

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan bentuk pemanfaatan sumber daya alam yang memiliki potensi ekonomi tinggi bagi daerah yang mengembangkannya sebagai tujuan wisata. Menurut Bank Indonesia, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang efektif dalam meningkatkan devisa negara. Hal ini tidak hanya disebabkan oleh dampak ekonomi yang dihasilkan, tetapi juga karena pariwisata mampu menumbuhkan rasa bangga dan kepedulian masyarakat terhadap identitas kebangsaan. Kontribusi sektor ini melalui aktivitas perdagangan, perhotelan, dan restoran terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun (Santi 2021).

Indonesia, sebagai negara kepulauan, memiliki sumber daya alam yang mencakup laut, sungai, pantai berpasir, dan daratan, yang dapat dimanfaatkan sebagai potensi wisata daerah. Setiap wilayah memiliki keindahan alam yang unik dan beragam, yang seharusnya dapat berkontribusi dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) guna mencapai kemandirian ekonomi daerah. Tantangan utamanya adalah bagaimana mempromosikan potensi wisata alam tersebut agar dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai aset strategis yang mendukung pembangunan berkelanjutan di berbagai daerah di Indonesia. Pariwisata alam tidak hanya menjadi daya tarik wisata tetapi juga berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan masyarakat.

Pengelolaan yang baik membutuhkan kreativitas serta inovasi agar wisata alam dapat berkembang secara berkelanjutan. Manajemen pariwisata merupakan bagian dari industri yang harus dirancang secara strategis sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pemerintah untuk mengoptimalkan pengembangan daerah melalui sektor wisata.

Hukum yang menjadi fondasi utama dalam pengelolaan sektor pariwisata di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Regulasi ini mencakup berbagai hal penting, seperti pengertian pariwisata, bentuk-bentuk usaha yang bergerak di bidang tersebut, peran pihak-pihak yang berkepentingan, serta mekanisme pembinaan dan pengawasan kegiatan wisata. Pemahaman terhadap regulasi ini menjadi krusial untuk mendorong praktik pariwisata yang taat aturan, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dalam konteks pengembangan desa wisata, ruang lingkup yang dibahas dalam Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019 mencakup pembangunan sarana prasarana, penguatan struktur kelembagaan desa wisata, promosi, serta pengembangan kemitraan. Strategi pemasaran desa wisata yang diatur dalam regulasi tersebut diarahkan untuk dilakukan secara kolektif, terintegrasi, berkesinambungan, serta melibatkan seluruh pemangku kepentingan dengan pendekatan yang bertanggung jawab, guna membentuk citra destinasi desa wisata yang memiliki daya saing tinggi. Sejalan dengan itu, Perda Provinsi Jawa Tengah Nomor 10 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan 2012–2027 menjadi pedoman strategis

jangka panjang dalam pembangunan pariwisata di wilayah tersebut. Penguatan kerangka hukum dilakukan pula melalui Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 53 Tahun 2019 yang berfungsi sebagai petunjuk pelaksanaan dari Perda Nomor 2 Tahun 2019 tentang Pemberdayaan Desa Wisata. Pada Bab I Pasal 3 dalam Perda Nomor 2 Tahun 2019, dijelaskan bahwa tujuan dari pemberdayaan desa wisata antara lain: memberikan arahan pengelolaan wisata yang berbasis kearifan lokal dan selaras dengan rencana pembangunan daerah; menjamin pelestarian budaya masyarakat setempat; mendorong peningkatan taraf hidup masyarakat desa; serta membentuk tata kelola kepariwisataan yang profesional dan sinergis dalam mengembangkan destinasi, promosi, serta industri pariwisata secara menyeluruh.

Pengembangan pariwisata di Indonesia telah menjadi perhatian utama Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di bawah kepemimpinan Sandiaga Uno. Saat ini, berbagai produk industri pariwisata telah dipromosikan melalui berbagai media, termasuk platform digital seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Selain itu, langkah-langkah strategis yang dilakukan mencakup pengembangan atraksi wisata baru, pendirian pusat informasi wisata di luar negeri, pembangunan branding destinasi, serta pelaksanaan berbagai program promosi guna meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di tingkat global. Indonesia mempunyai banyak potensi destinasi wisata salah satunya di kabupaten Magelang, dimana jika berkunjung ke tempat tersebut bisa menjumpai berbagai pemandangan alam, termasuk perbukitan yang sangat indah. Berbicara tentang keindahan tempat wisata di Kabupaten Magelang Provinsi Jawa

Tengah memang tidak ada habisnya yang mana merupakan salah satu kebanggaan Indonesia dengan adanya keindahan alam dan kearifan lokal.

Sebagai salah satu provinsi di Pulau Jawa yang terletak di jalur perlintasan antara Provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur, Provinsi Jawa Tengah memiliki arus transportasi yang lebih besar melaluinya karena posisinya yang strategis. Provinsi Jawa Tengah memiliki banyak tempat wisata yang berbeda. Provinsi Jawa Tengah memiliki peluang yang sangat besar untuk menarik wisatawan untuk menghabiskan waktu lebih lama di tempat wisatanya karena banyaknya tempat wisata yang tersedia seperti yang ada di Kabupaten Magelang.

Kabupaten Magelang terletak di Jawa Tengah dan memiliki posisi yang sangat strategis. Hal ini karena Magelang berada di jalur utama transportasi yang menghubungkan Kabupaten Semarang-Kabupaten Magelang-Kabupaten Yogyakarta. Kota ini berada sekitar 75 km di selatan Semarang dan 43 km di utara Yogyakarta. Kabupaten ini dikelilingi oleh pegunungan dan bukit, seperti Gunung Merapi, Merbabu, Sumbing, Sindoro, Andong, serta terdapat juga Pegunungan seperti Menoreh. Kondisi geografis ini memberikan Kabupaten Magelang beragam daya tarik wisata, termasuk kesenian, kebudayaan, industri kerajinan, serta makanan khas daerah. Dengan potensi tersebut, letak Kabupaten Magelang sangat strategis untuk pengembangan sektor pariwisata.

Jumlah Wisatawan Menurut Obyek Wisata di Kota Magelang (Orang)			
Wisatawan Domestik		Wisatawan Mancanegara	
2022	2023	2022	2023
721.893	745.169	93	346

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Magelang Tahun 2022-2023

Sumber : BPS Kabupaten Magelang (diolah), 2025

Menurut data yang terdapat pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Magelang menunjukkan bahwa terjadi peningkatan selama periode 2022-2023. Pada tahun 2022, wisatawan domestik mencapai 721.893 pengunjung, sementara wisatawan mancanegara pada tahun 2022 tercatat hanya mencapai 93 pengunjung. Namun, pada tahun 2023 terjadi peningkatan jumlah wisatawan di kedua kategori wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Pada wisatawan domestik di tahun 2023 telah mencapai 745.169 pengunjung, sedangkan pada wisatawan mancanegara di tahun 2023 telah mencapai 346 pengunjung.

Data ini menunjukkan bahwa berbagai jenis destinasi wisata di Kabupaten Magelang mampu menarik perhatian wisatawan, baik yang tertarik pada keindahan alam, karya buatan manusia, maupun kekayaan budaya. Wilayah ini menawarkan ragam objek wisata yang cukup lengkap. Berdasarkan informasi dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga (Dispaspora), pada tahun 2022 terdapat total 51 destinasi

wisata di Magelang, terdiri dari 6 situs budaya, 24 objek wisata alam, 2 destinasi wisata minat khusus, 17 wisata buatan, dan 2 wisata religi.

Pemerintah daerah terus berupaya mendorong kemajuan desa-desa wisata di wilayah ini, mengingat Magelang memiliki aset budaya yang sangat penting, yaitu Candi Borobudur. Sebagai warisan sejarah yang mendunia, Borobudur menjadi magnet utama kunjungan wisata, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Sepanjang tahun 2023, Borobudur tercatat menerima kunjungan dari 1,2 juta wisatawan domestik dan 193.053 pengunjung internasional (BPS, 2024). Namun, sayangnya para wisatawan hanya berkunjung ke Candi Borobudur tanpa menikmati daerah di sekitar Candi. Salah satu wilayah di sekitar Candi Borobudur yang memiliki potensi besar adalah Kecamatan Borobudur.

Kecamatan Borobudur mencakup 20 desa dengan luas wilayah sekitar 54,55 km². Kecamatan ini terletak pada ketinggian 230–240 meter di atas permukaan laut. Secara geografis, wilayah ini berbatasan dengan Kecamatan Mertoyudan di utara, Kecamatan Tempuran dan Salaman di barat, Kecamatan Ngluwar di timur, serta Kecamatan Kalibawang di selatan (Arintoko et al., 2018). Keunikan serta karakter khas daerah di sekitar Candi Borobudur menjadi daya tarik tersendiri bagi pemerintah daerah maupun pusat untuk mengembangkan kawasan ini lebih lanjut. Untuk meningkatkan durasi kunjungan wisatawan ke Borobudur, maka dilakukan pengembangan kawasan destinasi Borobudur. Pengembangan ini mencakup

pengembangan objek wisata di sekitar Candi Borobudur, termasuk pengembangan desa wisata.

