

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai macam kegiatan rekreasi yang disertai dengan berbagai macam pelayanan serta sarana dan prasarana yang disiapkan oleh masyarakat setempat, pelaku usaha, bahkan penyelenggara negara seperti Pemerintah Pusat dan Pemda disebut dengan pariwisata. Pada masa sekarang, wisata sedang menjadi salah satu topik pembahasan utama yang menarik perhatian dari banyak negara. Pada beberapa negara, pemerintahnya mulai berpacu untuk mengembangkan sektor tersebut pada wilayahnya, alasannya mereka sudah sadar bahwa pariwisata berpotensi untuk mendatangkan manfaat dari mulai nilai ekonomi ataupun nilai sosial. Sejarah pariwisata telah berlangsung lama bahkan sejak awal peradaban manusia, mula-mula ditandai dengan perjalanan ziarah ataupun kegiatan keagamaan lainnya. Fenomena pariwisata modern mulai ditelusuri pada ekspedisi yang dilakukan oleh Marcopolo pada tahun 1254-1324 yang mengeksplorasi wilayah Eropa ke Cina hingga berbalik ke Venesia kembali. Perjalanan ini kemudian diikuti oleh tokoh-tokoh besar lainnya seperti Pangeran Henry, dilanjutkan Columbus, dan diakhiri Vasco Da Gama pada akhir masa abad ke-15. Untuk aktivitas bisnis perekonomian sendiri, sektor ini mulai berkembang pada masa abad ke-19. Melalui kegiatan hiburan, pariwisata dapat memenuhi kebutuhan fisik, spiritual, dan intelektual masyarakat. Pariwisata juga dapat meningkatkan pendapatan negara untuk kesejahteraan rakyat. Selain itu, pariwisata juga memiliki sejumlah peran tambahan, yaitu:

1. Mempromosikan, merawat, dan menambahkan kualitas objek serta pesona wisata.
2. Menumbuhkan rasa bangga terhadap bangsa
3. Menambah serta memberikan peluang usaha dan kesempatan kerja
4. Meningkatkan penghasilan negara dalam rangka memenuhi kebutuhan rakyat
5. Mendorong pemanfaatan produk lokal

Setiap individu pasti memerlukan aktivitas wisata, baik yang memerlukan biaya minimal hingga yang memerlukan dana besar. Bagi sebagian orang, mengeluarkan sejumlah uang yang besar untuk berwisata dianggap lumrah. Saat ini, pemerintah Indonesia tengah fokus pada pengembangan sektor pariwisata di tanah air.

Pariwisata merupakan salah satu bidang perekonomian penting bagi negara Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan di tahun 2009, sektor ini menduduki peringkat tiga sebagai penyumbang kapital terbesar setelah bidang migas dan kelapa sawit. Kapital yang dimaksud adalah segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan proses jual beli dengan pihak dari negara asing dan juga berperan sebagai sumber pendapatan negara. Salah satu kontribusi devisa dari sektor pariwisata berasal dari kunjungan wisatawan dari mancanegara ke Indonesia. Wisatawan asing akan membutuhkan alat pembayaran lokal, yaitu mata uang rupiah, sehingga mereka harus mengonversikan mata uang negara asing terhadap mata uang rupiah. Agar dapat menarik lebih banyak wisatawan asing, pengelolaan dan manajemen objek-

objek wisata di Indonesia perlu dilakukan secara optimal. Dalam pengelolaan sektor pariwisata, kebijakan nasional dan urusan pemerintahan terkait budaya serta pariwisata dikoordinasikan oleh Kementrian yang bergerak pada bidang Pariwisata dan Kebudayaan. Pada tingkat yang lebih rendah, Pemerintah Pusat mendelegasikannya pada Pemda sebagai bentuk implementasi dari otonomi daerah yang bertujuan untuk memberdayakan daerah agar terciptanya kesejahteraan masyarakat pada daerah tersebut, contohnya melalui pengembangan aktivitas wisata.

Industri tersebut memainkan peran penting dalam perekonomian negara, terutama melalui peningkatan devisa yang berdampak pada bertambahnya pendapatan negara. Selain itu, pariwisata juga mampu memecahkan masalah sosial yaitu kurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia. Pariwisata mampu membuka kesempatan baru bagi masyarakat di sekitar destinasi wisata yang ada. Contohnya pedagang kecil yang menjual makanan atau souvenir, hal ini dapat membantu mengurangi angka pengangguran dan angka kemiskinan. Selain luas, kelebihan Indonesia ialah mempunyai sumber daya alam yang berlimpah yang beragam dengan potensi yang besar apabila dikelola dan dimanfaatkan dengan benar. Kearifan lokal yang dimiliki juga melimpah. Semua ini merupakan aset vital untuk mendukung sektor terkait. Sektor pariwisata terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus berkontribusi pada pembangunan nasional. Mulai banyak situs wisata yang sudah dikenal tidak hanya pada dalam negeri tetapi terkenal pula di tingkat internasional. Dalam rangka mengoptimalkan pengembangan pariwisata yang

merata di seluruh wilayah Indonesia, pemerintah membentuk Divisi Kebudayaan dan Pariwisata di tingkat nasional, serta Dinas Pariwisata dan Budaya di tingkat daerah. Hal ini bertujuan untuk memastikan pengelolaan pariwisata yang terkoordinasi dan berkelanjutan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor modern yang sanggup mendorong perkembangan ekonomi dengan masif, khususnya pada menciptakan peluang kerja, meningkatkan penghasilan, memperbaiki kualitas hidup. Seiring semakin bertumbuhnya kesadaran akan pentingnya tingkat kesejahteraan, kebutuhan akan aktivitas hiburan pun mengalami perubahan. Orang-orang pada saat ini lebih memilih kegiatan yang berhubungan dengan wisata alam, hal ini disebabkan karena adanya kekhawatiran terhadap rusaknya lingkungan dan perubahan dalam kehidupan pada masyarakat secara tradisional. Indonesia menjadi pilihan utama bagi wisatawan asing yang ingin menghindari kesibukan dan tekanan kehidupan industrialisasi. Potensi alam dan ekosistem hayati Indonesia memiliki peluang besar untuk dikembangkan demi kesejahteraan masyarakat. Namun, pengelolaan ini harus dilakukan secara bijak melalui pendekatan konservasi yang seimbang antara perlindungan, pelestarian, dan pemanfaatan berkelanjutan. (Andayani, 2007).

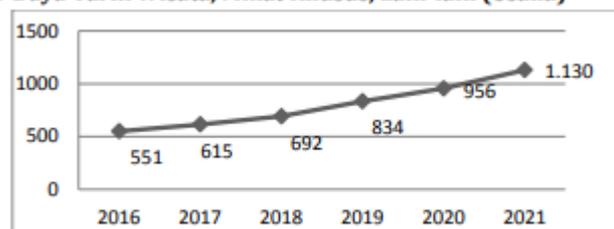
Mengingat industri ini diharapkan memegang peranan penting dalam penyelenggaraan otonomi daerah, maka pengembangan daya tarik wisata harus memperhatikan kepentingan nasional dan daerah. Pemerintah membentuk Dinas Pariwisata sebagai lembaga kepariwisataan untuk mengawasi

perkembangan industri pariwisata baik di tingkat nasional maupun daerah. (Yoeti, 1987:286)

Provinsi yang strategis dan memiliki destinasi pariwisata yang bagus adalah provinsi Jawa Tengah. Jawa Tengah dikenal dengan berbagai daya tarik budaya, termasuk peninggalan bersejarah, sebagai contoh yaitu Candi Borobudur dan Candi Prambanan. Alasan lainnya, provinsi ini menawarkan beragam tempat wisata lainnya, mulai dari wisata air seperti air terjun dan pantai hingga wisata alam yang mencakup pegunungan dan gua. Dengan banyaknya potensi pariwisata yang ada, pemerintah berupaya mengembangkan sektor ini pada 35 Kabupaten/Kota untuk mengenalkan pariwisata serta menambahkan aktivitas ekonomi dan sosial budaya.

Gambar 1.1 Daya Tarik Wisata Provinsi Jawa Tengah

A. Daya Tarik Wisata, Minat Khusus, Lain-lain (Usaha)



Sumber : disporapar.jatengprov.go.id

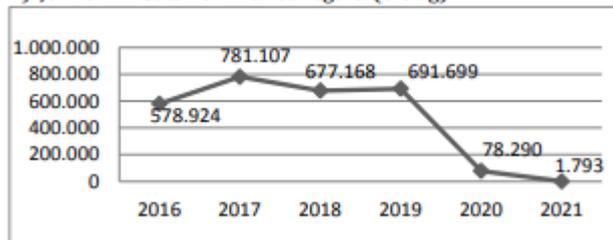
Berdasarkan grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa di Provinsi Jawa Tengah setiap tahunnya daya tarik wisata, minat khusus, dan usaha lainnya selalu meningkat dengan cukup signifikan terutama dari 5 tahun terakhir mulai dari tahun 2017 yaitu 615 Usaha, tahun 2018 meningkat sebesar 692, di tahun 2019 meningkat lagi menjadi sebanyak 834, lalu tahun 2020 dan 2021 tetap meningkat meskipun

dunia sedang dilanda pandemi Covid-19, sebesar 956 Usaha pada tahun 2020 dan 1.130 Usaha pada tahun 2021. Artinya potensi wisata di Provinsi Jawa Tengah sangatlah tinggi dan sangat sayang apabila tidak dimanfaatkan dan dikelola dengan baik.

Gambar 1.2 Jumlah Wisatawan Mancanegara

B. Wisatawan

1) Jumlah Wisatawan Mancanegara (orang)

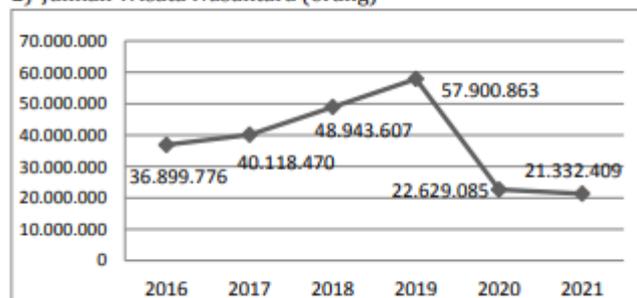


Sumber : disporapar.jatengprov.go.id

Berdasarkan grafik diatas dapat disimpulkan bahwa kuantitas wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Jawa Tengah sejak tahun 2016 tidak mengalami perubahan secara signifikan, tetapi sayangnya mengalami penurunan di 3 tahun terakhir yang penyebab utamanya adalah pandemi Covid-19.

Gambar 1.3 Jumlah Wisatawan Nusantara

2) Jumlah Wisata Nusantara (orang)

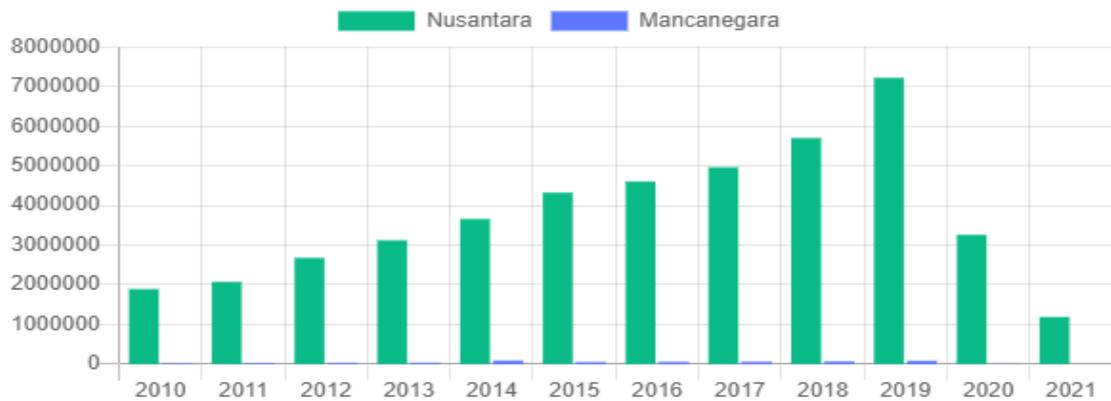


Sumber : disporapar.jatengprov.go.id

Sedangkan untuk grafik wisatawan nusantara yang mengunjungi Provinsi Jawa Tengah mengalami peningkatan sebesar 44.32% di tahun 2017 – 2019 dari 40.118.470 orang ke 57.900.863, namun sayangnya dikarenakan pandemi Covid-19 menurun pada tahun 2020 sebesar 60.92% menjadi 22.629.085 orang dan tahun 2021 menurun kembali sebanyak 5.73% menjadi 21.3332.409 orang.

Daerah yang sedang melakukan ekspansi pada bidang pariwisata tersebut merupakan Kota Semarang. Kota Semarang memiliki potensi yang tinggi dibidang pariwisata, hal ini dibuktikan dengan grafik yang selalu meningkat setiap tahunnya (kecuali disaat terjadi pandemic Covid-19).

