,254 Triliun
2021	8,017 Triliun
2022	61,672 Triliun
Total	796,753 Triliun

Sumber : (BPS RI, 2022)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah devisa negara sektor pariwisata meningkat dari tahun 2017 ke tahun 2019 sebesar 0,31 persen. Pada Tahun 2017, jumlah devisa negara dari sektor pariwisata adalah 187,434 Triliun Rupiah. Sedangkan tahun 2019 sebesar 246,688 Triliun Rupiah. Namun pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,96 persen dengan jumlah 8,017 Triliun Rupiah. Penurunan tersebut disebabkan oleh wabah Covid-19 yang berdampak pada pembatasan aktivitas masyarakat, khususnya pada industri pariwisata. Kemudian mengalami peningkatan kembali pada tahun 2022 sebesar 6,70 persen dengan jumlah 61,672 Triliun rupiah seiring dengan melandainya Covid-19. Sektor pariwisata dalam kontribusinya terhadap penerimaan devisa negara diperkirakan akan terus meningkat daritahun berikutnya sehingga sektor pariwisata di masa depan dapat diandalkan guna menggerakkan perekonomian suatu negara.

Kontribusi tersebut berperan penting karena devisa negara sangat dibutuhkan pemerintah dalam memenuhi kebutuhan negara, seperti membayar impor, bunga, dan cicilan utang luar negeri serta jasa-jasa asing seperti asuransi, upah, dan gaji pekerja asing, sewa alat transportasi dan lain-lain. Selain itu, adanya sektor pariwisata menguntungkan bagi sektor usaha lainnya seperti *jasa tour*, biro perjalanan, usaha akomodasi seperti hotel, *home stay* dan jenis penginapan lainnya, restoran, usaha hiburan, dan lain lain. Menurut peraturan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa manfaat keberadaan objek wisata bagi suatu daerah yaitu dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatkan rasa cinta tanah air, taraf hidup masyarakat, meningkatkan rasa cinta lingkungan, melestarikan alam serta budaya setempat, dan memberikan kesempatan kerja untuk mengatasi pengangguran. Oleh karena itu, saat ini sektor pariwisata sedang digalakkan oleh pemerintah Indonesia melalui Peraturan Presiden No. 3 Tahun 2016 Tentang Percepatan Pelaksanaan Proyek Strategis Nasional (Gilby & Dwimawanti, 2021). Dengan peraturan tersebut, pemerintah dapat mempercepat pelaksanaan pembangunan infrastruktur air bersih, transportasi, listrik dalam rangka penyelenggaraan pemenuhan kebutuhan pengembangan pariwisata

Di sisi lain, kegiatan pengembangan pariwisata di Indonesia menghadapi berbagai permasalahan, antara lain: 1) Regulasi kebijakan yang bertentangan dengan objek wisata terkait; 2) Kemampuan sumber daya manusia yang kurang; 3) Kurangnya promosi dan komunikasi; 4) Kualitas infrastruktur pariwisata di daerah yang masih rendah; 5) Rendahnya investor di sektor pariwisata; dan 6) kurang diperhatikannya aspek lingkungan hidup dalam kegiatan pariwisata

(Stiawati.T.,2022). Beberapa masalah umum tersebut memerlukan peran dan kerjasama dari semua *stakeholder* baik pemerintah, masyarakat, maupun swasta.

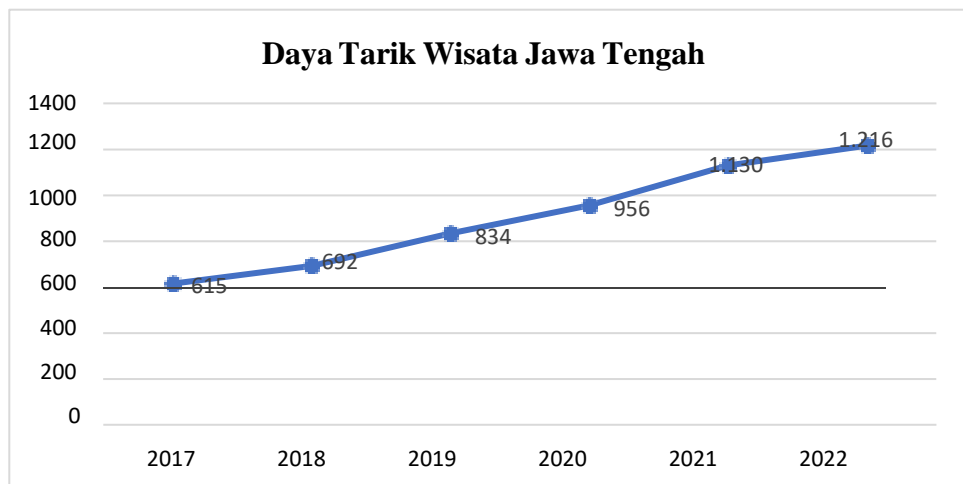
Pada era otonomi daerah yang tertuang dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Pasal 1 Ayat 6 disebutkan bahwa wewenang diberikan kepada Pemerintah Daerah untuk mengurus dan mengatur urusan pemerintahan serta kepentingan masyarakat setempat dengan terus menggali potensi ataupun sumber daya yang dimiliki suatu daerah dalam rangka meningkatkan pembangunan.

Setiap pemerintah daerah memiliki kebebasan dalam mengembangkan destinasi wisata yang ada di wilayahnya yang dapat menunjang perekonomian suatu daerah melalui peningkatan PAD (Pendapatan Asli Daerah). Regulasi tersebut selaras dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 pada pasal 11 yang berisikan mengenai pemerintah bersama dengan lembaga yang berkaitan dengan penyelenggaraan destinasi wisata memberikan dukungan kepada pembangunan pariwisata.

Provinsi Jawa Tengah menjadi daerah pusat pergerakan wisatawan yang besar di Indonesia. Terdapat banyak potensi pariwisata di Jawa Tengah yang berbeda dan unik antara lain, wisata alam, wisata bahari, wisata budaya, wisata sejarah, dan lain-lain.

Grafik 1.1

Jumlah Daya Tarik Wisata di Jawa Tengah Tahun 2017-2022



Sumber : (Disporapar Provinsi Jawa Tengah,2022)

Berdasarkan Grafik 1.1 menunjukkan bahwa potensi atau daya tarik wisata di Jawa Tengah terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 jumlah daya tarik wisata sebesar 615, kemudian mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2022 dengan jumlah 1.216.

Provinsi Jawa Tengah menjadi salah satu provinsi dengan minat kunjungan wisatawan yang cukup besar. Faktor pendukung yang melatari hal tersebut yaitu, faktor aksesibilitas dimana kemudahan akses menuju tempat wisata, ketersediaan fasilitas wisata dan penunjang wisata, tempat penginapan, dan atraksi wisata (DPMPTSP dalam Nilam, 2020).

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Provinsi Jawa Tengah
Tahun 2017-2021

Tahun	Wisman	Wisdom	Total
2017	781.107	40.118.470	40.899.577
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	144.429	44.949.504	45.093.933

Sumber : (BPS Provinsi Jawa Tengah, 2022)

Tabel 1.2 menunjukkan banyaknya minat kunjungan wisatawan ke Jawa Tengah pada periode tahun 2017-2022. Jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 0,10 persen pada tahun 2022 yaitu sebesar 45.093.933 orang, yang terdiri atas 144.429 orang dari wisatawan mancanegara dan 44.949.504 orang dari wisatawan domestik.

Pembangunan pariwisata di Jawa Tengah telah diatur sebagai isu dan sasaran strategis dalam RPJMD 2018-2023. Provinsi Jawa Tengah mempunyai destinasi wisata utama seperti Dataran Tinggi Dieng di Kabupaten Wonosobo, Taman Nasional Karimunjawa di Kabupaten Jepara, Candi Borobudur di Magelang serta Pantai Maron yang terletak di Kota Semarang. Keberadaan destinasi wisata unggulan tersebut memberikan sumbangan di sektor pariwisata dalam PDRB (Produk Domestik Regional Bruto).

Tabel 1.3
Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDRB Jawa Tengah
% (Dalam Persen)

Tahun	Kontribusi Pariwisata(%)
2017	7,92
2018	7,99
2019	8,14
2020	7,80
2021	7,85

Sumber: (BPS Provinsi Jawa Tengah, 2021)

Tabel 1.3 menunjukkan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian Jawa Tengah terus meningkat sebesar 0,22 persen, dari 7,92 persen pada tahun 2017 menjadi 8,14 persen pada tahun 2019. Pada tahun 2020 kontribusi sektor pariwisata mengalami penurunan sebesar -0,34 persen menjadi 7,8 persen sebagai akibat dari adanya kebijakan pembatasan di sektor pariwisata untuk mengantisipasi lonjakan wabah covid-19. Dengan semakin membaiknya kondisi perekonomian Jawa Tengah, pada tahun 2021 kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian Jawa Tengah sedikit meningkat 0,05 persen menjadi 7,85 persen dibandingkan tahun sebelumnya.

Banjarnegara merupakan salah satu kabupaten yang menjadi daya dukung potensi wisata di Jawa Tengah dengan semboyan yaitu ‘*The Heart Of Central Java*’. Pariwisata di Kabupaten Banjarnegara merupakan sektor strategis yang potensi untuk dikembangkan, dikelola, dan dipasarkan mengingat berbagai potensi daya tarik wisata alam seperti wisata buatan, sejarah, religi, budaya, dan kuliner. Akan tetapi, berdasarkan lingkup karesidenan Banyumas (Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Purbalingga, dan Kabupaten Banyumas), Kabupaten Banjarnegara masih tertinggal dari sisi jumlah kunjungan wisatawannya. Berikut

ini merupakan data jumlah kunjungan wisatawan menurut karisidenan Banyumas.

Tabel 1.4
Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Karesidenan
Banyumas tahun 2022

Kabupaten/Kota	Jumlah Wisatawan
Kabupaten Banjarnegara	1.352.743
Kabupaten Banyumas	1.795.352
Kabupaten Purbalingga	1.695.084
Kabupaten Cilacap	1.566.803
Total	6.409.982

Sumber: (Data Statistik Pariwisata Jawa Tengah,2023)

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa Kabupaten Banjarnegara memiliki jumlah kunjungan wisatawan terendah yaitu sebesar 1.352.743 orang. Untuk jumlah kunjungan wisatawan tertinggi diperoleh Kabupaten Banyumas sebesar 1.795.352 orang yang disusul dengan Kabupaten Purbalingga sebesar 1.695.084 orang dan Kabupaten Cilacap sebesar 1.566.803 orang. Padahal upaya pembangunan pariwisata di Kabupaten Banjarnegara telah diatur dalam Perda Kabupaten Banjarnegara Nomor 14 Tahun 2016 mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Banjarnegara Tahun 2015-2030. Pada Pasal 19 dijelaskan bahwa upaya dalam pembangunan pariwisata di Kabupaten Banjarnegara dilaksanakan sesuai arah kebijakan pembangunan dan perintisan daya tarik wisata guna mendorong pertumbuhan destinasi pariwisata dengan meningkatkan kualitas dan daya saing produk wisata.

Upaya untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk wisata tersebut dapat dilakukan dengan melibatkan partisipasi masyarakat. Berdasarkan UU No.10 Tahun 2009 pada pasal 2 tentang Kepariwisata disebutkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan harus berdasarkan asas partisipatif yang dilakukan

oleh masyarakat setempat. Sedangkan dalam pasal 5 yang dimaksud dengan masyarakat setempat adalah masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan wisata serta menerima manfaat khusus dari penyelenggaraan kegiatan wisata di kawasan tersebut (Widiati & Permatasari, 2022). Bentuk partisipatif masyarakat tersebut melalui pembentukan Desa Wisata.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, desa wisata yaitu destinasi wisata yang memadukan antara objek wisata, aksesibilitas, fasilitas wisata yang diwujudkan dalam struktur kehidupan masyarakat yang terpadu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Hal ini selaras dengan UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa. Tujuan dari adanya undang-undang tersebut adalah untuk memastikan bahwa setiap desa mampu mengembangkan dan mengenalkan seluruh potensi wilayah yang dimiliki untuk menunjang perekonomiannya.