Di wilayah Kecamatan Borobudur terdapat 20 desa yang seluruhnya telah ditetapkan sebagai desa wisata. Meskipun demikian, tingkat perkembangan masing-masing desa tidak seragam—beberapa masih dalam tahap awal pembangunan, sementara yang lain sudah menunjukkan kemajuan, bahkan ada yang telah mencapai status mandiri. Keragaman status ini mencerminkan perbedaan dalam kesiapan dan pengelolaan setiap desa sebagai destinasi wisata. Setiap desa wisata di kawasan ini pun memiliki daya tarik tersendiri, dengan keunggulan dan karakteristik yang berbeda antara satu dengan lainnya. Salah satu contoh yang menonjol adalah Desa Wisata Karangrejo, yang terletak sekitar 3,5 kilometer dari kawasan Candi Borobudur. Desa ini dikenal memiliki potensi pariwisata yang kuat dan menjadi salah satu destinasi unggulan di kecamatan tersebut (Zubaidah, 2022).

Menurut laporan Media Indonesia tertanggal 13 Maret 2021, Desa Wisata Karangrejo telah berhasil memperoleh pengakuan nasional melalui sertifikasi Desa Wisata Berkelanjutan yang diberikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Republik Indonesia. Penghargaan ini diberikan pada tahun 2021 sebagai bentuk pengakuan atas upaya desa dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat.

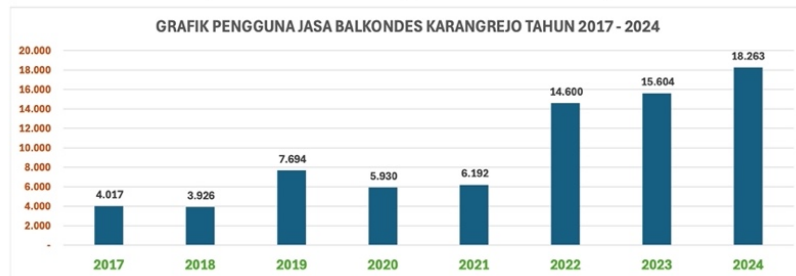
Desa Karangrejo, yang berada di Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah, memiliki beragam potensi wisata, baik dari segi keindahan alam maupun kekayaan budaya masyarakatnya. Namun, potensi desa ini masih kurang dikenal oleh banyak orang, sehingga berdasarkan data dari Balkondes Karangrejo membuktikan bahwa jumlah kunjungan wisatawan pun masih rendah. Desa Wisata Karangrejo dikenal memiliki kekayaan wisata alam yang menonjol, dengan dua lokasi favorit yakni Punthuk Setumbu dan Bukit Rhema. Selain panorama alam yang memikat, desa ini juga menawarkan berbagai paket wisata tematik bagi para pelancong. Pengalaman yang ditawarkan meliputi kegiatan edukatif seperti pelatihan membuat, memainkan alat musik tradisional gamelan, memasak hidangan khas lokal, serta menjelajahi desa menggunakan transportasi unik seperti andong, mobil klasik VW, atau sepeda ontel. Pengunjung pun dapat mengenakan busana tradisional untuk memperkuat nuansa desa, dan mengikuti aktivitas luar ruang seperti outbound (Kompas.com).

Lebih dari sekadar menikmati pemandangan dan berkeliling, para wisatawan juga diajak terlibat langsung dalam aktivitas keseharian warga. Mereka bisa ikut membuat berbagai produk lokal, seperti keripik ketela yang dikenal sebagai jet kolet, gula kelapa, jamu tradisional berbahan empon-empon, batik, kerajinan bambu ukir, hingga replika mini Candi Borobudur (Ahmad, 2022).



**GRAFIK PENGGUNA JASA BALKONDES KARANGREJO
TAHUN 2017 - 2024**

TAHUN	Resto	Homestay	PENGGUNA JASA
2017	3.927	90	4.017
2018	3.075	851	3.926
2019	5.783	1.911	7.694
2020	4.476	1.454	5.930
2021	4.336	1.856	6.192
2022	10.629	3.971	14.600
2023	11.410	4.194	15.604
2024	13.906	4.357	18.263



**Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan di
Desa Wisata Karangrejo Tahun 2017-2024**

Sumber : Admin Balkondes Karangrejo (diolah), 2025

Berdasarkan data yang terdapat di Balkondes Karangrejo menjelaskan adanya jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2017 hingga 2024 menunjukkan adanya tren peningkatan yang signifikan, terutama sejak tahun 2022. Meskipun jumlah pengunjung restoran dan homestay mengalami pertumbuhan, dinamika yang terjadi dalam beberapa tahun sebelumnya mengindikasikan adanya tantangan dalam pengembangan pariwisata di daerah ini.

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan pariwisata adalah meningkatkan jumlah wisatawan yang menginap di homestay. Meskipun ada pertumbuhan, jumlah pengguna homestay masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan pengguna restoran. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan cenderung hanya

berkunjung tanpa menginap, yang dapat mengurangi kontribusi sektor akomodasi terhadap perekonomian lokal. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan strategi yang dapat memperpanjang lama tinggal wisatawan, seperti promosi paket wisata yang lebih menarik dan peningkatan fasilitas homestay.

Selain itu, lonjakan signifikan jumlah pengguna jasa dari tahun 2022 hingga 2024 menunjukkan adanya potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut. Namun, peningkatan ini harus diimbangi dengan kesiapan infrastruktur dan pelayanan agar pengalaman wisatawan tetap positif. Jika tidak dikelola dengan baik, peningkatan jumlah pengunjung dapat menyebabkan berbagai masalah, seperti kepadatan wisata, penurunan kualitas layanan, dan dampak lingkungan yang negatif. Oleh karena itu, perencanaan berkelanjutan dalam pengelolaan pariwisata, termasuk peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan pengembangan fasilitas berbasis ekowisata, menjadi langkah penting untuk memastikan pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan di Balkondes Karangrejo.

Balai Ekonomi Desa, atau yang dikenal dengan Balkondes, merupakan inisiatif pemberdayaan yang dirancang untuk meningkatkan peran aktif masyarakat desa, khususnya yang berada di sekitar kawasan wisata populer, agar mereka dapat merasakan dampak ekonomi secara langsung dari aktivitas pariwisata. Program ini berjalan melalui dukungan dana dari skema Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan menjalin kerja sama antara BUMN sebagai sponsor atau pendamping—yang

bertindak atas nama Kementerian BUMN—dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai mitra lokal (Filia dan Alfirdaus, 2020).

Melalui Balkondes, diharapkan perekonomian masyarakat serta potensi desa dapat berkembang dan memiliki nilai jual, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan warga di setiap desa di Kecamatan Borobudur. Secara spesifik, Balkondes dirancang untuk mendorong pertumbuhan pariwisata di sekitar Candi Borobudur, memberikan kesempatan bagi warga desa untuk menggali, mempromosikan, dan mengembangkan potensi lokal mereka. Selain itu, Balkondes juga bertujuan sebagai destinasi wisata alternatif selain Candi Borobudur serta memperpanjang durasi kunjungan wisatawan dengan mengajak mereka menjelajahi desa-desa sekitar, sehingga turut mendukung program pemberdayaan masyarakat desa.

Pendirian Balkondes di Desa Wisata Karangrejo merupakan bagian dari strategi pengembangan yang mengandalkan dukungan pendanaan dari PGN. Melalui skema dana hibah sekitar Rp 4 miliar, PGN memberikan kontribusi terhadap pembangunan infrastruktur dan pengelolaan Balai Ekonomi Desa (Balkondes) Karangrejo. Menurut Rachmat Utama, Sekretaris Perusahaan PT PGN Tbk, inisiatif ini bertujuan untuk memperkuat sektor pariwisata lokal dan meningkatkan kunjungan wisatawan dengan menyediakan fasilitas homestay yang memadai.

Di wilayah sekitar Borobudur, termasuk Desa Karangrejo, upaya mengembangkan potensi pariwisata dilakukan melalui pembangunan Balkondes

sebagai pusat aktivitas ekonomi dan wisata masyarakat desa. Selain dukungan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat menjadi pilar utama pengelolaan wisata di desa ini, yang mengadopsi pendekatan *Community Based Tourism* (CBT). Dalam praktiknya, warga setempat terlibat langsung sebagai pelaku wisata, baik melalui pengelolaan usaha oleh BUMDes maupun melalui partisipasi dalam berbagai layanan wisata.

Penerapan prinsip CBT tidak hanya memperkuat keterlibatan masyarakat dalam sektor pariwisata, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya memanfaatkan budaya dan sumber daya lokal. Dengan memberikan masyarakat kontrol atas kegiatan wisata, konsep ini mendorong pemerataan pendapatan serta membangun sistem pengelolaan destinasi yang berkelanjutan. Inti dari pendekatan CBT adalah partisipasi aktif masyarakat desa dalam setiap tahap perencanaan, pelaksanaan, dan pengembangan pariwisata agar manfaatnya benar-benar kembali kepada komunitas lokal.