Gambar 1.4 Kunjungan Wisatawan ke Kota Semarang



Sumber : *sikenang.valudata.net*

Berdasarkan tabel diatas, data perjalanan wisatawan dari mulai yang nusantara maupun mancanegara selalu meningkat kecuali pada waktu pandemi covid-19 yaitu pada tahun 2020 dan 2021. Kunjungan Wisatawan dari Nusantara maupun Mancanegara sejak tahun 2017 sebanyak 4.964.804 Wisatawan Nusantara (Wisnus) dan 59.672 Wisatawan Mancanegara (Wisman), lalu pada tahun 2018 meningkat 14.87% menjadi 5.703.282 Wisnus dan 66.105 Wisman (meningkat

10.78%), pada tahun 2019 terjadi peningkatan kembali sebesar 26.66% menjadi 7.223.529 Wisnus dan peningkatan 24.09% untuk Wisman menjadi sebanyak 82.030 orang, dan menurun 54.87% pada tahun 2020 dikarenakan pandemi Covid-19 menjadi 3.260.303 Wisnus dan 91.92% untuk Wisman atau hanya sebanyak 6.628 orang, dan terakhir menurun 63.54% pada tahun 2021 dengan 1.188.611 Wisnus dan 22 Wisman atau penurunan sebesar 99.67%.

Gambar 1.5 Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan di Kota Semarang (Jiwa), 2020 – 2022

Jenis Wisatawan	Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan di Kota Semarang (Jiwa)		
	2020	2021	2022
Wisatawan Nusantara	3 260 303	2 663 684	5 338 233
Wisatawan Mancanegara	6 628	77	4 918
Kota Semarang	3 266 931	2 663 761	5 343 151

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Sumber: BPS Kota Semarang

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan jika tren kunjungan wisatawan menuju Kota Semarang terbilang sangat positif, bahkan pada saat transisi pasca Covid-19 pada tahun 2022 saja langsung meningkat lebih dari 100% atau dua kali lipat lebih banyak dibandingkan pada tahun 2021. Untuk wisatawan mancanegara sendiri meningkat sampai enam puluh tiga kali lipat dibanding tahun 2021. Namun, memang angkanya masih lebih rendah dibandingkan pada tahun 2020. Sedangkan untuk wisatawan local warga Kota Semarang sendiri meningkat dua kali lipat dibandingkan tahun 2021.

Pemasaran pariwisata yang dilakukan secara optimal dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi. Situasi ini terlihat dari semakin berkembangnya dan

meningkatnya pemanfaatan aktivitas wisata pada daerah tertentu, yang berimbas positif pada pertumbuhan ekonomi masyarakat dan pemerintah daerah di wilayah yang memiliki objek wisata yang dikembangkan. Dengan mempertimbangkan hal ini, pengelolaan yang baik sangat esensial dalam meningkatkan objek-objek wisata pada negara Indonesia. Pelaksana aktivitas pariwisata mulai melakukan pengembangan melalui penelitian dan observasi terhadap objek wisata yang ada. Tindakan ini bertujuan untuk mengetahui dan menyadari potensi serta permasalahan yang ada pada setiap objek, sehingga solusi dapat ditemukan. Namun, banyak tantangan dan hambatan yang harus diselesaikan, terutama jika tidak ada dukungan yang dilakukan warga masyarakat setempat. Oleh karena itu, regulasi dan kesadaran dari Pemda sangat diperlukan dalam mengerjakan pengembangan pada sektor pariwisata. Sektor ini memerlukan pendekatan yang terencana agar potensi yang dimiliki dapat dikembangkan secara efektif dan efisien. Dalam memajukan sektor pariwisata pada tingkat daerah, peran Pemda sebagai roda utama sangat penting, serta mereka harus memberikan kewenangan penuh kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kota Semarang untuk menentukan rencana pembangunan kepariwisataan.

Pengembangan destinasi wisata di Kota Semarang dilakukan dengan cara peningkatan potensi dari tiap kategori objek wisata. Salah satunya adalah dengan pengembangan Desa Wisata seperti di Kampong Djadhoel. Kampong Djadhoel berada di Kampung Batik Tengah RT 04/RW 02 Kelurahan Rejomulyo, Semarang Timur. Pada awalnya, Kampong Djadhoel merupakan sebuah lokasi yang cukup suram karena tidak memiliki fasilitas yang memadai seperti lampu penerangan,

daerah rawan banjir, dan marak tindakan kriminal (PATROLINEWS.COM, 2018). Akhirnya masyarakat yang tinggal di Kelurahan Rejomulyo tersebut mulai bangkit dan berbenah sejak tahun 2017 dengan swadaya dari warga dan melalui bantuan dana dari PT PLN. Kampung ini kemudian direvitalisasi dan akhirnya pada tanggal 29 April 2017, kampung tersebut diresmikan dengan wajah baru dan sukses membranding namanya sejak rentang waktu 2018 – 2019 hingga sekarang menjadi Kampoeng Djadhoel. Kini Kampoeng Djadhoel sudah menjadi destinasi pariwisata resmi pada Kota Semarang dan sering dikunjungi oleh tokoh tokoh terkenal, bahkan wisatawan dari mancanegara. Kampoeng Djadhoel menawarkan beberapa keindahan budaya sebagai objek wisata, seperti keindahan batik khas Semarang. Wisatawan dapat mengikuti berbagai kegiatan terkait batik seperti belajar membatik, melihat proses produksi kain batik dan tentunya membeli batik. Hal yang menarik dari Kampoeng Djadhoel adalah mural dengan motif batik. Keindahan kota Semarang dapat dilihat dari lukisan warna-warni di dinding. Pengunjung bisa berfoto *selfie* di sana sekaligus merasakan budaya membatik di Semarang. Ditambah lagi, mengunjungi tempat ini seolah masuk ke dalam suasana *jadul* (jaman dulu). Belajar tentang batik mungkin tidak menarik bagi generasi millennial. Namun diharapkan budaya batik dapat dilestarikan dan dipelajari oleh generasi penerus lewat Kampoeng Djadhoel dan Kampung Batik Semarang meskipun dengan medium yang berbeda. Penjelasan dari Dwi Christianto, yaitu salah satu Ketua RT di Kampung Batik Tengah, menjelaskan bahwa pada mulanya tempat ini sangatlah gelap gulita dan rawan kriminal, bahkan warga lingkungan tersebut sudah sangat resah karena ada yang menjadi korban maling, rampok,

bahkan sampai ada korban jiwa. Tetapi yang jadi masalah pelakunya bukanlah warga asli sana, melainkan dari luar, oleh karena itu warga berinisiatif untuk bergotong royong serta membuat agar lingkungannya menjadi lebih terang dan berwarna dengan melukis dinding-dinding rumah menggunakan motif batik. Kampoeng Djadhoel ini mendapatkan pengunjung cukup banyak tetapi hanya menarik sesaat saja. Penyebabnya adalah kurangnya tempat hiburan dan arena kuliner yang bisa dijadikan ciri khas dari Kampoeng Djadhoel.

Beliau menambahkan, bahwa pembenahan di Kampoeng Djadhoel belum sepenuhnya selesai dan mereka masih terus berbenah. Hal ini dikarenakan terkendala oleh biaya yang diperlukan, meskipun sudah mendapatkan bantuan berupa anggaran dari CSR PLN, tetapi tidak dapat menutupi biaya perawatan. Jadi sampai saat ini mereka masih mengandalkan box sukarela yang diisi oleh pengunjung. Selain masalah finansial, masalah kurangnya kolaborasi antar warga maupun dengan pihak luar seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang ataupun pihak swasta dalam rangka penyediaan sarana dan prasarana untuk menunjang perkembangan destinasi wisata dan Pihak Swasta lainnya juga masih kurang, hal ini karena kesadaran warga akan potensi destinasi wisata di sekitar Kampung Batik secara umum maupun secara khusus di Kampoeng Djadhoel belum sepenuhnya sadar bahwa sumber daya yang mereka miliki sebenarnya dapat menjadi keuntungan yang sangat besar apabila dikelola dengan baik. Selain itu ada juga permasalahan seperti permasalahan lahan untuk parkir wisatawan, kondisi lokasi kampung yang strategis dimana rumah antar warga saling berdekatan mengakibatkan tidak adanya lahan parkir yang dinilai cukup untuk memarkirkan

kendaraan para wisatawan, walaupun ada lokasinya cukup jauh dari Kampoeng Djadhoel. Kurangnya sumber daya manusia juga menjadi permasalahan di Kampoeng Djadhoel, para pebatik yang sampai sekarang masih aktif membatik tergolong sudah memasuki usia sepuh, kurangnya minat pemuda khususnya di Kota Semarang menjadikan profesi pebatik di Kampung Batik secara umum maupun di Kampoeng Djadhoel secara khusus terancam. Pada sisi lingkungan padatnya limbah dari kegiatan membatik menjadi salah satu faktor yang dapat menurunkan citra dari Kampoeng Djadhoel secara khusus ataupun Kampung Batik secara umum. Hal lain yang menjadi tantangan Kampoeng Djadhoel Kota Semarang adalah pengembangan inovasi motif batik Semarangan yang harus terus dikembangkan dan dilestarikan. Apabila dilihat dari sisi strategi pengembangan yang sudah dicoba lakukan sebelumnya, permasalahan utamanya terletak pada kurang kuatnya modal yang dimiliki oleh masyarakat sekitar, baik itu secara finansial maupun secara sumber daya manusianya itu sendiri, karena pada era modern ini, cara “memasarkan” produk tidak terbatas pada cara-cara tradisional yang hanya mengandalkan media misalnya media cetak ataupun media massa, tetapi harus mulai memanfaatkan teknologi internet, dan sayangnya mereka belum sepenuhnya mampu untuk memanfaatkan hal tersebut. Alasan peneliti memilih Kampoeng Djadhoel sebagai objek penelitian karena peneliti merasa Kampoeng Djadhoel memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang unik karena memiliki nilai budaya dan juga nilai sejarah yang tinggi, apabila dikategorikan berdasarkan analisis SWOT, Destinasi Wisata Kampoeng Djadhoel memiliki berbagai macam

kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Kekuatan (*strength*) dari Kampoeng Djadhoel memiliki potensi wisata yang unik, dimana seluruh daerah di pemukiman warga sekitar destinasi wisata Kampoeng Djadhoel dipenuhi oleh motif batik, mulai dari tembok tembok sampai perumahan warga, hampir setiap rumah yang ada pada daerah tersebut menjual batik dengan berbagai macam motif yang beragam yang dibuat dengan bahan baku yang berkualitas. Beberapa rumah juga menyediakan jasa untuk praktik latihan membatik. Lokasi Kampoeng Djadhoel juga terbilang cukup strategis untuk wisatawan dari luar Kota Semarang dan bahkan wisatawan asing, karena terbilang cukup dekat dari Stasiun Tawang Kota Semarang dan juga dekat dari beberapa lokasi wisata lainnya seperti Kawasan Kota Lama dan Museum Kota Lama. Dari sisi kelemahan (*weakness*) dapat dilihat dari kurangnya tempat hiburan dan tempat kuliner di sekitar Kawasan wisata yang dapat dijadikan ciri khas dari Kampoeng Djadhoel, beberapa fasilitas terbilang masih cukup memadai karena memang menggunakan modal pribadi, tetapi sarana dan prasarana seperti lahan parkir terbilang sangat kurang, menjadikan para wisatawan agak kesulitan untuk dapat mengunjungi Kampoeng Djadhoel. Lalu promosi yang dilakukan oleh masyarakatnya untuk menunjang pengunjung ataupun pembeli batik juga masih kurang, karena belum semuanya mampu mengoperasikan social media ataupun memanfaatkan *e-commerce* sebagai media bertransaksi. Untuk peluang (*opportunities*) pada dasarnya Kampoeng Djadhoel memiliki banyak potensi yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk berinovasi yang dapat

berpeluang menjadi sumber penghasilan utama atau sekadar penghasilan tambahan, seperti berjualan camilan, cinderamata atau oleh-oleh, hingga jasa fotografi. Ancaman (*threats*) bagi Kampoeng Djadhoel adalah kondisi persaingan antar pebatik yang serupa, lalu meningkatnya harga bahan baku untuk pembuatan batik, ditambah lagi minat generasi muda untuk melanjutkan regenerasi menjadi pebatik sudah jauh berkurang. Oleh karena itu, penulis ingin mempelajari lebih lanjut tentang permasalahan Kampoeng Djadhoel dan solusi potensialnya.