Desa wisata menjadi destinasi yang tetap memiliki esensi kearifan lokal sebagai daya tarik daerah luar serta daerah sekitar yang mulai hilang nilai-nilai asli kearifan lokal karena dipengaruhi oleh adanya alat TIK seperti *gadget*, internet, mesin *finger print*, *computer*, laptop, dan lain lain (Qoriah dalam Rini et al.,2022). Selain mengajak wisatawan untuk menikmati keindahan alamnya, desa wisata juga mengamati serta mempromosikan aktivitas masyarakat pedesaan secara langsung. Hal tersebut bertujuan untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat dengan menawarkan jasa serta produk yang dijual dari hasil potensi milik desa. Keberadaan Desa Wisata telah ditetapkan pada Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor:PM.26/UM.001/Mkp/2010 mengenai Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata melalui Desa Wisata (Muliarta, I Ketut,2020).

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia terus menggenjot pembangunan desa wisata yang termasuk program prioritas Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. Dilansir dari wargadesa.com, Data dari Kementrian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) pada tahun 2022 mencatat ada 7,275 desa wisata yang tersebar di 74,954 desa di seluruh Indonesia. Berdasarkan jumlah tersebut desa wisata mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi 363.750 orang dan menghasilkan pendapatan sebesar Rp 13 Triliun per tahunnya. Melalui pendapatan tersebut, desa wisata mampu menyumbang sumber Pendapatan Asli Desa (PADes) sebesar Rp 655 miliar per tahun.

Pengembangan Desa Wisata dapat diklasifikasikan menjadi 4 kategori yaitu rintisan, berkembang, maju, dan mandiri. Klasifikasi tersebut mengacu pada pedoman Desa Wisata Jilid 2 tahun 2021. Adapun rincian penjelasannya sebagai berikut (Adiwilaga, R., & Riza Saepul Millah, 2023):

1) Desa Wisata Rintisan

Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata. Pengembangan sarana dan prasarana wisata masih terbatas. Belum atau sedikit wisatawan yang berkunjung dan berasal dari masyarakat sekitar. Membutuhkan pendampingan dari stakeholder terkait. Masih memanfaatkan dana desa sebagai modal untuk pengembangan. Pengelolaan yang masih bersifat lokal.

2) Desa Wisata Berkembang

Mulai dikenal oleh masyarakat dalam maupun luar daerah. Sudah memiliki pengembangan sarana dan prasarana fasilitas wisata. Menciptakan lapangan

pekerjaan serta kegiatan ekonomi masyarakat.

3) Desa Wisata Maju

Masyarakat sudah memiliki kesadaran akan potensi wisata dan pengembangannya. Menjadi destinasi wisata yang dikenal serta banyak dikunjungi wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Memiliki sarana dan prasarana wisata yang memadai. Masyarakat sudah mampu mengelola dengan membentuk pokdarwis. Pengelolaan desa wisata yang berdampak terhadap peningkatan ekonomi masyarakatnya.

4) Desa Wisata Mandiri

Memiliki unit kewirausahaan yang mandiri dari masyarakat sebagai inovasi pengembangan wisata. Menjadi destinasi yang dikenal wisatawan lokal maupun mancanegara dengan menerapkan konsep berkelanjutan. Sarana dan prasarana yang mengikuti standar internasional seperti ASEAN. Pengelolaan dilakukan secara kolaboratif dan pentahelix. Dana desa menjadi aspek penting dalam diversifikasi produk di desa wisata. Mampu memanfaatkan promosi melalui digitalisasi desa.

Kabupaten Banjarnegara memiliki beberapa Desa wisata yang dapat diklasifikasikan melalui tabel berikut ini.

Tabel 1.5
Data Desa Wisata di Kabupaten Banjarnegara

No	Desa Wisata	Kategori	Tahun berdiri
1.	Desa Dieng Kulon, Kec.Batur	Maju	2008
2.	Desa Blambangan, Kec.Bawang	Rintisan	2017
3.	Desa Gentansari, Kec Pagedongan	Rintisan	2017
4.	Desa Dawuhan, Kec.Wanayasa	Berkembang	2017
5.	Desa Kepakistan, Kec.Batur	Rintisan	2017
6.	Desa Padepokan, Kec.Bawang	Rintisan	2017
7.	Desa Pekasiran, Kec.Batur	Rintisan	2015
8.	Desa Pesangkalan, Kec.Pagedongan	Rintisan	2018
9.	Desa Rakitan, Kec.Madukara	Rintisan	2018
10.	Desa Rawa Lutung, Kec.Purwareja Klampok	Rintisan	2019
11.	Desa Winong, Kec.Bawang	Rintisan	2017
12.	Desa Gumelem, Kec. Sususkan	Rintisan	2021

Sumber: Jadesta Kemenparekraf (2023)

Tabel 1.5 menunjukkan bahwa terdapat salah satu desa yang masih dalam kategori desa wisata berkembang yaitu Desa Wisata Dawuhan. Desa Wisata Dawuhan tersebut memiliki potensi wisata alam dan pegunungan. Desa Wisata Dawuhan berlokasi di Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara dengan ketinggian 800-1000 mdpl.

Desa wisata tersebut berbatasan langsung dengan Kali Panaraban yang terletak di bawah lereng 3 gunung (Gunung Wangi, Gunung Kendil, dan Gunung Gajah). Desa Dawuhan memiliki luas wilayah seluas 192,063 hektar dengan jumlah penduduk 2,156 jiwa (Sumber:wisata.banjarnegarakab.go.id). Pengembangan wisata di Desa Dawuhan didukung dan dikelola langsung oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Tirta Panaraban pada tahun 2017 yang diketuai oleh Bapak Ratno.

Langkah awal pembentukan adalah memanfaatkan kearifan lokal berupa Sungai ‘Kali Panaraban’ yang sempat tercemar karena dijadikan sebagai tempat pembuangan limbah, akhirnya diubah menjadi wisata arum jeram atau dikenal dengan *Rafting* Tubing Kali Panaraban. Destinasi wisata tersebut dibentuk sejak 2016 dan disahkan sebagai salah satu Desa Wisata pada tahun 2017 melalui SK Bupati Banjarnegara Nomor 430/117 tentang Penetapan Desa Wisata Dawuhan sebagai Desa Wisata di Kabupaten Banjarnegara.

Tabel 1.6
Jumlah Kunjungan Wisatawan Desa Wisata Dawuhan
2019-2022

Tahun	Jumlah Kunjungan (Orang)
2019	26.777
2020	27.930
2021	32.561
2022	52.733
Total	140.001

Sumber: (Pokdarwis Desa Wisata Dawuhan, 2023)

Berdasarkan tabel 1.6 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Dawuhan Kabupaten Banjarnegara pada tahun 2019-2022 cenderung mengalami peningkatan. Kunjungan wisatawan terbanyak pada tahun 2022 dengan jumlah 52.733 orang. Akan tetapi, berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan oleh peneliti, walaupun terdapat tren peningkatan kunjungan wisatawan tersebut, perkembangan Desa Wisata Dawuhan masih tergolong rendah karena jumlah pengunjung objek wisata masih didominasi oleh wisatawan domestik. Padahal Desa tersebut termasuk wisata yang potensial di Kabupaten Banjarnegara. Dibuktikan melalui pencapaiannya pada tahun 2022, Desa Wisata Dawuhan mengikuti Lomba Gelar Desa Wisata Provinsi Jawa Tengah sebagai perwakilan Kabupaten Banjarnegara dan meraih penghargaan Juara Harapan 2.

Desa Dawuhan merupakan destinasi wisata di Kabupaten Banjarnegara yang mampu digali dan dikembangkan potensi wisata yang memiliki keunggulan komparatif dan berbasis kearifan lokal (*local wisdom*). Kearifan lokal (*local wisdom*) menjadi modal penting untuk membangun masyarakat tanpa merusak tatanan sosial dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan alam sekitar (Sukmadi et al., 2020). Pada pengembangan desa wisata, nilai kearifan lokal muncul dari pembangunan nilai-nilai kepercayaan, norma, serta budaya yang diintegrasikan dalam bentuk objek wisata. Desa Wisata Dawuhan menanamkan nilai-nilai gotong royong dalam membangun desa yang rawan bencana menjadi sebuah destinasi wisata.

Nilai kearifan lokal Desa Wisata Dawuhan juga tertuang dalam objek wisata tubing, Pasar rengrang (pasar yang menjual aneka makanan tradisional), dan kesenian tari khas Dawuhan seperti kuda lumping, tari lengger yang ditampilkan

setiap sebulan sekali. Beberapa bangunan gazebo di Desa Wisata Dawuhan ini juga memiliki keunikan tersendiri karena menonjolkan ciri khas kejawen yang menarik. Namun potensi wisata tersebut belum dikenal oleh masyarakat luas. Akibat derasnya arus globalisasi yang didorong oleh kemajuan TIK menyebabkan tergesernya budaya dalam pengembangan wisata Kabupaten Banjarnegara. Pergeseran budaya menjadi tantangan tersendiri bagi pembangunan Desa Wisata di Banjarnegara.

Berdasarkan Renstra Kabupaten Banjarnegara 2017-2022, kelemahan dalam pengelolaan wisata di Banjarnegara terutama pada bagian promosi destinasi wisata unggulan karena kurangnya penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran baik dari pemerintah maupun masyarakat sebagai pengelola desa wisata. Sejalan dengan pendapat yang diungkapkan oleh Wakil DPRD Provinsi Jawa Tengah, Ferry Wawan dalam acara FDG dengan tema ‘’Apa Kabar Pariwisata di Banjarnegara?’’:

“ Sebenarnya Banjarnegara memiliki banyak desa dengan wisata alam eksotis. Hanya saja dibutuhkan promosi yang lebih ‘kuat’ agar bisa dikenal.” (Sumber:<https://dprd.jatengprov.go.id/fgd-promosi-banjarnegara-jadi-destinasi-wisata-harus-lebih-gencar/> diakses pada 24 Maret 2023)

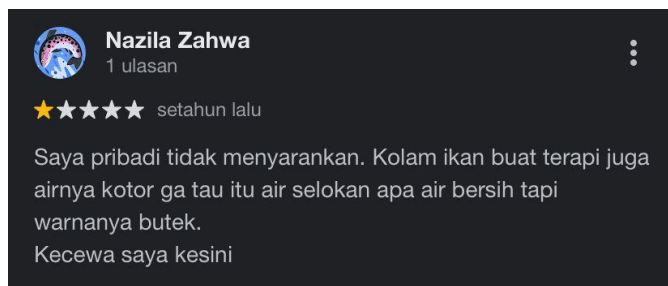
Desa Wisata harus didukung dengan beberapa aspek antara lain : 1) Daya tarik berupa kearifan lokal yang dimiliki, 2) SDM wisata yang memadai, 3) Kuatnya motivasi dari masyarakat di kawasan wisata, 4) Ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai, 5) Memiliki fasilitas yang mendukung kegiatan wisata, 6) Memiliki kelembagaan yang mampu mengkoordinasikan kegiatan wisata, dan 6) Memiliki ketersediaan lahan untuk dikembangkan sebagai objek wisata (Rifai & Subroto dalam Pratama et al.,2022).

Mengacu pada kriteria suatu pengembangan desa wisata tersebut, Desa Wisata Dawuhan masih dihadapi beberapa hambatan. Hambatan pertama berkaitan dengan sarana dan prasarana yang belum memadai. Sarana dan prasarana menjadi penunjang destinasi wisata agar diminati banyak wisatawan. Jadi, ketersediaan sarana dan prasarana wisata merupakan kebutuhan yang sangat perlu disiapkan atau disediakan dalam pengembangan pariwisata. Namun pada kenyataannya sarana dan prasarana di Desa Wisata Dawuhan belum dikelola dengan baik.

Berdasarkan wawancara pra penelitian (Kamis, 23 Maret 2023), Bapak Supriyanto selaku pengelola objek Desa Wisata Dawuhan mengatakan jika sarana dan prasarana masih tergolong kurang terutama dalam pembangunan gazebo untuk tempat duduk dan bersantai para wisatawan yang masih dalam tahap proses pembangunan. Selain permasalahan diatas diperkuat dengan adanya data sekunder dari wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Dawuhan terkait masalah sarana dan prasarana wisatawan seperti pada gambar ulasan 1.1 berikut ini:

Gambar 1.1 Ulasan Google Wisata Dawuhan





Sumber : (Media *Google* Wisata Dawuhan yang diolah,2021-2023)

Berdasarkan *review* dari media *google* oleh beberapa wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Dawuhan merasa kurang puas terhadap sarana dan prasarana pendukung disana seperti kondisi kolam ikan yang kurang jernih, lahan parkir yang kurang luas, dan kebersihan kawasan wisata yang kurang terjaga.