Selain mengembangkan desa wisata melalui Pembangunan Balai Ekonomi Desa (Balkondes), pengembangan juga dapat dilakukan dengan meningkatkan keterampilan *Community Based Tourism* (CBT). Misalnya, masyarakat lokal dapat dilatih menjadi pemandu wisata salah satunya dengan mengasah kemampuan berbahasa Inggris mengingat jumlah kunjungan mancanegara yang sudah mulai terjadi peningkatan dari tahun 2022-2023. Untuk mendukung hal ini, diperlukan stimulus

pemberdayaan guna menggali dan mengembangkan potensi keterampilan masyarakat desa.

Keterampilan Masyarakat lokal juga mendapatkan pelatihan terkait pengelolaan wisata maupun *hospitality*. Namun, terdapat hambatan agar Masyarakat tetap bisa mendapatkan pelatihan dari Pemerintah setempat. Pelatihan yang diberikan kepada sumber daya manusia (SDM) di Desa Wisata Karangrejo hingga saat ini masih belum dilakukan secara menyeluruh dan terstruktur. Pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan cenderung bersifat parsial dan hanya menyentuh permukaan persoalan, bahkan dalam beberapa kasus hanya menjadi kegiatan formalitas tanpa ada keberlanjutan atau tindak lanjut yang konkret. Proses pelatihan belum dirancang secara komprehensif dari hulu ke hilir, yakni mulai dari penggalian potensi desa, pengembangan produk, hingga strategi pemasaran dan distribusi. Akibatnya, pelatihan belum mampu menggali dan mengangkat kekhasan lokal desa, baik dari sisi kuliner, kerajinan tangan, maupun potensi budaya lainnya yang seharusnya bisa dikembangkan sebagai daya tarik utama (Edy, 2024).

Lebih jauh lagi, sampai saat ini Desa Karangrejo belum memiliki produk unggulan yang benar-benar mencerminkan identitas lokal yang unik dan berbeda dari desa wisata lainnya. Belum adanya produk khas yang memiliki nilai jual tinggi (marketable) menjadi pertanda bahwa pelatihan SDM belum diarahkan untuk menghasilkan dampak ekonomi konkret bagi masyarakat luas. Idealnya, pelatihan

tersebut tidak hanya menambah keterampilan individu, tetapi juga mampu melahirkan produk khas desa yang mampu bersaing di pasar wisata, baik lokal maupun nasional. Ketiadaan produk khas yang dapat diandalkan juga berpengaruh pada belum optimalnya kontribusi sektor pariwisata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat secara menyeluruh (Edy, 2024).

Peningkatan pendapatan masyarakat lokal di Desa Wisata Karangrejo masih belum menunjukkan hasil yang optimal, meskipun desa tersebut memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata berbasis masyarakat. Keterbatasan dalam pengelolaan potensi lokal dan belum maksimalnya kontribusi sektor wisata terhadap ekonomi desa menyebabkan sebagian besar masyarakat belum merasakan manfaat ekonomi secara langsung. Kondisi ini mendorong banyak warga, terutama usia produktif, untuk memilih merantau ke luar kota guna mencari peluang pekerjaan dan pendapatan yang lebih menjanjikan. Fenomena ini menunjukkan adanya ketimpangan antara potensi desa dengan realisasi kesejahteraan masyarakatnya, yang seharusnya dapat diminimalkan melalui strategi pengembangan ekonomi lokal yang lebih terintegrasi dan berorientasi pada pemberdayaan Masyarakat (Ketua Pokdarwis Karangrejo, 2025).

Selain sumber daya manusia yang diperhatikan Adapun unsur yang perlu diperhatikan dalam pengembangan yakni sumber daya anggaran yang terbatas. Adanya keterbatasan dalam hal pendanaan yang menjadi faktor penghambat lain yang signifikan. Anggaran yang tersedia bagi pengembangan sektor pariwisata di Desa

Karangrejo relatif kecil, baik yang bersumber dari anggaran desa, pemerintah daerah, maupun dukungan dari pihak ketiga seperti BUMN atau lembaga donor. Minimnya alokasi anggaran berdampak langsung pada terhambatnya pelaksanaan program-program pengembangan pariwisata, seperti pelatihan lanjutan, pembangunan infrastruktur pendukung, promosi wisata, serta pengembangan produk lokal. Tanpa dukungan finansial yang memadai, desa akan kesulitan untuk bersaing dengan destinasi wisata lainnya yang sudah lebih maju, sehingga pembangunan pariwisata yang berkelanjutan pun menjadi sulit tercapai. Hal ini membuktikan minimnya kolaborasi dengan pemerintah maupun swasta untuk pengembangan pariwisata (Sri, 2024).

Menurut temuan Zubaidah (2022), strategi promosi yang diterapkan untuk meningkatkan daya tarik Desa Wisata Karangrejo dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu secara daring (online) dan luring (offline). Dalam promosi luring, berbagai upaya dilakukan seperti kegiatan penyuluhan ke luar daerah oleh Ketua Pengelola Desa Wisata, yang secara aktif memperkenalkan Karangrejo ke sejumlah sekolah di provinsi Jawa Timur dan Jawa Barat, serta berpartisipasi dalam beragam agenda promosi di luar wilayah desa. Selain itu, media cetak seperti brosur dan pamflet juga digunakan sebagai alat promosi, yang disebarakan kepada pengunjung Candi Borobudur maupun masyarakat dari berbagai kalangan untuk memperluas jangkauan informasi mengenai potensi wisata yang dimiliki desa ini, serta disebarakan dalam pameran di berbagai daerah, termasuk Jakarta. Pamflet tersebut juga dititipkan kepada Pemerintah Kabupaten Magelang saat menghadiri acara di luar daerah, serta didistribusikan

melalui jaringan relasi para pengelola desa wisata, termasuk agen perjalanan dan mitra lainnya.

Sementara itu, promosi secara *online* dimulai dengan pembuatan konten, yang kemudian dipublikasikan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, dan YouTube dimanfaatkan sebagai sarana promosi digital. Pengelolaan akun-akun ini tidak hanya dilakukan oleh pihak Desa Wisata Karangrejo, tetapi juga oleh berbagai destinasi wisata yang berada di wilayah tersebut, seperti Gereja Ayam (Bukit Rhema), Punthuk Setumbu, Balkondes Karangrejo, serta sejumlah pelaku UMKM lokal yang turut memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka. Sayangnya, sebagian besar pelaku wisata dan UMKM di desa ini masih belum mampu mengoptimalkan teknologi digital secara efektif. Minimnya keterampilan dalam mengelola media sosial, membuat konten promosi yang menarik, serta memanfaatkan marketplace digital menyebabkan potensi promosi dan pemasaran belum berkembang secara maksimal. Akibatnya, jangkauan pasar tetap terbatas dan informasi mengenai potensi wisata desa tidak tersampaikan secara luas kepada calon wisatawan, terutama wisatawan mancanegara yang sangat bergantung pada informasi daring (Ratri, 2024).

Upaya promosi dalam mengenalkan Desa Wisata Karangrejo tidak terbatas pada peran pengelola wisata dan pelaku UMKM saja, tetapi turut melibatkan pemerintah desa dan partisipasi aktif dari seluruh lapisan masyarakat setempat..

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Karangrejo".

1.2 Identifikasi Masalah

1. Terbatasnya penerapan strategi pemasaran digital menghambat optimalisasi promosi destinasi wisata dalam menjangkau segmen wisatawan yang lebih luas.
2. Minimnya program pelatihan dan peningkatan kapasitas masyarakat dalam bidang pengelolaan pariwisata serta pelayanan yang berdampak pada rendahnya kualitas layanan wisata.
3. Kurangnya kolaborasi antara pengelola wisata dengan pihak pemerintah maupun sektor swasta menjadi kendala dalam percepatan pengembangan potensi pariwisata lokal.
4. Tingginya tingkat mobilitas masyarakat lokal ke luar daerah mencerminkan keterbatasan akses terhadap peluang ekonomi yang layak di wilayah asal, sehingga memicu arus keluar tenaga kerja.
5. Persaingan yang ketat dengan destinasi wisata lain menjadi faktor eksternal yang memengaruhi daya saing dan keberlanjutan pengembangan pariwisata di daerah tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Desa Wisata Karangrejo memiliki potensi besar sebagai destinasi unggulan dengan kekayaan alam dan budaya yang menarik. Namun, untuk memastikan pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, diperlukan strategi yang tepat. Oleh karena itu, (1) **Strategi apa yang dapat dilakukan untuk mengembangkan pariwisata di Desa Wisata Karangrejo?**

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan melestarikan budaya lokal, penting untuk mengeksplorasi berbagai pendekatan yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata. Salah satu pendekatan yang menjanjikan adalah pariwisata berbasis masyarakat, yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan **untuk mendeskripsikan strategi pengembangan pariwisata di Desa Karangrejo.**

1.5 Manfaat Penelitian

- Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen publik sebagai bagian dari manfaat

teoritis, khususnya dalam kajian strategi pengembangan pariwisata di desa wisata. Penelitian ini dapat menjadi dasar referensi bagi studi lanjutan yang membahas perencanaan, pengelolaan, dan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Karangrejo maupun desa wisata lainnya.

- Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait strategi pengembangan pariwisata di desa wisata karangrejo bagi semua pihak termasuk:

1. Bagi Peneliti

Penelitian dapat bermanfaat dalam memperdalam ilmu administrasi publik. Selain itu dapat bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, dan pemahaman bagi peneliti khususnya di desa karangrejo.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian Dapat mendukung pemberdayaan masyarakat setempat dengan melibatkan mereka dalam pengelolaan pariwisata, sehingga memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap sumber daya lokal.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian dapat bermanfaat bagi pemerintah dalam meningkatkan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam pengelolaan pariwisata yang efisien dan berkelanjutan.

1.6 Kerangka Teoritis

1.6.1 PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Judul/Jurnal	Metode dan Teori Yang Digunakan	Hasil Penelitian
1	Suprobowati, D. Sugiharo, M. Miskan. Strategi Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Masyarakat Kearifan Lokal Hendrosari Gresik. <i>Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial</i>	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis dan menggambarkan kondisi sosial, budaya, serta ekonomi masyarakat di daerah tersebut. Selain itu, analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>) digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berperan dalam pengembangan desa wisata kreatif di Hendrosari Gresik. Penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi oleh masyarakat, seperti

		mempengaruhi desa wisata. Teori pemberdayaan masyarakat menjadi dasar yang krusial dalam penelitian ini, dengan harapan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dapat mengoptimalkan potensi lokal mereka dalam menciptakan pariwisata yang berkelanjutan.	keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pemasaran produk. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa kerjasama antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta sangat krusial untuk membangun ekosistem yang mendukung pengembangan desa wisata.
2	Yamin, E, A, D. Dkk. Dampak Pariwisata dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Wisata Karangrejo melalui <i>Community Based Tourism</i> (CBT). Jurnal Nasional Pariwisata.	Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, di mana data diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan pengumpulan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pariwisata berbasis masyarakat memiliki dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di Desa Wisata Karangrejo. Terdapat perubahan positif dalam kehidupan

		<i>Community Based Tourism (CBT)</i>, yang mencakup lima dimensi pengembangan: ekonomi, sosial, budaya, politik, dan lingkungan.	masyarakat, termasuk peningkatan kerjasama, kemandirian, dan pemahaman mengenai perekonomian modern. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan sumber daya dan infrastruktur yang belum memadai, yang perlu diatasi untuk mengoptimalkan potensi pariwisata di desa tersebut.
3	Oktafiarni, N, Z. Komunikasi Pemberdayaan Pemerintah Desa Wisata Karangrejo Borobudur Magelang Dalam Meningkatkan	Penelitian ini menerapkan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pariwisata berbasis masyarakat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesejahteraan

	Kesejahteraan Masyarakat.	mendalam, serta analisis dokumentasi. Teori yang digunakan adalah <i>Community Based Tourism</i> (CBT), yang mencakup aspek ekonomi, sosial, budaya, politik, dan lingkungan.	masyarakat, ditandai dengan peningkatan kerja sama, kemandirian, serta pemahaman terhadap ekonomi modern, meskipun masih menghadapi tantangan dalam hal keterbatasan sumber daya dan infrastruktur.
4	Marom, A. Dkk. Analisis Pemberdayaan Masyarakat Melalui Balai Ekonomi Desa (Balkondes) Karangrejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang. <i>Journal Of Public Policy And Management Review</i> , 13(2).	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai pemberdayaan masyarakat melalui Balai Ekonomi Desa (Balkondes) di Karangrejo, Kecamatan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Balkondes memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Melalui berbagai program dan kegiatan, masyarakat memperoleh akses lebih luas terhadap pelatihan keterampilan, peluang usaha, serta peningkatan

		Borobudur, Kabupaten Magelang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pemberdayaan masyarakat, yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan serta pengelolaan sumber daya lokal.	pendapatan. Namun, penelitian ini juga mengungkap beberapa tantangan, seperti rendahnya partisipasi aktif sebagian masyarakat dan keterbatasan dalam pengelolaan sumber daya.
5	Wardoyo, R. Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Karangrejo, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan adalah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Desa Wisata Karangrejo dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat dengan melibatkan warga dalam pelatihan, perencanaan, hingga evaluasi kegiatan wisata. Terdapat kerja sama di bidang akomodasi dan promosi, namun kolaborasi dengan

		konsep pemberdayaan masyarakat dari Munawar Noor, yang menekankan pada program yang terarah, partisipasi aktif masyarakat, serta pendekatan kelompok dalam upaya meningkatkan kemandirian dan peran masyarakat dalam pengembangan desa wisata..	perguruan tinggi masih terbatas. Kegiatan desa mendukung pariwisata, dan strategi pemasaran sudah baik, meski aspek komunikasi dan penyebaran informasi masih lemah. Secara umum, konsep pemberdayaan telah diterapkan, tetapi perlu penguatan dalam promosi digital dan kemitraan eksternal..
6	Adinugroho, M. Dkk. Strategi Pengembangan Desa Wisata Sebagai Pembangkit Ekonomi Kerakyatan (Studi di Desa Karangrejo Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri). <i>Indonesia Berdaya</i>	Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dan <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) untuk mengeksplorasi pandangan masyarakat serta pemangku kepentingan mengenai potensi dan tantangan dalam pengembangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan desa wisata berbasis keberlanjutan dapat meningkatkan kapasitas sumber daya manusia serta mendorong pertumbuhan

		desa wisata. Selain itu, analisis SWOT diterapkan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi desa dalam proses pengembangan pariwisata. Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada teori pembangunan berkelanjutan, yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta teori ekonomi kerakyatan, yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan melalui pengembangan ekonomi lokal.	ekonomi kerakyatan di desa tersebut.
7	Prasetyo, A. Dkk. Strategi	Penelitian ini menggunakan	Hasil penelitian menekankan

	Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan Di Indonesia: Pendekatan Analisis Pestel. <i>Jurnal DPR RI</i>	pendekatan analisis PESTEL, yang digunakan sebagai kerangka teori utama. PESTEL merupakan variabel yang mencakup enam faktor eksternal yang dapat memengaruhi suatu organisasi atau proyek, yaitu (<i>political, economic, social, technological, environmental, dan legal</i>).	pentingnya pendekatan yang lebih berkelanjutan dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan, serta perlunya dukungan kebijakan dari pemerintah untuk menciptakan kondisi yang mendukung pengembangan desa wisata. Dengan demikian, analisis PESTEL memberikan pemahaman menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan desa wisata di Indonesia serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang tersedia.
--	--	---	--

8	Amiruddin, S. Hardiana, A. Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Geopark Ujung Kulon Di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. <i>Jurnal Pemikiran Islam, Sosial, dan Humaniora</i>.	Penelitian ini menggunakan metode SWOT untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal. Selanjutnya, metode analisis deskriptif kualitatif dan Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata di kawasan Geopark Ujung Kulon, Kabupaten Pandeglang. Teori partisipasi Masyarakat menekankan partisipasi masyarakat lokal dalam setiap tahap pengembangan pariwisata, termasuk dalam perencanaan, implementasi, dan pengelolaan destinasi wisata.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi fisik dan non-fisik dalam pengelolaan Geopark Ujung Kulon telah memenuhi semua fasilitas pendukung pariwisata, termasuk tempat makan dan minum, toko souvenir, area bermain, tempat parkir yang luas dan teduh, toilet umum, tempat ibadah berupa mushola, penginapan, serta pusat informasi. Semua fasilitas tersebut dikelola secara langsung oleh pengelola, dengan dukungan dari masyarakat lokal yang dilatih oleh pengelola untuk berperan sebagai penyedia homestay
---	---	---	--

			dan pengelola tempat parkir.
9	Muraji, I. Hidayati, F. (2022). Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Di Kabupaten Pulau Morotai. <i>Jurnal Administrasi Publik (JAP)</i> .	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Pulau.	Temuan penelitian mengindikasikan bahwa Dinas Pariwisata telah melaksanakan program pengembangan destinasi pariwisata, yang mencakup pembangunan infrastruktur yang tersebar di enam kecamatan.
10	Mouw, E. Dkk. Mapping Potential And Development Strategies Of Marine Tourism In The Morotai National Tourism Strategic Area. <i>Jurnal Politik, Keamanan dan Hubungan Internasional</i> .	Metode yang digunakan secara partisipatif melalui kuesioner dan survei lapangan. Metode analisis data meliputi analisis spasial menggunakan sistem informasi geografis dan analisis kesesuaian lahan, serta pendekatan pemodelan yang memanfaatkan perangkat lunak Stella	Hasil penelitian menunjukkan bahwa selain pengembangan sarana dan prasarana wisata pantai, penting juga untuk melakukan sosialisasi kepada semua pemangku kepentingan mengenai teknologi dan pengembangan wisata pantai yang berkelanjutan.

		9.0.2. Teori yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis transfer manfaat berdasarkan hasil penelitian sebelumnya di Kabupaten Pulau Morotai yang menggunakan metode <i>travel cost method</i> (TCM) (Witomo & Ramadhan, 2018).	Kolaborasi juga dianggap krusial untuk meningkatkan kinerja pariwisata pesisir di Pulau Dodola.
--	--	--	---

Penelitian pertama berfokus pada pengembangan desa wisata kreatif berbasis masyarakat di Desa Hendrosari, Gresik, dengan penekanan pada kearifan lokal dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan produk lokal dan promosi yang lebih efektif. Di sisi lain, penelitian ini lebih menekankan pada strategi pengembangan pariwisata secara keseluruhan di Desa Karangrejo, termasuk aspek pemasaran, infrastruktur, dan keterlibatan masyarakat.

