



**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DI
KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Oleh:

Ali Ahmmad

130810101080

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**



**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DI
KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Oleh:

Ali Ahmmad

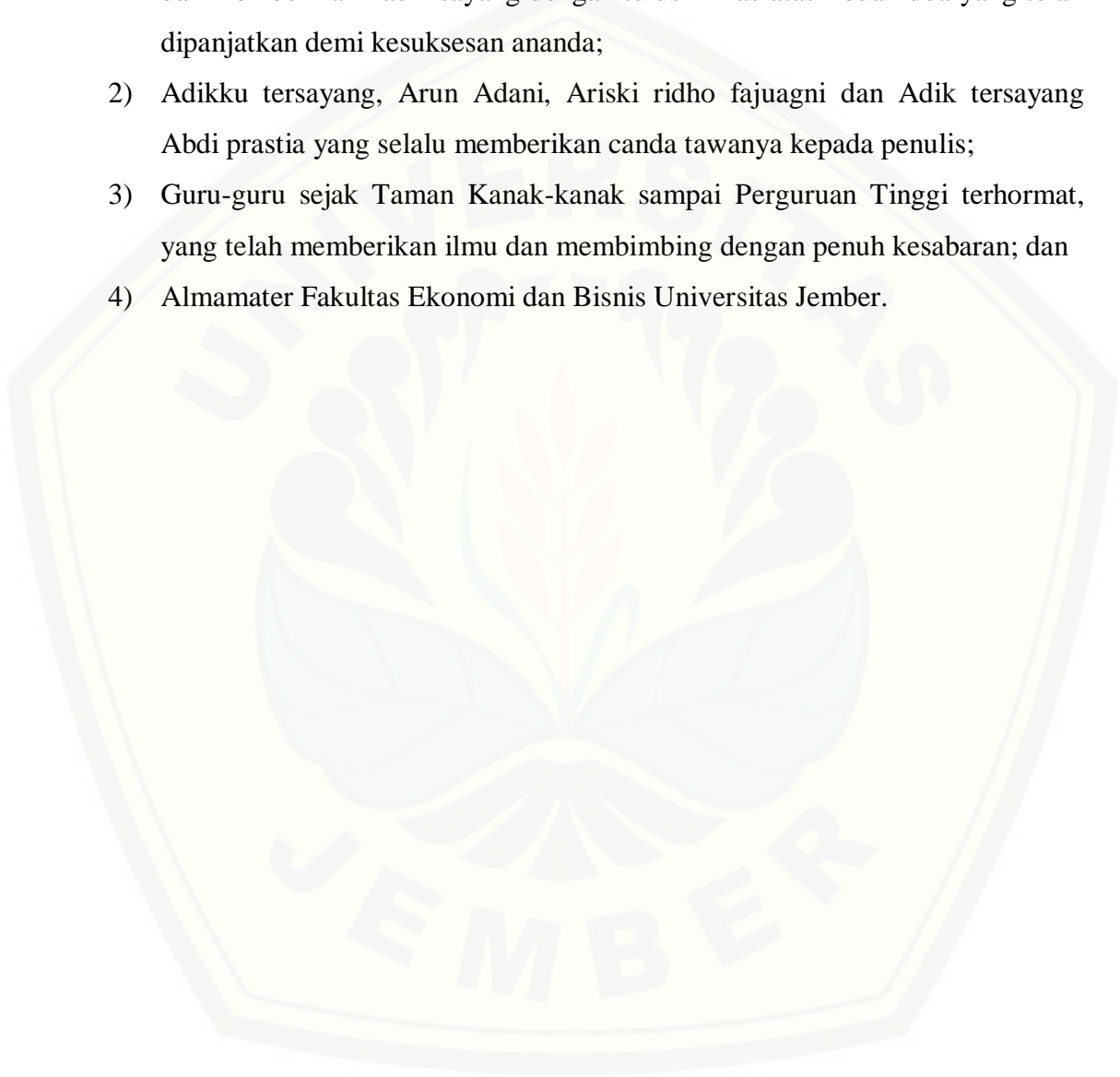
130810101080

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1) Ibunda Wagini dan Ayahanda Sarijan tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan kasih sayang dengan tulus ikhlas atas ribuan doa yang telah dipanjatkan demi kesuksesan ananda;
- 2) Adikku tersayang, Arun Adani, Ariski ridho fajuagni dan Adik tersayang Abdi prastia yang selalu memberikan canda tawanya kepada penulis;
- 3) Guru-guru sejak Taman Kanak-kanak sampai Perguruan Tinggi terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran; dan
- 4) Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

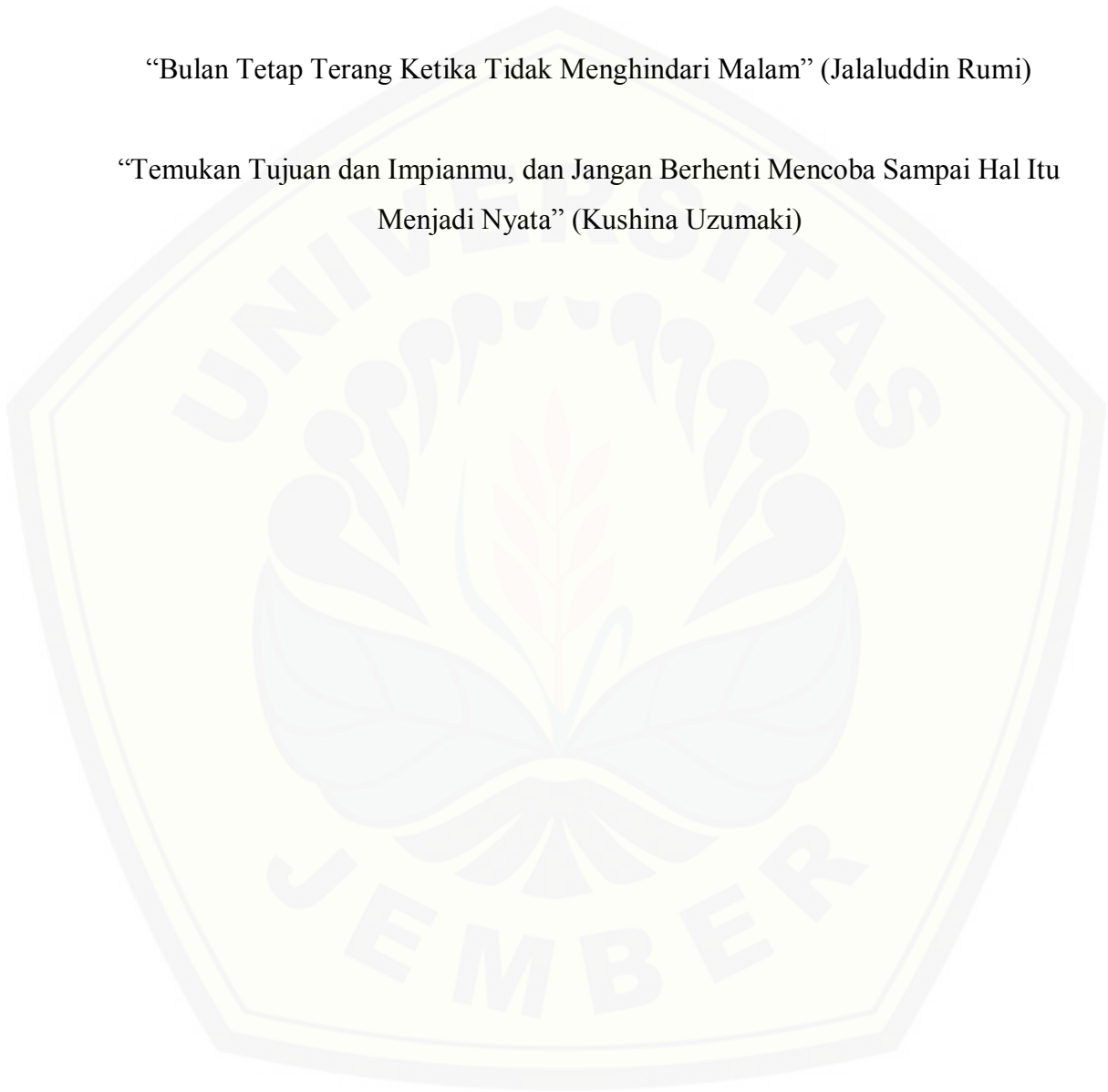


MOTTO

“Jadilah Seperti Bunga yang Memberikan Keharuman Bahkan Kepada Tangan yang Telah Menghancurkannya” (Ali Bin Abi Thalib)

“Bulan Tetap Terang Ketika Tidak Menghindari Malam” (Jalaluddin Rumi)

“Temukan Tujuan dan Impianmu, dan Jangan Berhenti Mencoba Sampai Hal Itu Menjadi Nyata” (Kushina Uzumaki)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ali Ahmmad

NIM : 130810101080

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DI KABUPATEN BONDOWOSO" adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang telah disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Februari 2019

Yang menyatakan

Ali Ahmmad

NIM 130810101080

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DI
KABUPATEN BONDOWOSO**



Oleh:

Ali Ahmmad

NIM 130810101080

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Dr. Duwi Yunitasari, SE, ME

Dosen Pembimbing II : Dr. Siswoyo Hari Santosa, SE. M.SI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten
Bondowoso
Nama : Ali Ahmmad
Nim : 130810101080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Konsentrasi : Ekonomi Regional
Disetujui Tanggal : 11 Februari 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Duwi Yunitasari, SE, ME
NIP. 197806162003122001

Dr. Siswoyo Hari Santoso, S.E., M.Si
NIP. 196907181995122001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Sebastiana Viphindartin, M.Kes.
NIP 19641108 198902 2 001

PENGESAHAN

Judul Skripsi

Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Bondowoso

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ali Ahmad

NIM : 130810101080

Jurusan : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan

Telah dipertahankan didepan penguji tanggal :

22 Maret 2019

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

1. Ketua : Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E., M.P. (.....)
NIP 1972071319990310001

2. Sekretaris : Fivien Muslihatinningsih, S.E., M.Si. (.....)
NIP 198301162008122001

3. Anggota : Dr. Zainuri, M.Si (.....)
NIP 196403251989021001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan

Dr. Muhammad Miqdad, S.E, M.M, Ak,CA
NIP 19710727 199512 1 001

Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Bondowoso

Ali Ahmmad

*Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Jember*

ABSTRAK

Pariwisata semakin berkembang sejalan dengan perubahan-perubahan sosial, budaya, ekonomi, teknologi dan politik. Pariwisata menimbulkan *multiplier effect*. Desa wisata mulai dikembangkan di Kabupaten Bondowoso. Beberapa desa wisata dikelola oleh masyarakat dan ada yang dikelola individu. *Multiplier effect* yang tinggi namun permasalahan yang dihadapi kurangnya wisatawan membuat tidak berkembangnya desa wisata di Kabupaten Bondowoso. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan desa wisata di Kabupaten Bondowoso. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif dengan memakai data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bondowoso, tiga desa wisata yaitu Desa Wisata Almour, Desa Wisata Mahadewa dan Desa Wisata Rengganis dan instansi lain yang diperlukan. Alat analisis yang digunakan adalah SWOT. Hasil Analisis menunjukkan strategi pengembangan di Desa Wisata Almour Kabupaten Bondowoso yaitu mengoptimalkan peran BUMDES, pemeliharaan infrastruktur penunjang, kerja sama dengan pihak swasta, meningkatkan peran masyarakat, inovasi, promosi dan sinergi pemerintah daerah, pemerintah desa serta masyarakat desa. Strategi pengembangan Desa Wisata Mahadewa yaitu promosi melalui media sosial, membuat BUMDES, memfokuskan pada sumber daya yang dimiliki, berkordinasi dengan desa wisata lain, menambah tempat swafoto dan mengembangkan SDM dan tenaga pengelola desa wisata. Strategi pengembangan Desa Wisata Rengganis yaitu membuka investasi, meningkatkan sinergi *multi stakeholder*, memprioritaskan pembangunan jalan raya, meningkatkan keterlibatan masyarakat, promosi dan inovasi-inovasi baru.