Pada wawancara pra penelitian (Kamis, 23 Maret 2023), Bapak Supriyanto selaku pengelola obyek wisata di Desa Wisata Dawuhan menyatakan bahwa:

‘...Kami disini kurang pemahaman mengenai sistem pengelolaan wisata Dawuhan. Terutama kekurangan SDM untuk promosi dan sosialisasi di sosial media seperti Instagram. Kami hanya fokus *branding* pada *blogger* dan *Youtube*, saya sebenarnya sedih karena masih ada beberapa masyarakat di Banjarnegara yang kurang mengenal wisata ini bahkan pada saat sudah diresmikan menjadi Desa Wisata tahun 2018-an...’

Sedangkan pada aspek kelembagaan atau keterlibatan *stakeholder* dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan diharapkan bahwa akademisi dapat memaksimalkan dalam pengembangan wisata edukasi yang sudah ada. Akademisi berperan untuk dapat meningkatkan kualitas manajemen, pengembangan kawasan, pengembangan edukasi dari wisata Dawuhan agar berkembang lebih maksimal. Seperti pendapat dari Ketua Pokdarwis Desa Dawuhan, Bapak Ratno yang dilansirdari *banyumasekspres.id*:

“...Bagaimana kita menjual paket kita. Karena kita sudah komplit mulai dari *home stay*, *out bond*, kemping, tubing, kolam renang, Pasar Rengrang kita sudah ada. Untuk itu, mempersilahkan teman-teman akademisi hadir, bisa melalui KKN. Kalau harus MoU juga kita siap...”(Sumber:<https://www.banyumasekspres.id/banjarnegara/penge-lola-wisata-harapkan-peran-akademisi/19/07/2022/> diakses pada 24 Maret 2023.”

Aksesibilitas menjadi fasilitas pendukung wisata untuk menuju destinasi wisata. Aksesibilitas terdiri dari infrastruktur jalan dan sarana transportasi menuju ke destinasi, serta informasi mengenai destinasi wisata (Suryanda & Octavia dalam Shofi'unnafi, S,2022). Desa Wisata Dawuhan terletak pada lokasi yang sangat strategis sebagai jalur perlintasan jalan menuju ke kawasan wisata Dieng. Pada dasarnya, jika wisata Dieng merupakan destinasi wisata utama di Kabupaten Banjarnegara. Hal ini dapat menjadi peluang sekaligus tantangan agar wisatawan yang akan berkunjung ke Kabupaten Banjarnegara melirik objek-objek wisata lokal lain.

Kabupaten Banjarnegara juga telah memberikan fasilitas aksesibilitas berupa jalan, namun jalan yang tersedia tersebut masih belum memadai dikarenakan Desa Wisata Dawuhan berada di pegunungan yang harus melewati jalanan berkelak-kelok tanpa pembatas. Selain itu, minim penerangan ketika malam dan kabut turun. Akses jalan menuju lokasi belum semuanya dalam kondisi memadai, bahkan cenderung masih terdapat lubang jalan yang dalam dan rusak. Untuk kendaraan umum seperti angkutan umum atau bis masih jarang dan hanya beroperasi pada jam 05.00-17.00.

Berdasarkan Renstra Disparbud Kabupaten Banjarnegara tahun 2023-2026, akses keluar masuk Kabupaten Banjarnegara menjadi sebuah tantangan karena kondisinya yang hanya dapat di akses melalui jalur darat. Kabupaten

Banjarnegara tidak memiliki fasilitas stasiun kereta api, maka akan menyulitkan wisatawan yang akan mengunjungi destinasi wisata di Kabupaten Banjarnegara. Selain itu, Desa Dawuhan merupakan desa yang berpotensi dan memiliki ancaman terhadap tanah longsor.

Gambar 1.2 Tanah Longsor di Desa Dawuhan



Sumber : (Banyumas.tribunnews.com, 2021)

Berdasarkan gambar tersebut, jalan menuju Desa Wisata Dawuhan rawan terjadi tanah longsor dikarenakan kondisi tanah yang labil serta tingginya curah hujan. Bencana tanah longsor tersebut menutup akses jalan menuju destinasi wisata. Resiko tersebut berdampak pada keselamatan wisatawan ketika akan berkunjung ke Desa Wisata Dawuhan.

Sebagai desa wisata di Kabupaten Banjarnegara yang masih dalam kategori perkembangan, perlu upaya pembangunan wisata secara maksimal yang dapat dikategorikan berdasarkan analisis SWOT. Desa Wisata Dawuhan memiliki berbagai macam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Pada aspek kekuatan (*Strenght*), Desa Wisata Dawuhan memiliki potensi keindahan alam berupa pegunungan dan sumber daya alam air yang melimpah berupa Sungai Panaraban. Selain itu, Desa Wisata Dawuhan juga memiliki nilai kearifan lokal yang unik, dimana terdapat unsur budaya pada area wisata kuliner yang menyajikan berbagai makanan khas Desa Dawuhan. Objek wisata tersebut

disebut sebagai Pasar Rengrang.

Adapun dari segi sarana dan prasarana, pada Desa Wisata Dawuhan telah tersedia mulai dari mushola, tempat parkir, homestay, warung atau tempat makan, dan lain-lain. Sedangkan dari sisi kelemahan (*Weakness*), Desa Wisata Dawuhan masih memiliki banyak kelemahan. Walaupun fasilitas dalam area wisata telah tersedia dan cukup layak, namun jumlahnya kurang mencukupi untuk mendukung kegiatan wisata. Seperti gazebo untuk tempat beristirahat para pengunjung yang saat ini masih dalam tahap pembangunan. Sementara untuk akses jalan menuju wisata belum tersedia kendaraan umum guna memudahkan pengunjung yang tidak menggunakan kendaraan pribadi. Transportasi yang terbatas serta letak terminal dan stasiun yang jaraknya jauh dari tempat wisata.

Dari segi peluang (*Opportunity*), pada dasarnya Desa Wisata Dawuhan memiliki peluang untuk dijadikan pariwisata unggulan di Kabupaten Banjarnegara. Potensi budaya atau adat istiadat masyarakatnya dapat diintegrasikan dalam kegiatan wisata. Selain itu, inovasi masyarakat Dawuhan seperti menjual dan membuat cinderamata atau oleh-oleh dapat dijadikan sumber penghasilan. Berdasarkan aspek ancaman (*Threats*), kondisi aksesibilitas menuju Desa Wisata Dawuhan rusak parah dan rawan terjadi bencana tanah longsor akibat kondisi wilayah dengan kondisi tanah yang labil dan tingginya curah hujan.

Pada dasarnya strategi pengembangan yang tertuang dalam Rencana Kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara tahun 2023 yaitu, mengembangkan seni dan budaya daerah, melestarikan cagar budaya, mengembangkan destinasi pariwisata, dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Namun strategi tersebut perlu dilakukan pembenahan dan peningkatan guna

mewujudkan Kabupaten Banjarnegara sebagai daerah tujuan wisata.

Pemerintah harus bertindak sebagai perencana, pelaksana, dan fasilitator pembangunan agar memastikan bahwa jalannya penyelenggaraan pariwisata dapat berkelanjutan dengan menetapkan strategi guna menarik kunjungan wisatawan serta mengatasi ancaman dan hambatan yang ada di Desa Wisata Dawuhan. Apabila pengembangan sektor pariwisata khususnya Desa Wisata Dawuhan dilakukan dengan baik maka akan meningkatkan PAD serta mengentaskan kemiskinan di masyarakat.

Strategi ini dirumuskan agar pelaksanaan pengembangan Desa Wisata Dawuhan berjalan sesuai dengan tujuan dengan memaksimalkan berbagai potensi tanpa menghilangkan nilai dari masyarakatnya dan diharapkan dapat berkembang menjadi kategori desa wisata maju. Kemudian, untuk merumuskan strategi perlu ditekankan dengan melihat faktor internal dan eksternal. Penelitian ini berusaha untuk merumuskan strategi yang tepat di Desa Wisata Dawuhan sebagai langkah yang solutif guna mengembangkan potensi yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan daya tarik masyarakat secara luas pada objek wisata Dawuhan dan tidak hanya terpaku pada tujuannya untuk ke kawasan wisata Dieng saja. Maka dari itu, pertanyaan penelitian ini yaitu bagaimana upaya mengembangkan Desa Wisata Dawuhan?

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka masalah pengembangan Desa Wisata Dawuhan di Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara dapat diidentifikasi berikut ini:

- 1) Perkembangan kunjungan Desa Wisata Dawuhan yang didominasi oleh wisatawan domestik.
- 2) Kualitas SDM dalam pengelolaan wisata masih kurang.
- 3) Kurangnya dukungan infrastruktur (sarana dan prasarana) yang memadai.
- 4) Kurang memadainya aksesibilitas dan transportasi menuju kawasan wisata.

1.3 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal pada Desa Wisata Dawuhan, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara?
- 2) Bagaimana strategi dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan di Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara?

1.4 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal Desa Wisata Dawuhan, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara.
- 2) Untuk merumuskan strategi dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaannya adalah untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Administrasi Publik di bidang Manajemen Publik. Selain itu mempelajari suatu permasalahan serta memberikan pemikiran dalam pengembangan wisata dengan teori manajemen strategi.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan dan mengembangkan penalaran penulis mengenai strategi pengembangan desa wisata.

b. Bagi Instansi Terkait

Penelitian ini dilangsungkan agar dapat memberikan rekomendasi mengenai apa yang harus dilakukan pemerintah daerah melalui strategi pengembangan Desa Wisata Dawuhan di Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara.

c. Bagi Pembaca

Pembaca dapat menambah pengetahuannya dengan mempelajari pengkajian tentang strategi pengembangan Desa Wisata Dawuhan di Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk memberikan penjelasan bahwa penelitian ini tidak menjiplak penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu memberikan pemaparan mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti mengenai strategi pengembangan pariwisata.

Penelitian pertama yang ditulis oleh Nurdin Prasetya, Budiarto, dan Teguh Kismantoro (2019) berjudul ‘‘Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Sangurejo di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman’’ dengan tujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Desa Wisata Sangurejo di Kabupaten Sleman melalui teknik analisis IE dan SWOT serta menentukan keputusan strategi yang tepat. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan temuan bahwa Desa Wisata Sangurejo masih dalam tahap perkembangan. Perumusan strategi alternatif yang digunakan adalah berfokus pada pengembangan produk, peningkatan promosi, kolaborasi dengan *stakeholder*.

Penelitian kedua yang ditulis oleh Dewi Suprobowati, Mulus Sugiharto, dan Miskan (2022) berjudul ‘‘Strategi Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Masyarakat Kearifan Lokal Hendrosari Gresik’’ bertujuan untuk dapat menghasilkan model strategi pengembangan dan strategi desa wisata kreatif dan inovatif di Desa Hendrosari Gresik serta menambah *body of knowledge* bagi masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan para akademisi & pemerintah. Penelitian dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan terdapat beberapa tempat UMKM yang kurang layak sehingga rekomendasi yang diberikan adalah menyediakan lokasi yang sesuai bagi pedagang

UMKM di area wisata, memberikan dukungan berupa pendampingan terhadap UMKM dengan mengelola PIPRT dan BPOM.

Penelitian ketiga yang ditulis oleh Clarce Sarliana Maak, Maria Prudensiana Leda Muga, dan Novi Theresia Kiak (2022) berjudul ‘‘Strategi Pengembangan Ekowisata Terhadap Ekonomi Lokal Pada Desa Wisata Fatumnasi’’. Tujuan penelitiannya untuk mengidentifikasi kondisi sosial ekonomi masyarakat di desa wisata yang dapat mendukung keberadaan objek wisata dan mengimplementasikan strategi pengembangan kawasan wisata dengan model ekowisata. Penelitian menggunakan kualitatif deskripsi dengan matriks analisis SWOT. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perlu upaya pemerintah dalam mensosialisasikan pentingnya melestarikan alam untuk mendukung ekowisata dan memberikan pelatihan khusus untuk meningkatkan partisipasi pemuda di kawasan wisata untuk memasarkan jasanya.