Meskipun juga menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini berfokus pada analisis strategi yang berkelanjutan dan kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta.

Penelitian kedua oleh Yamin, E, A, D. Dkk (2024) yang berjudul Dampak Pariwisata dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Wisata Karangrejo melalui *Community Based Tourism* (CBT). berfokus pada pengembangan desa wisata kreatif di Desa Hendrosari, Gresik, dengan penekanan pada pengembangan UMKM dan kearifan lokal. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan dalam pengembangan pariwisata. Tujuan penelitian sebelumnya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan produk lokal dan promosi yang lebih efektif. Dengan demikian, meskipun kedua penelitian berhubungan dengan pengembangan pariwisata, mereka memiliki fokus, metode, dan tujuan yang berbeda. Perbedaan dengan penelitian yang sedang saya lakukan terletak pada fokus dan pendekatan yang digunakan. Penelitian ini menekankan dampak pariwisata berbasis komunitas (*Community Based Tourism*) di Desa Wisata Karangrejo, dengan tujuan utama untuk mengeksplorasi kontribusi pariwisata terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan pengurangan kemiskinan. Metode yang digunakan mencakup observasi, wawancara, dan analisis dokumentasi untuk mendapatkan data yang komprehensif tentang pengelolaan pariwisata.

Penelitian ketiga yang berjudul "Komunikasi Pemberdayaan Pemerintah Desa Wisata Karangrejo" menekankan pada bagaimana pemerintah desa memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan melalui komunikasi yang efektif. Tujuan dari penelitian pengembangan pariwisata adalah untuk menciptakan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku industri pariwisata, sedangkan penelitian pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk memahami peran pemerintah dalam edukasi dan pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, kedua penelitian ini memiliki fokus dan tujuan yang berbeda meskipun keduanya berkaitan dengan pengembangan desa wisata. Sementara itu, penelitian yang saya lakukan terkait judul "Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Karangrejo" berfokus pada analisis dan perumusan strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta keberlanjutan pariwisata di desa tersebut.

Penelitian keempat perbedaan antara yang berjudul "Analisis Pemberdayaan Masyarakat Melalui Balai Ekonomi Desa (Balkondes) Karangrejo" dan penelitian yang saya lakukan yang berjudul "Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Karangrejo" terletak pada fokus dan tujuan masing-masing. Penelitian tentang Balkondes berfokus pada analisis tahapan pemberdayaan masyarakat dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan program pemberdayaan melalui Balkondes, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Di sisi lain, penelitian tentang strategi pengembangan pariwisata lebih menekankan pada perumusan dan

analisis strategi yang dapat meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan ke desa wisata, serta pengembangan infrastruktur dan layanan pariwisata.

Penelitian kelima perbedaan utama terletak pada pendekatannya. Penelitian Rahmat Wardoyo menggunakan teori pemberdayaan masyarakat dan fokus pada proses pelibatan warga dalam pengembangan wisata. Sementara peneliti menggunakan pendekatan Community Based Tourism (CBT) dan analisis SWOT, dengan fokus pada strategi pengembangan, promosi digital, dan penguatan kelembagaan desa.

Penelitian keenam antara penelitian di Desa Wisata Karangrejo dan Kabupaten Kediri memiliki fokus dan tujuan yang berbeda. Penelitian di Karangrejo berfokus pada pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, dengan tujuan menganalisis strategi pemasaran dan pengelolaan destinasi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Sebaliknya, penelitian di Kabupaten Kediri menekankan pada analisis sumber daya air, khususnya potensi sumber mata air Dlopo untuk memenuhi kebutuhan air bersih masyarakat. Metodologi yang digunakan juga berbeda; Karangrejo menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi, sementara Kediri menerapkan metode analisis kuantitatif untuk mengukur debit dan kualitas air. Hasil dan rekomendasi dari kedua penelitian mencerminkan konteks yang berbeda, di mana Karangrejo berfokus pada pengembangan pariwisata dan kesejahteraan masyarakat, sedangkan Kediri lebih pada keberlanjutan sumber daya air dan dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari.

Penelitian ketujuh Penelitian "Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan di Indonesia: Pendekatan Analisis PESTEL" berfokus pada analisis faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan desa wisata secara keseluruhan di Indonesia, dengan tujuan mendukung keberlanjutan dan pemulihan pascapandemi. Sebaliknya, penelitian di Desa Wisata Karangrejo lebih spesifik pada pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di satu lokasi, bertujuan meningkatkan keterlibatan masyarakat dan strategi pemasaran untuk menarik wisatawan. Metodologi yang digunakan juga berbeda; penelitian PESTEL menggunakan analisis data sekunder, sementara penelitian Karangrejo menggunakan Analisis SWOT dan menerapkan wawancara dan observasi langsung. Hasil penelitian PESTEL menekankan sinergi antara pemangku kepentingan, sedangkan penelitian SWOT memberikan rekomendasi praktis untuk pelatihan masyarakat dan penguatan kelembagaan desa wisata.

Penelitian kedelapan menyoroti pengembangan kawasan Geopark Ujung Kulon dengan pendekatan institusional melalui penyediaan fasilitas fisik yang lengkap serta pelibatan masyarakat secara terbimbing oleh pengelola. Perbedaan utamanya terletak pada skala dan pendekatan: penelitian Strategi pengembangan pariwisata di desa wisata Karangrejo lebih menekankan pemberdayaan langsung masyarakat desa, sedangkan Amiruddin lebih fokus pada pengelolaan terpadu oleh pihak pengelola dengan dukungan masyarakat. Penelitian penulis berfokus pada strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*) di Desa Wisata

Karangrejo dengan menekankan partisipasi aktif warga, penguatan kelembagaan desa, dan promosi digital.

Penelitian kesembilan penelitian Muraji dan Hidayati (2022) membahas strategi pengembangan destinasi wisata oleh Dinas Pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai, dengan fokus pada peran pemerintah dalam pembangunan infrastruktur, pemasaran (*marketing mix*), serta pengembangan sumber daya manusia. Perbedaan utama dari kedua penelitian ini terletak pada pendekatan: penulis menekankan pemberdayaan komunitas lokal secara langsung, sedangkan Muraji dan Hidayati lebih menekankan pendekatan kebijakan institusional dari sisi pemerintah daerah. Sementara itu Penelitian yang dilakukan oleh penulis berfokus pada analisis SWOT di Desa Wisata Karangrejo, dengan menekankan potensi yang ada di desa.

Penelitian kesepuluh penelitian Mouw dan rekan-rekannya (2022) meneliti pemetaan potensi dan strategi pengembangan wisata bahari di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Morotai, dengan pendekatan yang lebih makro dan institusional. Penelitian Mouw dkk. menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi potensi wisata bahari dan merumuskan strategi pengembangan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah dan sektor swasta. Sementara itu, penulis menekankan pemberdayaan langsung masyarakat desa dalam pengelolaan pariwisata, sedangkan Mouw dkk. fokus pada pengembangan

kawasan wisata bahari secara terpadu melalui koordinasi antar lembaga dan pemangku kepentingan.

1.6.2 PENGERTIAN ADMINISTRASI PUBLIK

Menurut Dimock (1992), administrasi publik merupakan cabang dari administrasi secara umum yang cakupannya jauh lebih luas. Ilmu ini mempelajari bagaimana berbagai lembaga, mulai dari unit terkecil seperti keluarga hingga organisasi internasional seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa, dibentuk, dijalankan, dan dikelola. Administrasi publik berperan penting sebagai penentu kebijakan suatu negara karena ia merupakan bagian dari ilmu politik. Oleh sebab itu, dalam mempelajari administrasi publik ada dua hal yang perlu diperhatikan: pertama, memahami konsep administrasi umum; dan kedua, menyadari bahwa banyak persoalan administrasi publik berakar dari dinamika politik.

Dimock juga menjelaskan bahwa administrasi publik adalah ilmu yang mengkaji apa yang diinginkan masyarakat melalui pemerintahannya, serta bagaimana cara mewujudkan keinginan tersebut. Dengan demikian, administrasi publik tidak hanya fokus pada tindakan pemerintah, tetapi juga pada proses pemenuhan kebutuhan masyarakat. Pandangan serupa dikemukakan oleh Thoha (1997), yang menyatakan bahwa administrasi publik lahir dari kombinasi ilmu administrasi dan ilmu politik. Oleh karena itu, segala

aktivitas administratif yang berlangsung dalam konteks politik, negara, atau pemerintahan dapat dikategorikan sebagai administrasi publik.

