

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemerintah suatu negara atau lebih khusus lagi wilayah yang terkenal dengan pariwisata mengambil keuntungan dari pendapatan yang dihasilkan oleh pariwisata. Pariwisata ialah potensi wisata yang dimiliki setiap daerah, baik alam, budaya, atau buatan, dan lain-lain yang menunjukkan setiap daerah memiliki berbagai potensi wisata yang dapat dikembangkan, dikelola, dan dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan rekreasi. Pariwisata ialah komponen penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata, tujuan pariwisata untuk meningkatkan pendapatan negara untuk kesejahteraan rakyat dan memenuhi kebutuhan fisik, spiritual, dan intelektual setiap pengunjung melalui rekreasi dan perjalanan. Perkembangan sektor pariwisata suatu daerah dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat apabila diiringi dengan peningkatan kapasitas SDM.

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah memiliki perhatian khusus terhadap pembangunan pariwisata dari tingkat daerah hingga ke tingkat yang terkecil yaitu desa.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa pada pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa:

“Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan,

kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/ atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Pembangunan pariwisata di tingkat desa mulai direncanakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui pembentukan desa wisata. Desa wisata ialah salah satu bentuk pemanfaatan karakteristik yang dimiliki oleh desa menjadi destinasi pariwisata. Mendorong kekuatan pariwisata dalam lingkup desa, maka Pemerintah Provinsi Jawa Tengah menyusun regulasi tentang Pemberdayaan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah. Tujuan pemberdayaan desa wisata menurut Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019 adalah :

1. Memberikan pedoman untuk mengelola dan mengembangkan pariwisata yang berlandas kebudayaan lokal sesuai dengan perencanaan pembangunan daerah.
2. Memastikan pelestarian nilai-nilai budaya lokal termasuk cara hidup, norma kebiasaan yang berlaku pada masyarakat desa wisata.
3. Meningkatkan kemakmuran komunitas desa wisata.
4. Menciptakan lembaga dan tata kelola pariwisata yang dapat bekerja sama dengan industri pariwisata dalam pembangunan, pemasaran pariwisata dan promosi.

Peraturan Daerah (Perda) Kota Semarang Nomor 14 tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Semarang tahun 2011-2031 pasal 78H, tiga kelurahan di Kota Semarang ditetapkan sebagai Desa Wisata. Ini diputuskan dalam Surat Keputusan Walikota Semarang Nomor 556/407 tanggal 22 Desember

2012, yang menetapkan bahwa Kelurahan Kandri dan Kelurahan Nongkosawit Kecamatan Gunungpati, Kelurahan Wonolopo Kecamatan Mijen.

Beberapa Desa Wisata yang berkembang di Kota Semarang, lihat tabel 1.1 :

Tabel 1. 1
Data Desa Wisata Di Kota Semarang

No	Kecamatan	Desa	Potensi Desa Wisata
1	Gunung Pati	Cepoko	Kebun buah
2	Gunung Pati	Jatirejo	Kuliner kolang-kaling
3	Gunung Pati	Kandri	Wisata perahu
4	Gunung Pati	Nongkosawit	Omah Pang
5	Mijen	Kedungpane	Curug Gondoriyo
6	Mijen	Wonolopo	Edukasi Bahasa Inggris
7	Tugurejo	Tugurejo	Mangrove

Sumber: Sikenang, Sistem Informasi Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat lokal, enam Desa Wisata Kota Semarang masih perlu ditingkatkan. Namun, ada kemungkinan beberapa desa lain di Kota Semarang dapat dikembangkan menjadi desa wisata.

Desa yang menarik hendak diteliti adalah Desa Wisata Kandri. Masyarakat Kandri sangat ingin menjadikan Desa Wisata Kandri sebagai tempat wisata. Komunitas biasanya mengadakan pertemuan, seperti pertemuan RT, RW, atau kegiatan lainnya. Pertemuan masyarakat berniat menjadikan Desa Kandri sebagai desa wisata dengan mengeksplorasi semua potensinya, membuat rencana pengembangan, menata lingkungan atau melakukan pelatihan (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota

Semarang). Terdapat beberapa syarat untuk menjadikan desa wisata, salah satunya adalah keberadaan POKDARWIS. Pokdariwis Pandanaran adalah pokdarwis pertama di Semarang tepatnya di Desa Wisata Kandri.

Tabel 1. 2
Potensi pariwisata yang dimiliki Desa Wisata Kandri

Alam	<ul style="list-style-type: none"> - Goa Kreo - Sendang Gede
Buatan	<ul style="list-style-type: none"> - Waduk Jatibarang
Kearifan Seni & Budaya Lokal	<ul style="list-style-type: none"> - Kirab Budaya Sesaji Rewanda - Mahakarya Gua Kreo - Nyadran Kubur - Sedekah Waduk - Gendongan Lesung - Karawitan Sanggar Tari
Minat Khusus	<ul style="list-style-type: none"> - Edukasi Pertanian - Edukasi Perkebunan - Edukasi Seni & Budaya - Outbond

Sumber: <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/kandri>

Pada tahun 2021 Desa Wisata Kandri masuk 13 besar dari 13.000 Desa Wisata di Indonesia yang bersertifikasi nasional sebagai Desa Wisata Berkelanjutan. Desa Wisata Kandri memiliki banyak potensi yang dikembangkan sehingga berhasil meraih juara 1 kategori paket wisata dalam Gelar Desa Wisata Jawa Tengah 2022 (sumber:<https://visitjawatengah.jatengprov.go.id>). Desa Wisata Kandri dalam pengembangan ini dapat memperkuat potensi yang dimiliki, maka masyarakat harus terlibat dalam partisipasi seperti gotong royong antar penduduk, membangun

komunikasi antar masyarakat desa, mematuhi norma sosial, meningkatkan mobilitas penduduk sebagai upaya status kesejahteraan, meminimalisir tingkat kriminalitas serta pendidikan wisata. Desa Wisata Kandri mengandalkan lingkungan alam dan budaya. Perangkat pengelolaan yang disebut POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) berfungsi sebagai landasan untuk pengembangan desa wisata.

Desa Wisata Kandri yang terdiri dari empat RW, memiliki potensi dan karakteristik wisata unik RW 1 adalah tempat yang berfokus pada pendidikan, terutama pendidikan alam, RW 2 adalah tempat perkebunan dan outbond, dan RW 3 adalah tempat budaya dengan semua kesenian yang terkait. Konsep Desa Wisata Kandri memungkinkan untuk menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang berbasis masyarakat, dan RW 4 akan diubah menjadi sentra wisata kuliner yang akan menawarkan pengalaman kuliner unik bagi wisatawan yang datang.

Gambar 1. 1
Sendang Gede



Sumber : <https://instagram.com/desawisatakandri>

Sumber daya alam Desa Wisata Kandri menjadi kurang terjaga selama pandemi. Sumber daya alam, seperti sendhang dengan air yang melimpah, selalu

dibersihkan sebelum pandemi karena banyaknya wisatawan yang datang. Desa Wisata Kandri terkenal dengan hasil buminya yang melimpah, seperti ketela pohon dan jambu kristal. Selama covid-19 tanaman kurang terawat, dan hasilnya biasanya ditanam atau dijual kepada wisatawan.

Upaya pengembangan Desa Wisata Kandri mengalami hambatan tahun 2020-2021 dikarenakan pandemi covid-19. Virus ini virus berbahaya yang menginfeksi sistem pernafasan dan dapat mengakibatkan kematian. Virus ini sangat berbahaya karena penularannya dilakukan melalui udara. Titik awal melemahnya sektor pariwisata yang menghambat pemberdayaan desa wisata disebabkan oleh adanya pencegahan penularan virus Covid-19 berupa *physical distancing* dan sejumlah protokol kesehatan seperti PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang menghentikan mobilitas massal sehingga jumlah wisatawan menurun dengan drastis.