Penelitian keempat yang berjudul ‘‘Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Desa Bukti Berbasis Potensi Lokal’’ yang ditulis oleh R.P.Ariani, I.A.P. H.Ekayani, N. M.Suriani, dan M.R.P.Kusyanda (2022). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat 3 strategi yaitu 1) mengadakan pelatihan produk kuliner inovatif berbahan mocaf produk agar dapat dipasarkan, 2) menguatkan produk kuliner tradisional khas Desa Bukti menggunakan bahan pangan berkualitas dan berpenampilan modern, 3) Melakukan promosi wisata Desa Bukti melalui media sosial.

Penelitian kelima yang ditulis oleh Triana Prasaja, R Slamet Santoso, Retna Hanani (2022) dengan judul ‘‘Strategi Pengembangan Objek Wisata Grand Puri Maerokoco Kota Semarang’’ menggunakan kombinasi penelitian kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan *Strength* dan *Opportunity* (SO) atau berada di posisi Kuadran I. Pengelola objek wisata Grand Puri Maerokoco mengkombinasikan peluang seperti pengaruh objek wisata bagi masyarakat, wisata yang mampu mengenalkan budaya, memperluas lapangan pekerjaan, dan pendapatan masyarakat dapat ditingkatkan. Kemampuan SDM dan anggaran yang kurang menjadi hambatannya.

Penelitian keenam yang berjudul ‘‘*A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A’WOT Hybrid Method: A Case Study of Zonguldak, Turkey*’’ ditulis oleh Nermin Kisi (2019) menggunakan kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif. Studi ini mengungkapkan bahwa bahwa strategi yang diusulkan adalah dengan diversifikasi produk, sistem manajemen destinasi wisata yang berkelanjutan, strategi promosi dan branding serta kerjasama.

Penelitian ketujuh yang ditulis oleh Olga I. Belyaeva & Valentin A. Pryamichkin (2022) dengan judul ‘‘*Strategic Approach To Tourism Development in Small Towns*’’. Metode penelitian menggunakan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota yang dapat menjadi tujuan wisata yakni Ples, Suzdal, Torzhok. Strategi dalam mengembangkan wisata harus memperhatikan faktor adanya rencana induk dan perkotaan, lingkungan kota yang nyaman, pendekatan proyek dan klaster, dan keterlibatan *stakeholder*.

Penelitian kedelapan berjudul ‘*Strategic Planning of Tourism Development in Sarein City by using Meta-SWOT Model*’ ditulis oleh Mansor Rahmati (2022) menggunakan metode kualitatif. Studi ini menunjukkan bahwa faktor yang menyebabkan pariwisata di Kota Sarein berkembang pesat karena adanya faktor perairan dan iklim yang cocok. Namun kurangnya perhatian pemerintah dalam industri pariwisata bersamaan dengan inflansi perlu mendapat perhatian lebih.

Penelitian kesembilan yang berjudul ‘‘Strategi Pengembangan Desa Wisata Kerta Kabupaten Gianyar Provinsi Bali dalam New Normal Era’’ ditulis oleh Ni Kadek Sri Mirayani, Ni Putu Tiya Paristha, Ni Kadek Ratih Octaviana (2023) dengan menggunakan metode kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perumusan strategi dalam mengembangkan Desa Wisata Kerta Kabupaten Gianyar di new normal era antara lain : 1) Kualitas daya tarik wisata yang ditingkatkan melalui pemanfaatan potensi pertanian dan budaya yang maksimal 2) Menyediakan jasa akomodasi dan fasilitas yang berbasis masyarakat, 3) Meningkatkan penggunaan media sosial dan kolaborasi penta helix, dan 4) mengembangkan aspek pengelolaan.

Penelitian kesepuluh yang ditulis oleh Malik Mubarok dan Diana Hertati (2023) berjudul, ‘‘Strategi Pengembangan Desa Wisata Rintisan oleh Badan Usaha Milik Desa (BumDes) di Desa Wisata Pandanrejo’’ menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Studi ini menunjukkan bahwa terdapat tujuh strategi yang optimal dan satu strategi yang belum optimal telah dilakukan oleh BUMDes Lancar jaya dengan pengelola Desa.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa pengembangan wisata telah digencarkan di berbagai daerah di Indonesia melalui pembentukan Desa Wisata. Perumusan strategi dalam pengembangan desa wisata diperlukan guna mendukung peningkatan kualitas destinasi wisata. Penelitian terdahulu sebagai referensi oleh peneliti sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Perbedaan penelitian ini terletak pada tujuan yang berbeda serta situs penelitian yang diambil peneliti. Hubungannya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah menganalisis kondisi internal dan eksternal Desa Wisata Dawuhan serta strategi pengembangannya. Peneliti lebih memfokuskan penggunaan teori manajemen strategis oleh Bryson melalui analisis SWOT dengan mengkaji lingkungan strategis organisasi baik faktor internal (aspek politik, regulasi, aspek aspek sosial budaya, aspek ekonomi, aspek teknologi, keterlibatan *stakeholder*, dan partisipasi masyarakat) maupun faktor eksternal (visi-misi organisasi, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, anggaran). Kemudian Matriks analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan isu-isu strategis yang akan dinilai tingkat kestrategisannya oleh uji litmus.

Tabel 1.7
Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL	PENELITI/TAHUN	TUJUAN PENELITIAN	METODE	LANDASAN TEORI	HASIL PENELITIAN
1.	Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Sangurejo di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman	Nurdin Prasetya, Budiarto, Teguh Kismantoroadji (2019)	<ul style="list-style-type: none"> - Menganalisis strategi pengembangan Desa Wisata Sangurejo di Kabupaten Sleman berdasarkan analisis IE dan analisis SWOT - Menentukan keputusan strategi yang tepat dalam pengembangan Desa Wisata Sangurejo di Kabupaten Sleman 	Kualitatif	Penelitian ini menggunakan teori pengembangan pariwisata dan analisis Matriks SWOT dan IE.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perumusan strategi pengembangan Desa Wisata Sangurejo menggunakan kekuatan yang berfokus pada aspek pengembangan produk, peningkatan promosi, dan kerjasama dengan <i>stakeholder</i> .
2.	Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Kearifan Lokal Hendrorasi Gresik	Dewi Suprobowati, Mulus Sugiharto, Miskan (2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Menghasilkan model strategi yang akan disusun dalam Policy Paper tentang Pengembangan Model dan Strategi Desa Wisata Kreatif dan Inovatif di Desa Hendrosari, Gresik - Menambah “<i>body of knowledge</i>” bagi masyarakat. 	Kualitatif	Penelitian ini menggunakan teori desa wisata, pariwisata, kearifan lokal, dan analisis SWOT.	Hasil penelitian terdapat beberapa tempat UMKM yang kurang layak sehingga rekomendasi yang diberikan adalah menyediakan lokasi yang sesuai bagi pedagang UMKM di area wisata, memberikan dukungan berupa pendampingan terhadap UMKM dengan mengelola PIPRT dan BPOM..

NO	JUDUL	PENELITI/TAHUN	TUJUAN PENELITIAN	METODE	LANDASAN TEORI	HASIL PENELITIAN
3.	Strategi Pengembangan Ekowisata Terhadap Ekonomi Lokal Pada Desa Wisata Fatumnasi	Clarce Sarliana Maak, Maria Prudensiana Leda Muga, Novi Theresia Kiak (2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Mengidentifikasi kondisi sosial ekonomi masyarakat yang mendukung keberadaan wisatawan - Menerapkan strategi pengembangan dengan model ekowisata untuk memperkuat keberadaan Kawasan wisata di Fatumnasi dan sebagai sumber ekonomi masyarakat setempat 	Kualitatif	Penelitian ini menggunakan teori pengembangan pariwisata, ekowisata dan analisis SWOT.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seharusnya pemerintah mensosialisasikan pentingnya pelestarian alam sebagai alat utama ekowisata dan pelatihan khusus untuk menarik minat pemuda dalam memasarkan jasa.
4.	Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Desa Bukti Berbasis Potensi Lokal	R.P. Ariani, I.A.P.H Ekayani, N.M. Suriani, M.R.P. Kusyanda(2022)	Memperoleh strategi pengembangan wisata kuliner di Desa Bukti Berbasis potensi lokal	Kualitatif	Penelitian ini menggunakan teori perencanaan strategis dan analisis SWOT.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 strategi yaitu 1) mengadakan pelatihan produk kuliner inovatif berbahan mocaf produk agar dapat dipasarkan, 2) menguatkan produk kuliner tradisional khas Desa Bukti menggunakan bahan pangan berkualitas dan berpenampilan modern, 3) Melakukan promosi wisata Desa Bukti melalui media sosial.

NO	JUDUL	PENELITI/TAHUN	TUJUAN PENELITIAN	METODE	LANDASAN TEORI	HASIL PENELITIAN
5.	Strategi Pengembangan Objek Wisata Grand Puri Maerokoco	Triana Prasaja, R. Slamet Santoso, Retna Hanani (2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Menganalisis strategi pengembangan objek wisata Grand Puri Maerokoco Kota Semarang - Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menghambat strategi pengembangan objek wisata Grand Puri Maerokoco Kota Semarang 	<i>Mix Methods</i>	Penelitian ini menggunakan teori pengembangan pariwisata, analisis SWOT, dan InternalFactor Analysis Summary(IFAS) dan External Factor Analysis Summary (EFAS) .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola objek wisata Grand Puri Maerokoco mengkombinasikan peluang seperti pengaruh objek wisata bagi masyarakat, wisata yang mampu mengenalkan budaya, memperluas lapangan pekerjaan, dan pendapatan masyarakat dapat ditingkatkan. Kemampuan SDM dan anggaran yang kurang menjadi hambatannya.
6.	<i>A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A'WOT Hybrid Method : A Case Study of Zonguldak, Turkey</i>	Nermin Kisi (2019)	Menyajikan pendekatan strategis yang dapat membantu dalam pengembangan wisata berkelanjutan di destinasi wisata, Provinsi Zongludak, Turkey	<i>Mix Methods</i>	Penelitian ini menggunakan teori pengembangan pariwisata, pariwisata berkelanjutan dan Analisis SWOT.	Hasil penelitian menunjukkan strategi yang telah dirumuskan yaitu dengan diversifikasi produk, sistem manajemen destinasi wisata yang berkelanjutan, strategi promosi dan branding serta kerjasama.

NO	JUDUL	PENELITI/TAHUN	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	LANDASAN TEORI	HASIL PENELITIAN
7.	<i>Strategic Approach To Tourism Development in Small Towns</i>	Olga I. Belyaeva, Valentin A. Pryamichkin (2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Mengidentifikasi penerapan pendekatan strategis dalam pengembangan pariwisata di kota-kota kecil dengan melihat kondisi terkini Negara Rusia - Mengembangkan cara untuk meningkatkan proses dalam menyusun strategi pariwisata 	Kualitatif	Penelitian ini menggunakan teori pengembangan pariwisata, pendekatan strategis, dan Analisis SWOT.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota yang dapat menjadi tujuan wisata yakni Ples, Suzdal, Torzhok. Strategi dalam mengembangkan wisata harus memperhatikan faktor adanya rencana induk dan perkotaan, lingkungan kota yang nyaman, pendekatan proyek dan klaster, dan keterlibatan <i>stakeholder</i> .
8.	<i>Strategic Planning of Tourism Development in Sarein City by using Meta-SWOT Model</i>	Mansour Rahmati (2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Menyajikan perencanaan strategis pengembangan pariwisata di Kota Sarein 	Kualitatif	Penelitian ini menggunakan teori perencanaan strategis dan Analisis SWOT.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang menyebabkan pariwisata di Kota Sarein berkembang pesat karena adanya faktor perairan dan iklim yang cocok. Namun kurangnya perhatian pemerintah dalam industri pariwisata bersamaan dengan inflansi perlu mendapat perhatian lebih.