Data tersebut menunjukkan bahwa Kampoeng Djadhoel, salah satu objek wisata unggulan di Kota Semarang, masih menghadapi berbagai permasalahan terkait pengembangannya, antara lain :

1. Warga sekitar ingin memperluas kreasi mengenai atraksi wisata yang sudah ada namun belum mengetahui harus memulai dari mana karena minimnya pengetahuan dan kemampuan masyarakat mengenai pemasaran wisata untuk mendorong peningkatan jumlah wisatawan ke tempat wisata..
2. Kuantitas sumber daya manusia yang dimiliki masih kurang sehingga aktivitas pariwisata menjadi kurang optimal
3. Sarana dan prasarana yang dimiliki belum memadai dan tersedia, seperti toilet untuk wisatawan.
4. Keterbatasan dana/anggaran yang dimiliki untuk memenuhi biaya perawatan sarana dan prasarana untuk menunjang aktivitas pariwisata
5. Keterbatasan tempat parkir menjadikan para calon wisatawan kesulitan untuk mengunjungi Kampoeng Djadhoel

6. Belum adanya kerjasama dengan pihak eksternal seperti pihak pemerintah, sektor swasta (investor)

Berdasarkan alasan yang diberikan, Kampoeng Djadhoel di Kota Semarang masih menghadapi berbagai permasalahan. Perkembangan Kampoeng Djadhoel sebagai salah satu objek wisata di Kota Semarang tentu akan terhambat jika tidak segera diatasi. Melihat berbagai permasalahan tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA KAMPOENG DJADHOEL KOTA SEMARANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal untuk menganalisis pengembangan pada Destinasi Pariwisata Kampoeng Djadhoel?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kampoeng Djadhoel?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini :

1. Menganalisis kondisi terkini berdasarkan Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal pada Destinasi Pariwisata Kampoeng Djadhoel Kota Semarang
2. Merumuskan strategi pengembangan Destinasi Pariwisata Kampoeng Djadhoel Kota Semarang

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kegunaan Akademis

1. Melalui penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan referensi dalam memberikan gambaran mengenai tindakan yang hendaknya dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan suatu destinasi pariwisata, khususnya pada kasus ini adalah Destinasi Wisata Kampoeng Djadhoel. Karena Kampoeng Djadhoel memiliki peran yang cukup besar terhadap kehidupan masyarakat sekitar dan juga bagi daerah. Melalui strategi yang tepat maka pengambilan keputusan juga akan sesuai dengan keadaan pengembangan yang dibutuhkan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan sumbangan pemikiran bagi peneliti lain yang sedang melakukan penelitian dengan topik Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata.

2. Hasil penelitian dan penulisan ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu terutama yang berhubungan dengan Administrasi Publik tentang Pariwisata.

Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada pemerintah dan pengelola Destinasi Wisata Kampoeng Djadhoel Kota Semarang dalam melaksanakan pengembangan Destinasi Wisata.

Kegunaan Umum

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan dalam membuat keputusan.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sumber informasi bagi peneliti yang ingin membandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain itu, peneliti dapat mengevaluasi kekurangan dan kelebihan dari penelitian sebelumnya untuk mengembangkan studi yang lebih baru, sehingga mereka dapat mengetahui temuan yang sudah ada dan yang masih perlu diteliti. Penelitian terdahulu sangat berguna untuk memahami metode yang digunakan dan hasil-hasil yang diperoleh dalam penelitian sebelumnya. Hal ini juga menjadi acuan bagi peneliti dalam menulis dan menganalisis penelitian mereka sendiri. Tujuan dari mengkaji penelitian terdahulu adalah untuk memastikan apakah langkah-langkah yang diambil oleh penulis sudah

tepat atau masih perlu diperbaiki. Penelitian ini khususnya akan membahas studi-studi yang berfokus pada pengembangan pariwisata. Berikut adalah tabel yang merangkum penelitian terdahulu tersebut.:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Fitriana, 2019) “STRATEGI PENGEMBANGAN TAMAN WISATA KUM KUM SEBAGAI WISATA EDUKASI DI KOTA PALANGKARAYA”	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji faktor-faktor eksternal dan internal yang mendukung dan menghambat pertumbuhan Taman Wisata Kum Kum. Pengembangan strategi pariwisata untuk Desa Pahandut, Kecamatan Pahandut, Kota Palangka Raya merupakan tujuan lain dari penelitian ini.	Instrumen utama dalam metodologi deskriptif kuantitatif penelitian ini adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Wawancara, observasi, dan tinjauan pustaka digunakan untuk mengumpulkan data.	Strategi pengembangan Taman Wisata Kum Kum, menurut hasil penelitian, meliputi pembangunan prasarana dan amenitas seperti penginapan dan transportasi, penciptaan daya tarik wisata dan promosinya, peningkatan produk wisata, dan peran serta masyarakat serta swasta dalam pengelolaan kawasan wisata.
2	(Nursaleh Hartaman, 2021) “Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Wisata Budaya Dan Kearifan Lokal Di Kabupaten Majene”	Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal di Kabupaten Majene, serta langkah-langkah strategis yang diambil oleh pemerintah daerah	Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif, yang dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait, yaitu Kepala	Hasil pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal di Kabupaten Majene menunjukkan bahwa pertunjukan dan festival budaya semakin beragam. Objek

		Majene dalam pengembangannya	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Majene	wisata budaya yang ada mencakup 11 jenis pertunjukan seni yang berbeda, serta 10 acara festival rutin yang diadakan setiap tahun oleh Pemerintah Daerah Majene
3	(Elmas, 2024) “Strategi Pengembangan Pariwisata di Pantai Ngurbloat, Kabupaten Maluku Tenggara”	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berkontribusi terhadap pengembangan objek wisata Pantai Ngurbloat. Hasil identifikasi ini akan digunakan sebagai panduan dalam mengembangkan strategi pengembangan pariwisata di Pantai tersebut..	Prosedur pengambilan sampel secara sengaja digunakan untuk memilih informan untuk penelitian kualitatif deskriptif ini. Alat analisis SWOT digunakan untuk memeriksa data setelah dikumpulkan melalui metode penelitian observasi, wawancara, dan dokumentasi.	Berdasarkan hasil penelitian, jika ditimbang dengan berbagai risiko dan kelemahan yang ada, maka pengembangan destinasi wisata Pantai Ngurbloat di Desa Ngilngof, Kecamatan Menyeuw, Kabupaten Maluku Tenggara memiliki peluang dan kekuatan yang menghasilkan nilai positif yang signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa destinasi wisata Pantai Ngurbloat memiliki peluang yang baik untuk dikembangkan, yang akan

				didukung oleh pariwisata, transportasi, dan kesadaran akan potensi sumber daya manusia (SDM).
4	(Nurdin Prasetya, 2019) “STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA SANGUREJO DI KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN”	Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi pendekatan terbaik untuk mengembangkan Desa Wisata Sangurejo Kabupaten Sleman dengan menganalisis formulasi strategi pengembangan menggunakan analisis IE dan SWOT..	Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi pendekatan terbaik untuk mengembangkan Desa Wisata Sangurejo Kabupaten Sleman dengan menganalisis formulasi strategi pengembangan menggunakan analisis IE dan SWOT.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Teknik pengembangan produk, peningkatan promosi, dan kerja sama pemangku kepentingan merupakan bagian dari strategi pertumbuhan Desa Wisata Sangurejo, yang dikembangkan dengan memanfaatkan kekuatan dan berfokus pada peluang. Desa Wisata Sangurejo yang sedang berkembang dan berevolusi menggunakan banyak pendekatan untuk penetrasi pasar dan pengembangan produk. 2) Rencana penetrasi pasar merupakan tindakan terbaik

				untuk pertumbuhan Desa Wisata Sangurejo.
5	(Kismartini, 2019) “STRATEGI PENGEMBANGAN BANJIR KANAL BARAT SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KOTA SEMARANG”	Dengan mengidentifikasi dan mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pertumbuhan Kanal Banjir Barat (KBB), penelitian ini berupaya menilai strategi pengembangan KBB sebagai tujuan wisata yang diinginkan..	Analisis SWOT, yang mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, digunakan untuk merancang strategi pengembangan Kanal Banjir Barat (KBB) berdasarkan studi data deskriptif dan kualitatif.	Temuan penelitian ini menyarankan sepuluh pendekatan berbeda untuk mempromosikan Kanal Banjir Barat sebagai tujuan wisata. Tiga alternatif strategis terbaik adalah: (1) menawarkan fasilitas wisata yang ramah masyarakat; (2) menciptakan objek wisata bertema air; dan (3) menarik investor dan membentuk kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan..
6	(Arismiyanti, 2019) STRATEGI PENGEMBANGAN EKOWISATA LAUT BERKELANJUTAN DI INDONESIA	The objectives of this study are to determine Indonesia's potential for marine ecotourism, examine its internal and external environmental components, and create plans and initiatives for its	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik analisis deskriptif dan SWOT untuk menganalisis data yang diperoleh.	Kajian ini mengungkap beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan ekowisata bahari berkelanjutan di Indonesia, antara lain: pengembangan kawasan dan produk

		sustainable growth.		ekowisata bahari melalui pemberdayaan masyarakat lokal, pengembangan jaringan industri kelautan dan pariwisata, pembangunan infrastruktur, pemasaran produk ekowisata bahari, perencanaan tata ruang laut, peningkatan keamanan wisata bahari, serta penguatan kelembagaan dan pengembangan sumber daya manusia.
7	(Yaya Mulyana, 2019) “Strategi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Cianjur Selatan di Kabupaten Cianjur Jawa Barat”	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana kebijakan pariwisata Kabupaten Cianjur dalam upaya mengembangkan pariwisata di Cianjur Selatan	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk menggali objek yang diteliti, dengan jenis data yang digunakan berupa wawancara langsung dan dokumentasi.	Hasil kajian menunjukkan bahwa kebijakan yang telah diterapkan belum berhasil meningkatkan kinerja sektor pariwisata secara optimal. Beberapa indikator yang masih kurang optimal antara lain pembangunan infrastruktur, promosi pariwisata, dan komitmen

				dalam implementasi kebijakan.
8	(Supattra Pranee, 2020) “Potensi dan strategi promosi dan pengembangan pariwisata di Koridor Ekonomi Timur: Studi kasus Klaster 2 Provinsi Timur, Thailand”	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji potensi dan pengembangan pariwisata di Koridor Ekonomi Timur, serta merancang strategi promosi dan pengembangan pariwisata di area tersebut	Metodologi penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data melalui studi literatur dokumenter dan wawancara mendalam, yang bertujuan untuk menggali potensi dan pengembangan pariwisata, termasuk percakapan dengan kelompok fokus.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi dan pengembangan pariwisata terdiri dari 4 strategi SO (Strengths-Opportunities), 1 strategi WO (Weaknesses-Opportunities), 1 strategi ST (Strengths-Threats), dan 1 strategi WT (Weaknesses-Threats).
9	(Lubis, 2020) “STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DESA KEMIREN BANYUWANGI”	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji upaya dan strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan potensi wisata di Desa Kemiren	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.	Berdasarkan temuan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, ditemukan bahwa pengembangan pariwisata di Desa Kemiren, Banyuwangi, meliputi pengembangan objek dan atraksi wisata, serta pengembangan infrastruktur pariwisata untuk menjadikan Desa Kemiren sebagai tujuan wisata nasional dan menarik

				pengunjung internasional.
10	(Azzah Fauziyah Cholis, 2019) “STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH DI TEMPAT REKREASI ALAM KOTA BATU JAWA TIMUR”	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi penerapan nilai syariah pada tempat wisata alam, serta merumuskan strategi pengembangan Wisata Syariah di kawasan Wisata Alam Kota Batu	Data diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada 84 responden, yang terdiri dari pengunjung, pegawai pariwisata, pengelola wisata, dan pembuat kebijakan. Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengevaluasi implementasi wisata syariah dan strategi pengembangan wisata alam. Strategi SWOT digunakan untuk menentukan setiap aspek pengembangan pariwisata dengan pemberian bobot antara 0,00 hingga 1,00.	Hasil analisis dengan kuadran SWOT menunjukkan bahwa sebagian besar implementasi wisata syariah sudah diterapkan, antara lain: (1) peningkatan kualitas pelayanan yang mengarah pada sistem wisata syariah, (2) pemanfaatan seluruh sumber daya sebagai daya tarik wisata syariah, (3) melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam perencanaan kerjasama dan pengelolaan wisata alam yang berprinsip syariah, serta (4) meningkatkan kemampuan berbahasa asing bagi seluruh pegawai dan manajemen pariwisata.

Penelitian Evi Fitriana tahun 2019 "Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum sebagai Wisata Edukasi di Kota Palangkaraya" berfokus pada analisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perluasan taman wisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong dan menghambat perluasan taman wisata dan untuk mengembangkan rencana pengembangannya di masa mendatang. Analisis SWOT, metodologi deskriptif kuantitatif, adalah instrumen analisis yang digunakan. Menurut temuan penelitian, strategi pengembangan Taman Wisata Kum Kum mencakup berbagai kegiatan, termasuk meningkatkan produk terkait pariwisata, menciptakan dan memasarkan objek wisata, membangun infrastruktur dan amenities seperti penginapan dan transportasi, dan mengintegrasikan sektor publik dan swasta dalam pengelolaan destinasi wisata. Teknik penelitian ini berbeda dari penelitian penulis saat ini karena yang terakhir menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan yang pertama menggunakan pendekatan kuantitatif. Meskipun demikian, penulis merujuk pada penelitian ini saat menganalisis komponen eksternal dan internal objek wisata serta strategi perluasan destinasi wisatanya.