Gambar 1. 2
Data Kunjungan Wisatawan Desa Wisata Kandri Kota Semarang Tahun



Sumber : Pokdarwis Pandanaran Desa Wisata Kandri, diolah peneliti 2024

Berdasarkan data dari Pokdarwis Pandanaran Desa Wisata Kandri bahwa sebelum terjadi pandemi kunjungan ke Desa Wisata Kandri sangat banyak, sehingga pendapatan yang diperoleh dari penjualan paket wisata sangat tinggi. Dilihat dari persentase juga mengalami naik turun atau tidak stabil. Jumlah kunjungan pada tahun 2018 ke 2019 mengalami kenaikan 276% , kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan -8,39 % dan tahun 2021 mengalami penurunan sejumlah -2,491%, ini terjadi saat pemerintah memberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat, yang membuat sektor pariwisata tertekan karena penurunan pendapatan selama pandemi covid-19. Di sisi lain, jelas berdampak negatif pada perekonomian Desa Wisata Kandri karena pendapatan utamanya berasal dari sektor pariwisata, akibatnya para pedagang seperti penjual cinderamata, usaha kecil dan menengah (UMKM) di sekitar desa mengalami penurunan pendapatan. Kunjungan wisata ke Desa Wisata Kandri mengalami kenaikan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dikarenakan pandemi covid-19 sudah berlalu.

Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan adalah salah satu indikator pertumbuhan pariwisata, karena peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara langsung akan menghasilkan peningkatan pendapatan bagi bisnis dan pengelola. Pertumbuhan ini secara langsung akan diikuti oleh pembangunan infrastruktur yang mendukung pariwisata, seperti pembangunan wilayah yang memenuhi kebutuhan pelayanan wisatawan. Desa Wisata Kandri hal ini seharusnya menjadi prioritas utama dan diantisipasi dengan menggunakan pendekatan yang efektif untuk memanfaatkan

potensi yang sudah ada dan memperbaiki kekurangan dan masalah yang dihadapi saat ini.

Berdasarkan permasalahan tersebut, untuk menjadi lebih kompetitif dibandingkan destinasi wisata lainnya, pengembangan pariwisata perlu mendapatkan perhatian besar dari pemerintah, dinas yang berwenang, dan masyarakat. Perubahan kebijakan pemerintah di masa depan harus mendukung pertumbuhan pariwisata saat ini. Pemerintah dan masyarakat juga harus meningkatkan peran mereka dalam mendorong pariwisata untuk mengembangkan ekonomi lokal. Berdasarkan penjelasan diatas maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam skripsi ini adalah bagaimana strategi recovery pengembangan Desa Wisata Kandri pasca pandemi covid-19?

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Masa pandemi covid-19 sedang gede di Desa Wisata Kandri tidak terawat
2. Pandemi covid-19 mengurangi jumlah kunjungan wisatawan
3. Kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan

1.3 Rumusan Masalah

Dari penulisan latar belakang permasalahan yang telah di jelaskan oleh penulis, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan dan kelemahan pengembangan Desa Wisata Kandri?
2. Bagaimana peluang dan ancaman pengembangan Desa Wisata Kandri?

3. Bagaimana strategi *recovery* pengembangan Desa Wisata Kandri pasca pandemi covid-19?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kekuatan dan kelemahan pengembangan Desa Wisata Kandri
2. Menganalisis peluang dan ancaman pengembangan Desa Wisata Kandri
3. Menyusun strategi *recovery* pengembangan Desa Wisata Kandri di Kecamatan Gunung Pati pasca pandemi Covid-19

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan mampu menjadi masukan bagi para akademisi untuk memberikan kontribusi dalam mengembangkan potensi wisata lebih kompleks serta menambah pengetahuan terkait pariwisata.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai rekomendasi bagi pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengembangan Desa Wisata di Kota Semarang.

- b. Bagi Masyarakat Umum

Di harapkan mampu memberi pemahaman dan memotivasi agar bisa menjadi Influencer terkait pengembangan Desa Wisata di Kota Semarang.

1.5.3 Kerangka Teori

1.5.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang difokuskan pada penelitian yang berkaitan dengan penelitian tentang strategi pengembangan pariwisata.

Novela dkk dalam artikelnya membahas strategi pengembangan wisata edukasi sejarah di Patung Buddha tidur di Kabupaten Mojokerto, bertujuan menganalisis tentang strategi pengembangan wisata edukasi sejarah di patung buddha tidur. Analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT. Hasil studi menunjukkan bahwa dapat menciptakan wisata yang berkualitas dengan memiliki harga tiket yang terjangkau, menjaga kebersihan dan keasrian kawasan wisata untuk menciptakan kelestarian lingkungan dan meningkatkan fasilitas Wisata Patung Budha agar generasi milenial dapat nyaman dan mudah belajar sejarah. (Novela 2020)

Penelitian yang ditulis oleh Adhinda Dewi Agustine, dkk dalam tulisannya peneliti membahas strategi pengembangan Desa Wisata Osing sebagai upaya pemulihan ekonomi di masa pandemi Covid-19, bertujuan menganalisis strategi pengembangan Desa Wisata Osing sebagai upaya pemulihan ekonomi di masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan beberapa langkah yang dapat diambil guna meningkatkan citra serta branding Desa Wisata Adat Osing agar tetap diminati sebagai destinasi utama di masa pandemi. Pertama, memberikan pelatihan kepada para karyawan sektor pariwisata dalam pemanfaatan teknologi digital guna mendukung industri

pariwisata di tengah wabah Covid-19. Kedua, mengalihkan arah tren pariwisata ke arah teknologi dengan fokus pada pemasaran produk dan manajemen pariwisata berbasis teknologi. Menyemarakkan kembali keberadaan Desa Wisata Osing melalui produksi produk yang diminati konsumen dengan pengemasan yang menarik serta modern. Terakhir, menjalin kerja sama dengan perusahaan swasta serta pemerintah daerah guna menyediakan fasilitas dan sarana yang mendukung kegiatan pariwisata selama pandemi COVID-19. (Agustine and Dwinugraha 2021)

Berbeda dengan penelitian diatas yang ditulis oleh Kristian Buditiawan analisis yang digunakan analisis SWOT dan matrik *Quantitative Strategy Planning*, membahas mengenai strategi pengembangan destinasi pariwisata Kabupaten Jember, bertujuan menganalisis strategi pengembangan destinasi pariwisata di Kabupaten Jember Jawa Timur. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengorganisasian kelompok masyarakat (POKDARWIS) yang memiliki legalitas dapat meningkatkan daya saing produk dengan memanfaatkan program pembiayaan independen serta CSR, mengadakan kegiatan wisata yang terhubung dengan sektor lain, dan meningkatkan daya saing produk pariwisata secara menyeluruh. (Buditiawan and Harmono 2020)

Yulfan Arif Nurohman dalam tulisannya membahas tentang strategi pengembangan Desa Wisata Menggoro sebagai wisata halal, bertujuan menganalisis strategi pengembangan Desa Wisata Menggoro menjadi wisata halal. Analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT dengan metode deskriptif kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa beragam pendekatan

digunakan untuk mengubah suatu desa wisata menjadi tujuan wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip wisata halal dengan memperhitungkan aspek-aspek wisata halal. Beberapa langkah utama yang diterapkan termasuk memasukkan Desa Menggoro dalam jaringan wisata halal, mendirikan akomodasi syariah, memperoleh sertifikasi untuk makanan khas yang halal, dan mendirikan galeri seni tradisional di desa tersebut. (Nurohman and Qurniawati 2021)

Peneliti Dina Mayasari Soeswoyo membahas tentang Potensi Pariwisata Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Yang Berkelanjutan Di Desa Sukajadi, Kabupaten Bogor, bertujuan menganalisis strategi dalam mengembangkan pariwisata Desa Wisata Sukajadi. Analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT dengan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan explorative studi kasus. Hasil riset menunjukkan bahwa dalam pengembangan Desa Wisata Sukajadi yang masih dalam tahap awal perkembangannya, diterapkan suatu pendekatan spesifik yang melibatkan serangkaian langkah yang tegas dan agresif untuk memperkuat sepuluh aspek pariwisata. Langkah-langkah ini bertujuan untuk mengubah desa tersebut menjadi destinasi pariwisata yang memiliki daya saing serta berkesinambungan, dengan mempertimbangkan potensi lokal, keinginan wisatawan, dan persyaratan serta kebijakan yang terpadu. (Soeswoyo 2021)