Kata kunci: desa wisata, *multiplier effect*, strategi pengembangan

*STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF A VILLAGE TOURISM IN
BONDOWOSO DISTRICT*

Ali Ahmmad

*Department of Economics and Development Studies, Faculty of Economics and
Business, University of Jember*

ABSTRACT

Tourism is increasingly developing in line with social, cultural, economic, technological and political changes. Tourism creates a multiplier effect. Tourism villages began to be developed in Bondowoso Regency. Some tourist villages are managed by the community and some are managed by individuals. The multiplier effect is high, but the problems faced by the lack of tourists have made tourism villages in Bondowoso District less developed. This study aims to determine the strategy of developing tourist villages in Bondowoso District. This research uses descriptive research through a quantitative approach using data obtained from the Bondowoso District Tourism Office, three tourist villages namely the Almour Tourism Village, Mahadewa Tourism Village and Rengganis Tourism Village and other necessary institutions. The analytical tool used is SWOT. The results of the analysis show the development strategy in Almour Tourism Village, Bondowoso Regency, namely optimizing the role of BUMDES, maintaining supporting infrastructure, cooperating with the private sector, enhancing the role of the community, innovation, promotion and synergy of local government, village government and village communities. The development strategy of Mahadewa Tourism Village is promotion through social media, making BUMDES, focusing on resources owned, coordinating with other tourism villages, adding a self-supporting place and developing human resources and management staff for tourism villages. The development strategy of Rengganis Tourism Village is to open investment, improve multi-stakeholder synergy, prioritize highway construction, increase community involvement, promotion and new innovations.

Keywords: multiplier effect, strategy for development, village tourism

RINGKASAN

Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Bondowoso; Ali Ahmmad ;130810101080; 121 halaman; Jurusan Ilmu ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Pariwisata semakin berkembang sejalan perubahan-perubahan sosial, budaya, ekonomi, teknologi, dan politik. Sebagai suatu aktivitas manusia, pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia, barang dan jasa yang sangat kompleks. Pariwisata dapat menimbulkan *multiplier effect* dimana sebuah kegiatan yang memacu kegiatan lain, *multiplier effect* ini memiliki dampak secara langsung maupun tidak langsung. Pariwisata berdampak positif terhadap ekonomi yaitu kontribusi secara langsung berasal dari pajak pendapatan yang diambil dari pelaku bisnis pariwisata. Sedangkan kontribusi secara tidak langsung berasal dari pajak dan bea cukai barang-barang yang di impor dan pajak yang dikenakan kepada wisatawan yang berkunjung. Selain itu, pariwisata juga berdampak terhadap penciptaan tenaga kerja baru/penciptaan lapangan kerja baru. Dalam upaya mengembangkan sektor pariwisata, Kabupaten Bondowoso mulai membuat pariwisata yang lebih mikro atau lebih mengeksplor wilayah-wilayah tertentu dengan menonjolkan kekayaan alam maupun budaya yang dimiliki daerah atau wilayah tersebut yang lebih dikenal dengan desa wisata. Dalam upaya mengembangkan desa wisata perlu dana dan peralatan pendukung. Terbatasnya dana dan peralatan pendukung membuat pengembangan desa wisata menjadi lambat. Untuk itu, bantuan dari beberapa pihak seperti dinas pariwisata, pemerintah pusat dan pemerintah desa dapat membantu pengembangan desa wisata. Permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan desa wisata adalah kurangnya modal, infrastruktur penunjang, serta promosi yang masih minim

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan desa wisata di Kabupaten Bondowoso. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari masyarakat desa dan pengelola di tiga desa wisata yaitu Desa Alas Sumur, Desa Mahadewa dan Desa Rengganis. Strategi pengembangan Desa Wisata Almour adalah mengadakan akomodasi desa wisata, mengoptimalkan peran BUMDES dalam pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata, melakukan pengawasan dan pemeliharaan

infrastruktur penunjang yang telah ada dilokasi desa wisata, meningkatkan kondisi jalan raya melalui pemeliharaan jalan yang baik oleh pemerintah serta penyediaan transportasi umum, melakukan kerja sama dengan pihak swasta untuk menanamkan modal, meningkatkan peran masyarakat dalam mengembangkan desa wisata, meningkatkan inovasi melalui promosi media sosial yang lebih intens, melakukan pemberdayaan, penyuluhan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya desa wisata, meningkatkan sinergi antara pemerintah daerah, pemerintah desa dan masyarakat desa dalam pengembangan Desa Wisata Almour kedepannya. Strategi pengembangan Desa Wisata Mahadewa adalah meningkatkan promosi melalui media sosial dan memfokuskan kegiatan desa wisata dengan sumber daya yang dimiliki masyarakat, menambah/mengembangkan produk wisata, mendorong pemerintah desa segera membuat bumdes sehingga pengembangan desa wisata lebih terencana, berkordinasi dengan desa wisata lain terkait pengembangan desa wisata, menambah tempat swafoto dan mempromosikan desa wisata melalui instagram dan facebook dan pengembangan sdm dan tenaga pengelola desa wisata. Strategi pengembangan Desa Wisata Rengganis adalah membuka investasi ataupun mengupayakan pembangunan desa wisata yang potensial oleh aparatur desa sehingga pembangunan dapat berjalan dengan mengerahkan dana maupun tenaga dengan penuh tanggung jawab, meningkatkan sinergi multi stakeholder dalam program pengembangan desa wisata, memprioritaskan pembangunan jalan raya serta infastruktur penunjang, meningkatkan pemberdayaan dalam keterlibatan masyarakat, meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar desa wisata, memfokuskan kegiatan wisata dengan sumber daya yang dimiliki dan melakukan inovasi-inovasi baru dengan tujuan meningkatkan kunjungan wisatawan.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T karena berkat rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN PENGEMBANGAN DESA WISATA DI KABUPATEN BONDOWOSO”. Tujuan disusunnya skripsi ini adalah untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Dalam penulisan hingga terselesainya skripsi ini, tentunya tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dalam kesempatan ini menyampaikan ungkapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Duwi Yunitasari, SE. ME selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan mendampingi penulis dalam penyusunan skripsi;
2. Bapak Dr. Siswoyo Hari Santoso, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan baik saran maupun kritik dan pengarahan dengan ketulusan dan kesadaran dalam menyelesaikan skripsi ini;
3. Bapak Dr. Rafael Purতোমো S., M.Si selaku dosen pengajar yang memberikan saran-saran dalam penulisan skripsi ini;
4. Dr. Muhammad Miqdad, S.E, M.M, Ak,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas jember beserta staf edukatif dan staf administrasi;
5. Dr. Sebastiana Viphindartin, M.Kes. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Jember beserta staf administrasi;
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
7. Ayahanda Sarijan serta Ibu Wagini yang selalu memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan, dan semangat kepada penulis sehingga dalam penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar;
8. Adikku tercinta Dani, Riski, Tio tersayang

9. Sahabat–sahabatku Rifno, Kiki, Halim, Ody, Ervan, Pras, Hendra, riski dan teman–teman futsal terima kasih untuk semua cerita dan kenangan bersama, baik canda tawa maupun keluh kesah;
10. Teman–temanku Soimun, Risal, Habibi, Zein Arrahman, Rizqi Wardana, Riski Puger, jaka, noval, dan lain–lain yang tidak dapat disebutkan satu–persatu, terima kasih;
11. Seluruh teman–teman di Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, terima kasih semuanya;
12. Teman–teman KKN Desa Leprak Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowso: Obi, Saipul, Rio, Cila, Mbak nisa, Sifa, fira, Reka, Rofi yang memberikan pengalaman baru tentang kekeluargaan dan kebersamaan;
13. Semua pihak yang turut andil dalam membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata tidak ada sesuatu yang sempurna didunia ini, penulis menyadari atas kekurangan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun penulis harapkan bagi penyempurnaan tugas akhir ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan pengetahuan bagi penulisan karya tulis selanjutnya amin.

Jember, 14 Februari 2019

Ali Ahmmad

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	x
RINGKASAN	xi
PRAKATA	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Desentralisasi Fiskal	8
2.1.2 Teori Pertumbuhan Ekonomi	9
2.1.3 Teori Pertumbuhan Neo-Klasik Solow Swan	10
2.1.4 Pengertian Kepariwisataaan	11
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	29
BAB 3. METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.1.1 Jenis Penelitian	31
3.1.2 Unit Analisis	31
3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.1.4 Populasi/sampel	32
3.1.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.2 Metode Analisis Data.....	30
3.3 Definisi Operasional	38

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum	40
4.1.1 Kondisi Geografis Kabupaten Bondowoso	40
4.1.2 Kondisi Demografis Kabupaten Bondowoso	40
4.1.3 Keadaan Ekonomi Kabupaten Bondowoso	42
4.1.4 Kondisi Pariwisata di Kabupaten Bondowoso	45
4.2 Gambaran Umum Variabel Penelitian	47
4.3 Analisis SWOT	52
4.3.1 Analisis SWOT Desa Wisata Almour	53
4.3.2 Analisis SWOT Desa Wisata Mahadewa	58
4.3.3 Analisis SWOT Desa Wisata Rengganis	64
4.4 Pembahasan	71
4.4.1 Strategi Pengembangan Desa Wisata Almour	71
4.4.2 Strategi Pengembangan Desa Wisata Mahadewa	76
4.4.3 Strategi Pengembangan Desa Wisata Rengganis	79
BAB 5. PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Banyaknya Pengunjung Tempat Wisata Kabupaten Bondowoso Tahun 2017.....	4
Tabel 1.2 Data Desa Wisata Kabupaten Bondowoso Tahun 2011-20118.....	4
Tabel 1.3 Bantuan-bantuan yang Diterima Desa Wisata	5
Tabel 3.1 Perhitungan Matriks SWOT dan Kuadran SWOT.....	36
Tabel 3.2 Matrik SWOT	38
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin Tahun 2016	41
Tabel 4.2 Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Bondowoso Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha (miliar rupiah) 2012-2016.....	43
Tabel 4.3 Laju Pertumbuhan Riill PDRB Menurut Lapangan Usaha (persen) Tahun 2012-2016	44
Tabel 4.4 Objek Wisata di Kabupaten Bondowoso.....	46
Tabel 4.5 Penentuan Bobot Variabel Internal	53
Tabel 4.6 Penentuan Bobot Variabel Eksternal.....	54
Tabel 4.7 Penentuan Rating Variabel Internal	54
Tabel 4.8 Penentuan Rating Variabel Eksternal	55
Tabel 4.9 Matriks IFAS Desa Wisata Almour	55
Tabel 4.10 Matriks EFAS Desa Wisata Almour	56
Tabel 4.11 Identifikasi Variabel Kekuatan dan Kelemahan	56
Tabel 4.12 Identifikasi Variabel Peluang dan Ancaman	57
Tabel 4.13 Strategi Desa Wisata Almour	59
Tabel 4.14 Penentuan Bobot Variabel Internal	58
Tabel 4.15 Penentuan Bobot Variabel Eksternal	60
Tabel 4.16 Penentuan Rating Variabel Internal	60
Tabel 4.17 Penentuan Rating Variabel Eksternal	61
Tabel 4.18 Matriks IFAS Desa Wisata Maha Dewa	61