Penelitian Nursaleh Hartaman yang berjudul "Strategi Pemerintah dalam Mengembangkan Pariwisata Budaya dan Kearifan Lokal di Kabupaten Majene" (2021) mengkaji bagaimana pemerintah daerah telah melaksanakan sejumlah inisiatif strategis untuk mendukung pertumbuhan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal di Kabupaten Majene. Metode analisis kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait, termasuk Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten

Majene. Berdasarkan hasil penelitian, industri pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal di Kabupaten Majene semakin beragam, dengan adanya festival rutin yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah yang menampilkan sepuluh acara festival berbeda setiap tahunnya dan sebelas jenis pertunjukan seni. Meskipun wilayah penelitiannya berbeda, penulis menggunakan penelitian ini sebagai acuan untuk fokus yang sama ketika menyusun strategi pariwisata di sektor budaya.

Penelitian dengan judul "Strategi Pengembangan Pariwisata di Pantai Ngurbloat, Kabupaten Maluku Tenggara" (2024) dilakukan oleh Bituk Jane Claudia Elmas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi perkembangan destinasi wisata Pantai Ngurbloat. Hasil identifikasi ini akan menjadi dasar dalam menyusun strategi pengembangan destinasi wisata. Informan dalam penelitian kualitatif deskriptif ini diidentifikasi menggunakan pendekatan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, yang selanjutnya dianalisa menggunakan alat analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dibandingkan dengan risiko dan kelemahan yang ada saat ini, perkembangan destinasi wisata Pantai Ngurbloat di Desa Ngilngof, Kecamatan Menyewu, Kabupaten Maluku Tenggara memiliki peluang dan kekuatan yang bernilai positif tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa peluang perkembangan destinasi wisata Pantai Ngurbloat sangat besar, yang didukung oleh pariwisata, transportasi, dan kesadaran akan potensi sumber daya manusia. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar para pemangku kepentingan bekerja sama lebih erat untuk menciptakan jaringan kerja sama yang dapat menciptakan daya tarik wisata dan

meningkatkan pendapatan daerah. Penelitian ini berfungsi sebagai sumber analisis penulis tentang aspek internal dan eksternal destinasi wisata, yang membantu dalam penggunaan pendekatan SWOT. Penelitian ini memiliki tujuan penelitian yang sama dengan penulis, tetapi lokasi penelitian dan alat analisisnya berbeda. Penulis menggunakan tambahan Uji Litmus selain SWOT.

"Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Sangurejo di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman" (2019), penelitian lain yang dilakukan oleh Nurdin Prasetya, berupaya mengkaji bagaimana strategi pengembangan Desa Wisata Sangurejo dirumuskan menggunakan analisis IE dan SWOT serta mengidentifikasi pilihan strategi terbaik bagi pertumbuhan desa. Metodologi penelitian deskriptif digunakan, dan data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dokumentasi, dan observasi. Berdasarkan temuan penelitian, rencana pengembangan Desa Wisata Sangurejo harus dibangun berdasarkan keunggulan yang dimilikinya saat ini dan difokuskan pada potensinya melalui tindakan seperti pengembangan produk, pemasaran yang lebih gencar, dan kolaborasi pemangku kepentingan. Penelitian ini berfungsi sebagai panduan bagi penulis untuk menganalisis elemen internal dan eksternal destinasi wisata, yang membantu dalam analisis SWOT. Lokasi penelitian dan alat analisis yang digunakan—analisis SWOT dan IE digunakan dalam penelitian ini, sedangkan penelitian penulis secara eksklusif menggunakan analisis SWOT—merupakan perbedaan kedua penelitian tersebut. Meskipun demikian, fokus kedua penelitian tersebut tetap sama.

Penelitian yang berjudul "Strategi Pengembangan Kanal Banjir Barat sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Semarang" (2019) dilakukan oleh Kismartini.

Dengan mempertimbangkan unsur internal dan eksternal, penelitian ini berupaya mengkaji rencana pengembangan Kanal Banjir Barat sebagai destinasi wisata yang diminati. Strategi pengembangan Kanal Banjir Barat ditentukan menggunakan analisis SWOT dengan metode deskriptif kualitatif. Menurut temuan penelitian, terdapat 10 pendekatan berbeda untuk menjadikan Kanal Banjir Barat sebagai destinasi wisata yang populer. Menyediakan fasilitas wisata yang ramah masyarakat, menciptakan daya tarik wisata bertema air, dan mengajak investor serta menjalin kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan merupakan tiga solusi terbaik. Untuk menganalisis isu internal dan eksternal dalam industri pariwisata, penulis merujuk pada penelitian ini. Lokasi penelitian inilah yang membedakan penelitian ini, meskipun poin utama kedua penelitian tersebut agak mirip.

Studi lainnya adalah "Strategi Pengembangan Ekowisata Bahari Berkelanjutan di Indonesia" (2019) karya Ni Ketut Arismiyanti. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui potensi ekowisata bahari di Indonesia, mengkaji lingkungan internal dan eksternal ekowisata bahari, dan mengusulkan program berkelanjutan untuk pengembangannya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Data dianalisis menggunakan metode analisis SWOT dan deskriptif. Menurut temuan studi, sejumlah taktik dapat digunakan untuk mempromosikan pariwisata bahari berkelanjutan di Indonesia, termasuk membangun jaringan antara industri bahari dan pariwisata dan memungkinkan masyarakat lokal untuk mengembangkan destinasi dan barang ekowisata bahari. Membangun infrastruktur, mempromosikan barang ekowisata bahari, merancang ruang laut, meningkatkan keamanan pariwisata bahari, dan mengembangkan

sumber daya kelembagaan dan manusia. Studi ini memiliki tujuan yang sama, tetapi lokasi yang digunakan berbeda. Penulis menggunakannya sebagai bahan referensi untuk mengkaji SWOT dengan pemeriksaan lingkungan internal dan eksternal suatu objek wisata.

Penelitian selanjutnya adalah "Strategi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Cianjur Selatan di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat" (2019) yang dilakukan oleh Yaya Mulyana. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji sejauh mana pariwisata Cianjur Selatan telah berkembang sebagai hasil dari program pariwisata Kabupaten Cianjur. Untuk menyelidiki item yang diteliti dengan menggunakan jenis data—wawancara langsung dan dokumentasi—metode penelitian analisis deskriptif digunakan. Menurut temuan penelitian, kebijakan yang telah ditetapkan belum dapat memaksimalkan kinerja industri pariwisata. Pembangunan infrastruktur, promosi pariwisata, dan dedikasi terhadap implementasi kebijakan merupakan beberapa indikasi yang belum maksimal. Topik dan lokasi penelitian berbeda karena penelitian ini terutama berkaitan dengan implementasi kebijakannya, namun penulis menggunakan data untuk membantu merancang strategi pariwisata.

"Potensi dan rencana untuk promosi dan pengembangan pariwisata di Koridor Ekonomi Timur: Studi kasus Klaster 2 Provinsi Timur, Thailand" (2020) adalah judul studi lain oleh Supattra Pranee. Selain meneliti potensi dan pertumbuhan pariwisata di Koridor Ekonomi Timur, studi ini bermaksud untuk menghasilkan rencana untuk mempromosikan dan mengembangkan pariwisata di area konsentrasi ini. Pengumpulan data dari studi literatur dokumenter dan

wawancara mendalam, termasuk diskusi kelompok fokus, adalah metode studi yang digunakan untuk meneliti pengembangan dan potensi pariwisata. Empat strategi SO, satu strategi WO, satu strategi ST, dan satu strategi WT membentuk masing-masing strategi promosi dan pengembangan pariwisata, menurut temuan studi. Penulis melakukan analisis SWOT menggunakan studi ini sebagai referensi. Lokus penelitian yang dipilih menentukan perbedaan studi tersebut.

Dalam "Strategi Pengembangan Pariwisata Desa Kemiren, Kabupaten Banyumas" (2020), Lunariana Lubis melakukan penelitian lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui inisiatif dan taktik yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas dalam mengembangkan potensi pariwisata Desa Kemiren. Dengan memanfaatkan studi kasus melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, pendekatan penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan infrastruktur pariwisata di Desa Kemiren, Kabupaten Banyumas, menjadi salah satu faktor yang menjadikan desa ini sebagai destinasi wisata yang diminati wisatawan domestik maupun mancanegara. Penulis menambahkan referensi terkait ide pengembangan pariwisata dengan menggunakan penelitian ini sebagai sumbangan pemikiran.

Kemudian ada penelitian "Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kawasan Wisata Alam Kota Batu, Jawa Timur" (2019) oleh Azzah Fauziyah Cholis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana nilai-nilai syariah digunakan di destinasi wisata alam dan menyusun strategi pengembangan wisata syariah di kawasan wisata alam Kota Batu. Metodologi penelitian dalam penelitian

ini adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data menggunakan survei dan analisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sesuai dengan analisis SWOT, sebagian besar implementasi telah dilakukan, yaitu meningkatkan kualitas layanan yang akan menghasilkan sistem wisata syariah, memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia sebagai daya tarik wisata, melibatkan semua pihak yang berkepentingan dalam perencanaan, pengelolaan, dan kerja sama wisata alam berbasis syariah, serta meningkatkan kemampuan bahasa asing bagi seluruh staf dan manajemen pariwisata. Untuk membantu analisis SWOT, penulis mengacu pada penelitian ini. Metode penelitian dan lokasi penelitian menjadi perbedaan penelitian.

1.5.2 Administrasi Publik

Sebagaimana yang dikemukakan (Pfiffner & Presthus, 1960). Definisinya adalah:

1. Salah satu aspek administrasi publik adalah pelaksanaan kebijakan pemerintah yang diputuskan oleh lembaga perwakilan politik.
2. Koordinasi individu dan kelompok dalam pelaksanaan kebijakan pemerintah, khususnya yang berkaitan dengan operasi sehari-hari di lingkungan pemerintah, dikenal sebagai administrasi publik.
3. Administrasi publik sering didefinisikan sebagai proses penerapan kebijakan pemerintah, pengelolaan berbagai kemampuan, dan penggunaan berbagai strategi yang memberikan fokus dan arah pada upaya suatu kelompok.

Sedangkan menurut (Nigro & Nigro, 1999) dalam (Pasalong, 2007) Administrasi Publik didefinisikan sebagai :

1. Dalam lingkungan pemerintahan, administrasi publik merupakan usaha kelompok
2. Departemen eksekutif, legislatif, dan yudikatif dalam pemerintahan, serta hubungan di antara mereka, terpisah dari administrasi publik
3. Karena administrasi publik sangat penting dalam perumusan kebijakan pemerintah, ia berpartisipasi dalam proses politik.
4. Untuk menyediakan layanan masyarakat, administrasi publik bekerja sama erat dengan berbagai organisasi dan individu swasta.

5. Administrasi publik memandang setiap administrasi secara berbeda tergantung pada situasinya.

Administrasi Publik, menurut (Chandler & Plano, 1988) adalah proses pengalokasian dan koordinasi sumber daya dan staf publik untuk merumuskan, melaksanakan, dan mengawasi keputusan kebijakan publik. Perencanaan dan pelaksanaan tugas dengan tujuan menyelesaikan masalah publik melalui kemajuan merupakan ilmu dan seni administrasi publik, khususnya di bidang keuangan, organisasi, dan sumber daya manusia.

Menurut definisi para ahli, administrasi publik adalah proses di mana kebijakan pemerintah dilaksanakan, baik oleh sektor publik, swasta, atau individu, dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat. Perubahan paradigma merupakan tanda kemajuan suatu disiplin ilmu. Istilah "paradigma" sendiri menggambarkan sudut pandang, sikap, prosedur, ide-ide mendasar, atau strategi pemecahan masalah yang digunakan oleh komunitas ilmiah pada suatu periode tertentu. Kepercayaan dan otoritas terhadap suatu paradigma mulai terkikis ketika paradigma tersebut menghadapi kesulitan eksternal, krisis, atau penyimpangan. Akibatnya, para ahli dan peneliti ilmiah mulai mencari paradigma yang lebih sesuai. Menurut Nicholas Henry dalam (Syafiie, 2006) administrasi publik telah mengalami perubahan paradigma yang meliputi hal-hal seperti di bawah ini:

1. Paradigma Administrasi Publik dan Dikotomi Publik (1900-1926)

Penulis Leonard D. White dan Frank J. Goodnow, yang berpendapat dalam karya mereka tahun 1900 "*Politics of Administration*" bahwa pemerintahan

menjalankan dua fungsi, adalah pendukung paradigma ini. Yang pertama adalah fungsi publik, yang berkaitan dengan pembuatan kebijakan berdasarkan preferensi populer; yang kedua adalah fungsi administratif, yang berkaitan dengan pelaksanaan kebijakan ini. Sementara birokrasi pemerintah ditekankan sebagai penekanan utama paradigma ini, elemen-elemen yang memerlukan pengembangan dalam administrasi publik tidak dibahas secara memadai dan jelas.