Sejalan dengan penelitian diatas, penelitian yang ditulis oleh Risa Panti, dkk dalam tulisannya membahas tentang Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Desa Bukti Berbasis Potensi Lokal bertujuan memperoleh strategi

pengembangan wisata kuliner Desa Bukti berbasis potensi lokal. Analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kuliner lokal memiliki potensi yang besar untuk ditingkatkan guna mendukung perkembangan desa wisata. Penelitian ini mengidentifikasi tiga langkah yang bisa dilakukan oleh pemerintah Desa Bukti, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Buleleng, dan masyarakat setempat. Pertama, mereka dapat mengikuti pelatihan untuk menciptakan produk kuliner inovatif yang menggunakan mocaf, bahan lokal dari desa Bukti, yang memiliki nilai jual yang tinggi. Kedua, menjaga keberlanjutan produk kuliner tradisional khas desa Bukti dengan menjaga kebersihan, menggunakan bahan berkualitas, dan menyesuaikan dengan tren pasar saat ini. Ketiga, mempromosikan Wisata Air Sanih, Wisata Bahari, dan kekayaan kuliner desa melalui media sosial. Selain itu, Desa Bukti juga memiliki potensi besar untuk mengembangkan agrowisata berbasis perkebunan dengan memanfaatkan produk olahan seperti singkong (untuk membuat mocaf), pisang (untuk membuat kripik), dan berbagai tanaman pangan lainnya. (Ariani et al. 2022)

Iin Choirunnisa dkk dalam tulisannya membahas strategi pengembangan pariwisata budaya kawasan pecinan Lasem Kampung Lawas Maspati Desa Selumbung, bertujuan mengetahui strategi pengembangan pariwisata budaya yang dapat dilakukan di kawasan desa. Analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata budaya dapat dicapai dengan mengembangkan atraksi budaya yang tetap mempertahankan ciri khas

daerah, mempertahankan bangunan bersejarah sebagai cagar budaya, meningkatkan infrastruktur, meningkatkan fasilitas penunjang pariwisata, dan mendorong partisipasi masyarakat setempat. (Choirunnisa et al. 2021)

Peneliti Toman Sony Tambunan dalam tulisannya membahas tentang *SWOT Analysis for Tourism Development Strategy of Samosir Regency* bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Samosir. Analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Samosir. Strategi tersebut meliputi peningkatan mutu sarana dan prasarana pendukung pariwisata, peningkatan aktivitas pariwisata baik di tingkat nasional maupun internasional, konsistensi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata di tingkat nasional dan internasional, pengembangan berbagai nilai tambah produk pariwisata, serta melibatkan partisipasi masyarakat dan berbagai pihak terkait dalam perencanaan dan pengembangan sektor pariwisata. (Tambunan 2020)

Berbeda dengan penelitian diatas yang ditulis oleh Yogiana Mulyani, dkk analisis yang digunakan analisis SWOT dan matrik *Quantitative Strategy Planning*, membahas mengenai *Strategies for village tourism development in coastal during covid-19* bertujuan untuk menganalisis strategi peran masyarakat “Masyarakat Sadar Wisata (Pokdarwis)” di kawasan pesisir Desa Teritip. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan desa wisata di Kecamatan Teritip yang dilakukan oleh Masyarakat Sadar Wisata

secara berturut-turut adalah (1) pelatihan penguatan SDM pengelola desa wisata; (2) penguatan kelembagaan pengelolaan desa wisata dan pengembangan program; (3) pengembangan desa wisata berbasis pariwisata berkelanjutan; (4) pengembangan digitalisasi desa wisata; (5) penerapan dana CSR dari industri; (6) merumuskan dan menjalankan fungsi organisasi pengelola desa wisata; dan (7) permohonan sertifikasi desa wisata CHSE (Mulyani et al. 2022)

Peneliti Maulida Kuninggar dalam tulisannya membahas tentang *Potential development strategy of Gumeng tourism village, Jenawi District, Karanganyar Regency* bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Desa Wisata Gumeng Kecamatan Jenawi Kabupaten Karanganyar. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan SWOT disertai dengan analisis pengembangan objek wisata 6A atraksi, aktivitas, aksesibilitas, amenitas (sarana dan prasarana dasar), layanan tambahan dan paket yang tersedia paket wisata sebagai alat peraga sebagai data pendukung. Hasil dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa potensi objek wisata terdiri dari 3 objek wisata yaitu kelas sangat potensial, kelas mungkin potensial dan kelas kurang potensial. Berdasarkan analisis SWOT, maka strategi dalam pengelolaan Desa Wisata Gumeng meliputi: 1) Membuat Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Desa Wisata oleh Pemerintah Daerah. 2) Membuat grand design pengembangan desa wisata oleh pemerintah. 3) Pemetaan potensi desa dan pengembangan desa wisata berdasarkan model klaster wisata dan basis potensi desa. 4) Meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dengan

memanfaatkan media sosial untuk promosi. 5) Kerjasama antara Kelompok Sadar Wisata dengan pemilik biro perjalanan wisata. 6) Meningkatkan kualitas pelatihan dan pembinaan dengan pelatihan yang berkesinambungan bagi para agen wisata di Desa Gumeng (Kuninggar, Muryani, and Yusup 2021)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagaimana terlampir diatas, penulis menemukan perbedaan yaitu penelitian sebelumnya tidak membahas tentang recovery pasca pandemi covid-19, hanya menyusun strategi dengan analisis SWOT. Sedangkan penelitian ini membahas mengenai menyusun strategi recovery pasca pandemi covid-19 dengan analisis SWOT.

Berikut rangkuman penelitian terdahulu dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI/TAHUN	TUJUAN PENELITIAN	LANDASAN TEORI	METODE	HASIL PENELITIAN
1	Novela dkk, 2020	Menganalisis tentang strategi pengembangan wisata edukasi sejarah di patung buddha tidur di Kabupaten Mojokerto	Teori analisis SWOT dari Freddy Rangkuti	Analisis SWOT dan deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa memiliki harga tiket yang terjangkau, menjaga kebersihan dan keasrian lokasi wisata untuk menciptakan kelestarian lingkungan, dan meningkatkan fasilitas Wisata Patung Budha untuk memberi generasi milenial kenyamanan dan kemudahan untuk belajar sejarah.
2	Adhinda Dewi Agustine dkk, 2021	Menganalisis strategi pengembangan Desa Wisata Osing sebagai upaya pemulihan	Analisis SWOT menurut Kotler	Analisis SWOT dan menggunakan <i>Mix Methode</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi image dan branding Desa Wisata Adat Osing akan

		ekonomi di masa pandemi Covid-19.			meningkatkan kemampuan sumber daya manusia industri pariwisata untuk menggunakan teknologi. Ini akan mengubah tren pariwisata menjadi pariwisata berbasis teknologi dalam hal pemasaran produk dan pariwisata manajemen .
3	Kristian Buditiawan, 2020	Menganalisis tentang strategi pengembangan destinasi pariwisata di Kabupaten Jember Jawa Timur.	Teori analisis SWOT dari Freddy Rangkuti	<i>Mix Methode , Quantitative Strategy Planning (QSP) dan SWOT</i>	Hasil kajian menunjukkan bahwa peningkatan daya saing produk pariwisata melalui program pembiayaan mandiri dan pemanfaatan CSR, dan mengadakan event wisata yang terintegrasi dengan sektor lain.
4	Yulfan Arif Nurohman, 2021	Menganalisis strategi pengembangan Desa Wisata Menggoro menjadi wisata halal agar lebih menarik minat kunjungan wisatawan.	Teori Analisis SWOT menurut Leigh	Deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT	Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi utama yang dilakukan adalah memasukan Desa Menggoro kedalam peta wisata halal, membangun penginapan syariah,

					sertifikasi halal makanan khas, dan pembangunan galeri keunggulan desa.
5	Dina Mayasari Soeswoyo, 2021	Menganalisis strategi yang tepat dalam mengembangkan pariwisata Desa Wisata Sukajadi	Analisis SWOT menurut Robinson dan Pearce	Kualitatif deskriptif dengan pendekatan <i>explorative</i> studi kasus dan analisis SWOT	Hasil kajian menunjukkan bahwa dengan melakukan berbagai upaya pada pengembangan 10 komponen pariwisata dengan mengacu pada potensi, preferensi wisatawan, ketentuan serta kebijakan yang saling terintegrasi.
6	Risa Panti dkk, 2022	Memperoleh strategi pengembangan wisata kuliner Desa Bukti berbasis potensi lokal.	Analisis SWOT dari Freddy Rangkuti	Deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT	Hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat potensi kuliner lokal yang dapat dikembangkan dalam menunjang desa wisata antara lain : pelatihan produk, penguatan produk, promosi wisata Desa Bukti.
7	Iin Chourunnisa dkk, 2021	Mengetahui strategi pengembangan pariwisata budaya yang dapat dilakukan di kawasan desa	Teori analisis SWOT dari Freddy Rangkuti	Deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata budaya dapat dicapai melalui penciptaan