NO	JUDUL	PENELITI/TAHUN	TUJUAN PENELITIAN	METODE	LANDASAN TEORI	HASIL PENELITIAN
9.	Strategi Pengembangan Desa Wisata Kerta Kabupaten Gianyar Provinsi Bali dalam New Normal era	Ni Kadek Sri Mirayani, Ni Putu Tiya Paristha, Ni Kadek Ratih Octaviana (2023)	Tujuan penelitian ini adalah menemukan strategi pengembangan Desa Wisata Kerta pada <i>new normal era</i> yang dapat digunakan oleh pemerintah desa, pengelola desa wisata maupun masyarakat untuk mampu mencapai kemandirian desa.	Kualitatif	Penelitian ini menggunakan teori pengembangan destinasi wisata dengan komponen 4A.	Hasil penelitian menunjukkan perumusan strategi dalam pengembangan Desa Wisata Kerta Kabupaten Gianyar di new normal era yaitu : 1) kualitas daya tarik yang ditingkatkan dengan mengembangkan, potensi pertanian dan budaya, 2) menyediakan akomodasi dan fasilitas berbasis masyarakat, 3) mengembangkan aspek pemasaran pariwisata dengan meningkatkan penggunaan mediasosial dan kolaborasi penta helix, dan 4) meningkatkan SDM pariwisata dan perhotelan.

NO	JUDUL	PENELITI/TAHUN	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	LANDASAN TEORI	HASIL PENELITIAN
10.	Strategi Pengembangan Desa Wisata Rintisan oleh Badan Usaha Milik Desa (BumDes) di Desa Wisata Pandanrejo	Malik Mubarak, Diana Hertati (2023)	Untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis tentang Strategi Pengembangan Desa Wisata Rintisan Oleh BUMDes di Desa Wisata Pandanrejo	Kualitatif	Penelitian ini menggunakan teori pengembangan pariwisata dan strategi pengembangan produk ekraf.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh langkah strategi yang optimal & satu langkah belum optimal yang dilakukan antara BUMDes dan pengelola objek wisata dalam mengembangkan Desa Wisata rintisan di Desa Wisata Padanrejo.

Sumber : Berbagai jurnal yang telah diolah

1.6.2 Administrasi Publik

Konsep dari Administrasi Publik bukan istilah baru lagi di Indonesia. Administrasi publik merupakan penggantian konsep dari Administrasi Negara sehingga dapat dikatakan bahwa Administrasi Publik yaitu suatu paradigma ilmu Administrasi Publik. Menurut pendapat Chandler dan Plano (dalam Keban, 2014:3), Administrasi Publik merupakan proses mengkoordinasi dan mengorganisasikan keseluruhan sumber daya dan personel publik untuk diformulasikan, diimplementasikan, dan dikelola (*manage*) untuk menjadi sebuah keputusan ada dalam kebijakan publik.

Felix A. Nigro dan Lloyd G. Nigro (dalam Kumari, 2021), mengemukakan beberapa pengertian mengenai Administrasi Publik yaitu :

1. Administrasi Publik merupakan bentuk koordinasi suatu kelompok dalam bidang pemerintahan;
2. Administrasi Publik terdiri dari 3 lembaga pemerintahan yaitu legislatif, eksekutif, dan yudikatif;
3. Administrasi Publik berperan penting dalam perumusan kebijakan publik yang termasuk dalam proses politik;
4. Administrasi Publik berhubungan dengan suatu pemberian pelayanan kepada masyarakat oleh suatu kelompok ataupun individu dalam organisasi;
5. Administrasi Publik berbeda pengertiannya dengan administrasi privat.

Selain itu, menurut pendapat LD.White (dalam Thapa, 2020) Administrasi Publik adalah bagian ilmu administrasi yang berkaitan dengan kebijakan negara yang terpusat dan telah disepakati oleh lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif

untuk mencapai tujuan negara. Berdasarkan uraian tersebut disimpulkan bahwa Administrasi Publik merupakan kegiatan yang dilakukan lembaga negara (eksekutif, legislatif, yudikatif) untuk melayani dan mencukupi kebutuhan publik dalam bentuk kebijakan publik.

1.6.3 Paradigma Administrasi Publik

Paradigma adalah suatu cara pandang, nilai-nilai, metode, prinsip dasar dalam menyelesaikan masalah dalam masyarakat. Paradigma Administrasi Publik dikemukakan oleh Nicholas Henry pada tahun 1975 sebagai berikut (Bojang,2021).

1) Paradigma 1 : Dikotomi Politik/Administrasi, 1900-1926

Paradigma Dikotomi Politik/Administrasi dicetuskan oleh Frank J. Goodnow dan Leonard D. White tahun 1900 pada tulisan yang berjudul '*Politics and Administration*' menyatakan fokus dari ilmu administrasi negara yaitu masalah organisasi, pegawai, serta anggaran dalam birokrasi sedangkan ilmu politik memiliki fokus di pemerintahan, politik, dan kebijakan Pemisahan politik serta administrasi diwujudkan oleh lembaga legislatif dan lembaga eksekutif.

Dampak dari paradigma ini dilihat bahwa administrasi bersifat bebas nilai yang mengarah kepada pencapaian nilai efisiensi & ekonomi dari *Government Bureaucracy*. Fokus pada paradigma ini yaitu *Government Bureaucracy*, akan tetapi untuk fokusnya tidak dijelaskan secara rinci.

2) Paradigma 2 : Prinsip Administrasi, 1927-1937

Tokoh-tokoh dalam paradigma ini adalah Willoughby, Gullick& Urwick dan Fayol dan Taylor dari tokoh manajemen klasik. Tokoh tersebut

menunjukkan fokus administrasi publik yang disebut POSDCORB (*Planing, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting dan Budgeting*). Lokusnya tidak dijelaskan secara rinci dikarenakan terdapat asumsi bahwa implementasi prinsip tersebut dapat dilakukan dimana saja. Sehingga paradigma lebih menekankan pada fokus administrasi saja.

3) Paradigma 3 : Administrasi Publik sebagai Ilmu Politik, 1950-1970

Pada tahun 1946, Morstein-Marz merupakan editor buku '*Elements of Public Administration*' yang mengkritik mengenai politik dan administrasi yang dipisahkan karena dianggap sebagai sesuatu yang tidak realistis. Sedangkan Hebert Simon memberikan kritik terhadap prinsip administrasi yang tidak bersifat universal. Konsep tersebut kemudian mendorong perkembangan studi banding di bidang politik dan administrasi publik namun keduanya tetap ada pemisahan diantara lokus dan fokusnya.

4) Paradigma 4 : Administrasi Publik sebagai Ilmu Administrasi, 1956-1970

Terjadi perubahan prinsip-prinsip manajemen yang lebih ilmiah pada paradigma ini. Fokus dalam paradigma tersebut yakni perilaku organisasi, analisis manajemen, implementasi teknologi modern. Secara keseluruhan fokus tersebut diterapkan sehingga lokusnya tidak rinci.

5) Paradigma 5 : Administrasi Publik sebagai Administrasi Publik, 1970-sekarang

Paradigma Administrasi Publik sebagai Administrasi Publik melihat jika perbedaan ruang publik dan privat semakin berkurang. Selain itu, ahli administrasi publik saat itu lebih memperhatikan pembuatan kebijakan publik, ekonomi politik, dan pengukuran kinerja. Paradigma ini memiliki fokus antara lain yaitu kebijakan publik serta teori manajemen dan organisasi. Sedangkan yang menjadi lokusnya yaitu masalah atau kepentingan publik.

6) Paradigma 6 : *Governance*, 1990-sekarang

Paradigma *governance* berkaitan erat dengan NPM (*New Public Management*), desentralisasi fungsi pemerintahan (GG), manajemen kinerja, *orientasi users* dan *result*, aktor non pemerintah. *Governance* menjadi paradigma baru dalam sistem pengelolaan pemerintahan yang terdiri atas 3 pilar yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat. Pergeseran paradigma *government* ke *governance* lebih menekankan kerja sama yang seimbang antara pemerintah, swasta dan masyarakat sipil. Kemudian *Good Governance* sebagai visi atau paradigma baru administrasi publik.

Penelitian ini termasuk dalam paradigma 6 yakni paradigma *Governance*. Dalam paradigma *Governance* terdapat keterlibatan atau partisipasi publik yakni masyarakat dalam tata kelola pemerintahan di sektor pariwisata. Pengembangan pariwisata melalui desa wisata ini ditujukan guna meningkatkan kualitas pelayanan dari objek pariwisata di suatu daerah.

1.6.4 Manajemen Publik

Manajemen diperlukan oleh setiap organisasi dalam proses administrasi dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Ilmu Administrasi Publik memerlukan manajemen yang efektif dan efisien dalam memberikan pelayanan publik. Konsep dari manajemen publik menurut Overman (dalam Keban, 2014) bukanlah "*scientific manajement*". Manajemen publik bukan sebagai "*policy analysis*", dan bukan juga administrasi publik. Manajemen publik merupakan sebuah studi interdisipliner dari aspek-aspek umum organisasi, yang menggabungkan beberapa fungsi manajemen seperti *planning, organizing dan controlling*, keuangan, sumber daya manusia, fisik, politik dan informasi. Berdasarkan pendapat dari Overman, studi manajemen publik lebih menitikberatkan dalam pengelolaan sumber daya yang berdasarkan pada fungsi-fungsi manajemen.

Berdasarkan pendapat Laurence Lynn (dalam Wijaya & Danar, 2014:3) manajemen publik diartikan sebagai seni (*art*) yaitu kegiatan kreatif yang dilakukan oleh praktisi sehingga tidak dapat dipelajari dengan cara dihitung. Artinya manajemen publik mempunyai fleksibilitas yang tinggi dan tergantung dengan situasi serta kondisi. Sedangkan manajemen publik sebagai ilmu (*Scince*) diperlukan analisis yang sistematis dengan interpretasi dan eksplanasi. Sedangkan manajemen publik sebagai profesi (*proffesion*), manajemen publik dikendalikan oleh orang yang berdedikasi pada ilmu ini. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen publik merupakan suatu studi untuk mengelola sumber daya yang dimiliki dalam organisasi untuk pencapaian tujuan.

1.6.5 Manajemen Strategis

Manajemen strategis merupakan rangkaian keputusan serta tindakan manajerial dalam menetapkan kemampuan perusahaan dengan jangka panjang (J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, dalam Soetari, 2015:15).

Menurut Bryson dan George (2020), Manajemen strategis didefinisikan sebagai suatu pendekatan terhadap pengembangan strategi oleh organisasi publik yang menggabungkan antara proses formulasi dan implementasi strategi, serta mencakup perencanaan strategis dalam perumusan strategi, penerapan strategi, dan pembelajaran strategi yang berkelanjutan.

Menurut David & David (dalam Chahyani,2022) definisi dari manajemen strategis yakni suatu kegiatan dalam perumusan, impelentasi, serta evaluasi suatu keputusan yang mengarahkan perumusan dan pelaksanaan tujuan organisasi. Perencanaan strategis mengembangkan strategi yang dapat mengatasi adanya isu-isu strategis. Strategi nantinya digunakan untuk mengembangkan visi misi dalam mencapai tujuan telah ditetapkan. Hoglund et al., (2021) berpendapat bahwa strategi diperlukan untuk mencapai sasaran atau tujuan organisasi guna menciptakan nilai publik. Manajemen strategis secara konsep dikelola dengan mempertimbangkan berbagai tujuan organisasi agar dapat memberikan pengaruh positif bagi suatu organisasi publik maupun swasta secara berkelanjutan.

Menurut Soetari (2015:16) pada hakikatnya bahwa manajemen strategis terdiri dari:

1. Menyusun strategi, meliputi visi dan misi yang dikembangkan dengan jangka panjang; mengidentifikasi peluang ,ancaman, kelemahan dan kekuatan organisasi; membangun alternatif strategi; dan menetapkan

strategi yang akan diterapkan.

2. Menerapkan strategi, meliputi menentukan tujuan operasional tahunan; kebijakan organisasi; mendorong semangat kinerja; mendistribusikan sumber daya.
3. Mengevaluasi/mengontrol strategi, meliputi mengusakan dalam proses monitor hasil dari penerapan strategi; mengukur kemampuan individu dan organisasi; dan mengambil langkah-langkah perbaikan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa, manajemen strategis adalah tindakan dalam kegiatan formulasi, implementasi, evaluasi suatu keputusan yang menghasilkan strategi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi

1.6.2 Analisis Lingkungan Strategis

Analisis lingkungan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi dan memilih strategi yang sesuai dengan tantangan dan perubahan lingkungan. Menurut Yunus (2016:71), analisis lingkungan strategis dapat didefinisikan sebagai penyusunan asumsi-asumsi strategis yang kemudian di uji melalui keberhasilan faktor visi dan misi organisasi. Dalam melakukan analisis lingkungan strategis agar baik dan berhasil, Bryson (2016:55-71) menyajikan delapan langkah pokok yang harus dilakukan, antara lain:

1. Mempelopori dan meminta persetujuan terkait dengan proses manajemen atau perencanaan strategis.
2. Mengidentifikasi arahan dari organisasi.
3. Menjelaskan nilai dan misi dalam organisasi.
4. Menilai peluang dan ancaman sebagai lingkungan eksternal.
5. Menilai kelemahan dan kekuatan organisasi sebagai lingkungan internal.
6. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi yang berisi tujuan, falsafah, lokasi, keakuratan waktu, dan kelompok yang memperoleh keuntungan atau kerugian dari strategi yang akan dijalankan.
7. Merumuskan strategi untuk mengatasi isu-isu yang ada.
8. Menyusun visi yang efektif bagi organisasi di masa depan.