2. Paradigma Prinsip Administratif (1927–1937)

Tokoh-tokoh berpengaruh dalam paradigma ini, seperti Willoughby, L. Gullick, dan L. Urwick, sangat dipengaruhi oleh ide-ide guru manajemen klasik seperti Fayol dan Taylor. Mereka memperkenalkan prinsip-prinsip administratif, yang menjadi pusat perhatian dalam administrasi publik. Akan tetapi, lokasi atau titik fokus administrasi publik itu sendiri tidak digambarkan secara eksplisit oleh paradigma ini.

3. Paradigma Ilmu Politik pada Administrasi Publik (1950–1970)

Pertanyaan apakah administrasi publik harus bebas dari kepentingan tertentu masih menjadi perdebatan dalam paradigma ini. Namun, pada kenyataannya, administrasi publik terkait erat dengan beberapa prinsip. Birokrasi pemerintah kini dipandang sebagai kekuatan politik yang berupaya mempertahankan otoritasnya sekaligus sebagai sarana penyampaian layanan publik. Sebuah paradigma yang memandang administrasi publik sebagai cabang ilmu politik dan menempatkan birokrasi pada intinya muncul sebagai hasilnya, namun tidak jelas apa tujuannya.

4. Paradigma Ilmu Administrasi sebagai Administrasi Publik (1956–1970)

Dalam paradigma ini, gagasan manajemen yang dijelaskan sebelumnya dieksplorasi dengan cara yang lebih menyeluruh dan ilmiah. Area fokus utamanya meliputi analisis manajemen, perilaku organisasi, dan penerapan teknologi modern dalam administrasi. Model ini kemudian menunjukkan bahwa konsep-konsep ini dapat digunakan baik di sektor korporat maupun publik. Akibatnya, fokus paradigma ini menjadi kurang jelas.

5. Paradigma Administrasi sebagai Administrasi Publik (1970-Sekarang)

Lokasi dan tujuan paradigma ini jelas. Administrasi publik berfokus pada teori organisasi, teori manajemen, dan kebijakan publik, dengan pusat pada isu dan kepentingan publik. Meskipun demikian, dalam (Keban, Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik : Konsep, Teori, dan Isu, 2008), Shabbir Cheema membedakan empat tahap administrasi publik yang mendefinisikan pengembangan paradigma administrasi publik. Keempat paradigma tersebut adalah:

1. Administrasi publik konvensional, yang menekankan pada kewenangan, profesionalisme, netralitas, kenetralan, hierarki, standarisasi, dan logika hukum.
2. Manajemen publik, yang menempatkan penekanan kuat pada penerapan konsep-konsep manajemen seperti penggunaan sumber daya yang efektif, orientasi klien, dan sebagainya.

3. Manajemen Publik Baru, yang menekankan pada nilai-nilai kemampuan beradaptasi, penentuan nasib sendiri, kreativitas, dan kinerja yang berorientasi pada hasil
4. Tata kelola adalah seperangkat lembaga, prinsip, dan kebijakan yang mengendalikan bagaimana masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta berinteraksi untuk mengatasi masalah politik, sosial, dan ekonomi. Paradigma ini menempatkan penekanan kuat pada cara-cara di mana individu dan organisasi masyarakat dapat mengekspresikan kepentingan mereka.

Paradigma administrasi publik juga mencakup penelitian ini. Karena paradigma ini merujuk pada teori-teori organisasi selain administrasi. Dalam studi ini, hubungan antara metode-metode pengembangan yang diterapkan difokuskan pada teori manajemen modern, ekonomi, politik, praktik administrasi, dan proses penciptaan hasil-hasil kebijakan publik. Hal ini berkaitan dengan pengembangan pariwisata karena para spesialis telah mengembangkan sejumlah teori manajemen dan pembangunan kontemporer yang memungkinkan kegiatan pembangunan dilakukan dengan mengoordinasikan keadaan periode modern.

1.5.3 Manajemen Publik

Setelah mengetahui definisi dan beberapa paradigma dari Administrasi Publik, selanjutnya dapat diketahui bahwa Administrasi Publik sendiri memiliki dua area fokus, yakni manajemen publik dan kebijakan publik. Karena topik yang dibahas dalam studi ini secara langsung berhubungan dengan prinsip-prinsip

manajemen, studi ini menggunakan studi teoritis yang berfokus pada bidang manajemen publik. Dua aspek administrasi publik yang sering kali bersentuhan adalah manajemen publik dan kebijakan publik. Untuk membedakan keduanya dengan jelas, dapat dinyatakan bahwa kebijakan publik merupakan representasi dari sistem otak dan saraf tubuh manusia, sedangkan manajemen publik merupakan representasi dari jantung dan sistem peredaran darah (OTT & Albert C. Hyde, 1991). Dengan kata lain, manajemen publik adalah proses pengalokasian sumber daya manusia dan nonmanusia sesuai dengan arahan kebijakan publik. Overman dalam (Keban, 2004) mengklaim bahwa manajemen publik bukanlah manajemen ilmiah. Lebih jauh, manajemen publik berbeda dari administrasi publik dan analisis kebijakan, yang mencerminkan konflik antara orientasi politik kebijakan dan orientasi rasional-instrumentalnya. Manajemen publik adalah bidang interdisipliner yang mempelajari aspek umum organisasi dengan memadukan tugas-tugas administratif seperti pengorganisasian, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dengan sumber daya seperti orang, uang, aset fisik, informasi, dan kekuatan politik. Meskipun administrasi publik merupakan profesi yang relatif baru, pendekatan normatif Woodrow Wilson-lah yang memulainya. Dalam publikasinya, Woodrow Wilson meminta penelitian administrasi publik untuk segera berkonsentrasi pada strategi dunia bisnis dan peningkatan mutu personel pemerintah. Pada saat itu, korupsi, kolusi, dan nepotisme yang meluas dianggap telah menyebabkan kondisi pemerintahan memburuk melampaui batas yang dapat diterima. Wilson menyarankan penggunaan konsep manajemen bisnis untuk memperbaiki keadaan. Untuk mengelola administrasi publik secara lebih efektif

dan efisien, ia menggarisbawahi perlunya efisiensi dalam manajemen pemerintah dan penerapan sistem prestasi yang memisahkan masalah politik dari layanan publik. Wilson menguraikan empat gagasan mendasar yang menjadi landasan penelitian administrasi publik dalam (Keban, Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik : Konsep, Teori, dan Isu, 2008) Gagasan-gagasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konteks utama organisasi adalah pemerintah
2. Fokus utamanya adalah fungsi eksekutif.
3. Mengembangkan kompetensi administratif melalui perencanaan konsep dan metode manajemen yang lebih efisien
4. Penggunaan teknik komparatif dalam penelitian dan pengembangan

Namun menurut (Terry, 2004) manajemen adalah suatu proses khusus yang melibatkan berbagai tugas, termasuk perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Teknik ini bertujuan untuk menetapkan dan mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Terry mengklaim bahwa perencanaan merupakan langkah awal yang penting di mana manajer menetapkan tujuan dan strategi untuk mencapainya. Sementara pengarahan memastikan bahwa setiap orang bekerja menuju tujuan yang sama, pengorganisasian memerlukan pemberian tugas kepada individu atau kelompok di dalam organisasi. Terakhir, pengendalian berupaya mengawasi kinerja dan melakukan penilaian sehingga penyesuaian dapat dilakukan sesuai kebutuhan. Definisi ini menunjukkan bahwa manajemen melibatkan lebih dari sekadar tugas administratif; manajemen juga memerlukan

kerja sama tim dari semua anggota organisasi untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Jelas dari definisi dan justifikasi manajemen publik dan administrasi publik bahwa meskipun keduanya saling terkait erat, tanggung jawab dan bidang perhatiannya berbeda. Administrasi publik mematuhi aturan yang ditetapkan oleh pihak lain dan menempatkan prioritas tinggi pada layanan publik. Dengan penekanan pada metode, protokol, dan akurasi dalam menjalankan tugasnya, administrasi dalam hal ini berfungsi sebagai pelaksana yang bertugas melaksanakan perintah dan prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya. Administrasi publik, misalnya, mencakup tugas-tugas yang secara langsung memengaruhi masyarakat umum, seperti manajemen dokumen, penulisan laporan, dan layanan publik. Di sisi lain, manajemen publik menekankan pencapaian hasil dan mengambil tanggung jawab atasnya, selain mencakup masalah administratif. Pengorganisasian dan administrasi sumber daya untuk mencapai tujuan seefisien mungkin merupakan fokus utama manajemen publik. Untuk menjamin bahwa tujuan organisasi tercapai dengan sukses, ini mencakup perencanaan strategis, alokasi sumber daya, dan pengendalian. Dengan kata lain, manajemen publik mencakup upaya untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan bertanggung jawab atas pencapaian tersebut, sedangkan administrasi publik berkonsentrasi pada kepatuhan terhadap kebijakan dan layanan. Manajemen publik mencakup banyak komponen organisasi untuk menjamin bahwa semua kegiatan dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Untuk mengkaji bagaimana fungsi manajemen seperti pengorganisasian, motivasi, pengendalian, dan perencanaan terintegrasi dengan

sumber daya manusia, keuangan, sumber daya fisik, informasi, dan politik di satu sisi, peneliti menggunakan teori Overman yang didasarkan pada berbagai teori sebagaimana disebutkan oleh para ahli di atas. Hal ini karena peneliti menemukan adanya keterkaitan antara teori yang telah ada sebelumnya dengan rumusan masalah di lokus penelitian yang akan dipilihnya, yaitu perlunya empat prinsip manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan (aktuasi), dan pengawasan (pengendalian) dalam pengembangan destinasi wisata Kampoeng Djadhoel di Kota Semarang.

1.5.4 Perencanaan Strategis

Agar proses penerapan suatu program atau kebijakan dapat berjalan sesuai protokol dan mencapai tujuan secara efektif, diperlukan proses perencanaan hingga evaluasi. Proses ini terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen. Oleh karena itu, diperlukan rencana strategis. Proses penilaian, pengembangan, dan penerapan rencana untuk melawan bahaya atau memanfaatkan peluang dikenal sebagai perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah untuk memungkinkan perusahaan mengevaluasi situasi internal dan eksternal secara objektif sehingga mereka siap untuk meramalkan perubahan masa depan dalam lingkungan eksternal. Perencanaan strategis, menurut (Olsen & Eadie, 2005) adalah upaya terorganisasi untuk membuat pilihan dan tindakan signifikan yang membangun dan memandu identitas organisasi, kegiatan yang dilakukannya, dan alasan di balik pelaksanaannya. Proses menentukan tujuan organisasi, membuat strategi, kebijakan, dan program strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan

tersebut, dan menentukan bagaimana strategi dan kebijakan ini dapat diimplementasikan dengan sukses dikenal sebagai perencanaan strategis (Handoko, 2009). Menurut kedua definisi ahli tersebut, perencanaan strategis adalah prosedur perencanaan jangka panjang yang dimaksudkan untuk menetapkan dan mencapai tujuan perusahaan. Lebih jauh, perencanaan strategis dipandang sebagai rencana jangka panjang yang lengkap dengan cakupan yang lebih luas.

Landasan teoritis perencanaan strategis sebagaimana diutarakan oleh Olsen dan Eadie dalam (Bryson, 2005) digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini adalah langkah-langkah yang disarankan untuk menerapkan perencanaan strategis:

1. Melakukan inisiasi dan menyetujui suatu proses perencanaan strategis

Bertujuan untuk mencapai kesepakatan pada semua inisiatif perencanaan strategis dan tahap perencanaan dengan para pengambil keputusan atau pembuat opini internal dan eksternal. Sasaran perencanaan, langkah-langkah proses, format dan jadwal pelaporan, peran dan tanggung jawab anggota tim, dan komitmen sumber daya manusia terhadap keberhasilan perencanaan strategis semuanya harus tercakup dalam kesepakatan ini..

2. Menetapkan misi organisasi

Mandat organisasi merupakan ketentuan hukum yang tertuang dalam undang-undang atau peraturan yang menjadi landasan keberadaan organisasi publik. Memahami mandat sangat penting dalam perencanaan strategis guna menghindari penyimpangan dalam proses pengambilan keputusan.

3. Berikan penjelasan yang lebih menyeluruh tentang tujuan dan prinsip organisasi

Pernyataan misi organisasi menguraikan tujuan masa depan pada organisasi yang harus dipenuhi melalui layanan atau kegiatan. Pernyataan misi organisasi berguna dalam menguraikan alasan di balik pembentukannya serta hasil yang diinginkan. Sebagai budaya kerja, nilai-nilai organisasi terkait dengan sesuatu yang dapat diukur dan mengandung kebaikan atau kebenaran mengenai perilaku dalam organisasi. Nilai-nilai ini penting untuk diterapkan saat membuat keputusan dan melaksanakan kegiatan organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

4. Mengevaluasi lingkungan internal dengan mengidentifikasi kelebihan dan kekurangannya

Ada beberapa aspek lingkungan internal organisasi yang sebagian besar berada di bawah kendali manajemen dan memengaruhi pengambilan keputusan mereka. Peluang dan risiko yang harus dipertimbangkan saat menerapkan program yang akan dijalankan organisasi juga terkait dengan analisis lingkungan internal ini.