					<p>konservasi budaya yang tetap mempertahankan ciri khas daerah, pemeliharaan bangunan bersejarah menjadi cagar budaya, peningkatan infrastruktur, peningkatan fasilitas penunjang pariwisata, dan mendorong partisipasi masyarakat setempat.</p>
8	Toman Sony Tambunan, 2020	Mengetahui strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Samosir.	Teori analisis menurut Hunger dan Wheelen	Deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT	<p>Hasil kajian menunjukkan bahwa untuk strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Samosir adalah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Peningkatan kualitas sarana prasarana, promosi atraksi serta peningkatan kegiatan pariwisata berskala nasional dan internasional, 2) Mengembangkan ragam nilai produk daya tarik wisata, 3) Melibatkan peran <i>stakeholders</i> dan, meningkatkan kompetensi SDM bagi pelaku pariwisata.

9	Yogiana Mulyani dkk, 2022	Menganalisis strategi peran masyarakat “Masyarakat Sadar Wisata (Pokdarwis)” desa wisata di kawasan pesisir Desa Teritip.	Analisis SWOT dan QSPM menurut David	<i>Quantitative Strategy Planning (QSP)</i> dan SWOT	Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi pengembangan desa wisata di Kecamatan adalah 1) pelatihan penguatan SDM, penguatan kelembagaan pengelolaan desa wisata dan pengembangan program; 2) Penerapan dana CSR dari industri; 3) Menjalankan fungsi organisasi pengelola desa wisata.
---	------------------------------	---	--------------------------------------	--	---

10	Maulida Kuninggar dkk, 2021	Mengetahui strategi pengembangan Desa Wisata Gumeng Kecamatan Jenawi Kabupaten Karanganyar.	Teori analisis SWOT menurut Kotler	Deskriptif kualitatif dan analisis SWOT	Hasil kajian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis SWOT, maka strategi dalam pengelolaan Desa Wisata Gumeng meliputi: 1) Membuat Perda tentang Pengelolaan Desa Wisata, 2) Membuat grand design dan pemetaan potensi wisata, 3) Meningkatkan pemanfaatan media sosial untuk promosi, 4) Kerjasama antara Pokdarwis dengan pemilik biro perjalanan wisata, 5) Meningkatkan pelatihan bagi para agen wisata di Desa Gumeng.
----	-----------------------------	---	------------------------------------	---	--

Sumber : Diolah dan dianalisis dari berbagai Artikel Jurnal oleh Peneliti, Tahun 2023

1.5.5 Administrasi Publik

Administrasi adalah sebuah proses untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara berkesinambungan dan dinamis dengan memanfaatkan sumberdaya, orang, dan material melalui kerjasama dan koordinasi (Donovan dan Jackson, 1991:10). Menurut Chandler dan Plano (1988) administrasi publik merupakan proses pemanfaatan personel publik dan sumberdaya yang dikoordinasikan untuk melakukan serangkaian proses formulasi, implementasi, atau pengelolaan keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Pada kenyataannya terdapat keragaman persepsi berbeda tentang administrasi publik, menurut McCurdy (dalam Keban, 2018:3) administrasi publik dapat dipandang sebagai salah satu proses politik yaitu sebagai metode yang digunakan untuk memerintah negara dan juga dapat ditafsirkan sebagai cara yang prinsipal dan mendasar untuk melakukan fungsi negara. Sedangkan menurut Dimock & Fox (dalam Keban, 2018:5) Administrasi publik merupakan pelayanan kebutuhan masyarakat konsumen yang dilakukan dengan cara perencanaan produksi barang dan jasa.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa administrasi publik adalah serangkaian proses pengelolaan kebijakan dengan memanfaatkan sumber daya materi dan sumberdaya manusia yang bertujuan untuk melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

1.5.6 Paradigma Administrasi Publik

Paradigma merupakan suatu cara pandang, nilai-nilai metode-metode prinsip dasar, atau cara untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang dianut oleh suatu masyarakat ilmiah pada suatu masa tertentu (Kuhn, 1970). Dalam setiap disiplin ilmu pasti akan mengalami sebuah krisis atau anomalies sehingga orang mulai memikirkan pandangan baru yang lebih relevan atau akan muncul sebuah paradigma baru.

Menurut Robert T. Golembiewski (dalam Yeremias T. Keban 2008) dijelaskan bahwa standar disiplin suatu ilmu mencakup dua hal yaitu *focus* dan *locus*. Fokus berisikan tentang metode dasar untuk menyelesaikan masalah, sedangkan lokus melingkupi lokasi dimana metode dasar untuk menyelesaikan masalah diimplementasikan. Berdasarkan disiplin yang sudah dijelaskan, maka muncul lima paradigma yang menjadi dasar dalam ilmu administrasi publik.

1. Paradigma Dikotomi Politik dan Administrasi (1900-1926) oleh Frank J. Goodnow dan Leonard D. White. Paradigma ini berisikan pemisahan antara politik dan administrasi. Pusat perhatian politik harus berada pada kebijakan atau kemauan rakyat, sedangkan administrasi berfokus pada pengimplementasian kebijakan.
2. Paradigma Prinsip-Prinsip Administrasi (1927-1937) oleh Willoughby Gullick dan Urwick. Paradigma ini berisikan prinsip administrasi publik yang dipengaruhi oleh tokoh-tokoh manajemen. Prinsip tersebut kemudian dikonsepsikan dalam bentuk POSDCORB

(Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, Budgeting).

3. Paradigma Administrasi Negara sebagai Ilmu Politik (1950-1970).
Administrasi publik merupakan sebuah disiplin ilmu yang bukan *value free* tetapi justru dipengaruhi oleh nilai-nilai lainnya. Pada paradigma ini ilmu politik memiliki andil yang sangat besar terhadap administrasi publik, sehingga muncul anggapan bila administrasi publik sebagai ilmu politik dengan lokusnya adalah birokrasi pemerintah dan fokusnya masih belum jelas karena banyak prinsip administrasi publik yang mempunyai banyak kelemahan.
4. Paradigma Administrasi Publik Sebagai Ilmu Administrasi (1956-1970). Prinsip-prinsip dalam ilmu administrasi publik mulai dikembangkan secara ilmiah dan mendalam. Perkembangan dari paradigma ini berada pada orientasi ilmu administrasi murni yang didukung oleh disiplin psikologi sosial dan bertitik tumpu pada kebijakan publik. Pada paradigma ini semua fokus dikembangkan di segala sektor bisnis maupun administrasi publik sehingga membuat lokus menjadi tidak jelas.
5. Paradigma Administrasi Publik Sebagai Administrasi Publik.
Paradigma ini memiliki fokus dan lokus yang sudah jelas, dimana fokus paradigma ini adalah kebijakan publik, teori organisasi, dan

teori manajemen, sedangkan lokusnya adalah permasalahan dan kepentingan publik.

6. Paradigma *Governance*. Konsep *governance* menurut Stoker (1998) (dalam Teguh Kurniawan, 2007) merujuk kepada kaburnya batas antara sektor publik dan sektor privat akibat dari pada pengembangan gaya memerintah yang baru. *Governance* menjadi sebuah paradigma baru dalam pengelolaan pemerintahan. Sektor pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat merupakan tiga pilar yang ada didalam paradigma *Governance*. Setelah terjadi pergeseran paradigma yang ditandai dengan adanya kolaborasi kesetaraan dan keseimbangan antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat madani (*civil society*) maka dikembangkan paradigma baru dari administrasi publik yang disebut sebagai pemerintahan yang baik (*good governance*).