Untuk membahas perencanaan Strategi pengembangan Desa Wisata Dawuhan penulis menggunakan empat dari delapan tahapan perencanaan strategis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Identifikasi lingkungan internal.
2. Identifikasi lingkungan eksternal.
3. Identifikasi isu strategis.
4. Perumusan strategi untuk mengelola isu.

Berdasarkan langkah pokok tersebut, lingkungan eksternal dan internal berperan penting dalam langkah dari manajemen strategis, sehingga perlu diterapkan dalam organisasi guna menganalisa dan mengkaji lingkungan strategis. Upaya untuk melakukan analisis lingkungan strategis yakni melalui Analisis SWOT. Penjelasan dari lingkungan internal dan eksternal sebagai berikut:

1. Lingkungan Internal

Lingkungan internal yaitu menganalisis lingkungan untuk menguraikan mengenai dimensi kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*) yang selanjutnya digunakan untuk mengetahui adanya isu-isu strategis (Yunus, 2016:82). Adapun bagian dari faktor lingkungan internal antara lain (Rangkuti,dalam Widyaningrum,2023) :

1. Visi-misi organisasi.
2. Sumber daya manusia.
3. Sarana dan prasarana.
4. Anggaran atau dana.

2. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal yaitu berbagai faktor dari luar organisasi yang mengarah pada munculnya peluang ataupun ancaman bagi organisasi (Yunus,2016:13). Menurut Rangkuti (dalam Widyaningrum,2023), Faktor eksternal terdiri atas Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threats*), yang meliputi beberapa poin antara lain:

1. Politik.

2. Regulasi.
3. Sosial-budaya.
4. Ekonomi
5. Teknologi.
6. Keterlibatan *stakeholder*.
7. Partisipasi masyarakat.

Berdasarkan beberapa uraian tentang analisis lingkungan strategis dapat disimpulkan bahwa analisis lingkungan strategis yaitu mengidentifikasi faktor keberhasilan organisasi dengan mengkaji lingkungan strategis organisasi baik internal maupun eksternal.

1.6.1 Analisis SWOT

Perencanaan strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang mengarah pada pengembangan dan penerapan rencana untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi tersebut menggambarkan definisi organisasi mengenai kapan, dimana, bagaimana, dengan siapa, dan untuk tujuan apa organisasi tersebut akan bersaing. (Pearce & Robinson, dalam Fakhurrazi, 2021). Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities Threats*) sebagai alat perencanaan strategis yang digunakan dalam perumusan strategi secara sistematis, pengambilan keputusan penting bagi pemerintah, perusahaan guna memaksimalkan kinerja dan target untuk fokus pada visi misi dari instansi pemerintah atau swasta (Nggini,2019). Sedangkan menurut Rangkuti (dalam Wahyu Fajar et al.,2021), Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor guna merumuskan strategi untuk organisasi. Analisis SWOT pada dasarnya digunakan untuk menilai kondisi internal

organisasi yang terdiri atas faktor kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*). Sedangkan kondisi eksternal organisasi terdiri atas faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threaths*).

Menurut Von Kodolitsch (dalam Fuertes et al., 2020), Analisis SWOT dapat digunakan dengan cara mengkombinasikan faktor internal dan eksternal yang akan mendapatkan 4 jenis desain strategi:

- a. **Strategi kekuatan-peluang (*Strenght Opportunity*)**, adalah strategi yang memaksimalkan baik kekuatan internal maupun peluang eksternal. Strategi dapat dipilih jika terdapat kekuatan yang melimpah dan peluang eksternal yang menguntungkan.
- b. **Strategi kelemahan-peluang (*Weakness Opportunity*)**, adalah strategi yang berfokus pada peluang dengan meminimalkan kelemahan dan memaksimalkan peluang.
- c. **Strategi kekuatan-ancaman (*Strenght Threaths*)**, adalah strategi yang berfokus pada kekuatan dengan menggerakkan seluruh kekuatan yang dimiliki dan menurunkan ancaman.
- d. **Strategi kelemahan-ancaman (*Weakness Threaths*)**, adalah strategi yang mengurangi kelemahan dan ancaman. Strategi dapat dipilih dalam situasi dimana kekuatan langka dan ancaman meningkat.

Kearns mengembangkan Analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif dalam bentuk matriks delapan kotak yaitu, dua paling atas merupakan kotak faktor eksternal (Peluang dan Tantangan), sedangkan dua kotak sebelah kiri merupakan faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan). Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategis yang muncul dari kombinasi diantara faktor-faktor internal maupun eksternal. Berikut ini merupakan matriks SWOT:

Tabel 1.8

Matriks SWOT Kearns

EKSTERNAL		
INTERNAL	OPPORTUNITY	THREATS
STRENGTH	<i>Comparative Advantage</i>	<i>Mobilization</i>
WEAKNESS	<i>Divestment Investment</i>	<i>Damage Control</i>

(Sumber: Hisyam 1988 (dalam Dian Sudiantini, 2022))

Keterangan :

a. *Comparative Advantage*

Pertemuan antara elemen kekuatan dengan elemen peluang yang memungkinkan bagi organisasi mengalami perkembangan yang lebih cepat dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki secara maksimal untuk menemukan peluang yang ada.

b. *Mobilization*

Pertemuan antara elemen ancaman dan kekuatan untuk memobilisasi sumber daya dengan tujuan meminimalisir ancaman dari lingkungan eksternal dan merubahnya menjadi peluang.

c. *Divesment/Investment*

Pertemuan antara elemen kelemahan dan peluang. Pilihan keputusannya yaitu mengabaikan peluang yang ada untuk digunakan oleh organisasi tersebut atau memaksakan untuk menerapkan peluang tersebut.

d. *Damage Control*

Pertemuan antara elemen kelemahan dari internal organisasi dan ancaman dari eksternal organisasi. Dan strategi atau keputusan yang dipilih diharapkan dapat mengendalikan kerugian yang akan muncul dan mengancam organisasi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Analisis SWOT merupakan alat analisis dalam merumuskan strategi dalam organisasi dengan menilai kondisi internal(*Strenght, Weakness*), dan kondisi eksternal (*Opportunity, Threats*).

1.6.2 Uji Litmus

Uji Litmus dirancang oleh Hennepin Country untuk mengukur bagaimana strategisnya isu-isu yang ada (Anggraini et al., 2023). Uji Litmus juga berguna untuk menyaring isu-isu strategis. Skor tertinggi dapat disebut sebagai isu yang strategis dan skor terendah disebut sebagai isu operasional (Bryson (2016:185). Berikut ini merupakan pertanyaan-pertanyaan dalam uji litmus untuk menilai seberapa strategisnya sebuah isu (Bryson, 2016:184) :

1. Kapan tantangan atau peluang isu-isu strategis dihadapi oleh Organisasi?
2. Berapakah luas isu berpengaruh terhadap organisasi?
3. Berapakah besar risiko/peluang keuangan bagi organisasi?
4. Apakah strategi untuk pemecahan isu memerlukan:
 - a. Pengembangan sasaran dan program pelayanan baru?
 - b. Perubahan signifikan dalam sumber atau jumlah pajak?
 - c. Perubahan signifikan dalam ketentuan perubahan peraturan/perundangan?
 - d. Penambahan atau perubahan fasilitas?
 - e. Penambahan staff yang signifikan?
5. Bagaimana pendekatan yang terbaik bagi pemecahan isu?
6. Manakah tingkat kepuasan yang dapat menetapkan untuk menanggulangi isu?

7. Konsekuensi apa yang akan terjadi jika isu tersebut tidak ditangani?
8. Seberapa banyak keterlibatan organisasi/Instansi dalam pemecahan isu tersebut?
9. Bagaimana sensitivitas isu ini terkait dengan nilai masyarakat, sosial, politik, agama dan, budaya?

Bryson memberikan klasifikasi nilai untuk masing-masing jawaban adalah sebagai berikut :

- Isu yang bersifat Operasional : Skor 1
- Isu yang bersifat Moderat : Skor 2
- Isu yang bersifat Strategis : Skor 3

Adapun rentang skor untuk mengurutkan isu-isu tersebut:

- Rentang skor 1-13: Isu yang bersifat Operasional
- Rentang skor 14-26 : Isu yang bersifat Moderat
- Rentang skor 27-39 : Isu yang bersifat Strategis

1.6.3 Pariwisata

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 pariwisata adalah kegiatan wisata yang didukung dengan fasilitas yang telah disediakan oleh berbagai aktor yang terdiri dari masyarakat, pengusaha, pemerintah. Menurut McIntosh (dalam Hidayah, A, Hutagalung & Hermawan,2019) pariwisata atau tourism yakni kegiatan yang berkaitan dengan pergerakan penduduk asing dalam atau luar negara, kota ataupun wilayah tertentu.

Menurut Kodyat (dalam Sumastuti et al.,2021), pariwisata adalah perjalanan yang bersifat sementara dari satu dan dilaksanakan secara individu maupun kelompok yang bertujuan untuk menjalin hubungan budaya, sosial, alam, dan ilmilah dengan lingkungan untuk mencapai keseimbangan dan kebahagiaan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan individu tau kelompok ke tempat tujuan wisata yang didukung dengan fasilitas serta layanan lainnya dengan tujuan keseimbangan dan kebahagiaan.

1.6.9.1 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan yakni membuat atau mengadakan serta mengatur sesuatu yang belum ada (Nuraehan,2020). Menurut Munasef (dalam Chaerunnisa & Tri,2020), pengembangan pariwisata adalah kegiatan dalam mengkoordinasikan guna mencapai tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan melalui penyediaan sarana dan prasarana, fasilitas untuk kebutuhan wisata yang memadai.

Sedangkan menurut Paturus (dalam Hanifah & Mir'Atul,2021), pengembangan pariwisata adalah strategi mengembangkan daya tarik wisata untuk dikunjungi wisatawan sehingga *stakeholder* yang terdiri atas masyarakat, pemerintah daerah, ataupun organisasi yang mengelola kawasan wisata tersebut mendapatkan manfaat yang semestinya.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan jika pengembangan pariwisata yakni kegiatan untuk meningkatkan dan memajukan suatu destinasi wisata melalui penyediaan fasilitas, jasa, dan akomodasi bagi wisatawan yang berkunjung.

1.6.9.2 Komponen Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan pendapat Sunaryo (2013:25), komponen-komponen yang penting dalam pengembangan wisata antara lain :

- 1. Daya Tarik wisata,** merupakan keunikan tersendiri dari keanekaragaman alam, budaya, nilai, ataupun buatan yang menjadi destinasi wisatawan.
- 2. Akomodasi atau aksesibilitas,** mendukung pengembangan wisata karena berkaitan dengan kemudahan wisatawan dalam mengakses destinasi wisata menggunakan sarana transportasi.
- 3. Fasilitas umum,** merupakan fasilitas yang diperuntukkan untuk masyarakat secara umum. Fasilitas umum seperti jalan, terminal, bandara disediakan oleh pemerintah.
- 4. Fasilitas Pendukung,** merupakan fasilitas sebagai sarana yang mendukung dalam kegiatan wisata seperti tersedianya toliite, tempat sampah, tempat ibadah yang memadai.
- 5. Dukungan Masyarakat,** masyarakat yang berperan aktif dalam pengembangan wisata diharapkan dapat memberikan peluang dan akses bagi masyarakat untuk menunjang kegiatan wisata seperti usaha kuliner, toko souviner, homestay, dan lain sebagainya.

Sedangkan komponen pengembangan pariwisata antara lain (Sedarmayanti, dalam Alfariq et al.,2020),:

1. Daya Tarik Wisata

- Daya tarik wisata di wilayah perairan laut seperti pesisir pantai.
- Daya tarik wisata di wilayah daratan seperti pegunungan, hutan, danau, dan lain sebagainya.