Analisis internal terdiri dari:

- a. Sumber Daya Manusia

Menurut (Dessler, 2020) sumber daya manusia merupakan suatu proses yang meliputi pengadaan, pelatihan, evaluasi, pemberian kompensasi, serta pengelolaan hubungan antar individu, kesehatan dan keselamatan, serta isu-isu keadilan yang berkaitan dengan para pekerja dalam organisasi.. Sedangkan menurut (Hasibuan, 2016) sumber daya manusia adalah kombinasi ilmu dan seni yang

mengelola hubungan serta peran tenaga kerja agar dapat berfungsi secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Berdasarkan kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia adalah penggerak utama dan merupakan sumber daya utama yang paling penting dalam organisasi, karena tanpa adanya sumber daya manusia yang handal, maka tujuan organisasi akan sulit bahkan tidak akan tercapai.

b. Dana/Anggaran

Menurut (Nafarin, 2007) anggaran merupakan rencana tertulis yang merinci kegiatan suatu organisasi dalam bentuk kuantitatif untuk periode tertentu, dan biasanya dinyatakan dalam satuan moneter. Sedangkan (Garrison, Noreen, & Brewer, 2007) menyatakan bahwa anggaran adalah rencana detail mengenai pengadaan dan penggunaan sumber daya keuangan serta *resource* lainnya dalam jangka waktu tertentu. Berdasarkan kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa anggaran adalah rencana yang dibuat oleh organisasi untuk masa depan dan dinyatakan dalam satuan jumlah uang.

c. Sarana dan Prasarana

Menurut (Moenir, 2006) fasilitas adalah berbagai macam peralatan yang berfungsi sebagai sarana utama untuk mencapai tujuan. Contohnya adalah toilet, tempat sampah, dan lain-lain. Sedangkan infrastruktur adalah berbagai macam alat yang berfungsi untuk mencapai tujuan, meskipun secara tidak langsung. Contohnya : keadaan lingkungan sekitar tempat wisata. Definisi lain yang dinyatakan oleh (Suwanto, 2004) mengenai sarana pariwisata ialah semua fasilitas yang

mendukung keberlangsungan dan perkembangan prasarana kepariwisataan, serta memberikan pelayanan kepada para wisatawan yang mengunjungi tempat wisata dan memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Fasilitas yang dibutuhkan di lokasi wisata untuk memenuhi kebutuhan pengunjung selama berwisata disebut sebagai fasilitas pariwisata. Jalan, energi, air, telepon, terminal, jembatan, dan sumber daya alam dan manusia lainnya merupakan bagian dari infrastruktur pariwisata yang dibutuhkan pengunjung selama mengunjungi lokasi wisata. Berdasarkan kedua definisi menurut para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa sarana dan prasarana dalam konteks pariwisata merupakan faktor penting sukses atau tidaknya destinasi pariwisata tersebut.

5. Menilai lingkungan eksternal dengan mempertimbangkan ancaman dan peluang.

Lingkungan eksternal adalah unsur-unsur di luar organisasi yang sebagian besar tidak dapat dikendalikan dan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan oleh pihak manajerial dalam suatu organisasi. Penilaian lingkungan eksternal juga berkaitan dengan melakukan identifikasi kepada kekuatan dan kelemahan serta aspek-aspek yang dapat membantu ataupun menghambat pelaksanaan dalam pencapaian tujuan dan misi organisasi. Adapun penilaian lingkungan eksternal dapat dilakukan pada beberapa aspek sebagai berikut:

- a. Faktor Sosial

Pertimbangan sosial harus diperhatikan ketika melaksanakan rencana tersebut. Keberagaman suku bangsa, agama, suku, pertumbuhan penduduk,

distribusi usia, dan pencapaian pendidikan masyarakat merupakan beberapa contoh dari unsur-unsur sosial tersebut (Mardiasmo, 2002). Sementara itu, keadaan sosial dan budaya dalam suatu komunitas di lokasi tertentu merupakan unsur-unsur penting dalam mendorong kemakmuran pertumbuhan pariwisata (Waani, 2016). Komponen sosial ini harus disertakan dalam semua proses pengambilan keputusan karena memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana komunitas tersebut menjalankan organisasi.

b. Faktor Politik

Perubahan dalam undang-undang dan peraturan, khususnya yang berkaitan dengan misi dan ruang lingkup organisasi, undang-undang pariwisata, serta stabilitas politik dan pemerintahan, merupakan faktor politik yang harus diperhitungkan saat mengadopsi manajemen strategis (Salusu, 2004:332).

c. Aspek Ekonomi

Menurut (Pearce & Robinson, 1997) Operasional pemerintahan sangat dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi suatu wilayah. Tren aspek ekonomi yang berkaitan dengan jenis dan arah sistem ekonomi tempat suatu organisasi beroperasi, tingkat pendapatannya, dan kecenderungan belanja penduduknya harus dipertimbangkan dalam perencanaan strategis.

d. Aspek Teknologi

Menurut (Pearce & Robinson, 1997) perusahaan perlu mengikuti perkembangan teknologi untuk mendorong inovasi dan mencegah ketertinggalan. Adaptasi teknologi akan memungkinkan terciptanya produk baru atau peningkatan

protokol layanan saat ini. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dan mengefisienkan pengelolaan kebutuhan pengembangan organisasi.

e. Partisipasi Masyarakat

Menurut (Sumarto, 2003) Partisipasi masyarakat adalah proses di mana suatu individu, ataupun kelompok sosial, dan organisasi berperan serta berkontribusi atau berpartisipasi dalam memengaruhi suatu perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kebijakan yang secara langsung akan berdampak pada kehidupan mereka.

f. Kelompok *Stakeholder*

Menurut (Freeman & McVea, 2001) *stakeholder* atau yang biasa disebut dengan pemangku kepentingan ialah suatu kelompok ataupun individu yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Dalam hal ini, *stakeholder* dianggap sebagai pihak utama yang berkeinginan untuk berpartisipasi dalam industri pariwisata.

6. Menentukan isu strategis organisasi.

Mulai dari misi, nilai, jumlah dan campuran barang dan jasa, pengeluaran, manajemen, dan keuangan organisasi semuanya dapat dipengaruhi oleh berbagai masalah strategis. Salah satu langkah terpenting dalam proses perencanaan strategis adalah mengidentifikasi berbagai masalah strategis. Bryson dalam (Utomo & Kalalo, 2002) konflik dalam bentuk apa pun merupakan komponen penting dalam mengenali berbagai isu strategis. Contoh konflik yang dimaksud meliputi target (apa), teknik (bagaimana), filosofi (mengapa), tempat (di mana), waktu (kapan),

dan pihak mana yang akan diuntungkan dan pihak mana yang akan dirugikan oleh pembuat keputusan (siapa).

7. Menyusun strategi untuk menangani berbagai isu pada organisasi

Untuk memulai proses pengembangan strategi, suatu organisasi harus mampu memeriksa keadaan terkini. Tujuan pembentukan strategi adalah untuk merencanakan masa depan jangka panjang organisasi. Penciptaan misi, tujuan, rencana, dan peraturan organisasi terkait dengan proses ini.

8. Mengembangkan visi organisasi yang efektif untuk masa depan.

Menurut (Wibisono, 2006) visi merupakan sekumpulan kalimat yang menggambarkan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin diwujudkan di masa depan. (Wibisono, 2006) juga menyatakan bahwa visi organisasi yang baik memiliki beberapa kriteria, yaitu mencerminkan cita-cita atau harapan perusahaan di masa depan; singkat, jelas, fokus, dan menjadi standar keunggulan; serta realistis dan sesuai dengan kompetensi dan kapabilitas yang organisasi miliki. Sedangkan (Kuncoro, 2006) menyatakan bahwa visi adalah sebuah pernyataan menyeluruh mengenai apa yang diinginkan oleh suatu organisasi, alasan keberadaan adanya organisasi tersebut, serta keyakinan atau gambaran tentang masa depan organisasi.. Berdasarkan kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa visi adalah suatu cita cita atau tujuan masa depan dari suatu organisasi, penciptaan visi organisasi yang efektif menjadi hal yang penting karena pondasi dari tujuan organisasi di masa depan akan tercantum pada visi organisasi tersebut.

1.5.5 Pariwisata

Menurut (Burkart, 2006). Pariwisata merupakan sebuah perjalanan sementara orang dari tempat satu ke tujuan di luar tempat tinggal dan tempat kerja mereka, serta mencakup berbagai kegiatan yang dilakukan selama mereka berada di lokasi tersebut. Menurut (Mathieson & Wall, 1982), bahwa pariwisata adalah aktivitas perjalanan sementara orang ke destinasi di luar tempat tinggal dan tempat kerja mereka, di mana mereka melakukan berbagai kegiatan serta mempersiapkan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka selama berada di lokasi tersebut. (Richardson & Fluker, 2004) menyatakan bahwa Pariwisata mencakup ide dan pandangan yang dimiliki orang-orang yang memengaruhi keputusan mereka mengenai perjalanan, termasuk tujuan yang akan dikunjungi (dan yang tidak akan dikunjungi) serta aktivitas yang akan dilakukan atau dihindari. Selain itu, hal ini juga berkaitan dengan cara mereka berinteraksi dengan wisatawan lain, penduduk lokal, dan para staf pelayan yang bertugas. Ini adalah manifestasi perilaku dari ide dan pandangan tersebut. (Weaver & Oppermann, 2000) Seluruh fenomena dan hubungan yang dihasilkan dari interaksi wisatawan, pemerintah daerah, bisnis, masyarakat, akademisi, dan organisasi non-pemerintah dalam proses menarik, mengangkut, menyambut, dan mengelola wisatawan dan pengunjung lainnya disebut sebagai pariwisata. Tidak ada definisi yang paling benar di antara semuanya, namun menurut beberapa definisi yang diberikan di atas, tetapi ada beberapa elemen mendasar yang diterima secara luas sebagai bagian dari bidang pariwisata, khususnya pariwisata internasional.

Berikut ini adalah beberapa elemen tersebut:

1. *Traveler*, adalah orang yang melakukan perjalanan antara dua atau lebih destinasi wisata.
2. *Visitors*, adalah orang yang pergi ke suatu tempat selain kota asal mereka untuk jangka waktu kurang dari satu tahun tanpa bermaksud mencari nafkah di sana atau berpartisipasi dalam kegiatan yang menghasilkan pendapatan.
3. *Tourist*, adalah pengunjung yang tinggal di destinasi tersebut setidaknya selama satu malam (24 jam).

Berikut adalah beberapa unsur pokok yang ada di setiap definisi para ahli, yaitu:

1. Perpindahan orang atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain merupakan komponen perjalanan yang esensial.
2. Ada komponen "tempat tinggal sementara" di tempat yang berbeda dari tempat tinggal khas orang atau kelompok tersebut.
3. Pada tempat tujuan, tujuan utama perpindahan individu atau kelompok bukanlah untuk bekerja atau mencari nafkah.

Menurut (Mill & Morisson, 1985) Ada beberapa variabel sosial ekonomi yang mempengaruhi permintaan pariwisata, yaitu:

1. Usia

Jumlah waktu luang dan aktivitas yang sesuai dengan usia merupakan dua bagian dari hubungan antara pariwisata dan usia. Lebih jauh, populasi yang lebih tua dan lebih muda juga memiliki kebiasaan konsumsi yang berbeda.

2. Penghasilan

Penghasilan adalah faktor utama yang mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata. Selain karena biaya perjalanan itu sendiri, wisatawan juga perlu mengeluarkan sejumlah uang untuk menikmati layanan yang tersedia di destinasi wisata serta untuk melakukan seluruh aktivitas yang akan dilakukan selama perjalanan wisata.

3. Tingkat Pendidikan

Jenis waktu luang yang digunakan untuk memilih liburan dipengaruhi oleh tingkat pendidikan seseorang. Selain itu, pendidikan merupakan pendorong utama untuk bepergian. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan seseorang memengaruhi sudut pandang mereka dan memberi mereka pilihan tambahan untuk tempat-tempat yang akan dikunjungi.

1.5.6 Pengembangan Pariwisata

Anindita (2015) menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha untuk meningkatkan atau mengembangkan daya tarik wisata agar lebih baik dan menarik dari segi lokasi dan segala aspeknya agar dapat menarik wisatawan.

Berikut ini adalah unsur-unsur pengembangan pariwisata:

1. Atraksi, merupakan daya tarik yang timbul yang berasal dari kondisi alam, objek buatan manusia, ataupun unsur budaya.
2. Transportasi, adalah faktor yang memengaruhi arus wisatawan serta perkembangan akomodasi.

3. Fasilitas Pelayanan, merujuk pada penyediaan berbagai fasilitas dan layanan yang sesuai dengan perkembangan.
4. Infrastruktur, berfungsi untuk mendukung layanan dan fasilitas tambahan. Pembangunan infrastruktur juga dapat memberikan manfaat secara tidak langsung bagi masyarakat setempat.