Didalam paradigma *good governance* terdapat negara, sektor swasta, dan masyarakat (*society*) yang memiliki hubungan sinergis dan konstruktif dengan menerapkan dan mengembangkan prinsip-prinsip profesionalitas, akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, efisiensi, efektivitas, supremasi hukum, dan dapat diterima oleh seluruh masyarakat.

Adapun peran dari masing-masing aktor dalam *governance* adalah negara (pemerintah) memiliki peran untuk menciptakan iklim politik dan hukum yang kondusif; sektor privat atau swasta mempunyai fungsi untuk membuat lapangan pekerjaan dan pendapatan; dan masyarakat mempunyai peran sebagai fasilitator

interaksi secara sosial dan politik yang mendukung pergerakan individu atau kelompok-kelompok masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi, politik dan sosial.

1.5.7 Manajemen Publik

Secara etimologi, management (di Indonesia diterjemahkan sebagai “manajemen) yang berasal dari kata “manus” (tangan) dan “agere” (melakukan), yang setelah digabungkan menjadi kata “manage” dalam bahasa Inggris yang berarti mengurus atau “managiere” dalam bahasa latin yang berarti melatih. Menurut Stoner dan Wankel (dalam Handoko, 2014:7), mengatakan bahwa manajemen secara harfiah adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi lainnya dengan tercapainya tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Berdasarkan definisi tersebut Stoner telah menggunakan kata proses, yang mana manajemen didefinisikan sebagai proses karena semua manajer, tanpa memperdulikan kecakapan atau ketrampilan khusus mereka, haruslah melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan. Donovan dan Jackson (dalam Handoko, 2014: 9), melihat manajemen sebagai kumpulan tugas dan ketrampilan yang dilakukan ditingkat organisasi tertentu. Pengarang kedua ini menyebutkan empat kelompok kompetensi manajemen yang ada, menurut Boyatzis manajemen tujuan dan aksi, pengarahan bawahan, manajemen SDM, dan kepemimpinan.

Luther Gulick (dalam Handoko, 2014: 11), mendefinisikan manajemen sebagai bidang ilmu pengetahuan yang berusaha untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu dan membuat sistem kerjasama ini lebih menguntungkan bagi manusia. Menurut Gulick, manajemen telah memenuhi syarat untuk dianggap sebagai bidang ilmu pengetahuan karena telah disusun menjadi kumpulan teori dan dipelajari untuk waktu yang lama.

Manajemen publik dan manajemen privat berbeda dalam ilmu manajemen. Manajemen publik memiliki struktur organisasi yang tertutup dan penuh dengan formalitas dan aturan, sedangkan manajemen sektor swasta memiliki lebih sedikit formalitas dan aturan. Rainey (dalam Sugandi, 2011:41), mengatakan bahwa manajemen publik berasal dari semantik, yang berarti mengambil alih tugas dan ini menunjukkan efisiensi dan ketegasan yang sering dikaitkan dengan stereotip manajemen bisnis. Pada dasarnya manajemen publik berarti mengelola lembaga pemerintah. Overman (dalam Pasolong, 2011:83) mengatakan bahwa manajemen publik adalah penelitian yang melibatkan berbagai disiplin ilmu yang mempelajari aspek umum organisasi.

Menurut Owen Hughes (dalam Sugandi, 2011:80), fungsi manajemen umum (publik) memiliki pengertian sebagai berikut:

a. Strategi

1. Menentukan tujuan dan prioritas organisasi berdasarkan kapasitas dan ramalan lingkungan eksternal.
2. Membuat rencana operasional untuk mencapai tujuan tersebut.

b. Pengorganisasian dan Staf

1. Manajer dalam mengorganisir harus menetapkan struktur dan prosedur untuk mengkoordinasikan kegiatan dan mengambil tindakan..
2. Mengarahkan personalia dan sistem manajemen personalia. Kapasitas organisasi diwujudkan terutama pada anggotanya, keterampilan anggotanya dan pengetahuan mereka.
3. Kinerja pengendalian, berbagai sistem informasi manajemen termasuk anggaran operasional dan modal, akuntansi, laporan, penilaian kinerja, dan evaluasi produk membantu manajemen dalam mengorganisir.

c. Mengelola Konstituen Eksternal

1. Berurusan dengan subjek unit organisasi “eksternal” untuk beberapa kewenangan umum. Sebagian besar manajer umum harus berinvestasi dengan manajer umum dari unit lain dalam organisasi yang lebih besar di atas atau di bawah untuk mencapai tujuan unit mereka.
2. Berurusan dengan organisasi independen, kelompok kepentingan, perusahaan swasta dan agen dari cabang lain atau tingkat pemerintahan yang dapat mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan.
3. Berurusan dengan pers dan publik atas tindakan atau untuk mencapai persetujuan dari publik.

Empat prinsip dasar yang menentukan studi administrasi publik telah ditetapkan oleh Woodrow Wilson (dalam Pasolong, 2011:96). Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut: pemerintah dianggap sebagai organisasi pengaturan utama; fokus utama adalah fungsi eksekutif;

mencari metode dan prinsip manajemen yang lebih baik untuk mengembangkan kompetensi administrasi; dan menggunakan metode observasi untuk menyelidiki perkembangan bidang administrasi publik.

1.5.8 Manajemen Strategi

Dalam buku "Manajemen Strategi", Prof Dr Sondang P Siagian (2005) mengatakan bahwa manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang dibuat oleh manajemen puncak dan dilakukan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Buku "Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah" yang ditulis oleh Hadari Nawawi (2012) memberikan definisi mendasar dan dasar dari manajemen strategi.

Fokus manajemen strategis adalah lingkungan eksternal dan operasi masa depan. Manajemen strategi membantu organisasi menentukan jalan ke depan dalam jangka panjang dan menghubungkan sumber daya yang ada dengan peluang di lingkungan yang lebih besar. Memutuskan masalah strategis dan perencanaan, serta bagaimana strategi diterapkan, adalah bagian dari manajemen strategis. Mungkin dianggap bahwa manajemen strategi terdiri dari tiga komponen utama. Analisis strategi digunakan untuk mengetahui posisi strategi organisasi. Selain itu, pilihan strategi berkaitan dengan menciptakan berbagai arah tindakan, evaluasi, dan pilihan antara mereka. Akhirnya, implementasi strategi berkaitan dengan merencanakan bagaimana pilihan strategi dapat diterapkan.

Dari penjelasan diatas bahwa dasarnya yang dimaksud strategi manajemen organisasi umumnya adalah rencana berkala luas dan jangka panjang yang dibuat sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya yang penuh persaingan. Fokus dari strategi ini adalah untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi secara optimal.

Manajemen strategi adalah proses yang terdiri dari rangkaian tahap-tahap, berikut gambarnya:

a. Perumusan strategi

Perumusan strategi adalah tahap awal dari proses manajemen strategi. Memilih strategi untuk mencapai visi organisasi adalah proses yang disebut perumusan strategi. Proses pengambilan keputusan untuk menetapkan strategi seolah-olah merupakan konsekuensi mulai dari penetapan strategi visi-misi-tujuan jangka panjang SWOT. Perumusan strategi dapat dimulai dari mana saja, bahkan dari strategi itu sendiri, SW atau OT. Strategi dan kesesuaian: Strategi yang dipilih pada akhirnya harus sesuai dengan ancaman yang ada, kekuatan dan kelemahan, dan tujuan, atau visi-misi-tujuan, yang ingin dicapai.

b. Analisis Lingkungan

Salah satu langkah dalam strategi manajemen adalah analisis lingkungan, yang bertujuan untuk melacak kondisi lingkungan perusahaan. Lingkungan bisnis di sini mencakup semua elemen, baik di dalam maupun di luar perusahaan, yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Secara umum, analisis lingkungan di sini akan mencakup analisis

lingkungan eksternal dan internal. Lingkungan eksternal akan mencakup lingkungan umum dan lingkungan industri, sedangkan analisis lingkungan internal akan mencakup analisis aktivitas perusahaan atau mungkin juga analisis sumber daya, kemampuan, atau kompetensi inti perusahaan. Analisis lingkungan eksternal akan menunjukkan peluang dan ancaman (OT), sedangkan analisis lingkungan internal akan menunjukkan kekuatan dan kelemahan (SW).