Tabel 4.19 Matriks EFAS Desa Wisata Mahadewa	62
Tabel 4.20 Identifikasi Variabel Kekuatan dan Kelemahan	62
Tabel 4.21 Identifikasi Variabel Peluang dan Ancaman	63
Tabel 4.22 Strategi Desa Wisata Mahadewa.....	65
Tabel 4.23 Penentuan Bobot Variabel Internal	64
Tabel 4.24 Penentuan Bobot Variabel Eksternal	66
Tabel 4.25 Penentuan Rating Variabel Internal	66
Tabel 4.26 Penentuan Rating Variabel Eksternal	62
Tabel 4.27 Matriks IFAS Desa Wisata Rengganis	67
Tabel 4.28 Matriks EFAS Desa Wisata Rengganis	67
Tabel 4.29 Identifikasi Variabel Kekuatan dan Kelemahan	68
Tabel 4.30 Identifikasi Variabel Peluang dan Ancaman	68
Tabel 4.31 Strategi Desa Wisata Rengganis	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Grafik Matriks Kuadran SWOT	37
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Bondowoso.....	40
Gambar 4.2 Desa Wisata Almour	47
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Bumdes Desa Wisata Almour	48
Gambar 4.4 Desa Wisata Mahadewa	49
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Pengelola Desa Wisata Mahadewa.....	50
Gambar 4.6 Desa Wisata Rengganis.....	51
Gambar 4.7 Struktur Organisasi Desa Wisata Rengganis.....	52
Gambar 4.8 Grafik Analisis SWOT Desa Wisata Almour	57
Gambar 4.9 Grafik Analisis SWOT Desa Wisata Maha Dewa.....	63
Gambar 4.10 Grafik Analisis SWOT Desa Wisata Rengganis	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A Perhitungan Bobot Desa Wisata Almour	88
LAMPIRAN B Perhitungan Rating Desa Wisata Almour.....	92
LAMPIRAN C Perhitungan Analisis Variabel IFAS dan EFAS	
Desa Wisata Almour.....	94
LAMPIRAN D Grafik Analisis SWOT Desa Wisata Almour	96
LAMPIRAN E Perhitungan Bobot Desa Wisata Mahadewa	97
LAMPIRAN F Perhitungan Rating Desa Wisata Mahadewa	101
LAMPIRAN G Perhitungan Analisis Variabel IFAS dan EFAS	
Desa Wisata Maha Dewa	103
LAMPIRAN H Grafik Analisis SWOT Desa Wisata Mahadewa.....	105
LAMPIRAN I Perhitungan Bobot Desa Wisata Rengganis.....	106
LAMPIRAN J Perhitungan Rating Desa Wisata Rengganis.....	110
LAMPIRAN K Perhitungan Analisis Variabel IFAS dan EFAS	
Desa Wisata Rengganis	112
LAMPIRAN L Grafik Analisis SWOT Desa Wisata Rengganis	114
LAMPIRAN M Kuesioner	115
LAMPIRAN N Surat Disposisi	119
LAMPIRAN O Dokumentasi	120

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam arti luas, pariwisata adalah kegiatan rekreasi diluar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktifitas, pariwisata telah menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar masyarakat maju dan sebagian kecil masyarakat negara berkembang. Pariwisata semakin berkembang sejalan perubahan-perubahan sosial, budaya, ekonomi, teknologi, dan politik. Runtuhnya sistem kelas dan kasta, semakin meratanya distribusi sumberdaya ekonomi, ditemukannya teknologi transportasi, dan peningkatan waktu luang yang didorong oleh pengurangan jam kerja telah mempercepat mobilitas manusia antar daerah, negara, dan benua, khususnya dalam pariwisata. Krippendorf (1984:41) menggambarkan bahwa perkembangan tersebut mengakibatkan semakin kompleksnya tatanan kehidupan masyarakat. Konsekuensi lebih lanjut adalah munculnya tekanan fisik dan psikis, misalnya lewat pekerjaan dan monotoninya kehidupan. Hidup seolah-olah didesain untuk produksi dan pekerjaan, sehingga tidak jarang mengakibatkan orang stres. Pariwisata kemudian menjadi kanal yang tepat untuk membebaskan masyarakat dari tekanan tersebut (Damanik, 2006:1).

Sebagai suatu aktivitas manusia, pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia, barang dan jasa yang sangat kompleks. Pariwisata terkait erat dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan penyediaan kebutuhan layanan, dan sebagainya. Ketika orang berwisata, wisatawan membutuhkan layanan akomodasi yang seringkali harus diberikan oleh pihak lain. Demikian pula apabila pihak biro perjalanan ingin menjual produk kepada wisatawan, maka mereka harus membangun hubungan kerja, minimal dengan pihak hotel. Semua ini merupakan rangkainyan elemen yang saling mempengaruhi atau menjalankan fungsi-fungsi tertentu sehingga pariwisata tersebut dapat berjalan semestinya. Kaitan antar elemen secara kuat tadi kemudian membentuk suatu sistem yang disebut sebagai sistem pariwisata (Yoeti, 1996:116).

Pariwisata dapat menimbulkan *multiplier effect* dimana sebuah kegiatan yang memacu kegiatan lain, *multiplier effect* ini memiliki 3 dampak yaitu: dampak langsung, pariwisata berdampak langsung terhadap masyarakat setempat dengan adanya kegiatan pariwisata ini maka masyarakat setempat akan merasakan dampak positif yang di dapat dari kegiatan pariwisata. Tidak langsung, tidak hanya berdampak langsung tetapi pariwisata juga memiliki dampak secara tidak langsung, dampak tidak langsung ini dapat dirasakan oleh berbagai sektor industri yang diperlukan selama kegiatan pariwisata berlangsung. Contohnya seperti perkebunan, pertambangan dan lainnya. Dampak turunan/ikutan ini akan lebih dirasakan oleh industri yang tentunya menunjang kegiatan pariwisata seperti *souvenir shop*, warung-warung kecil dan lainnya (Pendit, 2002:45). Secara tidak langsung pariwisata merupakan sektor yang berkaitan dan berhubungan erat dengan ekonomi, yang harus diingat adalah *multiplier effect* akan semakin berdampak besar selama wisatawan tidak pernah berhenti mengunjungi kawasan wisata, hal ini merupakan suatu dampak pariwisata terhadap perekonomian suatu daerah/negara.

Pariwisata berdampak positif terhadap ekonomi yaitu kontribusi pariwisata terhadap pemerintah, kontribusi secara langsung berasal dari pajak pendapatan yang diambil dari pelaku bisnis pariwisata. Sedangkan kontribusi secara tidak langsung berasal dari pajak dan bea cukai barang-barang yang yang di impor dan pajak yang dikenakan kepada wisatawan yang berkunjung. Selain itu, pariwisata juga berdampak terhadap penciptaan tenaga kerja baru/penciptaan lapangan kerja baru. Pariwisata juga berdampak terhadap meningkatkan kualitas *infrastructure* yang baik seperti jalan (Pendit, 2002:39)

Kabupaten Bondowoso merupakan sebuah kabupaten Jawa Timur. Kabupaten Bondowoso terletak di utara daerah tapal kuda. Kabupaten Bondowoso memiliki luas 1560,10 km². Wilayahnya cukup beragam, dari daratan rendah hingga pegunungan. Dengan kondisi lingkungan alam yang cukup strategis Kabupaten Bondowoso dapat dijadikan sebagai tujuan wisata di Provinsi Jawa Timur. Dalam upaya mengembangkan sektor pariwisata, Kabupaten Bondowoso mulai membuat pariwisata yang lebih mikro atau lebih mengeksplor wilayah-

wilayah tertentu dengan menonjolkan kekayaan alam maupun budaya yang dimiliki daerah atau wilayah tersebut yang lebih dikenal dengan desa wisata. Pada tahun 2016 desa wisata di Kabupaten Bondowoso berjumlah 9 desa wisata yang tersebar di beberapa wilayah. Desa wisata memiliki keunikan tersendiri yaitu selain menawarkan wisata alam yang bagus, juga menawarkan edukasi bagi wisatawan tidak hanya pada bidang pertanian tetapi juga pada peternakan dan perikanan. Desa wisata ini mendapat perhatian khusus dari pemerintah Kabupaten Bondowoso dalam pengembangan pariwisata desa bahkan pemerintah bekerja sama dengan beberapa pihak seperti perguruan tinggi maupun kabupaten lain sebagai upaya mengembangkan pariwisata di Kabupaten Bondowoso. Desa wisata di Bondowoso ini masih belum bisa bersaing dengan desa wisata di kabupaten lain serta desa wisata ini sebab desa wisata di Kabupaten Bondowoso masih relatif baru sehingga masih belum mampu menarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara (Dinas Pariwisata Jawa Timur, 2017 data diolah).

Diketahui pada Tabel 1.1 Banyaknya Pengunjung ke Tempat wisatawan Kabupaten Bondowoso tahun 2017, tempat wisata yang memiliki pengunjung terbanyak pada semester I tahun 2017 yaitu pada tempat wisata Kawah Ijen sebesar 71.537 orang dan pada semester II 2017 turun menjadi 54.587 orang. Sementara itu, jumlah wisatawan desa wisata yang tersebar pada 3 desa wisata yaitu Desa Wisata Lombok Kulon sebesar 5.093 orang, Desa Wisata Rengganis sebesar 20.592 dan Desa Wisata Almour sebesar 53.385 orang. Sementara itu, jumlah wisatawan di desa wisata lain tidak dipublikasikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bondowoso.

Dalam 8 tahun terakhir jumlah desa wisata cenderung meningkat dari tahun 2011 sampai tahun 2018, awalnya hanya 4 desa wisata dan menjadi 14 desa wisata pada tahun 2018. Hal ini menunjukkan komitmen Pemerintah Kabupaten Bondowoso dalam mengembangkan desa wisata. Desa wisata di Kabupaten Bondowoso sudah banyak dikelola oleh masyarakat desa dari 14 desa wisata, 12 diantaranya sudah dikelola oleh masyarakat desa dengan bantuan pemerintah desa. Jauhnya lokasi desa wisata seperti Desa Wisata Rengganis membuat masyarakat enggan untuk mengunjungi desa wisata tersebut. Untuk itu, perlu

dilakukan perbaikan akses terutama jalan dan promosi agar masyarakat tertarik untuk berwisata ke desa wisata. Data desa wisata di Kabupaten Bondowoso dapat dijelaskan pada Tabel 1.2

Tabel 1.1 Banyaknya Pengunjung Tempat Wisata Kabupaten Bondowoso Tahun 2017

Nama Objek	Semester I	Semester II	Total
Kawah ijen	71.537	54.587	126.124
Kawah Wurung	18.876	16.481	35.357
Air Terjun Gentongan	2.706	616	3.322
Patirana P28	13.695	15.163	28.858
Pemandangan Arak-arak	10.190	26.528	36.718
Desa Wisata Almour	30.790	22.595	53.385
Desa Wisata Lombok Kulon	3.156	1.937	5.093
Pemandian Tasnan	15.665	14.564	30.229
Pemandian Air Hangat Belawan	4.280	4.390	8.670
Bosamba Rafting	219	180	399
Museum Kereta Api	5.611	5.745	11.356
Makam Ki Ronggo	2.379	2.130	4.509
Taman Renggannis/Situs Glingseran	10.679	9.913	20.592
Batu Susun Solor	1.750	10.596	12.346
Pendakian Gunung Raung	246	223	469
Maha Dewa	446	554	1.000