Syamsuridjal dalam Sinaga (2010) berpendapat bahwa destinasi pariwisata dapat dikembangkan apabila memiliki unsur-unsur sebagai berikut :

1. *Attraction* atau ciri khas, adalah keunikan dan daya tarik yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut.
2. *Accessibility* atau aksesibilitas, merujuk pada kemudahan untuk mencapai destinasi wisata itu (kemudahan akses).
3. *Amenity* atau Fasilitas Pendukung, adalah sarana yang tersedia di area objek wisata, seperti penginapan, restoran, tempat parkir, dan lain lain.
4. *Institution* atau Kelembagaan, adalah lembaga atau organisasi yang mengelola destinasi pariwisata tersebut.

1.5.7 Faktor Internal Pariwisata

Faktor internal pariwisata adalah aspek aspek yang berada di dalam suatu destinasi pariwisata dan dapat dikelola oleh pihak pengelola pariwisata, pemerintah daerah, ataupun pemilik fasilitas pariwisata. Faktor internal merupakan sumber daya pada suatu destinasi pariwisata yang akan menentukan kekuatan dan kelemahan suatu destinasi pariwisata. Fungsi dari mengetahui faktor internal pariwisata adalah untuk mengetahui kondisi lingkungan internal suatu destinasi

pariwisata agar memudahkan untuk menentukan penentuan strategi yang akan diformulasikan nantinya. Beberapa aspek yang termasuk kedalam faktor internal pariwisata diantaranya sebagai berikut:

1. Atraksi

Atraksi dalam pariwisata merujuk pada objek wisata, tempat, atau aktivitas yang menarik bagi pengunjung. Atraksi pariwisata dapat berupa alam, budaya, sejarah, atau rekreasi yang dirancang untuk menarik perhatian dan minat pengunjung. Daya tarik suatu destinasi atau atraksi wisata merupakan salah satu hal yang mampu menarik minat orang untuk datang dan melihatnya sendiri.

2. Sumber Daya Manusia (SDM)

Pentingnya manajemen dan karyawan yang kompeten untuk menjamin keberhasilan ekonomi menunjukkan pentingnya sumber daya manusia dalam industri pariwisata. Karena faktor-faktor ini berdampak langsung pada standar pengalaman pengunjung dan pemanfaatan sumber daya alam yang berkelanjutan, manajemen, dedikasi, dan keahlian yang efektif sangat penting bagi keberhasilan organisasi pariwisata. Lebih jauh, sumber daya manusia sangat penting dalam proses pengambilan keputusan wisatawan lokal karena daya tarik destinasi dapat dipengaruhi oleh mutu layanan yang diberikan dan ketersediaan staf yang berkualifikasi.

3. Dana/Anggaran

Pendanaan dan penganggaran yang memadai diperlukan untuk pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur pariwisata, pemasaran, dan

kegiatan penting lainnya yang mendukung aktivitas pariwisata. Ketersediaan modal merupakan kendala penting bagi banyak bisnis pariwisata, yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk terus tumbuh dan mampu bersaing. Anggaran yang cukup dapat memungkinkan pengelolaan pariwisata untuk meningkatkan fasilitas, meningkatkan kualitas layanan, dan mengembangkan atraksi baru. Sedangkan anggaran yang kurang mencukupi dapat menghambat pertumbuhan dan inovasi dalam industri pariwisata.

4. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan komponen fundamental yang menjadi daya tarik suatu destinasi pariwisata. Hal ini mencakup ketersediaan fasilitas, kondisi lingkungan, dan aksesibilitas. Infrastruktur juga mencakup sistem lalu lintas dan transportasi, yang secara signifikan dapat mempengaruhi tingkat perkembangan pariwisata di suatu wilayah. Pembangunan infrastruktur seringkali menjadi pertimbangan kebijakan utama untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi pariwisata.

1.5.8 Faktor Eksternal Pariwisata

Faktor eksternal pariwisata merujuk pada berbagai elemen dan kondisi di luar kontrol langsung dari industri pariwisata yang dapat mempengaruhi kinerja dan pertumbuhannya. Faktor-faktor ini mencakup berbagai aspek yang berada di luar operasional langsung dari pariwisata, namun memiliki dampak yang signifikan terhadap industri pariwisata. Faktor eksternal merupakan sumber daya pada suatu destinasi pariwisata yang akan menentukan peluang dan ancaman suatu destinasi

pariwisata. Fungsi dari mengetahui faktor eksternal pariwisata adalah untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal suatu destinasi pariwisata agar memudahkan untuk melakukan pengambilan keputusan atas peluang dan ancaman yang berpotensi terjadi pada masa sekarang ataupun pada masa yang akan datang. Beberapa aspek faktor eksternal pariwisata diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi dalam konteks pariwisata mencakup kondisi ekonomi nasional dan global yang dapat mempengaruhi industri pariwisata. Misalnya, tingkat inflasi, pengangguran, dan pertumbuhan ekonomi semuanya dapat berdampak pada kapasitas wisatawan untuk bepergian dan memanfaatkan dana mereka untuk mendukung sektor perjalanan dan pariwisata. Kondisi ekonomi yang stabil dan kuat dapat meningkatkan daya tarik pariwisata, sedangkan kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mengurangi bahkan menghilangkan daya tarik dan pertumbuhan industri pariwisata. Sebagai contoh pada saat pandemi Covid-19 yang lalu sempat menyebabkan *collapse* ekonomi secara global, mengakibatkan sangat banyak sekali destinasi pariwisata yang terpaksa harus menutup secara sementara maupun permanen karena ketidakmampuan para pengelola ataupun pemilik destinasi pariwisata untuk melakukan pemeliharaan secara berkelanjutan yang disebabkan tidak adanya roda perputaran ekonomi / aktivitas ekonomi yang berlangsung selama pandemi.

2. Faktor Politik

Faktor politik mencakup kebijakan pemerintah dan regulasi yang mempengaruhi industri pariwisata. Misalnya, kebijakan pajak, kebijakan lingkungan, dan kebijakan imigrasi dapat mempengaruhi aksesibilitas dan kenyamanan para wisatawan. Kebijakan yang mendukung dan memfasilitasi pariwisata dapat meningkatkan daya tarik dan pertumbuhan industri, sementara kebijakan yang tidak mendukung dapat menghambat pertumbuhan dan inovasi dalam industri pariwisata.

3. Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup nilai budaya dan perilaku masyarakat yang mempengaruhi industri pariwisata. Misalnya, nilai-nilai sosial yang mendukung pariwisata seperti kebersamaan dan toleransi, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan. Budaya dan tradisi lokal juga dapat menjadi atraksi untuk wisatawan. Faktor sosial yang beragam dan kaya dapat menjadi daya tarik unik bagi wisatawan dan pariwisata itu sendiri.

4. Faktor Teknologi

Faktor teknologi mencakup penggunaan teknologi dalam operasional dan pemasaran pariwisata. Misalnya, penggunaan media sosial, aplikasi perjalanan, dan teknologi informasi lainnya yang dapat meningkatkan keterlibatan wisatawan dalam mempromosikan pariwisata. Teknologi yang inovatif dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan. Faktor teknologi yang berkembang pesat dapat menciptakan peluang baru dalam industri pariwisata.

5. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat merujuk pada keterlibatan dan kontribusi masyarakat lokal dalam industri pariwisata. Misalnya, partisipasi masyarakat dalam pengembangan atraksi wisata, pelestarian budaya, dan pelayanan kepada wisatawan dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik pariwisata. Partisipasi masyarakat yang aktif dapat menciptakan nilai tambah bagi industri pariwisata.

6. Keterlibatan *Stakeholder*

Keterlibatan *stakeholder* mencakup interaksi dan kerjasama antara pariwisata dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan dalam industri ini, seperti pemerintah, bisnis, komunitas, dan masyarakat. Keterlibatan yang baik dapat menciptakan sinergi dan mempromosikan pertumbuhan bersama. *Stakeholder* yang terlibat dan berkolaborasi dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik pariwisata.

1.5.9 Alat Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Saat membuat perencanaan strategis, analisis SWOT merupakan strategi, pendekatan, atau kerangka kerja yang biasanya digunakan untuk menilai posisi orang, organisasi, atau produk. Ancaman, Peluang, Kelemahan, dan Kekuatan merupakan akronim SWOT. Karena analisis SWOT dapat mengungkap area peluang, tempat yang dapat dikembangkan, dan area yang mungkin berisiko, para peneliti menggunakannya sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Analisis SWOT dalam penelitian ini akan mencakup kekuatan dan kelemahan internal destinasi

wisata Kampong Djadhoel serta potensi ancaman dan peluang eksternal. Analisis sektor internal memiliki kelebihan dan kekurangan. Kekuatan dikaitkan dengan manfaat atau kelebihan organisasi. Organisasi dapat memperoleh manfaat besar dari kekuatan ini dalam hal kemajuan dan nilai tambah. Di sisi lain, kerentanan organisasi adalah keterbatasan atau kekurangannya. Organisasi mungkin kehilangan nilai sebagai akibat dari kekurangan ini. Analisis sektor eksternal mencakup risiko dan peluang. Peluang dikaitkan dengan hal-hal yang berpotensi membantu perusahaan. Di sisi lain, ancaman dapat mengakibatkan kerugian atau menjadi hambatan dalam mencapai tujuan organisasi. Empat (empat) strategi—S-O (kekuatan-peluang), S-T (kekuatan-ancaman), W-O (kelemahan-peluang), dan W-T (kelemahan-ancaman)—dihasilkan ketika hasil analisis SWOT dimodifikasi ke dalam matriks SWOT. Strategi ini dapat diterapkan untuk atau meningkatkan pertumbuhan objek wisata.

Tabel 1.2 Matriks Analisis SWOT

Faktor	Strengths (S)	Weakness (W)
Internal	Mengidentifikasi sejumlah faktor yang menjadi kekuatan internal suatu organisasi	Mengidentifikasi beberapa faktor yang merupakan kelemahan internal suatu organisasi
Faktor Eksternal	Strategi SO Menggunakan kekuatan dari faktor internal untuk memanfaatkan peluang pada faktor eksternal (<i>Comparative Advantage</i>)	Strategi WO Meminimalisir kekurangan untuk memanfaatkan peluang pada faktor eksternal (<i>Investment Divestment</i>)
Threats (T) Menentukan beberapa faktor yang dinilai sebagai ancaman	Strategi ST Menggunakan kekuatan untuk melawan ancaman (<i>Mobilization</i>)	Strategi WT (<i>Damage Control</i>) Meminimalisir kelemahan untuk menghadapi ancaman

Sumber : (Hamdani Kurniawan, 2008)

1. Strategi SO

Strategi ini didasarkan pada konsep keunggulan komparatif, yaitu gagasan untuk menggunakan semua kekuatan guna memanfaatkan peluang yang mungkin muncul.

2. Strategi ST

Dikenal sebagai mobilisasi, organisasi menggunakan kemampuannya untuk menghadapi bahaya yang sedang atau mungkin dihadapi di masa yang akan datang

3. Strategi WO

Strategi ini yang sering disebut sebagai divestasi investasi, dilakukan dengan meminimalkan kelemahan guna memanfaatkan peluang potensial.

4. Strategi WT

Pendekatan ini, yang disebut pengendalian kerusakan, berpusat pada langkah-langkah defensif yang berupaya mengurangi kerentanan saat ini dan menghindari bahaya.

1.5.10 Alat Ukur Isu Strategis

Sangat penting untuk meneliti isu-isu strategis guna memastikan bahwa isu-isu tersebut benar-benar penting bagi perusahaan/organisasi. Suatu isu dapat diklasifikasikan sebagai isu strategis setelah dievaluasi menggunakan metode analisis SWOT. Diperlukan alat ukur untuk menentukan apakah masalah tersebut termasuk dalam kategori strategis. Salah satu metode untuk mengetahui tingkat strategis suatu isu adalah Uji Litmus Bryson. Tabel berikut menampilkan hasil Uji Litmus Bryson.