c. Menentukan dan Menetapkan Arah Organisasi

Setelah menyelesaikan analisis lingkungan internal dan eksternal, diharapkan kita dapat memperoleh pemahaman tentang posisi perusahaan dalam persaingan. Dengan demikian, analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) akan membantu kita menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Berdasarkan informasi ini, pertimbangan selanjutnya dilakukan dan tujuan perusahaan ditetapkan. Mungkin ada dua indikator utama yang digunakan oleh organisasi untuk menentukan jalannya. Pertama dan terpenting adalah misinya. Misi ini seharusnya berfungsi sebagai *raison d'être* dan menjelaskan mengapa organisasi ada. Selain itu, diharapkan misi ini dapat memberikan gambaran yang baik tentang pasar, pelanggan, filosofi, citra, dan masyarakat yang diinginkan, serta teknologi yang akan digunakan oleh perusahaan di masa depan.

d. Penetapan Visi dan Misi Objektif

Salah satu tujuan menetapkan visi adalah untuk memberikan gambaran jelas tentang masa depan organisasi atau perusahaan.

Crown Dirgantoro (2001:24) mengatakan visi adalah gambaran mendalam tentang organisasi atau perusahaan, tujuan mereka, dan langkah-langkah yang diambil untuk mencapainya.

Perbandingan antara misi dan visi, misi menekankan produk yang diproduksi, pasar yang dilayani, dan hal-hal lain yang berkaitan langsung dengan bisnis. Secara singkat, visi menjelaskan bisnis perusahaan. Objektif lebih mirip dengan menetapkan tujuan yang jelas dan dapat diukur apa yang ingin dicapai perusahaan dalam jangka waktu tertentu atau apa yang ingin dicapai dalam jangka waktu yang ditetapkan.

e. Formulasi Strategi

Menentukan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan adalah bagian dari formulasi strategi. Mereka termasuk dalam tiga kelompok: analisis strategi, perencanaan strategi, dan pemilihan strategi. Formulasi strategi sangat bergantung pada analisis lingkungan, karena membutuhkan data dan informasi dari analisis lingkungan untuk berhasil. Melakukan analisis lingkungan dan menentukan ke mana organisasi akan bergerak berdasarkan architecture, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan, langkah selanjutnya adalah memastikan bahwa organisasi akan mencapai misi dan tujuan tersebut. Apakah perlu dibuat berbagai metode untuk mencapai tujuan tersebut.

f. Perencanaan Tindakan

Perencanaan strategi adalah langkah pertama untuk menerapkan strategi. Pada tahap ini, inti dari tujuan adalah membuat rencana pencapaian (sasaran) dan kegiatan (program dan anggaran) yang sesuai dengan visi, misi, dan strategi organisasi.

Program terdiri dari urutan langkah demi langkah tindakan yang diperlukan untuk mencapai sasaran strategi. Rumusan anggaran, di sisi lain, berisi rencana kegiatan atau program, biasanya tahunan, yang disertai dengan penjelasan tentang sumber daya yang diperlukan untuk menyelesaikan setiap kegiatan. Orang-orang yang bertanggung jawab atas pelaksanaan rencana kegiatan juga ditunjuk.

- Program

Pernyataan tentang aktivitas atau langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai disebut "program". Ini dapat mencakup reorganisasi perusahaan, perubahan dalam budaya perusahaan, atau permulaan proyek penelitian baru.

- Anggaran

Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, dengan biaya yang rinci yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengawasi. Anggaran juga memberikan laporan keuangan performa yang menunjukkan dampak yang diharapkan dari kondisi keuangan perusahaan dan memberikan perencanaan komprehensif untuk strategi baru yang akan diterapkan.

- Prosedur

Salah satu istilah untuk prosedur adalah Standar Sistem Operasi (SOP). SOP adalah sistem langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan yang menjelaskan secara rinci bagaimana suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan. Secara khusus, prosedur menjelaskan berbagai tugas yang harus dilakukan untuk menyelesaikan program.

g. Implementasi Strategi

Sebuah strategi harus dikembangkan secara logis untuk diterapkan. Tahap inilah yang disebut dengan implementasi strategi. Masalah implementasi ini rumit, oleh karena itu, agar penerapan strategi organisasi dapat berhasil, manajer harus memiliki pemahaman yang jelas tentang berbagai masalah yang mungkin muncul dan bagaimana menyelesaikannya. Pada tahap ini, masalah seperti struktur organisasi, budaya perusahaan, dan pola kepemimpinan akan dibahas lebih detail. Strategi dan kebijakan manajemen diterapkan melalui pembuatan program, anggaran, dan prosedur. Ini disebut implementasi strategi. Proses pengelolaan berbagai sumber daya organisasi dan manajemen yang mengatur dan mengawasi cara sumber daya perusahaan (keuangan, manusia, peralatan, dll.) digunakan.

h. Evaluasi dan Pengendalian Strategi

Evaluasi dan pengendalian adalah proses memantau operasi perusahaan dan membandingkan performa nyata. Hasil kinerja membantu manajer di semua tingkat melakukan perbaikan dan memecahkan masalah. Evaluasi dan pengendalian adalah komponen akhir yang paling penting dari manajemen strategis. Mereka juga dapat membantu memulai kembali

proses keseluruhan dengan menunjukkan kekurangan dalam implementasi strategi sebelumnya.

Tahap pengendalian strategi ini merupakan suatu jenis khusus dari pengendalian organisasi yang berfokus pada pemantauan dan pengevaluasian proses manajemen strategi, dengan maksud untuk memperbaiki dan memastikan bahwa sistem tersebut berfungsi sebagaimana mestinya.

Menurut John M. Bryson (1999:21) langkah-langkah yang dimaksud adalah :

- Identifikasi mandat organisasi
- Menjelaskan misi dan nilai-nilai organisasi
- Penilaian terhadap lingkungan eksternal
- Penilaian terhadap lingkungan internal
- Identifikasi isu-isu strategis yang dihadapi organisasi
- Merumuskan strategi untuk mengelola isu strategis
- Penetapan visi organisasi yang efektif dan efisien

Menurut Bryson (1999:181), mengidentifikasi isu-isu strategi dilakukan melalui proses tahapan sebagai berikut:

1. Mengevaluasi kembali mandat, misi, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman organisasi termasuk menentukan indikator lingkungan organisasi.
2. Dengan menggunakan pendekatan tujuan dan visi keberhasilan menentukan pendekatan isu strategi yang tepat untuk situasi saat ini.

3. Temukan masalah strategi dengan menggunakan prioritas, logika atau waktu.
4. Melakukan litmus test untuk mengetahui tingkat strategi dari masalah yang dihadapi.
5. Diskusikan dan revisikan masalah strategi jika dianggap perlu.
6. Menciptakan pendekatan untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi.

1.5.9 Alat Analisis dalam Perencanaan Strategis

Dalam penggunaannya, analisis SWOT merupakan suatu proses yang melibatkan kegiatan analisis dan diagnosis terhadap lingkungan organisasi, baik itu lingkungan internal atau eksternal. Analisis dilakukan guna memonitor sektor-sektor lingkungan dan mengidentifikasi potensi peluang serta potensi ancaman yang dapat mempengaruhi organisasi. Di sisi lain, diagnosis lingkungan meliputi keputusan manajerial yang diperlukan dengan mengevaluasi data dari hasil analisis lingkungan (Yunus, 2016).

Analisis SWOT ialah alat yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Selain itu, analisis ini disusun secara sistematis untuk mengelompokkan elemen yang berkontribusi pada penentuan strategi bisnis. SWOT didasarkan pada pemikiran rasional, ini memungkinkan Anda memaksimalkan kekuatan dan peluang Anda sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman Anda. Selanjutnya, matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) dibuat dari komponen yang telah diputuskan; menurut Fatimah (2016:8), ini adalah tempatnya:

- a. Bagaimana kekuatan dapat menggunakan peluang saat ini.
- b. Bagaimana mengatasi kelemahan dan menggunakan peluang saat ini.
- c. Metode menggunakan kekuatan dalam menghadapi ancaman.
- d. Metode mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman.