Sumber : Sekertaris Pengelola, Disparbud Kabupaten Bondowoso, 2017 (diolah)

Tabel 1.2 Data Desa Wisata Kabupaten Bondowoso Tahun 2011-2018

Desa Wisata	Alamat	Tahun	Pengelola	Total
Tamanan	Tamanan, Kecamatan Tamanan	2011	Masyarakat Desa	
Kalianyar	Kalianyar, Kecamatan Tamanan	2008	Individu	4
Gunung Sari	Gunung Sari, Kecamatan Maesan	2011	Masyarakat Desa	
Sumber kemuning	Tamanan, Kecamatan Tamanan	2011	Masyarakat Desa	
Lombok Kulon	Krajan, Lombok Kulon Wonosari	2013	Individu	5
Jampit	Jampit, Kecamatan ijen	2014	Masyarakat Desa	6
Prajeakan Kidul	Prajeakan Kidul, Kec. Prajeakan	2015	Masyarakat Desa	8
Almour	Alas Sumur, Kecamatan Pujer	2015	Masyarakat Desa	
Renggannis	Glingseran, Kecamatan Bringin	2016	Masyarakat Desa	9
Mahadewa	Desa Kupang, Kec. Curahdami	2017	Masyarakat Desa	11
Banyuwulu	Banyuwulu, Kecamatan Wringin	2017	Masyarakat Desa	
Tirta Agung	Sukosari Kidul, Kec. Sukosari	2018	Masyarakat Desa	
Wonobojo	Wonobojo, Kecamatan Klabang	2018	Masyarakat Desa	14
Blimbing	Blimbing, Kecamatan Klabang	2018	Masyarakat Desa	

Sumber : Disparbud Kabupaten Bondowoso, 2018 data diolah

Dalam upaya mengembangkan desa wisata perlu dana dan peralatan pendukung. Terbatasnya dana dan peralatan pendukung membuat pengembangan desa wisata menjadi lambat. Untuk itu, bantuan dari beberapa pihak seperti dinas pariwisata, pemerintah pusat dan pemerintah desa dapat membantu pengembangan desa wisata. Bantuan yang diberikan untuk pengembangan desa

wisata bisa berupa modal maupun peralatan penunjang desa wisata. Desa Wisata Mahadewa merupakan salah satu desa wisata yang menerima bantuan dana dari pemerintah desa untuk pembuatan jalan wisata. Sementara itu, desa wisata lain seperti Desa Wisata Almour dan Desa Wisata Rengganis yang menerima bantuan peralatan pendukung wisata.

Tabel 1.3 Bantuan-bantuan yang Diterima Desa Wisata Tahun 2017

Nama Desa	Instansi	Jenis bantuan
Almaour alas sumur	- Pemerintah Desa - Disparpora	Pembangunan Hotel, pengadaan paving untuk pembangunan jalan dan Pembangunan jembatan dan bantuan peralatan penunjang wisata
Maha dewa	Pemerintah Desa	Dana 500 juta untuk pembuatan jalan menuju wisata
Rengganis	Disparpora	Bantuan hibah, berupa seragam Pokdarwis, Camera DSLR, Tenda, Printer, Laptop dan Jas hujan
Lombok Kulon	Kementrian Pariwisata	Hibah Mobil pick-up,
Belimbing	Tidak ada	Tidak ada
Banyuwuluh	Tidak Ada	Tidak Ada
Tirta Agung	Dinas Perikanan	40.000 bibit ikan
Jampit	Tidak Ada	Tidak Ada
Wonoboyo	Dinas PUPR	Infrasstruktur jalan, pembangunan aliran irigasi
Prajekan Kidul	Pemerintah Desa	Pembangunan Homestay
Gunng sari	Tidak ada	Tidak ada
Tamanan	Pemerintah Desa	Pembuatan Waduk

Sumber : Disparbud Kabupaten Bondowoso, 2018 data diolah

Berdasarkan data Disparbud Kabupaten Bondowoso menunjukkan bahwa desa wisata yang dikelola oleh masyarakat lebih maju daripada desa wisata yang dikelola individu. Hal ini terlihat kunjungan wisatawan yang cenderung tinggi dibanding dengan desa wisata yang dikelola individu. Selain itu, desa wisata yang dikelola individu menyebabkan *multiplier effect* desa wisata terhadap masyarakat rendah. Pada tahun 2017 jumlah wisatawan yang datang ke Desa Wisata Almour sebesar 53.385 orang dan jumlah wisatawan yang datang ke Desa Wisata Lombok Kulon sebesar 5.093 orang. Permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan desa wisata adalah kurangnya modal, infrastruktur penunjang, serta promosi yang masih minim (Yoeti, 2008:156).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian di 3 desa wisata yang dikelola oleh masyarakat yaitu Desa Wisata Almour, Desa Wisata Mahadewa dan Desa Wisata Rengganis sebab *multiplier effect* yang tinggi berupa penyediaan lapangan kerja masyarakat lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat seperti menjual makanan, minuman dan juga sebagai tukang parkir. Selain itu penginapan yang dikelola masyarakat juga akan berdampak pada meningkatnya pendapatan masyarakat. Keberadaan desa wisata juga akan berdampak pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan dan meningkatkan infrastruktur desa seperti jalan desa. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Bondowoso”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah penelitian yang muncul adalah bagaimana strategi pengembangan desa wisata di Kabupaten Bondowoso?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui strategi pengembangan desa wisata di Kabupaten Bondowoso.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak terkait antara lain :

1. Bagi peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan dan aplikasi terhadap teori yang diperoleh peneliti dengan fenomena yang sebenarnya.

2. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masalah pemerintah dalam mensejahterakan masyarakatnya dan juga dapat dijadikan masukan guna memberikan kebijakan atau strategi yang tepat sasaran.

3. Bagi akademisi

Sebagai tambahan informasi bagi peneliti lain yang hendak mengadakan penelitian di bidang yang sama.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Desentralisasi Fiskal

Dalam UU No. 33 tahun 2004 yang dimaksud dengan desentralisasi adalah penyerahan wewenang pemerintah oleh pemerintah kepada daerah otonom untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Selain itu Undang-Undang Republik No. 33 tahun 2004 menimbang bahwa pembangunan yang berkesinambungan yang meliputi seluruh aspek kehidupan dalam rangka mencapai tujuan nasional berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Republik Indonesia tahun 1945. (Sun'an & Senuk 2015:74)

Secara harfiah kata desentralisasi adalah lawan kata sentralisasi yang dapat diartikan sebagai suatu pemusatan (*adjective*) berkaitan dengan suatu kewenangan (*authorty*) pemerintahan, lalu ada istilah misalnya kantor pusat, pemerintah pusat dan sebagainya. Desentralisasi mengenai kewenangan pemerintahan menyangkut berbagai aspek misalnya bidang politik, urusan pemerintah, sosial dan pembangunan ekonomi dan aspek fiskal. Dengan demikian lalu ada beberapa konsep seperti (Sidik, 2002) dalam buku (Sun'an & Senuk 2015:62) :

1. *Administrative decentralization*
2. *Polical decentralzation*
3. *Ekonomic or market desentralization*
4. *Fiscal desentralization*

Selanjutnya desentralisasi administratif adalah pelimpahan sebagai wewenang dan pertanggung jawaban dibarengi dengan pemberian wewenang untuk mengelola sumber-sumber keuangan untuk membiayai kegiatan operasional dan penyediaan pelayanan publik (*public service*). Pelimpahan wewenang tersebut berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen urusan pemerintah dan bidang keuangan (*financial management*) dari pemerintah pusat kepada pemerintah di daerah (*local government*). Sistem desentralisasi administratif terdapat tiga bentuk yaitu:

1. Dekonsentrasi, yaitu pelimpahan wewenang pemerintah pusat kepada kantor-kantor departemen yang ada di daerah artinya pelaksanaan kegiatan yang menjadi urusan departemen di suatu daerah.
2. Desentralisasi atau otonom, yaitu pelimpahan wewenang yang lebih luas dari departemen kepada pemerintah lokal dan didukung dan dibiayai dengan dana. Jadi secara tegas ada tugas kegiatan dan pembiayaan (*budget*).
3. Bantuan (*medeberwind*), yaitu pelaksanaan urusan atau kegiatan tertentu oleh daerah yang memperoleh pelimpahan wewenang dan pembiayaan dari pusat, namun *decision* terakhir berada pada pihak pemberi wewenang.

Desentralisasi fiskal merupakan salah satu mekanisme transfer dana dari APBN dalam kaitan dengan kebijakan keuangan negara yaitu untuk mewujudkan ketahanan fiskal yang berkelanjutan (*fiscal sustainability*) dan memberikan stimulus terhadap aktivitas perekonomian masyarakat, maka dengan kebijakan desentralisasi fiskal diharapkan akan menciptakan pemerataan kemampuan keuangan antar daerah yang sepadan dengan besarnya kewenangan urusan pemerintah yang diserahkan kepada daerah otonom. Desentralisasi fiskal juga merupakan salah satu “pilar” dalam memelihara kestabilan kondisi ekonomi nasional, karena dengan adanya transfer dana ke daerah akan mendorong aktivitas perekonomian masyarakat di daerah. Desentralisasi fiskal tersebut dikelompokkan pada (Sun’an & Senuk 2015:63) :

- a) Dana pertimbangan keuangan pusat dan daerah, dengan maksud menciptakan keadilan dan pemerataan serta memperkecil kesenjangan fiskal antar daerah. Dana pertimbangan itu berasal dari penerimaan dalam negeri yang diperoleh dari pendapatan perpajakan, royalti dan bagi hasil SDA.
- b) Dana yang bersumber dari utang dalam luar negeri yang disalurkan ke daerah (*subsidiary*) baik dari utang bilareal maupun multilateral.

2.1.2 Teori Pertumbuhan Ekonomi

Arsyad (1999:64) menjelaskan bahwa teori pertumbuhan Harrod-Domar dikembangkan oleh dua ekonom sesudah Keynes yaitu Evsey Domar (*Massachusetts Intitute Of Tekonology*) dan Sir Roy F. Harrod (*Oxford Univer*

Sity). Domar mengemukakan teorinya tersebut pertama kali pada tahun 1947 dalam jurnal *American Economic Review*, sedangkan pertama kali pada tahun 1939 dalam *Economic Journal*. Jadi, teori ini sebenarnya dikembangkan oleh kedua ekonom tersebut secara sendiri-sendiri, tetapi karena “inti teori” tersebut sama, maka sekarang ini dikenal sebagai teori Harrod-Domar.

Teori Harrod-Domar itu merupakan perluasan dan analisis Keynes mengenai kegiatan ekonomi secara nasional dan masalah tenaga kerja. Analisis Keynes dianggap kurang lengkap karena tidak membicarakan masalah-masalah ekonomi jangka panjang. Sedangkan teori Harrod Domar ini menganalisis syarat-syarat yang diperlukan agar perekonomian bisa tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang. Dengan kata lain, teori ini berusaha menunjukkan syarat yang dibutuhkan agar perekonomian bisa tumbuh dan berkembang dengan mantap (*steady growth*) (Sun'an & Senuk 2015:25).