1.6.3 PARADIGMA ADMINISTRASI PUBLIK

Ilmu administrasi publik telah mengalami perkembangan melalui pergeseran paradigma yang beruntun. Administrasi publik bersifat dinamis. Sebagai konsekuensinya, muncul berbagai batasan mengenai administrasi publik. Berdasarkan berbagai literatur mengenai administrasi publik, ada sejumlah konsepsi, teori, dan fenomena yang saling berkaitan dan bersinggungan, yang merupakan kenyataan yang tidak bisa disanggah keberadaannya. Konsepsi ini pada umumnya disebut dengan sebutan paradigma. Nicholas Henry (dalam Keban, 2014) mengemukakan enam paradigma administrasi publik, yaitu:

1. Paradigma Pertama: Dikotomi Politik-Administrasi (1900–1926). Dalam periode ini, terjadi pembagian yang jelas antara studi ilmu politik dan administrasi. Frank J. Goodnow (1900) menyatakan bahwa pemerintahan memiliki dua peran yang berbeda, yaitu: (1) peran politik, yang terkait dengan pembuatan kebijakan; dan (2) peran administrasi, yang berhubungan dengan pelaksanaan kebijakan tersebut. Leonard D. White dalam bukunya (1926) mengatakan bahwa administrasi seyogianya tidak terpengaruh oleh unsur politik. Administrasi negara merupakan bidang

studi yang didasarkan pada ilmu pengetahuan dan tidak memihak, dengan tujuan utama untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Dengan demikian, maka paradigma ini menekankan lokus administrasi negara yang bebas nilai.

2. Paradigma Kedua: Prinsip-prinsip Administrasi Publik (1927–1937). Pada periode kedua, ada pandangan yang mengemuka bahwa prinsip-prinsip administrasi memiliki sifat universal. Dalam paradigma kedua ini, perhatian dalam administrasi negara adalah mengenai cara menerapkan asas-asas administrasi tersebut.
3. Paradigma Ketiga: Administrasi Publik sebagai Ilmu Politik (1950–1970). Mulai muncul pandangan bahwa administrasi negara merupakan satu kesatuan dengan ilmu politik. Dalam prosesnya, administrasi negara dan politik saling memberi masukan satu sama lain. Ilmu politik terbagi menjadi 4 komponen, yaitu teori politik, lembaga politik, kekuatan politik, dan politik internasional. Administrasi negara merupakan bagian dari lembaga politik.
4. Paradigma Keempat: Administrasi Publik sebagai Ilmu Administrasi (1956–1970). Dalam periode ini, pakar-pakar administrasi merasa terpinggirkan dari pakar-pakar bidang lain. Karena posisi mereka dalam ilmu politik dianggap lebih rendah, maka tokoh-tokoh di bidang administrasi publik mulai melacak preferensi dengan menjadikan

administrasi sebagai ilmu tersendiri. Ilmu administrasi diartikan sebagai studi yang mencakup teori organisasi dan manajemen.

5. Paradigma Kelima: Administrasi Publik sebagai Administrasi Publik (1970–sekarang). Fokus dari paradigma kelima adalah teori perilaku lembaga dari segi bagaimana menggapainya. Sedangkan lokusnya adalah kebijakan publik atau ilmu kebijakan. Pakar-pakar di bidang administrasi publik mulai aktif terseret dalam pengembangan ilmu kebijakan, ekonomi politik, serta proses pembuatan dan evaluasi keputusan.
6. Paradigma Keenam: *Governance* (1990–sekarang). *Governance* dapat diartikan sebagai pelaksanaan wewenang oleh para pelaku politik untuk kesejahteraan warganya. Dalam paradigma ini, terdapat proses yang rumit di mana sektor masyarakat memiliki peran penting dalam menguasai, menerapkan, dan menyebarkan kebijakan publik yang memiliki dampak langsung pada interaksi individu, lembaga, serta pembangunan ekonomi dan sosial. Menurut Ikeanyibe dalam Astuti et al. (2020) penggunaan konsep *governance* digunakan untuk menggambarkan prinsip-prinsip dasar dalam pemerintahan yang bersifat modern. Paradigma ini menunjukkan perbedaan dari cara “*government*” yang beroperasi secara tradisional. Ini terdiri dari proses politik yang luas, di mana partisipasi warga dan kelompok dalam kebijakan dan program pemerintah sangat penting.

Berdasarkan enam paradigma dalam administrasi publik, penelitian ini termasuk dalam paradigma keenam, yaitu *Governance*. Dalam konteks pariwisata, paradigma ini menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dan kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan. Penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana model governance yang baik dapat meningkatkan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif.. Selain itu, konsep *Governance* juga mencerminkan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembangunan negara. Pandangan ini selaras dengan fokus penelitian yang mengkaji strategi pengembangan pariwisata di desa wisata Karangrejo.

1.6.4 MANAJEMEN PUBLIK

Manajemen publik memiliki peran penting dalam struktur organisasi pemerintahan, khususnya dalam pelaksanaan operasional internal baik yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia maupun aspek lain yang mendukung pelaksanaan kebijakan publik. Menurut Overman dalam Keban (2014:93), manajemen publik merupakan bidang kajian interdisipliner yang menggabungkan fungsi-fungsi manajemen dengan pengelolaan sumber daya manusia, organisasi, keuangan, aset fisik, informasi, dan aspek politik.

Manajemen publik merupakan komponen krusial dalam administrasi publik. Dalam perumpamaan, kebijakan publik berperan layaknya otak dan

sistem saraf yang mengatur arah, sedangkan manajemen publik berfungsi seperti jantung dan sistem peredaran darah yang menggerakkan seluruh tubuh. Kedua aspek ini saling berkaitan dan sering kali tumpang tindih (Ott, Hyde, dan Shafritz dalam Keban, 2014). Oleh karena itu, manajemen publik dapat dipahami sebagai proses pengelolaan dan penggerakan berbagai sumber daya, baik manusia maupun non-manusia, yang dijalankan berdasarkan arahan dari kebijakan publik..

1.6.5 *Community Based Tourism (CBT)*

Community Based Tourism (CBT) adalah sebuah konsep pengembangan destinasi wisata yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat lokal, di mana penduduk setempat terlibat aktif dalam perencanaan, pengelolaan, serta memiliki suara dalam pengambilan keputusan terkait pembangunan wisata tersebut. Garrod (2001:4) menjelaskan bahwa ada dua pendekatan dalam penerapan prinsip perencanaan pariwisata. Pendekatan pertama lebih mengedepankan sistem perencanaan formal yang menitikberatkan pada potensi keuntungan dari ekowisata. Sedangkan pendekatan kedua dikenal sebagai perencanaan partisipatif yang lebih memperhatikan keseimbangan antara pembangunan dan pengelolaan yang terkendali, dengan sensitivitas tinggi terhadap dampak lingkungan akibat pembangunan ekowisata.

Secara mendasar, CBT menegaskan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata. Oleh karena itu, Sunaryo (2013:140) merumuskan tiga prinsip utama dalam strategi perencanaan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, yaitu:

1. Melibatkan anggota masyarakat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan;
2. Menjamin bahwa masyarakat lokal memperoleh manfaat yang adil dari kegiatan pariwisata;
3. Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat loka

1.6.6 MANAJEMEN STRATEGIS

Menurut Siagian (2005), manajemen strategi merupakan rangkaian keputusan dan tindakan penting yang diambil oleh manajemen tingkat atas dan dilaksanakan oleh seluruh bagian organisasi guna mencapai tujuan organisasi tersebut. Sementara itu, Lawrence R. Jauch & W.F. Glueck (1984) menyatakan bahwa manajemen strategi adalah kumpulan keputusan dan tindakan yang bertujuan menyusun satu atau beberapa strategi yang efektif untuk mendukung pencapaian sasaran organisasi (Purwanto, 2006: 75).

Dari berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen strategi mencakup beberapa komponen utama, yaitu:

1. Tujuan serta target yang ingin dicapai.
2. Analisis situasi strategis, baik dari lingkungan eksternal maupun internal.
3. Formulasi strategi.
4. Evaluasi strategi dan pemilihan alternatif terbaik berdasarkan faktor-faktor kritis yang menentukan keberhasilan organisasi.
5. Implementasi strategi beserta perencanaan pelaksanaannya.
6. Pengendalian strategi yang meliputi evaluasi terhadap pelaksanaan strategi tersebut.

Dalam konteks manajemen organisasi, strategi dapat diartikan sebagai metode, cara, dan taktik utama yang dirancang secara terstruktur untuk menjalankan fungsi-fungsi manajemen yang diarahkan pada pencapaian tujuan strategis organisasi. Perancangan terstruktur inilah yang disebut sebagai perencanaan strategis.

1.6.7 ANALISIS SWOT

Menurut Fredi Rangkuti (2008), Analisis SWOT merupakan suatu metode sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor

penting guna merumuskan strategi dalam sebuah perusahaan. Analisis ini didasarkan pada prinsip untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) yang dimiliki, sekaligus meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) yang mungkin dihadapi. Pengambilan keputusan strategis selalu terkait dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, serta kebijakan organisasi. Oleh karena itu, perencanaan strategi harus dilakukan dengan mempertimbangkan faktor-faktor strategis yang ada dalam kondisi saat ini.

Analisis SWOT membandingkan faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang ada di lingkungan organisasi. Faktor kekuatan (*strengths*) mencakup sumber daya, kemampuan, dan keunggulan yang dimiliki organisasi yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kelebihan kompetitif dibanding pesaing. Kekuatan ini merupakan aset khusus yang memberikan keunggulan bagi organisasi. Penting bagi organisasi untuk mengenali dan menilai kekuatan tersebut agar dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan nilai dan kemajuan, serta digunakan untuk mengatasi kelemahan yang ada. Beberapa contoh elemen kekuatan yang perlu diperhatikan adalah struktur organisasi yang kokoh, pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas, visi dan misi yang terdefinisi dengan baik, kompetensi sumber daya yang bernilai, ketersediaan dana yang

memadai untuk pengembangan, infrastruktur yang memadai, serta kemampuan organisasi dalam memberikan pelayanan yang optimal.