2. Atraksi Wisata

Bentuk pertunjukan seni yang dikembangkan dan ditampilkan oleh masyarakat. Wahana atraksi dan atraksi memanfaatkan budaya dan tradis ini yang dapat bernilai budaya tinggi sehingga menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan.

3. Fasilitas

Fasilitas terdiri atas fasilitas wisata dan fasilitas umum. Fasilitas wisata bertujuan untuk memberikan kemudahan, rasa nyaman, dan keselamatan wisatawan. Sedangkan fasilitas umum yaitu sarana dan prasarana pelayanan fisik digunakan untuk masyarakat umum dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

4. Aksesibilitas

Aksesibilitas yaitu sarana transportasi untuk mendukung pergerakan wisatawan menuju ke lokasi wisata yang akan dituju. Maka dari itu adanya aksesibilitas berguna bagi wisatawan untuk mencapai destinasi wisata yang akan dikunjungi.

1.6.4 Desa Wisata

Konsep Desa wisata yaitu bentuk pengembangan wisata yang berbasis masyarakat dan berkelanjutan. Berdasarkan ketentuan dari *World Tourist Organization* (WTO), desa wisata mengarah kepada pariwisata yang memiliki muatan budaya serta dapat memberikan ruang luas bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam mengembangkan potensi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Risman dalam Irhandayaningsih, 2019).

Selain itu menurut Macdonald and Jolif (dalam Gautama et al., 2020), konsep desa wisata yaitu wisata yang berkaitan dengan masyarakat desa yang memegang erat tradisi, warisan, serta nilai-nilai turun temurun, sehingga wisatawan yang berkunjung akan mendapat pembelajaran dan informasi mengenai kebudayaan atau adat istiadat serta pemandangan. Dari uraian dapat disimpulkan bahwa desa wisata adalah kawasan pedesaan yang memiliki potensi dan daya tarik untuk menjadi destinasi wisata untuk meningkatkan dan membangun perekonomian masyarakat desa

1.6.6.1 Konsep Desa Wisata

Pengembangan Desa Wisata dapat diklasifikasikan menjadi 4 kategori yaitu rintisan, berkembang, maju, dan mandiri. Klasifikasi tersebut mengacu pada pedoman Desa Wisata Jilid 2 tahun 2021. Adapun rincian penjelasannya sebagai berikut (Adiwilaga, R., & Riza Saepul Millah, 2023):

1) Desa Wisata Rintisan

Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata. Pengembangan sarana dan prasarana wisata masih terbatas. Belum

atau sedikit wisatawan yang berkunjung dan berasal dari masyarakat sekitar. Membutuhkan pendampingan dari *stakeholder* terkait. Masih memanfaatkan dana desa sebagai modal untuk pengembangan. Pengelolaan yang masih bersifat lokal.

2) Desa Wisata Berkembang

Mulai dikenal oleh masyarakat dalam maupun luar daerah. Sudah memiliki pengembangan sarana dan prasarana fasilitas wisata. Menciptakan lapangan pekerjaan serta kegiatan ekonomi masyarakat.

3) Desa Wisata Maju

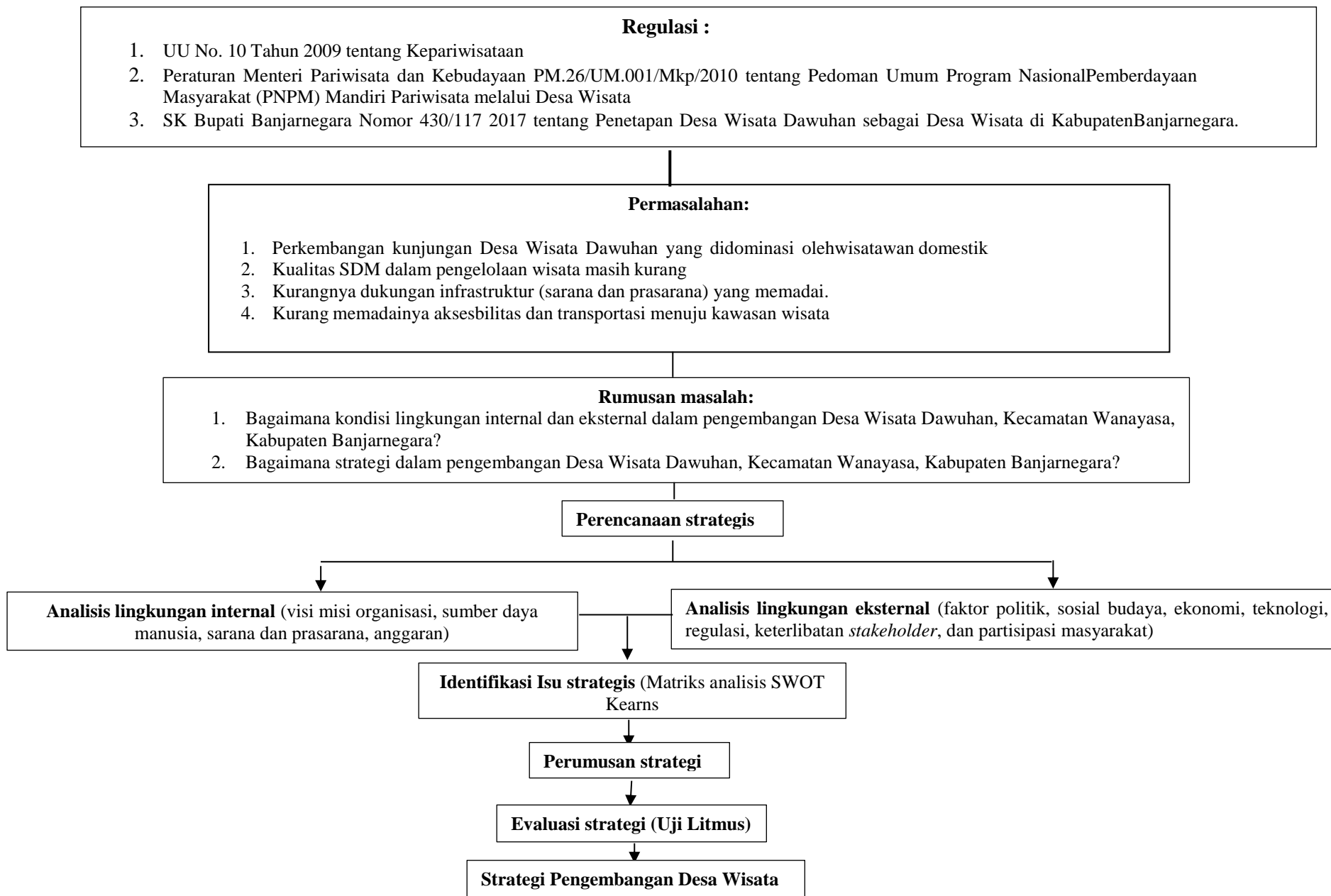
Masyarakat sudah memiliki kesadaran akan potensi wisata dan pengembangannya. Menjadi destinasi wisata yang dikenal serta banyak dikunjungi wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Memiliki sarana dan prasarana wisata yang memadai. Masyarakat sudah mampu mengelola dengan membentuk pokdarwis. Pengelolaan desa wisata yang berdampak terhadap peningkatan ekonomi masyarakatnya.

4) Desa Wisata Mandiri

Memiliki unit kewirausahaan yang mandiri dari masyarakat sebagai inovasi pengembangan wisata. Menjadi destinasi yang dikenal wisatawan lokal maupun mancanegara dengan menerapkan konsep berkelanjutan. Sarana dan prasarana yang mengikuti standar internasional seperti ASEAN. Pengelolaan dilakukan secara kolaboratif dan pentahelix. Dana desa menjadi aspek penting dalam diversifikasi produk di desa wisata. Mampu memanfaatkan promosi melalui digitalisasi desa.

1.7 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran



1.8 Operasionalisasi Konsep

Strategi Pengembangan Desa Wisata merupakan kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan potensi yang ada di suatu desa dan dapat dijadikan destinasi wisata. Tahapan dari pengembangan Desa Wisata bertujuan untuk meningkatkan kegiatan perbaikan ekonomi, sosial dan lingkungan untuk kepentingan masyarakat yang berkelanjutan. Fenomena-Fenomena yang diamati dalam Strategi Pengembangan Desa yaitu melihat kondisi lingkungan lingkungan internal dan eksternalnya. Adapun penjelasan dari fenomena tersebut, yakni:

A. Faktor Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan faktor yang terdapat dalam organisasi guna mengidentifikasi faktor kekuatan (*Strength*) dan faktor kelemahan (*Weakness*) yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan suatu organisasi. Faktor yang mencakup lingkungan internal dalam organisasi antara lain :

1. Visi dan misi organisasi

Adanya visi misi adalah sebagai tujuan dan dasar pembentukan dari suatu organisasi tersebut. Visi artinya cita-cita yang diharapkan dari suatu organisasi, sedangkan misi merupakan cara untuk mewujudkan suatu visi organisasi tersebut. Fenomena yang diamati dalam indikator visi dan misi yaitu:

- a) Visi Misi yang tengah dijalankan dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan.
- b) Tujuan dan dasar pembentukan Disparbud Kabupaten Banjarnegara.
- c) Keterkaitan visi misi dengan kondisi, tantangan, dan

kebutuhan di Desa Wisata Dawuhan.

- d) Bentuk penerapan strategi serta visi misi dan strategi pengembangan Desa Wisata Dawuhan.

2. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia merupakan pihak yang berperan dalam suatu organisasi. SDM dalam organisasi tentunya berkaitan dengan kualitas serta kuantitas kerjanya untuk mencapai tujuan. Dalam pengembangan pariwisata, kualitas dan kuantitas SDM merupakan pihak yang berkaitan dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan. Fenomena yang diamati dalam indikator tersebut yaitu:

- a) Tingkat kemampuan SDM pegawai dalam pengelolaan serta pengembangan Desa Wisata Dawuhan.
- b) Kualifikasi Pendidikan para pegawai di Disparbud Kabupaten Banjarnegara dan pengelola di Desa Wisata Dawuhan.
- c) Kuantitas SDM para pegawai di Disparbud dan pengelola di Desa Wisata Dawuhan.
- d) Bentuk koordinasi dan kerjasama dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan.

3. Sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana berkaitan dengan fasilitas yang tersedia dan mendukung secara langsung maupun tidak langsung dalam pencapaian tujuan pengembangan Desa Wisata Dawuhan.

Fenomena yang diamati dalam indikator tersebut yaitu:

- a) Macam-macam daya tarik objek wisata di Desa Wisata Dawuhan.
- b) Ketersediaan serta kondisi sarana dan prasarana di Desa Wisata Dawuhan.
- c) Wujud dukungan dan hambatan informasi dan promosi dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan.
- d) Kemudahan Aksesibilitas dan transportasi Desa Wisata Dawuhan.

4. Anggaran

Anggaran atau dana merupakan biaya yang dibutuhkan dalam upaya pengembangan Desa Wisata Dawuhan. Indikator anggaran dapat dilihat melalui:

- a) Ketersediaan anggaran untuk pengembangan Desa Wisata Dawuhan.
- b) Bentuk pengelolaan dan alokasi anggaran dalam kegiatan pengembangan Desa Wisata Dawuhan.

B. Faktor Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar organisasi yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threats*). Faktor yang mencakup lingkungan eksternal organisasi antara lain :

1. Faktor ekonomi

Faktor ekonomi merupakan kondisi ekonomi masyarakat secara langsung dapat menjadi ancaman atau peluang kegiatan pengembangan Desa Wisata

Dawuhan. Fenomena yang diamati dalam indikator tersebut adalah:

- a. Tingkat perekonomian masyarakat di kawasan wisata.
- b. Tingkat kesejahteraan masyarakat di kawasan wisata.
- c. Bentuk UMKM yang dikembangkan di kawasan wisata.