Kotler & Armstrong (dalam Chismastianto, 2017: 136) menyatakan bahwa analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan. Menurut Kotler & Armstrong, analisis ini guna menilai kekuatan dan kelemahan yang ada, kelemahan dan peluang eksternal, serta ancaman yang dihadapi oleh perusahaan (Hartono dalam Chismastianto, 2017: 136).

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor menurut Suarto (2017: 54) :

- a. *Strength* (kekuatan)

Kekuatan (*strength*) adalah kondisi yang menjadi kekuatan dalam suatu organisasi sehingga elemen-elemen menjadi kekuatan komparatif. Keunggulan ini termasuk kemungkinan minat, bakat dan hal lainnya yang ada di individu atau perusahaan yang relevan.

- b. *Weaknesses* (kelemahan)

Kelemahan (*weaknesses*) adalah situasi kekurangan dalam organisasi. Kelemahan ini termasuk tantangan masalah dan tantangan yang mungkin muncul di masa depan.

- c. *Opportunities* (peluang)

Peluang (*opportunities*) adalah situasi diluar organisasi yang bahkan dapat bermanfaat bagi organisasi.

d. *Threats* (ancaman)

Ancaman (*threats*) merupakan situasi yang mengancam pertumbuhan pariwisata dari lingkungan luar.

Untuk mempermudah analisis maka matriks SWOT dapat digunakan. Matriks analisis ini memiliki kemampuan untuk menggambarkan dengan jelas lingkungan eksternal dari suatu organisasi, lalu kemudian dilakukan penyesuaian dengan lingkungan internal suatu organisasi. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat alternatif strategi yang berbeda yang akan memudahkan organisasi untuk membuat strategi.

Berikut merupakan matriks analisis SWOT :

Tabel 1. 4
Matriks Analisis SWOT

Internal	<i>Strenght (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
Ekstenal	Menentukan faktor yang disebut kekuatan internal	Menentukan beberapa faktor yang menjadi kelemahan internal
<i>Opportunities (O)</i>	<i>Strenght (SO)</i>	<i>Strenght (WO)</i>
Menentukan faktor yang dianggap peluang	Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Meminimalkan kelemahan sehingga memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i>	<i>Strenght (ST)</i>	<i>Strenght (WT)</i>
	Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	

Menentukan faktor yang dinilai sebagai ancaman		Meminimalkan kelemahan dapat mengatasi ancaman
--	--	--

Sumber: Salim & Siswanto, 2019.

- a. *Strength – Opportunities* (SO Strategis), merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mempergunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang.
- b. *Strength – Threats* (ST Strategis), merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mempergunakan kekuatan internal untuk mengurangi dampak ancaman dari luar.
- c. *Weaknesses – Opportunities* (WO Strategis), merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mengatasi kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang.
- d. *Weaknesses – Threats* (WT Strategis), merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal (Rangkuti 2004).

1.5.10 Alat Ukur Isu Strategis

Untuk memastikan bahwa masalah tersebut benar-benar merupakan masalah penting bagi perusahaan, penting untuk menyelidiki masalah strategis. Setelah diukur dengan alat analisis, sebuah isu dapat dikategorikan sebagai isu operasional atau strategis. Untuk memastikan apakah isu tersebut termasuk ke dalam kategori operasional atau strategis, diperlukan suatu alat ukur. Tes

litmus dari Bryson adalah alat yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat strategis suatu masalah. Adapun tes litmus dari Bryson dapat di lihat pada Tabel 1.6 berikut:

Tabel 1. 5
Daftar Pertanyaan Uji Litmus

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

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

Sumber: Bryson, 2016.

Tes *litmus* pada tabel 1.6 digunakan untuk mengukur tingkat strategis suatu isu. Setiap isu yang akan diidentifikasi diujikan menggunakan 13 pertanyaan dengan rentan skor 1 sampai 3 di mana skor 1 untuk menunjukkan isu yang bersifat operasional, skor 2 untuk menunjukkan isu yang bersifat cukup strategis, dan skor 3 untuk menunjukkan isu yang sangat strategis. Setelah mengidentifikasi isu tersebut, kemudian menjumlahkan keseluruhan skor yang akan menghasilkan penilaian sebagai berikut:

Apabila total skor antara 13-21 maka isu termasuk dalam kategori kurang strategis.

Apabila total skor antara 22-30 maka isu termasuk dalam kategori cukup strategis.

Apabila total skor 31 atau lebih maka isu termasuk dalam kategori sangat strategis.

1.5.11 Pengembangan Pariwisata

Suwantoro (dalam Pramono & Ida Hayu, 2017:4) mengatakan bahwa pengembangan berarti memperbaiki dan menyempurnakan apa yang sudah ada dalam rangka mengembangkan produk dan jasa yang berkualitas, secara bertahap, dan seimbang. Menurut Suwardjoko (dalam Jayanti, 2019:142), pengembangan pariwisata adalah serangkaian upaya untuk mengintegrasikan dan memanfaatkan berbagai sumber daya pariwisata, serta mengorganisasikan semua elemen yang ada di luar pariwisata, baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan pengembangan pariwisata, untuk memastikan bahwa pengembangan terus berlanjut.

Menurut Swuantoro (dalam Ismail, 2020: 61) dalam pengembangan suatu pariwisata harus dilakukan beberapa hal melalui:

- Promosi, upaya pemasaran yang perlu dilakukan secara terus menerus, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.
- Aksesibilitas, unsur yang berperan penting menyokong pariwisata karena terkait pada pengembangan lintas sektor dan kawasan wisata.

Menurut Buhalis (dalam Chaerunnissa & Tri Yuningsih, 2020: 6-7)

bahwa komponen pengembangan pariwisata terdiri dari:

- Atraksi, segala hal yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata.

- Aksesibilitas, fasilitas sarana dan prasarana yang diperlukan wisatawan untuk menuju destinasi wisata.
- Amenitas, segala fasilitas pendukung yang diperlukan wisatawan untuk menunjang kenyamanan dan kesenangan dalam berkegiatan di destinasi wisata.
- Akomodasi, merupakan penginapan/ tempat singgah untuk beristirahat yang ada dilokasi wisata.
- Aktivitas, kegiatan yang berhubungan dengan destinasi wisata yang akan memberikan pengalaman bagi wisatawan.
- Layanan pendukung, dukungan yang difasilitasi oleh organisasi, pemerintah daerah, pengelola wisata dalam rangka menyelenggarakan kegiatan wisata

Dari beberapa pendapat ahli maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata adalah usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata yang terdiri dari berbagai aspek didalamnya.

1.5.12 Desa Wisata

Peraturan Bupati Nomor 28 Tahun 2022 Tentang Pemberdayaan Desa Wisata, desa wisata adalah integrasi potensi wisata alam, budaya, dan wisata buatan manusia dalam satu wilayah tertentu didukung oleh atraksi, akomodasi, dan fasilitas lainnya sesuai kearifan lokal masyarakat. Salah satu syarat desa dapat dikembangkan menjadi desa wisata apabila memiliki potensi sebagai berikut (Dinas Pariwisata DIY, 2021):

- a. Memiliki potensi untuk menjadi produk atau daya tarik wisata yang unik. Potensi ini dapat berupa lingkungan alam atau kehidupan sosial budaya masyarakat.
- b. Memiliki dukungan untuk ketersediaan sumber daya manusia lokal yang cukup dan memadai demi mendukung pengelolaan desa wisata.
- c. Peluang untuk mendapatkan akses ke pasar, karena suatu desa yang berniat menjadi desa wisata tidak ada artinya jika tidak memiliki akses ke pasar.
- d. Memiliki area untuk pengembangan fasilitas pendukung desa wisata, seperti: *home stay*, area pelayanan umum, area kesenian dan sebagainya.