Teori Harrod-Domar ini mempunyai beberapa asumsi yaitu:

1. Perekonomian dalam keadaan pengerjaan penuh (*full employment*) dan barang-barang modal yang terdiri dalam masyarakat digunakan secara penuh.
2. Perekonomian terdiri dalam 2 sektor yaitu sektor rumah tangga dan sektor perusahaan, berarti pemerintah dan perdagangan luar negeri tidak ada
3. Besarnya tabungan masyarakat adalah proporsional dengan besarnya pendapatan nasional, berarti fungsi tabungan dimulai dari titik nol.
4. Kecendrungan untuk menabung (*marginal propensity to save = MPV*) besarnya tetap, demikian juga rasio antara modal-output (*incremental capital-output ratio ICOR*). *COR* dan *ICOR* yang tetap.

2.1.3 Teori Pertumbuhan Neo-Klasik Solow Swan

Menurut teori ini, pertumbuhan ekonomi tergantung kepada pertambahan penyediaan faktor-faktor produksi (penduduk, tenaga kerja, dan akumulasi modal) dan tingkat kemajuan teknologi. Berdasarkan penelitiannya, Solow (1957) mengatakan bahwa peran kemajuan teknologi didalam pertumbuhan ekonomi sangat tinggi. Pandangan teori ini didasarkan kepada anggapan yang mendasari analisis klasik, yaitu perekonomian akan tetap mengalami tingkat pengerjaan

penuh (*full employment*) dan kapasitas peralatan modal akan tetap sepenuhnya dihunakan sebagai waktu. Dengan kata lain, sampai dimana perekonomian akan berkembang tergantung pada penambahan penduduk, akumulasi kapital, dan kemajuan teknologi.

Selanjutnya menurut teori ini, rasio modal-output (*capital-output ratio* =COR) bisa berubah (bersifat dinamis). Dengan kata lain, untuk menciptakan sejumlah output tertentu, bisa digunakan jumlah modal yang berbeda-beda dengan bantuan tenaga kerja yang jumlahnya berbeda beda pula, sesuai dengan yang dibutuhkan lebih sedikit. Sebaliknya jika modal yang digunakan lebih sedikit, maka lebih banyak tenaga kerja yang digunakan. Dengan adanya “keluwesan” ini suatu perekonomian mempunyai kebebasan yang tak terbatas dalam menentukan kombinasi modal dan tenaga kerja yang akan digunakan untuk menghasilkan tingkat output tertentu (sun,an 2015:23-24)

2.1.4 Pengertian kepariwisataan

a. Pengertian Pariwisata

Definisi pariwisata terdapat pada undang-undang No.10/ 2009 tentang Kepariwisataan, pada Bab 1 pasal 1 mengenai ketentuan umum. Berdasarkan isi pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekeompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Pariwisata adalah perpindahan sementara orang-orang kedaerah tujuan diluar tempat kerja tempat tinggal sehari-harinya, kegiatan yang dilakukannya adalah fasilitas yang digunakan ditunjukkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Fandeli, 1995: 47). Pariwisata merupakan salah satu industri baru yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta mentimulasi sektor

produktivitas lainya. Pariwisata dipandang sebagai industri yang kompleks karena dalam industri pariwisata terdapat industri-industri yang berkaitan seperti kerajinan tangan, cinderamata, penginapan dan transportasi. Pada hakekatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan untuk melakukan pariwisata adalah karena berbagai kepentingan sosial maupun kebudayaan. Kegiatan wisatawan dalam berwisata tentulah dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, baik faktor penarik maupun faktor pendorong dalam melakukan kegiatan perjalanan wisata. Fandeli (1995: 40) menjelaskan kedua faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Faktor mendorong

Faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas, meskipun sejenak dari kehidupan yang rutin setiap hari, lingkungan yang tercemar, kemacetan lalu lintas dan hiruk-pikuk kehidupan kota.

2. Faktor penarik

Faktor ini berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerah atau di tempat wisata. Atraksi ini dapat berupa kemasyuran akan objek wisata, tempat-tempat yang banyak diperbincangkan orang serta sedang menjadi berita.

- b. Komponen Pariwisata

Berdasarkan klasifikasi Leiper (1990) dalam Pitana (2009: 63), sistem pariwisata terdiri dari tujuh (7) komponen besar, dimana komponen tersebut merupakan sektor utama dalam kepariwisataan yang memerlukan keterkaitan, ketergantungan, dan keterpaduan, yaitu:

1. Sektor pemasaran (*the marketing sektor*)

Mencakup semua ini pemasaran dalam industri pariwisata, misalnya, kantor biro perjalanan dengan jaringan cabangnya, kantor pemasaran maskapai penerbangan (*air lines*), kantor promosi daerah tujuan wisata tertentu, dan sebagainya.

2. Sektor perhubungan (*the carrier sektor*)

Mencakup semua bentuk dan macam transportasi publik, khususnya yang beroperasi sepanjang jalur transit yang menghubungkan tempat asal

wisatawan (*traveler generating region*) dengan tempat tujuan wisatawan (*tourist destination region*). Misalnya, perusahaan penerbangan (*airlines*), bus (*coachline*), penyewaan mobil, kereta api, dan sebagainya.

3. Sektor akomodasi (*the accommodation sektor*)

Sebagai penyedia tempat tinggal sementara (penginapan) dan pelayanan yang berhubungan dengan hal itu, seperti penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage*). Sektor ini umumnya berada didaerah tujuan wisata dan tempat transit.

4. Sektor daya tarik/ atraksi wisata (*the attractio sektor*)

Sektor ini terfokus pada penyediaan daya tarik atau antraksi wisata bagi wisatawan. Lokasi utamanya terutama pada daerah tujuan wisata tetapi dalam beberapa kasus juga terletak pada daerah transit. Misalnya, taman budaya, hiburan (*entertainment*), even olah raga dan budaya, dan sebagainya. Jika suatu daerah tujuan wisata tidak memiliki sumber daya atau daya tarik wisata alam yang menarik, biasanya akan dikompensasi dengan memaksimalkan daya tarik atraksi wisata lain.

5. Sektor tour operator (*the tour operator sektor*)

Mencakup perusahaan penyelenggara dan penyedia paket wisata. Perusahaan ini membuat dan mendesain paket perjalanan dengan memilih dua atau lebih komponen (baik tempat, paket, antraksi wisata) dan memasarkanya sebagai sebuah unit dalam tingkat harga tertentu yang menyembunyikan harga dan biaya masing-masing komponen dalam paketnya.

6. Sektor pendukung/ rupa-rupa (*the miscellaneous sektor*)

Sektor ini mencakup pendukung terselenggaranya kegiatan wisata baik di negara/ tempat tujuan wisata. Misalnya, toko oleh-oleh (*souvenir*) atau took bebas bea (*duty free shops*), restoran, asuransi perjalanan wisata, travel cek (*traveller cheque*), bank dengan kartu kredit, dan sebagainya.

7. Sektor pengkoordinasi/regulator (*the coordinating sektor*)

Mencakup peran pemerintah selaku regulator dan asosiasi di bidang pariwisata selaku penyelenggara pariwisata, baik di tingkat lokal, regional, maupun internasional. Sektor ini biasanya menangani perencanaan dan fungsi

manajerial untuk membuat sistem koordinasi antara seluruh sektor dalam industri pariwisata. Misalnya, ditingkat lokal dan nasional seperti Departemen Pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi (Disparda), Perhimpunan Hotel dan Restoran (PHRI), dan sebagainya. Di tingkat regional dan internasional seperti *World Tourism Organization* (WTO), *Pacific Asia Travel Association* (PATA), dan sebagainya.

c. Pelaku Pariwisata

Pelaku pariwisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Adapun yang menjadi pelaku pariwisata menurut Damanik dan Weber (2006: 19) adalah:

1. Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat, ekpektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya) yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan wisata. Dengan perbedaan tersebut, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata.
2. Industri pariwisata/penyedia jasa; adalah semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan utama, yaitu:
 - a) Pelaku langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, antraksi hiburan, dan lain-lain.
 - b) Pelaku tidak langsung yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembaran panduan wisata, dan sebagainya.
3. Pendukung jasa wisata adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk itu. Termasuk didalamnya adalah penyedia adalah penyedia jasa fotografi, jasa kecantikan, olahraga, penjualan BBM, dan sebagainya.

4. Pemerintah sebagai pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah juga bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan paduan bagi *stakeholder* yang lain dalam memainkan peran masing-masing.
5. Masyarakat lokal adalah masyarakat yang bermukim di kawasan wisata. mereka merupakan salah satu aktor paling penting dalam pariwisata karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Selain itu, masyarakat lokasi merupakan pemilik langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan. Air, tanah, hutan, dan landscape yang merupakan sumberdaya pariwisata yang dikonsumsi oleh wisatawan dan pelaku wisata lainnya berada di tangan mereka. Kesenian yang menjadi salah satu daya tarik wisata juga hampir sepenuhnya milik mereka. Oleh sebab itu, perubahan-perubahan yang terjadi di kawasan wisata akan bersentuhan langsung dengan kepentingan mereka.
6. Lembaga swadaya masyarakat merupakan organisasi non-pemerintah yang sering melakukan aktivitas kemasyarakatan di berbagai bidang, termasuk di bidang pariwisata, seperti proyek WWF untuk perlindungan orang utan di Kawasan Bahorok Sumatera Utara atau di Tanjung Putting Kalimantan Selatan, Kelompok Pecinta alam, walhi, dan lain-lain.

d. Manfaat Pariwisata

Pendit (2002: 33) menjelaskan tentang kepariwisataan sebagai berikut: Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan-kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan–pelabuhan (laut atau udara), jalan-jalan raya, pengangkutan setempat, program-program kebersihan atau kesehatan, proyek sarana budaya dan kelestarian lingkungan, dan sebagainya. Serta dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi wisatawan dalam lingkungan wilayah yang bersangkutan, maupun bagi wisatawan pengunjung dari luar. Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap

pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara–negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, dimana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan di tengah-tengah industri lainnya. Adapun yang menjadi manfaat pariwisata adalah:

1. Meningkatkan hubungan yang baik antar bangsa dan negara.
2. Membuka kesempatan kerja serta perluasan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.
3. Merangsang dan menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat.
4. Meningkatkan pendapatan perkapita masyarakat, pendapatan daerah, dan devisa negara.
5. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan.
6. Membantu dan menunjang gerak pembangunan, seperti penyediaan sarana dan prasarana yang diperlukan.
7. Menjaga kelestarian flora, fauna dan lingkungan.

Tujuan penyelenggaraan kepariwisataan adalah

- 1) Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata.
 - 2) Memupuk rasa cinta tanah air.
 - 3) Memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.
 - 4) Meningkatkan dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.
 - 5) Mendorong pendayagunaan produksi nasional.
- e. Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Ide dasar pembangunan berkelanjutan adalah sumber daya alam dan budaya. Sumber daya tersebut merupakan kebutuhann setiap orang saat sekarang supaya dapat hidup dengan sejahtera, tetapi harus dipelihara dan dilestarikan agar dapat juga digunakan dimasa yang akan datang. Didalam program-program pembangunan hal itu diwujudkan dalam bentuk pembatasan secara ketat eksploitasi sumber daya yang tidak dapat di perbarui dan pemanfaatan sumber daya tanpa mennyisahkan kerusakan lingkungan hidup secara permanen. Pemanfaatan sumber daya tersebut harus pula melibatkan masyarakat lokal dan memberikan manfaat optimal bagi mereka.