2. Regulasi

Regulasi merupakan peraturan yang mengikat dalam pengawasan terhadap kegiatan upaya pengembangan Desa Wisata Dawuhan. Fenomena yang diamati dalam indikator tersebut adalah:

- a. Peraturan hukum yang membawahi dalam proses pengembangan Desa Wisata Dawuhan

3. Faktor sosial budaya

Faktor sosial budaya merupakan keadaan sosial budaya masyarakat di Kawasan wisata yang dapat menjadi peluang atau ancaman kegiatan pengembangan Desa Wisata Dawuhan. Dimana faktor ini berkaitan dengan keadaan sosial dan budaya di masyarakat sekitar Desa Wisata Dawuhan. Fenomena yang diamati dalam indikator tersebut adalah:

- a. Atraksi budaya yang ditampilkan dalam Desa Wisata Dawuhan seperti embeg dan lengger.
- b. Kondisi lingkungan sosial budaya yang berpengaruh terhadap pengembangan Desa Wisata Dawuhan.
- c. Perwujudan peran masyarakat dalam kegiatan pengembangan Desa

Wisata Dawuhan.

- d. Dukungan sosial budaya terhadap pengembangan Desa Wisata Dawuhan.

4. Faktor Politik

Faktor politik merupakan kondisi politik daerah yang dapat menjadi peluang atau ancaman kegiatan pengembangan Desa Wisata Dawuhan.

Fenomena yang diamati dalam indikator ini yaitu:

- a. Kondisi politik daerah yang berpengaruh terhadap proses pengembangan Desa Wisata Dawuhan.

5. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat merupakan kondisi dimana masyarakat berperan andil dalam pengambilan keputusan suatu kegiatan pengembangan Desa Wisata Dawuhan. Fenomena yang diamati dalam indikator tersebut adalah:

- a. Upaya dan Peran aktif masyarakat dalam kegiatan di Desa Wisata Dawuhan.

6. Teknologi

Teknologi merupakan teknologi yang dipakai dalam menyebarkan informasi dan promosi mengenai kegiatan wisata di Desa Wisata Dawuhan. Fenomena yang diamati dalam indikator teknologi yaitu:

- a. Adanya promosi Desa Wisata Dawuhan melalui sosial media/penyiaran.
- b. Hambatan dalam menggunakan teknologi guna mendukung pengembangan Desa Wisata Dawuhan.
- c. Pemanfaatan teknologi yang mendukung dalam kegiatan wisata di Desa Wisata Dawuhan.

7. Keterlibatan *stakeholder*

Keterlibatan *stakeholder* merupakan pihak yang memiliki kaitan atau berhubungan langsung pada Desa Wisata Dawuhan. Fenomena yang diamati dalam indikator tersebut, yaitu:

- a. Pihak yang terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan.
- b. Bentuk kerjasama *stakeholder* dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan.
- c. Kendala *stakeholder* dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan.
- d. Bentuk kerjasama dan koordinasi dengan BUMDes dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan.

C. Perumusan Strategi

Perumusan strategi dilakukan dengan menganalisis isu-isu strategis. Analisis isu strategis untuk melihat faktor lingkungan internal dan eksternal organisasi yang kemudian menggunakan dianalisis menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT akan diperoleh isu-isu strategis yang selanjutnya dilakukan evaluasi menggunakan uji litmus.

D. Uji Litmus

Uji Litmus merupakan suatu alat evaluasi guna menilai dan menilai tingkat kestrategisan dari isu-isu dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan. Dari hasil uji litmus akan dirumuskan hasilnya dari skor isu tertinggi dan terendah. Skor tertinggi menunjukkan isu strategis dan skor terendah menunjukkan isu operasional.

1.9 Argumen Penelitian

Pembentukan Desa Wisata merupakan wujud penyelenggaraan pengembangan pariwisata yang bersifat partisipatif. Salah satu Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah yakni Desa Wisata Dawuhan, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara. Dasar pembentukan desa tersebut melalui SK Bupati Banjarnegara Nomor 430/117/Tahun 2017 dengan memanfaatkan kearifan lokal yang ada di wilayahnya. Namun dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa permasalahan yang menghambat pengembangan Desa Wisata Dawuhan seperti kurangnya SDM serta sarana dan prasarana yang belum memadai. Maka dari itu perlu ditinjau dengan melakukan perencanaan strategis menurut Bryson melalui pendekatan Analisis SWOT (Matriks Kearns).

1.10 Metode Penelitian

1.10.1 Desain Penelitian

Metode penelitian adalah ilmu tentang teknik penelitian yang secara ilmiah untuk mengarahkan peneliti untuk mendapatkan data dengan kegunaan tertentu dan sasaran tertentu (Sugiyono, 2020:2). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme guna melakukan penelitian terhadap obyek yang alamiah dimana instrumen kunci merupakan peneliti, triangulasi sebagai teknik pengumpulan data, analisis data induktif dan hasil penelitian lebih menegaskan pada makna (Sugioyono, 2020: 18). Penelitian deskriptif memiliki fungsi untuk mendeskripsikan objek yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh (Sugiyono,2020:29). Tujuannya adalah menggali informasi secara mendalam dan aktual sehingga dapat memberikan saran pemecahan masalah yang disertai dengan data- data yang ada.

1.10.2 Situs dan Fokus Penelitian

Situs merupakan lokasi atau tempat dimana kegiatan penelitian tersebut dilakukan. Situs penelitian memberikan substansi dari permasalahan yang diteliti serta memberikan data yang berhubungan dalam penelitian. Lokasi penelitian ini adalah Desa Wisata Dawuhan yang terletak di Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara, Provinsi Jawa Tengah. Strategi pengembangan desa wisata dengan menganalisis kondisi internal dan eksternal yang dihadapi merupakan fokus pada penelitian ini.

1.10.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber yang memberikan data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Subjek penelitian dipilih secara *purposive* dan pelaksanaannya sesuai dengan tujuan penelitian. Para peneliti harus memilih subyek penelitian yang dapat dipercaya untuk memberikan informasi, memiliki pemahaman dan pandangan yang luas terhadap apa yang sedang diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel secara sengaja yang sesuai dengan permasalahan terkait pada topik penelitian. Penelitian ini menggunakan narasumber penelitian antara:

No	Narasumber
1.	Disparbud Kabupaten Banjarnegara
2.	Pokdarwis Tirta Panaraban
3.	Pemerintah Desa Dawuhan
5.	Pelaku Usaha di kawasan wisata
6.	Pengunjung Desa Wisata Dawuhan

1.10.4 Jenis Sumber Data

Data dibagi menjadi dua jenis yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif menjelaskan informasi secara rinci. Sedangkan data kuantitatif yang digunakan berupa hasil pemeringkatan isu-isu strategis dari uji litmus. Sumber data menurut Sugiyono (2016: 156) merupakan sesuatu yang bersifat informatif untuk mendukung data penelitian. Klasifikasi dari sumber data adalah sebagai berikut:

- **Sumber Data Primer**

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh peneliti ketika di lapangan. Peneliti memperoleh data primer melalui wawancara serta pengamatan secara langsung.

- **Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang berkaitan dengan informasi sumber yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti yaitu berdasarkan tinjauan pustaka, dokumen, internet, penelitian terdahulu, dan sumber-sumber lainnya.

1.10.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti antara lain:

- a) **Wawancara**

Pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur dan semistruktur. Wawancara terstruktur dilakukan dengan memberikan

pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang dibuat secara sistematis. Wawancara ini dilakukan terhadap pihak Disparbud Kabupaten Banjarnegara, Pokdarwis Tirta Panaraban, Pelaku usaha, dan pengunjung Desa Wisata Dawuhan. Sedangkan wawancara semistruktur dilakukan dengan memberikan pertanyaan tambahan dan terbuka ditengah pelaksanaan wawancara agar narasumber dapat memberikan jawaban yang lebih detail terhadap fenomena yang ada.

b) Dokumentasi atau studi pustaka

Penelitian ini menggunakan dokumentasi dan studi pustaka berupa jurnal, artikel, skripsi, dan sumber internet lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian.

c) Kuesioner atau angket

Data diperoleh melalui angket atau kuesioner dengan bentuk angka yang diuji dengan mengkolerasikan skor yang diperoleh dari masing-masing pertanyaan terhadap skor total individu. Penulis menggunakan tes litmus dengan membagikan kuesioner atau angket yang berisi isu-isu strategis serta pilihan jawaban dalam tes litmus. Dari tes litmus tersebut akan diurutkan hasilnya dari jumlah skor tertinggi ke skor terendah. Skor tertinggi akan menunjukkan isu strategis, sementara skor terendah menunjukkan isu operasional.

d) Observasi

Observasi dalam penelitian ini menggunakan jenis observasi langsung tepatnya di Desa Wisata Dawuhan, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara.

1.10.6 Analisis Interpretasi Data

Analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data sesuai dengan ketentuan sehingga diperoleh hasil dengan data yang telah didapatkan (Sugiyono,2016:60). Data dianalisis dan diinterpretasikan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian dilakukan klasifikasi data, mendeskripsikannya, memilih apa yang diperlukan, dan menarik kesimpulan agar mudah dipahami orang lain. Hal ini dilakukan setelah data dikumpulkan dalam penelitian. Pada penelitian ini untuk melakukan analisis dan interpretasi data adalah sebagai berikut (Sugiyono,2020:323):

1. Reduksi data

Data yang diperoleh dan direkam peneliti kemudian ditentukan hal-hal yang pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti melakukan reduksi dalam penelitian dikarenakan data yang dibutuhkan banyak. Dengan demikian, gambaran yang lebih jelas terkait penelitian dapat diperoleh dari data yang telah direduksi.

2. Penyajian data

Bentuk penyajian data dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara jenisnya akan memudahkan peneliti untuk mendeskripsikan hal yang

telah diteliti dan dapat menarik sebuah kesimpulan.

3. Verifikasi (*Conclusion Darwing*)

Verifikasi yaitu langkah terakhir dengan menarik kesimpulan dari masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, kesimpulan bersifat *temporary* atau sementara karena didalam penelitian akan ditemukan bukti yang lebih.

Pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah dengan analisis SWOT kualitatif untuk mengidentifikasi faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman yang menghasilkan isu- isu strategis. Isu strategis tersebut diukur dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam Tes Uji Litmus. Uji Litmus digunakan untuk menyaring beberapa isu-isu strategis sehingga dapat memperoleh perhitungan isu yang benar-benar strategis adalah isu yang mempunyai nilai skor tertinggi. Sedangkan isu operasional adalah isu yang memiliki skor terendah dalam tiap dimensi. Klasifikasi nilai untuk masing-masing jawaban dalam uji litmus adalah sebagai berikut:

- Isu yang bersifat Operasional : Skor 1
- Isu yang bersifat Moderat : Skor 2
- Isu yang bersifat Strategis : Skor 3

Adapun rentang skor untuk mengurutkan isu-isu tersebut:

- Rentang skor 1-13: Isu yang bersifat Operasional
- Rentang skor 14-26 : Isu yang bersifat Moderat
- Rentang skor 27-39 : Isu yang bersifat Strategis

Dari Analisis SWOT dan Uji Litmus dapat memberikan strategi yang nantinya akan menjadi alternatif- alternatif dalam pengembangan Desa Wisata Dawuhan, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara.

1.10.7 Kualitas dan Keabsahan Data

Kriteria validitas dan penyesuaian agar peneliti guna menghasilkan tingkat validitas yang tinggi serta sesuai dengan kenyataan di lapangan harus diperhatikan oleh peneliti. Dimana dalam hal ini untuk mengetahui keabsahan data sehingga hasil data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Sugiyono (2020:364), keabsahan data digunakan untuk menguji data dan keilmiahan suatu penelitian melalui proses uji *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*.

Kualitas dan keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik memeriksa data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu (Sugiyono, 2020:368). Jenis-jenis dari Teknik triangulasi adalah sebagai berikut :

- a. Triangulasi metode
- b. Triangulasi sumber data
- c. Triangulasi waktu

Teknik triangulasi sumber data digunakan peneliti untuk menguji kualitas dan keabsahan data terkait dengan pengembangan Desa Wisata Dawuhan. Triangulasi sumber dalam penelitian ini berasal dari pemerintah dan masyarakat. Triangulasi sumber dari Pemerintah antara lain: Disparbud Kabupaten Banjarnegara dan Pemerintah Desa Dawuhan. Sedangkan dari masyarakat antara lain: PokDarwis

Desa Dawuhan, Pelaku usaha kawasan wisata, dan pengunjung wisata Desa Dawuhan. Peneliti memeriksa nilai keabsahan sebuah data berdasarkan sumbernya melalui pengecekan data didapatkan dari sumber seperti wawancara, dokumentasi, observasi, serta internet, jurnal, dan lain sebagainya.