Sebaliknya, kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapasitas yang dapat menghambat kinerja organisasi secara efektif. Kelemahan tersebut dapat berupa kurangnya fasilitas, keterbatasan dana, ketidakmampuan manajerial, serta kurangnya keterampilan pegawai. Kelemahan yang dominan dapat menyebabkan kekuatan organisasi berubah menjadi sebuah kelemahan. Contoh kelemahan yang sering dijumpai antara lain adalah tidak tersedianya tenaga profesional, minimnya dana untuk mendukung program yang direncanakan, ketidakteraturan struktur organisasi, kurangnya tujuan dan sasaran yang jelas, tidak adanya kejelasan tanggung jawab, kondisi politik yang tidak stabil, keterbatasan teknologi, kurangnya pengetahuan dan pengalaman manajemen, serta kelemahan dalam pengelolaan data dan informasi. Organisasi dapat memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengurangi dan memperbaiki kelemahan tersebut.

Analisis terhadap lingkungan eksternal mencakup identifikasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan di sekitar organisasi yang dapat membantu organisasi mencapai atau bahkan melampaui sasaran yang telah ditetapkan. Perubahan-

perubahan penting dalam lingkungan, seperti kemajuan teknologi atau hubungan yang semakin erat antara organisasi dan masyarakat sebagai pelanggan, bisa menjadi sumber peluang bagi organisasi. Namun, peluang ini tidak selalu tetap dan dapat berubah tergantung situasi dan waktu. Contoh peluang yang dapat dimanfaatkan organisasi adalah kebijakan pemerintah yang mendukung, pertumbuhan ekonomi yang cepat sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat serta membuka lapangan kerja baru.

Di sisi lain, ancaman (*threat*) merupakan kondisi atau situasi yang berpotensi mengganggu dan merugikan posisi organisasi saat ini maupun yang diinginkan. Peraturan pemerintah yang baru atau perubahan kebijakan yang tidak menguntungkan bisa menjadi ancaman serius bagi organisasi. Perubahan lingkungan eksternal yang signifikan sering kali mengharuskan organisasi untuk menyesuaikan tujuan dan strateginya. Ancaman ini juga bisa berupa inflasi, resesi ekonomi, krisis politik yang parah, konflik sosial yang terus berlangsung, pergantian kekuasaan secara tiba-tiba, kerusuhan, peperangan, serta bencana alam. Ancaman yang dianggap besar bagi satu organisasi belum tentu memiliki dampak yang sama pada organisasi lain. Organisasi perlu berupaya memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi dan mengurangi dampak ancaman tersebut.

Pengambilan keputusan strategis dalam organisasi selalu berkaitan erat dengan perancangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan organisasi. Oleh sebab itu, dalam perencanaan strategis sangat penting untuk melakukan analisis situasi dengan melihat faktor-faktor strategis yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam kondisi yang sedang berlangsung. Salah satu model yang paling banyak digunakan untuk menganalisis situasi ini adalah Analisis SWOT.

Gambar 1.2 Analisis SWOT

SW OT	STRENGTHS	WEAKNESS
	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan inter	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
Opportunity Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Strategi SO Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treat Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, (2008:31)

a) Strategi SO

Strategi ini dikembangkan dengan cara memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengambil peluang yang ada, sering juga disebut sebagai keunggulan komparatif.

b) Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang ada untuk menghadapi dan mengatasi ancaman yang sedang terjadi atau berpotensi muncul, yang juga dikenal sebagai mobilisasi sumber daya.

c) Strategi WO

Strategi ini dilakukan dengan mengurangi kelemahan yang dimiliki agar dapat memanfaatkan peluang yang tersedia, sering pula disebut sebagai investasi atau pengembangan.

d) Strategi WT

Strategi ini bersifat defensif, bertujuan untuk meminimalkan kelemahan yang ada sekaligus menghindari ancaman yang mungkin mengganggu keberlangsungan organisasi.

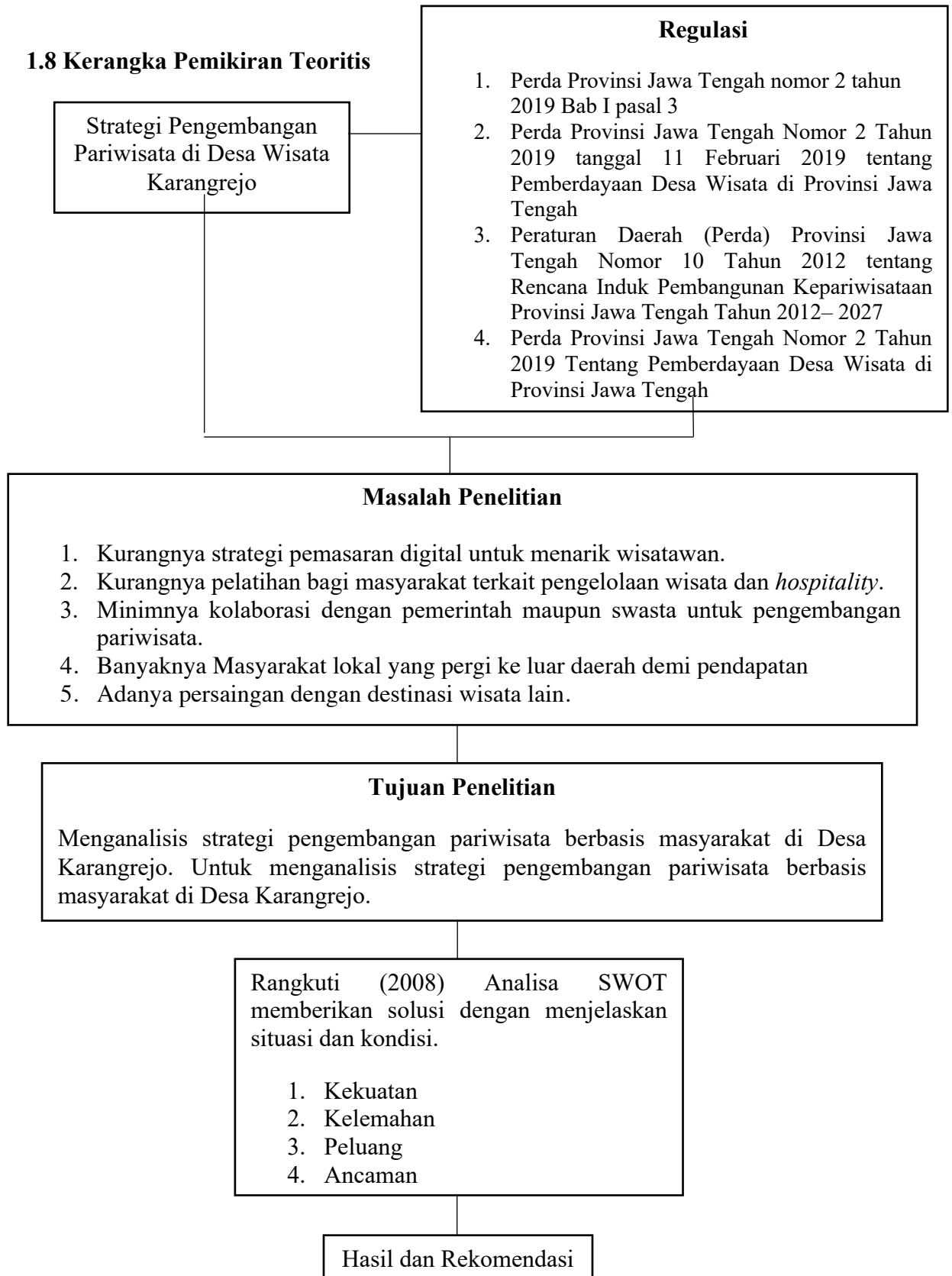
1.7 Operasionalisasi Konsep

Tabel 1.3 Operasionalisasi Konsep

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator
Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Karangrejo	Analisis SWOT (Rangkuti)	Analisis lingkungan	1. Menilai kondisi internal dan eksternal organisasi dengan metode analisis SWOT - Kekuatan - Kelemahan - Peluang - Ancaman
		Formulasi Strategi	1. Menetapkan tujuan dan target organisasi 2. Merumuskan strategi 3. Menyempurnakan rencana strategis untuk mencapai tujuan.
		Implementasi Strategi	1. Menjamin pelaksanaan efektif dari strategi yang telah dirumuskan, termasuk pengembangan program, penyusunan anggaran, dan pembentukan prosedur.

		Evaluasi dan Kontrol	1. Membandingkan kinerja aktual dengan target yang diharapkan 2. Memberikan umpan balik kritis kepada manajemen untuk mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan
--	--	----------------------	---

1.8 Kerangka Pemikiran Teoritis



1.9 Argumen Penelitian

Pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat, terutama di desa wisata seperti Karangrejo. Namun, pengelolaan dan pengembangannya sering kali menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya promosi, serta rendahnya keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang efektif dan berkelanjutan agar potensi wisata di Desa Karangrejo dapat dimanfaatkan secara optimal.