Ide-ide itu kemudian diturunkan kedalam konsep pariwisata berkelanjutan. Artinya adalah pembangunan sumberdaya alam (Atraksi, Akseibilitas, Amenitas) pariwisata yang bertujuan untuk memberikan keuntungan optimal bagi pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan nilai kepuasan optimal bagi wisatawan dalam jangka panjang. Oleh sebab itu kalau yang ingin dikembangkan adalah infrastruktur pariwisata, maka ia harus memberikan keuntungan jangka panjang bagi semua pelaku wisata. Disini kualitas jasa dan layanan yang dihasilkan dalam pengembangan tersebut harus terjamin supaya wisatawan yang menggunakan dapat memperoleh kepuasan yang optimal. Kepuasan wisata tentu saja akan ditukarkan ke dalam bentuk keuntungan para pemangku kepentingan. Jadi pariwisata hanya dapat bertahan lama atau berkelanjutan jika ia memberikan kepuasan bagi wisatawan dalam jangka panjang dalam bentuk pengalaman yang lengkap (*total experience*). Kepuasan inilah yang merupakan komoditas dan ditukarkan dalam bentuk keuntungan bagi pemangku kepentingan (Damanik & F. Weber 2006:26).

f. Desa Wisata

Desa wisata dikemukakan oleh beberapa ahli. Menurut Pariwisata inti rakyat (PIR) dalam Hadiwijoyo (2012:68) definisi dari desa wisata adalah suatu kawasan pedesaan dengan keseluruhan suasana yang asli dan khas baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan stuktur tata ruang desa yang khas, kegiatan perekonomian yang menarik, serta memiliki potensi yang dapat dikembangkan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan dan minuman, dan kebutuhan wisata lainnya. Pengelolaan pariwisata diperlukan agar sasaran yang tercapai sesuai yang diinginkan dengan mempertimbangkan segala sumber daya yang dimilikinya. Tipe pengelolaan desa wisata di indonesia terbagi dalam tipe terstruktur dan tipe terbuka. Tipe stuktur biasanya terletak pada lahan terbatas dan terpisah dari masyarakat lokal yang dilengkapi dengan infrastuktur spesifik sehingga siap memberi pelayanan dengan kualitas terbaik. Adapun tipe terbuka memiliki karateristik berupa suatu kawasan pedesaan yang berkembang menjadi suatu dengan stuktur kehidupan, baik ruang

maupun pola dengan masyarakat lokal sehingga dampak dapat langsung dirasakan oleh masyarakat (Hadiwijoyo 2012:70)

Pada sebuah destinasi wisata terdapat beberapa elemen yang saling bergantung. Elemen tersebut harus tersedia untuk memberi pengalaman berwisata yang baik pada setiap pada setiap wisatawan. Elemen tersebut terdiri dari atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi, dan keramah-tamahan. Dalam pengembangan suatu desa wisata juga perlu mengetahui komponen pengembangan pariwisata. Terdapat dua konsep penting dalam komponen desa wisata yaitu atraksi dan akomodasi (Hadiwijoyo, 2012:69). Kedua konsep penting dalam komponen desa wisata tersebut diikuti pula oleh komponen pengembangan destinasi pariwisata lainnya diantaranya sebagai berikut:

1. Atraksi sebagai daya tarik wisata diklasifikasikan berdasar pada jenis dan temanya yaitu daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata minat khusus.
2. Amenitas atau akomodasi adalah berbagai jenis fasilitas dan kelengkapannya disediakan untuk wisatawan agar dapat beristirahat dengan nyaman serta menginap selama melakukan kunjungan.
3. Aksesibilitas yang juga termasuk transportasi adalah fasilitas dan modal angkutan yang memudahkan serta membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.
4. Infrastruktur pendukung adalah keseluruhan jenis fasilitas umum beberapa prasarana fisik seperti komponen pendukung perhubungan dan jaringan telekomunikasi serta beberapa fasilitas fisik lainnya seperti listrik, air minum, toilet dan sebagainya.
5. Fasilitas pendukung wisata lainnya adalah berbagai jenis fasilitas pendukung kepariwisataan yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan selama melakukan kunjungan disuatu destinasi.
6. Kelembagaan dan sumber daya manusia pariwisata adalah kelembagaan dan sumber daya manusia pendukungnya, yang terkait dengan manajemen pengelolaan kepariwisataan di suatu destinasi, baik dari pemerintah, swasta, maupun masyarakat (Sunaryo, 2013: 25-31).

g. Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Untuk Menarik Wisatawan Aspek-aspek penawaran pariwisata terdiri dari:

1. Proses Produksi Industri Pariwisata

Kemajuan pengembangan pariwisata sebagai industri, sebenarnya ditunjang oleh bermacam-macam usaha yang perlu dikelola secara terpadu dan baik, diantaranya adalah:

- a) Promosi untuk memperkenalkan objek wisata.
- b) Transportasi memperkenalkan objek wisata.
- c) Kemudahan kemigrasian atau birokrasi.
- d) Akomodasi yang menjamin penginapan yang nyaman.
- e) Penandu wisata yang cakap.
- f) Penawaran barang dan jasa dengan mutu terjamin dan tarif harga yang wajar.
- g) Pengisian waktu dengan antraksi-antraksi yang menarik.
- h) Kondisi kebersihan dan kesehatan lingkungan hidup.

2. Pentingnya Tenaga Kerja dan Penyediaanya

Perkembangan pariwisata berpengaruh positif pada perluasan kesempatan kerja. Berkembangnya suatu daerah pariwisata tidak hanya membuka lapangan kerja bagi penduduk setempat, tetapi juga menarik pendatang-pendatang baru dari luar daerah, justru karena tersedianya lapangan kerja tadi.

3. Pentingnya Infrastruktur/Prasarana

Motivasi yang mendorong orang untuk mengadakan perjalanan akan menimbulkan permintaan-permintaan yang sama mengenai prasarana, sarana-sarana perjalanan dan perhubungan, sarana-sarana akomodasi dan jasa-jasa, serta persediaan-persediaan lain. Industri pariwisata memerlukan prasarana ekonomi, seperti jalan raya, jembatan, terminal, pelabuhan, lapangan udara. Di samping itu dibutuhkan pula prasarana bersifat *public utilities*, seperti pembangkit tenaga listrik, proyek penjernihan air bersih, fasilitas olahraga dan rekreasi, pos dan telekomunikasi, bank, *money changer*, perusahaan asuransi, periklanan, percetakan, dan banyak sektor perekonomian lainnya. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan

dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan (Kusuma, 2011:45).

Berikut ini beberapa tipe strategi yaitu:

a) Strategi Integrasi Vertikal

Strategi integrasi vertikal memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan kontrol atas distributor, pemasok, dan pesaing. Berikut macam-macam strategi vertikal:

1) Strategi Integrasi ke Depan

Strategi ini menghendaki agar mempunyai kemampuan yang besar terhadap para distributor atau pengecer.

2) Integrasi ke Belakang

Strategi ini merupakan strategi terhadap pengawasan bahan baku.

b) Strategi Integrasi Horizontal

Strategi yang mencari kepemilikan atau meningkatkan control atas pesaing perusahaan.

c) Strategi Intensif

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan yang ada. Berikut macam-macam strategi intensif.

1) Penetrasi Pasar

Strategi ini berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Penetrasi pasar mencakup meningkatkan jumlah tenaga kerja penjual, meningkatkan jumlah belanja iklan, menawarkan promosi penjualan yang ekstensif, atau meningkatkan usaha publisitas.

2) Pengembangan Pasar

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada sekarang di daerah yang secara geografis merupakan daerah yang baru.

3) Pengembangan Produk

Strategi ini bertujuan untuk mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa saat ini.

d) Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambahkan produk-produk baru. Berikut macam-macam strategi diversifikasi:

1) Strategi Divertifikasi Vertikal

Strategi ini bertujuan untuk menambah produk atau jasa baru, tetapi masih saling berhubungan.

2) Divertifikasi Horizontal

Strategi ini bertujuan untuk menambah produk atau jasa baru, yang tidak saling berkaitan untuk ditawarkan pada para konsumen yang ada sekarang.

3) Divertifikasi Konglomerat

Strategi ini bertujuan untuk menambahkan produk atau jasa baru yang tidak berkaitan.

e) Strategi Defensif

Strategi bertahan ini bermaksud untuk melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar (kebangkrutan). Berikut macam-macam strategi defensif.

1) Strategi *Turn Around*.

Strategi ini bertujuan untuk menghemat biaya agar keuntungan dapat dipertahankan.

2) Divestasi

Strategi ini dilakukan dengan cara menjual satu divisi atau bagian dari suatu organisasi dalam rangka penambahan modal dari suatu rencana

3) Pengembangan Pasar

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada sekarang di daerah yang secara geografis merupakan daerah yang baru.

4) Pengembangan Produk

Strategi ini bertujuan untuk mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa saat ini (Maryan, 2011:32)

h. Teori Multiplier effect

Proses *Multiplier effect* adalah proses yang menunjukkan sejauh mana pendapatan nasional akan berubah efek dari perubahan dalam pengeluaran

agregat. *Multiplier* bertujuan untuk menerangkan pengaruh dari kenaikan atau kemerosotan dalam pengeluaran agregat keatas tingkat keseimbangan dan terutama keatas tingkat pendapatan nasional. Keunikan industri pariwisata terhadap perekonomian berupa dampak ganda (*multiplier effect*) dari pariwisata terhadap ekonomi (Ismayanti dalam Belinda, 2013: 13).

Pariwisata memberikan pengaruh tidak hanya terhadap sektor ekonomi yang langsung yang langsung berkaitan dengan industri pariwisata, tetapi juga industri yang tidak langsung terkait dengan industri pariwisata. Analisis dampak ekonomi kegiatan wisata terkait dengan elemen-elemen penghasilan, penjualan dan tenaga kerja di daerah kawasan wisata yang terjadi akibat kegiatan pariwisata. Pengukuran multiplier adalah pengaruh pengeluaran tambahan yang diperkenalkan dalam ilmu ekonomi. Hal tersebut mencakup marginal dari perubahan rata-rata. Didalam kasus kepariwisataan pengeluaran tambahan pada suatu daerah dapat berbentuk apa saja, termasuk (a) pengeluaran yang dikeluarkan wisatawan yang sedang berkunjung terhadap barang-barang dan pelayanan, (b) investasi dari luar, (c) pengeluaran pemerintah, contohnya biayanya yang dikeluarkan untuk infrastruktur, (d) mengekspor barang-barang karena dorongan dari pariwisata. Pengeluaran dapat dianalisa sebagai berikut:

1. Pengeluaran langsung

Dalam kepariwisataan pengeluaran dilakukan oleh pengunjung pada barang dan pelayanan dalam penginapan, restoran, toko, fasilitas wisata lainnya yang memproduksi barang wisata yang akan diekspor atau investasi dalam pariwisata.

2. Pengeluaran tidak langsung

Mencakup transaksi interbisnis yang mana hasil dari pengeluaran langsung seperti pembelian barang oleh pemilik toko dan *supplier* lokal dan pembelian yang dilakukan oleh *supplier* lokal dari pemborong.

3. Pengeluaran induksi

Pengeluaran induksi merupakan peningkatan pengeluaran konsumen hasil dari pendapatan tambahan pribadi yang dihasilkan dari pengeluaran langsung.