Tabel 1.3 Daftar Pertanyaan Uji Litmus

No	Pertanyaan	Skor		
		Operasional-Strategis		
		1	2	3
1.	Kapan tantangan atau peluang isu-isu strategis akan dihadapi oleh sebuah organisasi?	Sekarang	Tahun Depan	Dua tahun/Lebih dari ini

2.	Seberapa luas isu tersebut 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 suber atau jumlah pajak	Tidak		Ya
	c. Perubahan signifikan dalam ketetapan perubahan peraturan perundang undangan?	Tidak		Ya
	d. Penambahan atau perubahan fasilitas?	Tidak		Ya
	e. Penambahan staf 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.	Apa konsekuensi yang akan terjadi jika	Tidak efisiensi	Kekacauan pelayanan,	Kekacauan pelayanan jangka Panjang

	isu tersebut tidak segera ditangani?		kehilangan sumber dana	dan biaya besar/merosotnya penghasilan
8.	Seberapa banyak organisasi/instansi lain yang terlibat dalam pemecahan isu tersebut?	Tidak ada	Satu sampai tiga	Empat atau lebih
9.	Bagaimana sensitivitas isu ini terkait dengan nilai masyarakat, sosial, politik, agama, dan budaya?	Lunak	Sedang	Keras

Sumber: (Bryson, 2016)

Uji Litmus pada tabel diatas digunakan untuk mengukur tingkat strategis suatu isu yang ada. Setiap isu ayng akan diidentifikasi diujikan menggunakan 13 pertanyaan dengan *range* nilai 1 sampai 3, dimana nilai 1 untuk menunjukkan isu yang bersifat operasional, nilai 2 untuk menunjukkan isu yang bersifat cukup strategis, dan skor 3 untuk menunjukkan isu yang sangat strategis. Setelah mengidentifikasi isu isu yang ada, kemudian ditotalkan keseluruhan nilai yang akan menghasilkan penilaian sebagai berikut:

Apabila total nilai antara 13-21 maka isu termasuk kedalam kategori kurang strategis. Apabila total nilai antara 22-30 maka isu termasuk ke dalam kategori cukup strategis. Apabila total nilai 31 atau lebih maka isu tersebut dapat dikategorikan sangat strategis.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian di lapangan, maka perlu mengoperasionalkan setiap konsep yang digunakan untuk menggambarkan

perilaku atau gejala yang dapat diamati dengan kata-kata yang dapat diuji dan diketahui kebenarannya(Singarimbun, 1981). Hal ini karena operasionalisasi konsep merupakan salah satu unsur penelitian yang menunjukkan bagaimana suatu variabel diukur. Proses perencanaan jangka panjang dalam penelitian ini memerlukan pendekatan pengembangan yang strategis agar dapat menetapkan dan mencapai tujuan. Berikut ini adalah uraian proses perencanaan:

1. Analisis Lingkungan Internal

- a. Atraksi

Atraksi yang ada pada destinasi pariwisata Kampoeng Djadhoel berupa wisata budaya dimana pemukiman warga yang seluruh wilayahnya bercorak batik. Mulai dari tembok tembok sekitar pemukiman warga, sampai ke lingkungan rumah para warganya-pun bermotifkan bermacam macam batik. Tidak hanya penampilan semata, mereka juga menyediakan berbagai macam motif batik yang siap diperjual-belikan.

- b. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia yang ada pada destinasi pariwisata Kampoeng Djadhoel adalah para pengelola destinasi wisata di Kampoeng Djadhoel yaitu warga sekitar Kampoeng Djadhoel

- c. Dana/Anggaran

Dana dan Anggaran yang didapat oleh pengelola wisata destinasi pariwisata Kampoeng Djadhoel berasal dari CSR-PLN dan dana pribadi dari masing masing pengelola destinasi pariwisata.

d. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana Kampoeng Djadhoel merupakan hasil kerja sama antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, pemerintah daerah setempat, dan pengelola pariwisata.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

a. Faktor ekonomi

Faktor ekonomi yang mempengaruhi kondisi pariwisata di Kampoeng Djadhoel dapat disebabkan oleh kondisi ekonomi dari para warga Kota Semarang maupun kondisi ekonomi di Indonesia secara nasional dan bahkan kondisi ekonomi secara global. Karena stabilitas ekonomi menjadi pengaruh utama antara meningkatnya maupun berkurangnya minat wisatawan untuk menggunakan uang mereka untuk mengunjungi suatu destinasi pariwisata.

b. Faktor Politik

Kebijakan atau pembatasan yang diterapkan oleh pemerintah daerah terkait, dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang melalui Walikota Semarang, dapat berdampak politis terhadap situasi pariwisata Kampoeng Djadhoel. Misalnya, terkait izin usaha, undang-undang lingkungan, atau perpajakan.

c. Faktor Sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi kondisi pariwisata di Kampoeng Djadhoel dapat disebabkan oleh perilaku masyarakat sekitar ataupun nilai nilai

budaya yang masih melekat didalamnya. Misalnya, nilai nilai toleransi maupun sikap ramah-tamah yang diperlihatkan oleh para pengelola destinasi pariwisata kepada para wisatawan yang membuat para wisatawan menjadi nyaman untuk berkeliling di sekitar wilayah Kampoeng Djadhoel.

d. Faktor Teknologi

Faktor teknologi yang mempengaruhi kondisi pariwisata di Kampoeng Djadhoel disebabkan oleh pengaruh sosial media terhadap kesadaran calon wisatawan yang hendak berkunjung ke Kota Semarang menjadi tertarik juga untuk mengunjungi Kampoeng Djadhoel. Misalnya, melalui sosial media *Instagram* ataupun *TikTok* dan *YouTube*.

e. Partisipasi Masyarakat

Contoh partisipasi masyarakat mempengaruhi kondisi pariwisata di Kampoeng Djadhoel misalnya adalah warga masyarakat sekitar ikut andil berpartisipasi dalam mengembangkan destinasi pariwisata Kampoeng Djadhoel secara langsung maupun tidak langsung.

f. Keterlibatan *Stakeholder*

Interaksi atau kolaborasi antara pengelola pariwisata dengan pihak swasta yang ingin mendirikan usaha di kawasan Kampoeng Djadhoel merupakan contoh peran pemangku kepentingan yang berdampak pada kondisi pariwisata di Kampoeng Djadhoel. Partisipasi yang efektif selanjutnya dapat mendorong kolaborasi dan memasarkan Kampoeng Djadhoel secara langsung maupun tidak

langsung, yang pada akhirnya akan meningkatkan standar dan daya tarik pariwisata.

3. Menetapkan dan Mengembangkan Kepentingan Strategi
4. Penilaian Isu-isu Strategis
5. Mengembangkan Kepentingan Strategis

1.7 Argumen Penelitian

Argumen penelitian mencakup jawaban atau rumusan masalah yang ada, sesuai dengan teori-teori yang terdapat dalam literatur, dan disusun berdasarkan kerangka pemikiran teoritis. Kaitannya dengan penelitian ini yaitu dalam rangka strategi pengembangan destinasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang belum tentu menyelesaikan permasalahan yang ada, tetapi strategi pengembangan pariwisata melalui partisipasi masyarakat dan *stakeholders* terkait mungkin bisa menjadi solusi untuk pengembangan destinasi pariwisata di Kampoeng Djadhoel Kota Semarang. Dalam upayanya, tentu saja tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya dukungan atau kerjasama dengan pihak lain. Berbagai lembaga harus berkolaborasi untuk meningkatkan potensi destinasi pariwisata, seperti kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan para *stakeholders* terkait.

1.8 Metode Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2014) metode penelitian merupakan cara pengumpulan data untuk penggunaan atau aplikasi tertentu dalam ilmu pengetahuan. pendekatan ilmiah adalah pendekatan yang di dalamnya upaya penelitian didasarkan pada

kualitas ilmiah yang rasional, empiris, dan sistematis. Ketika penelitian dilakukan secara logis dan dapat dipahami oleh akal manusia, maka penelitian tersebut dikatakan rasional. Bukti empiris menunjukkan bahwa teknik yang digunakan dapat dilihat oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat melihat dan memahaminya. Ketika suatu proses penelitian bersifat sistematis, maka proses tersebut mengikuti serangkaian langkah-langkah yang logis. Sudut pandang ini mengarah pada kesimpulan bahwa data penelitian tersebut sistematis, empiris (dapat diamati), dan logis, serta memenuhi standar-standar tertentu, seperti validitas. Validitas menunjukkan tingkat kesesuaian antara data yang berhasil diperoleh peneliti dengan data yang benar-benar terjadi pada objek.

1.8.1 Desain Penelitian

Menurut (Newman & Benz, 1998) ada tiga kategori penelitian, yaitu: teknik campuran, kualitatif, dan kuantitatif. Pada kenyataannya, ketiga metode ini saling terkait dan menghasilkan hasil yang berbeda. Untuk menggambarkan dan mengilustrasikan fakta, ciri, dan hubungan yang muncul dalam pengembangan destinasi wisata di Kampoeng Djadhoel, Kota Semarang secara akurat, faktual, dan metodis, pendekatan kualitatif deskriptif akan digunakan dalam penelitian ini.

1.8.2 Lokasi Penelitian

Situs/lokus penelitian disebut sebagai lokasi penelitian. Peneliti memilih Kampoeng Djadohel, Kampung Batik, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah sebagai lokasi fokus penelitian.

1.8.3 Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan narasumbernya. Pemerintah, sektor swasta dan pemangku kepentingan terkait, serta masyarakat merupakan beberapa pihak yang turut berpartisipasi dalam penelitian ini sebagai informan. Pihak-pihak tersebut meliputi :

1. Kepala Bagian Kelembagaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang
2. Ketua Pokdarwis Kampoeng Djadhoel
3. Masyarakat Setempat yang bekerja sebagai pembatik, penjual, dan RT/RW
4. Pengunjung Destinasi Pariwisata Kampoeng Djadhoel Kota Semarang

1.8.4 Jenis Data

Untuk mendeskripsikan rencana pengembangan destinasi wisata Kampoeng Djadhoel di Kota Semarang, dalam penelitian ini peneliti menggunakan data kualitatif, yaitu data tertulis.

1.8.5 Sumber Data

Deskripsi data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Data Primer

Data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya disebut data primer. Untuk keperluan penelitian ini, dilakukan observasi lapangan dan wawancara

dengan menggunakan serangkaian pertanyaan yang akan diajukan kepada informan tentang rencana pengembangan destinasi wisata Kampoeng Djadhoel di Kota Semarang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi pustaka atau penelitian kepustakaan yang relevan dengan masalah yang diteliti. Data statistik instansi pemerintah yang berwenang, berita, dan telaah pustaka dari jurnal-jurnal terkait merupakan sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Berikut ini adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini:

1. Studi Lapangan (Observasi)

Pendekatan pengumpulan data ini melibatkan pengamatan dan pendokumentasian secara metodis terhadap subjek penelitian. Metode ini digunakan oleh peneliti untuk memudahkan pengumpulan data di lapangan di kemudian hari.

2. Wawancara (*interview*)

Strategi pengumpulan data ini menggunakan tanya jawab, yang dapat dilakukan secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui responden). (Abdurrahman & Muhidin, 2011). Dalam penelitian ini, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Pengelola Kampoeng Djadhoel,

penduduk setempat, dan pemangku kepentingan terkait diwawancarai secara langsung.

3. Dokumen

Berisi catatan sejarah tentang apa yang telah terjadi. Dokumen merupakan informasi yang diperoleh dari dokumen nyata yang berkaitan dengan topik penelitian. Metodologi dokumen ini merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan cara mencari dan menemukan bukti-bukti yang berkaitan dengan rencana pengembangan Kampoeng Djadhoel Kota Semarang.

1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Proses pengolahan data, pengorganisasian, pemilahan, pengelolaan, serta pencarian dan penemuan pola yang berhubungan dengan topik-topik penting yang diteliti dikenal sebagai analisis data dalam penelitian kualitatif. Tahap-tahap penelitian ini menggunakan:

a. Pengumpulan Data

Upaya pengumpulan data yang diperlukan berdasarkan temuan-temuan pengumpulan data.

b. Reduksi Data

Untuk berkonsentrasi pada unsur-unsur penting dari topik-topik penting.

c. Penyajian Data

Untuk memudahkan peneliti dan pembaca memahami isu-isu dan metode untuk mengatasinya, data yang dipadatkan dituangkan ke dalam uraian yang ringkas dalam bentuk grafik, tabel, diagram, dan sebagainya.

d. Penarikan Kesimpulan

Pembuatan kesimpulan berdasarkan temuan-temuan pemeriksaan rumusan masalah yang diberikan.

1.8.8 Kualitas Data

Dalam penelitian kualitatif, evaluasi kualitas data merupakan hal yang krusial. Tujuan dari prosedur ini adalah untuk mengevaluasi tingkat keandalan temuan penelitian yang dilakukan. Pemeriksaan kualitas data perlu dilakukan dengan cermat dan dengan metode yang tepat. Untuk menjamin keabsahan data yang dikumpulkan untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Menurut Patton dalam (Moleong, 2010) Triangulasi merupakan metode untuk memverifikasi kebenaran data dengan menggunakan metode tambahan, triangulasi dengan sumber mengacu pada evaluasi dan perbandingan tingkat keandalan data yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai metode dan periode dalam penelitian kualitatif. Metode-metode berikut dapat digunakan untuk mencapai hal ini:

- a. Membandingkan data observasi dan wawancara
- b. Membandingkan pernyataan publik dan pribadi

- c. Membandingkan pernyataan yang dibuat tentang situasi penelitian dengan pernyataan yang dibuat secara konsisten
- d. Membandingkan keadaan dan sudut pandang individu dengan orang lain, termasuk orang biasa, mereka yang berpendidikan menengah atau tinggi, mereka yang bekerja di pemerintahan, dan mereka yang bekerja di sektor swasta
- e. Memeriksa isi dokumen terkait dengan membandingkan hasil wawancara.