Penelitian ini berargumen bahwa pengembangan pariwisata di Desa Karangrejo harus berbasis pada pendekatan kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku industri pariwisata. Melalui strategi yang tepat, seperti peningkatan kualitas fasilitas, digitalisasi promosi, dan penguatan peran masyarakat dalam ekosistem pariwisata, diharapkan desa ini mampu menjadi destinasi unggulan yang berdaya saing.

Dengan meneliti strategi pengembangan pariwisata yang paling sesuai untuk Desa Karangrejo, penelitian ini berupaya memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi pemangku kepentingan guna meningkatkan daya tarik wisata, menciptakan lapangan kerja, serta menjaga kelestarian budaya dan lingkungan.

1.10 Metode Penelitian

1.10.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Karangrejo berdasarkan sudut pandang dari berbagai pemangku kepentingan. Metode yang digunakan ini diharapkan penelitian dapat menelusuri secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan pariwisata di desa tersebut, termasuk kebijakan pemerintah, keterlibatan masyarakat, potensi wisata, serta berbagai tantangan yang dihadapi..

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu seperti wawancara dengan pemerintah daerah, pengelola desa wisata, masyarakat setempat, dan wisatawan guna mendapatkan informasi mengenai strategi yang telah diterapkan serta hambatan yang muncul dalam pengembangannya. Selain itu, dilakukan juga observasi partisipatif untuk melihat secara langsung kondisi infrastruktur, potensi wisata, serta potensi masyarakat. Data tambahan juga bisa diperoleh melalui analisis dokumen, seperti kebijakan, regulasi, dan laporan terkait pengelolaan desa wisata.

Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang menyeluruh mengenai efektivitas strategi yang telah diterapkan serta menawarkan rekomendasi perbaikan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan pariwisata di Desa Karangrejo.

1.10.2 Situs Penelitian

Situs penelitian merupakan suatu lokasi peneliti mencari data atau informasi yang diperlukan. Tempat yang ditentukan oleh peneliti adalah tempat lokasi penelitian tersebut dilakukan. Lokasi tersebut adalah objek desa wisata karangrejo. Peneliti memilih lokasi dan objek tersebut karena daerah tersebut merupakan salah satu potensi pariwisata di Indonesia yang memiliki keunggulan yang dapat dikembangkan. Meskipun memiliki potensi wisata yang menjanjikan, pengembangan pariwisata di Desa Karangrejo masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya strategi promosi yang belum maksimal, serta keterlibatan masyarakat yang masih perlu ditingkatkan dalam pengelolaan pariwisata. Oleh karena itu, desa ini menjadi lokasi yang relevan untuk diteliti dalam upaya menemukan strategi pengembangan pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan.

1.10.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu sasaran penelitian untuk mendapatkan sumber informasi. Proses pemilihan subjek penelitian ini dilakukan dengan teknik snowball, yaitu pendekatan untuk menemukan informan kunci yang memiliki informasi yang relevan. Oleh karena itu Dalam penelitian ini, subjek yang berkaitan dengan strategi pengembangan pariwisata adalah Pengelola Balai Ekonomi Desa, Dinas Pariwisata Kabupaten Magelang,

Masyarakat Lokal. Dalam menentukan subjek penelitian tentunya harus berhubungan terhadap permasalahan yang sedang diteliti, sehingga dalam penelitian ini terdapat subjek yang memang terkait terhadap permasalahan mengenai strategi pengembangan pariwisata di desa wisata karangrejo.

1.10.4 Jenis Data

Jenis penelitian ini peneliti menggunakan jenis data penelitian kualitatif, dengan cara pengumpulan data yang didapatkan dari lokasi yang terindikasi terjadinya suatu permasalahan. Oleh karena itu jenis data yang digunakan oleh peneliti bersifat deskriptif kualitatif yang dimana dengan menggunakan teks atau kata-kata tertulis untuk mendeskripsikan strategi pengembangan pariwisata di desa wisata karangrejo yang mempengaruhi strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh para pemangku kepentingan seperti Lembaga Pemerintah Daerah Magelang, pengelola desa wisata, serta peran masyarakat setempat.

1.10.5 Sumber Data

Dalam Penelitian ini peneliti mengumpulkan data primer dan sekunder untuk menganalisis strategi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Karangrejo. Data primer diperoleh langsung dari sumber-sumber utama yang terlibat dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata di desa tersebut. Data

ini mencakup hasil wawancara dengan pemerintah daerah, pengelola desa wisata, serta masyarakat setempat. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali perspektif, pengalaman, serta tantangan yang mereka hadapi dalam konteks pariwisata. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati kondisi di lapangan, termasuk interaksi antara masyarakat dan wisatawan, serta keberadaan fasilitas dan infrastruktur pariwisata yang ada di desa.

Di sisi lain, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada dan mendukung penelitian ini. Data sekunder mencakup dokumen resmi, seperti kebijakan pemerintah, peraturan terkait pengelolaan desa wisata, dan laporan perkembangan sektor pariwisata di Desa Karangrejo. Selain itu, data ini juga mencakup literatur atau penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik pengembangan pariwisata, serta data statistik yang menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan. Dengan menggabungkan kedua jenis data ini, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh dan menghasilkan rekomendasi yang aplikatif untuk pengembangan pariwisata di Desa Wisata Karangrejo.

1.10.6 Teknik Pengumpulan

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup beberapa metode yang sesuai dengan pendekatan kualitatif untuk

menggali informasi secara mendalam mengenai strategi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Karangrejo. Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, pengelola desa wisata, dan masyarakat setempat. Tujuan dari teknik ini adalah untuk menggali pandangan, pengalaman, serta harapan mereka terkait pengembangan pariwisata di desa tersebut. Melalui wawancara ini, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai kebijakan, strategi, dan tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan pariwisata.

2. Observasi

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap aktivitas pariwisata yang berlangsung di Desa Wisata Karangrejo. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk melihat secara langsung interaksi antara masyarakat dan wisatawan, kondisi infrastruktur, serta pengelolaan fasilitas pariwisata. Observasi partisipatif ini memberikan gambaran nyata tentang keberhasilan dan kendala yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata di desa tersebut.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah metode pengumpulan data yang bersifat sekunder dari berbagai literatur seperti dokumen data banyaknya pengguna jasa Balkondes Karangrejo, jurnal, artikel, berita, hingga penelitian terdahulu yang terkait dengan strategi pengembangan pariwisata khususnya di desa wisata Karangrejo.

Dengan menggabungkan ketiga teknik pengumpulan data ini, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai strategi pengembangan pariwisata yang diterapkan di Desa Wisata Karangrejo serta tantangan yang dihadapi oleh berbagai pihak yang terlibat.

1.10.7 Analisis dan Interpensi Data

Pada penelitian ini data dan informasi yang didapatkan dari proses pengumpulan data kemudian dianalisis dengan menggabungkan hasil dari analisis data sebagai berikut:

1. Kondensasi Data

Kondensasi data merupakan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, dan pengorganisasian data yang telah dikumpulkan agar lebih relevan dan terarah pada tujuan penelitian. Dalam konteks penelitian ini mengenai strategi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Karangrejo, reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi

yang paling penting dan relevan dengan permasalahan yang dihadapi, serta untuk mempermudah analisis selanjutnya.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah langkah krusial dalam proses penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menyajikan hasil reduksi data secara sistematis dan mudah dipahami. Dalam penelitian ini yang berfokus pada strategi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Karangrejo, penyajian data bertujuan untuk mengorganisir temuan-temuan utama agar dapat dianalisis lebih lanjut dan digunakan dalam merumuskan kesimpulan serta rekomendasi.

3. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan interpretasi yang dilakukan, penelitian ini akan menyimpulkan tentang efektivitas strategi pengembangan pariwisata yang diterapkan serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan. Sebagai contoh, jika hasil menunjukkan bahwa promosi wisata masih kurang efektif, rekomendasi yang dapat diberikan mungkin mencakup pemanfaatan platform digital atau peningkatan kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat. Di sisi lain, jika keterlibatan masyarakat tergolong rendah, rekomendasi dapat

mencakup peningkatan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat agar mereka dapat berperan aktif dalam pengelolaan pariwisata.

1.10.8 Kualitas Data

Sugiyono (2006:299) memaparkan standar dari kevalidan sebuah data didefinisikan sebagai keabsahan data, kevalidan data penelitian akan menunjukkan seberapa besar data akan menunjukkan nilai kebenaran. Dalam mengetahui kualitas data, maka dilakukan triangulasi data. Triangulasi merupakan metodologi yang digunakan untuk meningkatkan validitas dan realibilitas suatu penelitian dengan cara menggabungkan data dari berbagai sumber, metode, ataupun teori. Pada penelitian ini, penulis memilih validitas data dengan pendekatan triangulasi agar dapat menganalisis bagaimana kondisi yang terjadi dalam meneliti Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Karangrejo.

Hal ini membantu dalam menghasilkan temuan yang dapat dipercaya serta memperkuat argumentasi dalam penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan dengan pengumpulan dan penyajian data yang diperoleh dari pengelola Desa Wisata Karangrejo.