Nilai *multiplier* ekonomi merupakan nilai yang menunjukkan sejauh mana pengeluaran wisatawan akan menstimulasi pengeluaran lebih lanjut, sehingga pada akhirnya peningkatan aktivitas ekonomi ditingkat lokal. Menurut terminologi, terdapat tiga efek *multiplier*, yaitu efek langsung (*direct effect*), efek tidak langsung (*indirect effect*) dan efek lanjutan (*induced effect*). Ketiga efek ini digunakan untuk menghitung nilai ekonomi yang selanjutnya digunakan untuk mengestimasi dampak ekonomi di tingkat lokal. Konsep multiplier dapat di lihat dari jenis dampak secara langsung, tidak langsung dan dampak lanjutan yang berpengaruh akibat dari tambahan pengeluaran pengunjung kedalam ekonomi lokal atau ekonomi nasional. Di bawah ini merupakan formula untuk menghitung nilai pengganda dari pengeluaran wisatawan (Meta, 2001 dalam Prasetio, 2011) ; (1) lokal pendapatan *keynesian multiplier* dimana nilai yang dihasilkan dari pengeluaran lebih atau pengurangan dari pengeluaran yang digandakan untuk mengetahui penambahan dan pengurangan pendapatan lokal. *Keynesian* merupakan metode terbaik untuk merefleksikan keseluruhan dampak dari pengeluaran lebih dari ekowisata bahari. (2) rasio pendapatan multiplier yakni nilai yang diperoleh dari peningkatan dan penurunan pendapatan langsung dari ekonomi lokal yang digandakan untuk memperoleh hasil peningkatan dan penurunan total pendapatan lokal. Efek pengganda desa wisata memiliki prinsip yang dijelaskan oleh Yoeti (2008), yaitu :

1. Uang yang dibelanjakan wisatawan tidak pernah berhenti beredar dalam kegiatan ekonomi dimana uang itu dibelanjakan
2. Uang selalu berpindah tangan dari satu orang ke orang lain
3. Semakin cepat uang itu berpindah tangan, semakin besar pengaruh uang itu dalam perekonomian setempat, dan semakin besar nilai koefisien multiplier
4. Uang itu akan hilang dari peredaran, apabila uang itu tidak lagi berpindah tangan tetapi berhenti dari peredaran karena sudah tidak memberikan pengaruh terhadap ekonomi setempat
5. Pengukuran terhadap besar kecilnya uang yang dibelanjakan wisatawan itu dilakukan setelah melalui beberapa kali transaksi dalam periode tertentu.

2.2 Penelitian Terdahulu

Analisis strategi pengembangan desa wisata banyak dilakukan oleh beberapa peneliti. Secara ringkas penelitian sejenis yang menjadi referensi dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Umami Zakiyah (2017) yang berjudul “Strategi Pengelolaan Sumber Daya Alam Desa Pongok”. Penelitian ini untuk mengetahui strategi pemerintah desa pongok dalam pengelolaan sumber daya alam. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, lokasi penelitian ini di Desa Pongok Pulanharjo, Klaten Jawa Tengah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode studi literatur, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi yang dijalankan oleh pemerintah desa pongok yaitu: pembenahan umbul, membuat program *One Village One Product (OVOP)* dan pendirian badan usaha milik desa. Semua strategi yang dijalankan kemudian membuahkan hasil yang positif yang mengantarkan Desa Pongok menjadi desa yang mandiri dan sejahtera yang kemudian menjadi percontohan untuk desa-desa yang lain yang ada di Jawa Tengah maupun skala nasional.
2. Nasita Lira Hendartina (2014) dengan judul “Analisis Perubahan Kelembagaan dan Dampak Pengganda (*Multiplier Effect*) Pengembangan Kawasan Wana Wisata (Studi Kasus : Gunung Galunggung, Kabupaten Tasikmalaya)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan tata kelola kelembagaan melalui tahap inisiasi dimulai dengan tahap diskusi, kemudian tahap pembentukan dengan terbentuknya *memorandum of understanding (MOU)* antara pihak pengelola, dan sosialisasi melalui penyuluhan. Hasil penelitian ini menunjukkan dampak ekonomi yang dihasilkan diantaranya kesempatan kerja, peningkatan pendapatan asli daerah, dan peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Dampak ekonomi dihitung melalui analisis *multiplier effect* dihasilkan *keynesian income multiplier* sebesar 1,36 rasio *income multiplier 1* sebesar 1,37 dan rasio *income multiplier 2* sebesar 1,49.

3. Agatha Patria Putri (2017) dengan judul “Strategi Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Limbahsari Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan alternatif strategi pengelolaan yang harus diprioritaskan dalam rangka pengembangan Desa Wisata Limbahsari. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Hirarki Proses (AHP). Hasil Analisis AHP menunjukkan bahwa kebijakan terbaik dalam pengelolaan desa wisata Limbahsari adalah pengembangan desa wisata limbahsari dengan melakukan pengembangan wisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*). *Community Based Tourism* menjadi prioritas utama dibandingkan alternatif kebijakan lainnya, dengan bobot prioritas 0,496 dan indeks inkonsistensi keseluruhan yang dapat diterima yaitu sebesar 0,02.
4. Ade Jafar Shidiq (2015) dengan judul “Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji keterlibatan masyarakat dalam pengembangan desa wisata dan merumuskan model pengembangan desa wisata yang mengedepankan partisipasi masyarakat lokal. Pengembangan Desa Linggarjati Kabupaten Kuningan, Jawa Barat menjadi desa wisata belum melibatkan masyarakat. Tantangan dalam proses pengembangan desa wisata di Linggarjati adalah dominasi pemerintah dalam keseluruhan proses. Sehingga masyarakat tidak memiliki kesempatan dan kemauan untuk berpartisipasi penuh. Padahal bila mengacu pada pendekatan tata kelola pemerintah yang bersih dan berkelanjutan. Peran pemerintah diharapkan menjadi fasilitator dengan memberikan peran dan maafaat yang lebih besar kepada masyarakat lokal. Diperlukan kemauan politik pemerintah untuk mengurangi peranya dalam pengembangan desa wisata dengan membuka ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi.
5. Wiwin Indiarti (2013) yang berjudul “Pengembangan Program Desa Wisata dan Ekowisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Di Desa Kemirian Kabupaten Banyuwangi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji aktifitas pengelolaan Kemiren sebagai desa wisata dan ekowisata terkait dengan partisipasi

masyarakat, memetakan faktor pendukung dan penghambat pengembangan program desa wisata dan ekowisata berbasis partisipasi masyarakat di Desa Kemiren, mengkaji bentuk partisipasi masyarakat dalam pengelolaan Kemiren sebagai desa wisata dan ekowisata serta merancang model pengembangan desa wisata dan ekowisata berbasis partisipasi masyarakat di Desa Kemiren. Penelitian ini menggunakan Matriks IFAS-EFAS serta analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan Matriks kuadran SWOT berada pada posisi berpeluang dan kuat sehingga rekomendasi strategi yang digunakan adalah strategi progresif artinya desa wisata dan ekowisata di Desa Kemiren dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi dan memperbesar pertumbuhan. Hasil penelitian ini jika menunjukkan 15 strategi prioritas pengembangan di desa wisata dan ekowisata Kemiren.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil
1. Umami Zakiah (2017)	Strategi Pengelolaan Sumber Daya Alam Desa Ponggok	SWOT	Hasil penelitian menunjukkan strategi yang dijalankan oleh pemerintah desa ponggok yaitu: pembenahan umbul, membuat program <i>One Village One Product (OVOP)</i> dan pendirian badan usaha milik desa. Semua strategi yang dijalankan kemudian membuahkan hasil yang positif yang mengantarkan Desa Ponggok menjadi desa yang mandiri dan sejahtera yang kemudian menjadi percontohan untuk desa-desa yang lain yang ada di Jawa Tengah maupun skala nasional.
2. Nasita Lira Hendartina (2014)	Analisis Perubahan Kelembagaan dan Dampak Pegganda (<i>Multiplier Effect</i>) Pengembangan Kawasan Wana Wisata (Studi Kasus : Gunung Galunggung, Kabupaten Tasikmalaya)	Multiplier effect, SWOT	Hasil penelitian ini menunjukkan dampak ekonomi yang dihasilkan diantaranya kesempatan kerja, peningkatan pendapatan asli daerah, dan peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Dampak ekonomi dihitung melalui analisis <i>multiplier effect</i> dihasilkan <i>keynesian income multiplier</i> sebesar 1,36 rasio <i>income multiplier 1</i> sebesar 1,37 dan rasio <i>income multiplier 2</i> sebesar 1,49.

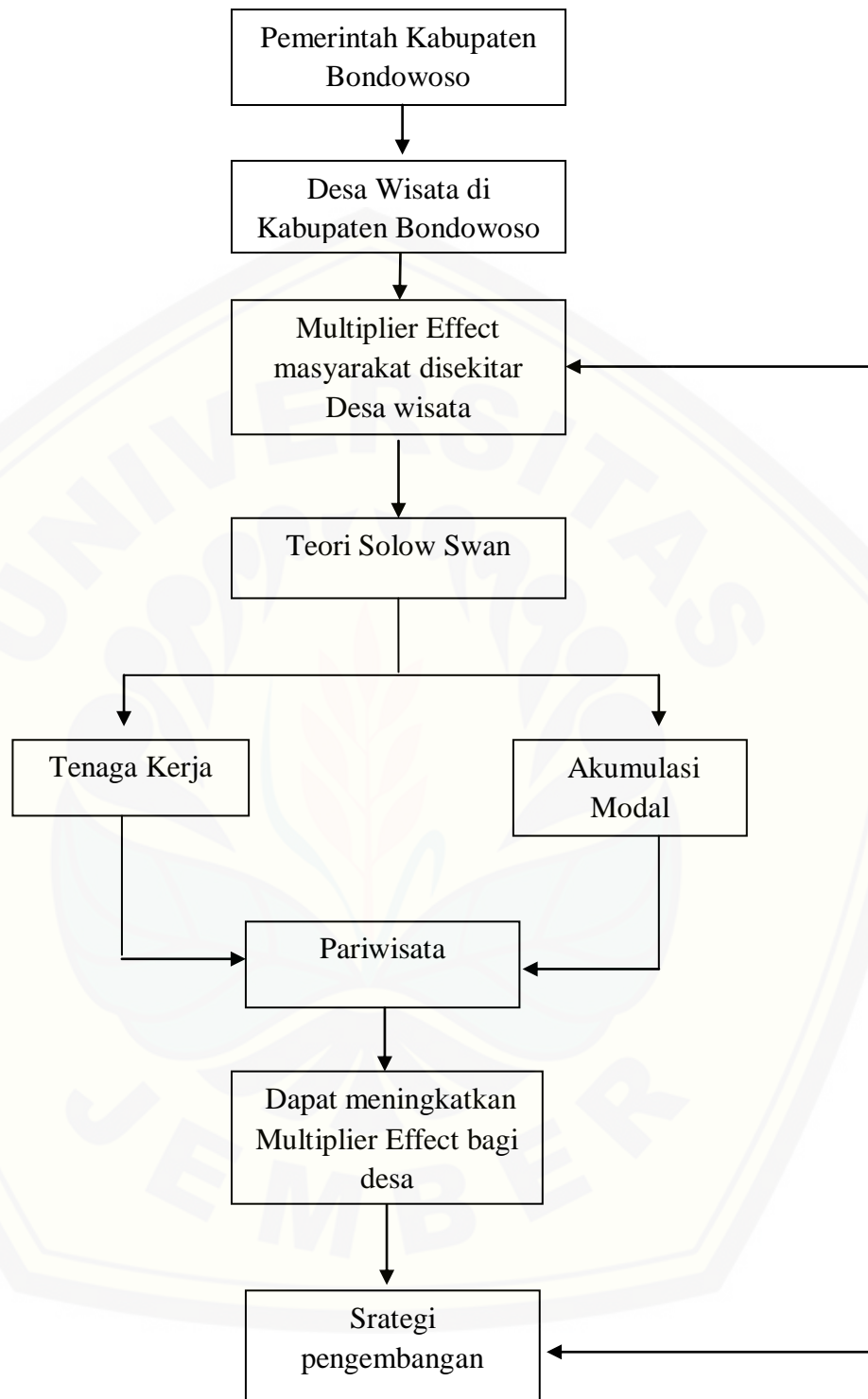
-
- | | | |
|-------------------------------|--|---|
| 3. Agatha Patria Putri (2017) | Strategi Pengembangan Desa Wisata (Analisis Hirarki Proses (AHP)
Studi Kasus: Desa Wisata Limbahsari
Kecamatan Bobotsari, Kabupaten
Purbalingga) | Hasil Analisis AHP menunjukkan bahwa kebijakan terbaik dalam pengelolaan desa wisata Limbahsari adalah pengembangan desa wisata limbahsari dengan melakukan pengembangan wisata berbasis masyarakat (<i>Community Based Tourism</i>). |
| 4. Ade Jafar Shidiq (2015) | Pengembangan Desa Wisata Berbasis SWOT
Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa
Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat | Pengembangan Desa Linggarjati belum melibatkan masyarakat. Peran pemerintah diharapkan menjadi fasilitator dengan memberikan peran dan maafaat yang lebih besar kepada masyarakat lokal. Diperlukan kemauan politik pemerintah untuk mengurangi peranya dalam pengembangan desa wisata dengan membuka ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi. |
| 5. Wiwin Indiarti (2013) | Pengembangan Program Desa Wisata dan Ekowisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Di Desa Kemirian Kabupaten Banyuwangi | Hasil penelitian ini menunjukan Matriks kuadran SWOT berada pada posisi berpeluang dan kuat sehingga rekomendasi strategi yang digunakan adalah strategi progresif. Hasil penelitian ini jika menunjukkan 15 strategi prioritas pengembangan di desa wisata dan ekowisata Kemiren. |
-