Menurut Victoria br. Simanungkalit (dalam Dinar Wahyuni, 2018) desa wisata dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan tingkat perkembangannya

1. Desa wisata embrio adalah desa dengan potensi wisata yang dapat diubah menjadi desa wisata dan sudah ada gerakan masyarakat untuk mengelolanya sebagai desa wisata.
2. Desa wisata berkembang, yang sudah dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa, mulai melakukan promosi dan menarik wisatawan.
3. Desa wisata maju adalah desa yang sudah berkembang dengan banyak kunjungan wisatawan dikelola secara profesional oleh koperasi atau Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Desa wisata yang termasuk dalam kategori ini telah melakukan promosi dan pemasaran yang efektif.

1.6 Fenomena Penelitian

1.6.1 Strategi Pengembangan Wisata

Faktor Internal	Strenght (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Dimensi		
Atraksi	Keragaman aktivitas di Desa Wisata Kandri	Aktivitas yang banyak dicari pengunjung Desa Wisata Kandri
	Kualitas pemandangan alam di Desa Wisata Kandri	
Amenitas	Fasilitas belanja atau toko cinderamata di Desa Wisata Kandri	Ketersediaan area parkir bagi pengunjung Desa Wisata Kandri
	Kualitas homestay di Desa Wisata Kandri	
Promosi	Usaha promosi yang dilakukan pengelola Desa Wisata Kandri	Kesulitan-kesulitan yang dihadapi pengelola dalam mempromosikan Desa Wisata Kandri
Aksesibilitas	Fasilitas transportasi menuju Desa Wisata Kandri	Jarak Desa Wisata Kandri ke pusat kota
Sumber Daya Manusia	Kapasitas sumber daya manusia dalam pengembangan Desa Wisata Kandri	Jumlah sumber daya manusia dalam pengelolaan Desa Wisata Kandri
Pengelola Desa Wisata	Peran pengelola wisata dalam pengembangan Desa Wisata Kandri	Keterlibatan dan posisi Masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Kandri
	Kerlibatan dalam pemberian fasilitas di Desa Wisata Kandri	
Pemerintah	Keterlibatan pemerintah dalam pengembangan Desa Wisata Kandri	Komunikasi antar <i>stakeholders</i> dalam pengembangan Desa Wisata Kandri

Faktor Eksternal	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
Dimensi		
Atraksi	Bentuk atraksi yang ditawarkan Desa Wisata Kandri	Atraksi yang membedakan dengan desa wisata lainnya
Amenitas	Keadaan prasarana lingkungan Desa Wisata Kandri	Kendala dalam pembangunan fasilitas di Desa Wisata Kandri
Promosi	Promosi yang dilakukan dalam mempromosikan Desa Wisata Kandri	Persaingan dalam mempromosikan Desa Wisata Kandri
Aksesibilitas	Akses jalan menuju Desa Wisata Kandri	Hambatan dalam penyediaan informasi Desa Wisata Kandri
Sumber Daya Manusia	Bentuk pendidikan dan pelatihan khusus dalam pengembangan Desa Wisata Kandri untuk meningkatkan kualitas SDM	Kemampuan dalam penggunaan IT
Pengelola Desa Wisata	Masyarakat mendukung adanya Desa Wisata Kandri	Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik wisata sehingga lebih bernilai dan menarik untuk dikunjungi
Pemerintah	Bentuk dukungan dari pemerintah dalam pengembangan Desa Wisata Kandri	Pemerintah dalam mengawasi pengembangan Desa Wisata Kandri

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Terdapat tiga jenis pendekatan penelitian yang dapat diterapkan dalam suatu studi, yakni pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan campuran

(metode campuran). Penelitian ini memilih pendekatan campuran yang mengkombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010), pendekatan campuran merupakan metode penelitian yang mengintegrasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif guna memperoleh data yang komprehensif, valid, dan obyektif. Dalam studi ini, desain metode campuran yang dipilih adalah strategi eksploratif sekuensial. Pendekatan ini dimulai dengan pengumpulan dan analisis data menggunakan pendekatan kualitatif sebagai tahap awal, kemudian diikuti dengan analisis menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan hasil temuan dari tahap sebelumnya (Yusuf, 2014). Penggunaan metode campuran dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat karena melibatkan dua alat analisis, yakni analisis kualitatif seperti analisis SWOT, dan analisis kuantitatif seperti tabel uji litmus.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dimana penelitian akan dilaksanakan. Dalam penelitian ini berlokasi di Desa Wisata Kandri yang beralamat di Kandri Kecamatan Gunung Pati, Kota Semarang.

1.7.3 Informan Penelitian

Teknik yang digunakan untuk menentukan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun informan kunci dalam penelitian ini berdasarkan teknik *purposive sampling* adalah

Pokdarwis Pandanaran karena menguasai informasi mengenai pengembangan dan pembangunan desa wisata.

1.7.4 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa hasil wawancara maupun hasil dokumentasi berupa foto, video keadaan di lapangan maupun hasil rekaman wawancara yang berasal dari informan saat melakukan penelitian di Desa Wisata Kandri.

1.7.5 Sumber Data

Dalam penelitian “Strategi *Recovery* Pengembangan Desa Wisata Kandri di Kecamatan Gunung Pati Pasca Pandemi Covid-19” menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, peneliti mendapat data primer melalui wawancara dengan informan dan observasi langsung di Desa Wisata Kandri.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, peneliti mendapat data primer melalui studi literatur penelitian terdahulu mengenai Strategi Pengembangan Desa Wisata, dan melalui website resmi Desa Kandri, serta artikel dari Pengembangan Desa Wisata.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan kepada subyek penelitian dalam hal ini di Desa Wisata Kandri Kecamatan Gunung Pati.

b. Wawancara

Wawancara dengan informan terdiri dari, Ketua atau Sekretaris Pokdarwis Pandanaran, Seksi humas Pokdarwis Pandanaran, Masyarakat Desa Wisata Kandri dan Lurah Desa Kandri.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti melakukan dokumentasi dengan foto dan rekaman suara saat melakukan wawancara dengan narasumber dan mendokumentasikan keadaan sebenarnya di Desa Wisata Kandri melalui foto.

1.7.7 Teknik Analisis

Menurut Miles dan Hubberman (dalam Sugiyono, 2014:334) dalam analisis data kualitatif dilakukan interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai selesai. Adapun aktivitas analisis data terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan memilah informasi penting melalui hasil wawancara. Peneliti mencatat hasil wawancara dalam bentuk transkrip wawancara, kemudian melakukan

pengkodean untuk memilah informasi penting dan informasi yang tidak masuk kedalam kriteria penelitian diabaikan.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian ini penyajian data disajikan melalui bagan, tabel, dan teks naratif. Melalui penyajian data maka akan diperoleh data yang terorganisir dan tersusun sehingga membentuk pola yang akan mempermudah pemahaman serta menjadi acuan dalam merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari data yang didapat disesuaikan dengan rumusan penelitian yang telah ditentukan. Kesimpulan yang dibuat berisi substansi dan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, dilakukan analisis baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Analisis kualitatif menggunakan metode analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh organisasi. Setelah melakukan analisis SWOT, beberapa isu strategis diidentifikasi dan diuji menggunakan alat analisis kuantitatif, yakni uji litmus. Uji litmus digunakan untuk mengevaluasi kepentingan isu-isu strategis dengan menggunakan tabel pertanyaan yang telah ditetapkan. Isu-isu yang memiliki tingkat strategis yang tinggi akan mendapatkan nilai tertinggi pada semua dimensi, sementara isu-isu yang bersifat operasional akan mendapatkan

nilai terendah pada semua dimensi. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan uji litmus, isu-isu strategis dapat diidentifikasi dan digunakan sebagai landasan untuk merumuskan berbagai alternatif strategi dalam pengembangan Desa Wisata Kandri di Kota Semarang.

1.7.8 Kualitas Data

Dalam penelitian ini, uji keabsahan data dilakukan melalui uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif yang dapat dilakukan dengan cara :

a. Triangulasi Waktu

Dalam penelitian ini triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

b. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi berupa hasil wawancara berupa rekaman suara informan, foto ataupun dokumentasi keadaan yang ada di Desa Wisata Mina Mangrove untuk mendukung data penelitian yang diperoleh.

c. *Member Check*

Peneliti melakukan pengecekan data yang diperoleh di lapangan seperti hasil dokumentasi dengan hasil wawancara dengan narasumber.