2.3 Kerangka Konseptual

Kabupaten Bondowoso merupakan kabupaten yang memiliki kekayaan alam yang masih asri dan sangat cocok digunakan untuk pengembangan wisata. Pemerintah Kabupaten Bondowoso mulai mengembangkan desa wisata dengan memanfaatkan kekayaan alam dan budaya yang ada dan melibatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata yang akan berdampak pada *multiplier effect* pada desa wisata itu sendiri. *Multiplier Effect* desa wisata berupa penyediaan lapangan kerja masyarakat lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat seperti menjual makanan, minuman dan juga sebagai tukang parkir. Selain itu penginapan yang dikelola masyarakat juga akan berdampak pada meningkatnya pendapatan masyarakat. Keberadaan desa wisata juga akan berdampak pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan dan meningkatkan infrastruktur desa seperti jalan desa. Semakin tinggi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata juga berdampak pada tingginya *multiplier effect* dan sebaliknya semakin rendah jumlah kunjungan wisatawan juga berdampak terhadap *multiplier effect* tersebut, terutama masyarakat desa wisata.

Teori Solow-Swan yang menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh tenaga kerja dan akumulasi modal. Semakin tinggi output yang dihasilkan oleh tenaga kerja akan menambah kapasitas produksi dan selanjutnya meningkatkan output total atau PDRB dan akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang juga meningkat. Akumulasi modal juga demikian semakin tinggi (modal) akan berdampak pada penggunaan modal untuk tujuan peningkatan output dan selanjutnya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Dalam mengembangkan pariwisata khususnya desa wisata dibutuhkan akumulasi modal yang besar dan kualitas tenaga kerja yang baik. Kedua hal tersebut nantinya meningkatkan kinerja pariwisata/desa wisata dan akan berdampak pada meningkatnya *multiplier effect* desa wisata. Dalam rangka meningkatkan *multiplier effect* tersebut dibutuhkan strategi-strategi pengembangan untuk kemajuan suatu desa wisata yang lebih baik lagi ke depannya.



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif memberikan gambaran lebih mendalam tentang potensi dan kendala desa pusat pertumbuhan atau aspek kehidupan penduduk sekitar yang akan diteliti. Pendekatan tersebut dapat mengungkapkan secara hidup keterhubungan ekonomi, sosial geografis secara langsung dengan sebagian besar penduduk sekitar, dimana hal tersebut tidak dapat dicapai oleh penelitian yang bersifat menerangkan. Metode penelitian survei deskriptif dimaksudkan guna mengukur potensi dan kendala yang ada. Didalam penelitian ini tujuannya adalah menggunakan data yang kita peroleh untuk menyelesaikan masalah pada untuk menguji hipotesis (Maleong, 2007:6).

Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai strategi pengembangan pariwisata secara mendalam dan komprehensif. Selain itu, dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat diungkapkan situasi dan permasalahan yang dihadapi dalam kegiatan ini.

3.1.2 Unit analisis

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam, maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu di batasi variabelnya. Oleh sebab itu penulis membatasi diri hanya tiga desa wisata yaitu. Desa Wisata Almour, Bukit Maha Dewa dan Rengganis. tiga desa wisata dipilih karena pemilihan desa wisata tersebut ada anjuran dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bondowoso. Unit penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyangkut pengembangan desa wisata di Kabupaten Bondowoso.

3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tiga desa wisata di Kabupaten Bondowoso. Pertimbangan karena desa wisata memiliki *multiplier effect* terhadap masyarakat selain itu desa wisata memiliki lingkup yang lebih mikro sehingga dampaknya lebih kepada masyarakat kecil.

3.1.4 Populasi Sampel

Dalam penelitian ini tidak menggunakan populasi, melainkan langsung menggunakan sampel. Sampel ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*. Hal ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Sugiono (2012:126) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini penulis mengambil sampel berdasarkan pengamatan dilapangan terhadap masyarakat yang berada di sekitar desa wisata, baik bekerja di sektor pariwisata maupun sektor lain.

Arikunto (2010:183) menjelaskan bahwa: Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan sampel berdasarkan tujuan tertentu, yaitu:

1. Pengambilan sampel harus didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat atau karakteristik tertentu, yang merupakan ciri-ciri pokok populasi.
2. Subjek yang diambil sebagai sampel benar-benar merupakan subjek yang paling banyak mengandung ciri-ciri yang terdapat pada populasi.
3. Penentuan karakteristik populasi dilakukan dengan cermat di dalam studi pendahuluan.

Berdasarkan pendapat diatas, maka penentuan sampel yang diambil adalah 30 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengelola dan masyarakat sekitar yang berada tiga desa wisata yaitu Desa Wisata Almour, Desa Wisata Mahadewa dan Desa Wisata Rengganis yang memiliki karakteristik sebagai berikut

1. Jenis kelamin laki-laki atau perempuan.
2. Bekerja di desa wisata atau sebagai pengelola desa wisata.
3. Berumur 20 tahun keatas.
4. Berpendidikan minimal Sekolah Dasar.
5. Bekerja di sektor pertanian dan ibu rumah tangga

3.1.5 Jenis dan sumber data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan secara langsung melalui observasi dan wawancara secara mendalam

kepada masyarakat sekitar. Data yang diambil melalui observasi dan wawancara ini merupakan data yang berkaitan dengan partisipasi yang dilakukan oleh masyarakat dalam pengembangan desa wisata.

3.2. Metode Analisis

a. Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threat*)

Metode analisis ini digunakan untuk menganalisis perencanaan strategis, Analisis SWOT adalah sebuah proses yang mengharuskan manajemen untuk berpikir kritis. Analisis SWOT mengutamakan mempelajari dan menginvestigasi peluang faktor internal, karena dianggap bersifat lebih dinamis dan bersaing, setelah itu baru menganalisis faktor eksternal. Dengan mengidentifikasi beberapa rencana aksi yang dapat meningkatkan posisi perusahaan, analisis SWOT memungkinkan manajemen untuk memilih beberapa strategi yang paling efektif dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Analisis SWOT juga memiliki beberapa tujuan dalam pelaksanaannya. Berikut ini adalah tujuan dari analisis SWOT:

1. Untuk memunculkan semua alternatif yang mungkin dijalankan berdasarkan faktor kunci internal dan eksternal, bukan untuk menentukan strategi yang terbaik.
2. Untuk memaksimalkan peluang yang tersedia.
3. Untuk mengantisipasi segala bentuk tantangan dan menyediakan beberapa solusi.
4. Untuk memastikan kelemahan tidak membebani usaha atau kemajuan

Menurut David (2004), matriks strategi SWOT merangkai perangkat pencocokan yang penting membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi SO (*Strenght-Opportunity*), strategi ST (*Strenght-Threat*), strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dan strategi WT (*Weakness-Threat*). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal merupakan bagian yang sulit dalam mengembangkan Matriks SWOT juga memerlukan penilaian yang baik. Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal dengan menggunakan peluang eksternal. Semua manajer menginginkan berada dalam posisi dimana dapat memanfaatkan

kekuatan internal dengan menggunakan peluang eksternalnya. Organisasi umumnya akan menjalankan strategi SO, ST atau WO supaya mereka dapat masuk ke dalam situasi dimana mereka dapat menerapkan strategi SO. Jika organisasi menghadapi ancaman besar, organisasi akan berusaha menghindarinya agar dapat memusatkan perhatian pada peluang. Kalau organisasi menghadapi kelemahan besar, sebuah organisasi akan berusaha keras untuk mengatasinya dan membuatkan menjadi kekuatan.

Strategi ST menghindari kekuatan internal dengan menggunakan ancaman eksternal. Hal ini tidak berarti bahwa organisasi yang kuat pasti selalu menghadapi ancaman frontal dalam lingkungan eksternal. Strategi WO mengambil kesempatan kelemahan internal dalam mengatasi peluang eksternal. Strategi WT bertujuan untuk menghindari ancaman eksternal serta memperbaiki kelemahan internal. Sebuah organisasi yang dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal, sesungguhnya dalam posisi yang berbahaya.

b. Analisis Faktor Internal SWOT

Faktor internal SWOT adalah faktor yang berasal dari dalam suatu perusahaan yang berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan tersebut. Faktor internal merupakan lingkungan internal yang terdiri dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weaknesses*). Faktor internal pada analisis SWOT ditentukan dari kondisi atau situasi lingkungan dalam perusahaan itu sendiri. Faktor internal ini penting dalam menentukan SWOT karena dalam suatu perencanaan, perusahaan perlu melihat kondisi dan kemampuan yang dimiliki. Dengan begitu, perusahaan dapat memperidiksi sejauh mana tindakan yang dapat diambil demi memajukan perusahaan. Faktor internal dapat dipandang sebagai kekuatan atau kelemahan, tergantung pada dampaknya terhadap tujuan perusahaan. Apa yang dapat mewakili kekuatan yang berkaitan dengan satu tujuan mungkin kelemahan untuk tujuan lain. Sebagai contoh yang dapat diambil seperti pada analisis SWOT perlu ditentukan variabel dan dimensi dari faktor internal dan faktor eksternal perusahaan.

c. Analisis Faktor Eksternal SWOT

Faktor eksternal merupakan lingkungan eksternal atau lingkungan luar yang terdiri dari peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*). Faktor eksternal pada analisis SWOT ditentukan dari kondisi atau situasi lingkungan luar perusahaan. Faktor eksternal ini sangat penting dalam menentukan SWOT karena dalam suatu perencanaan, perusahaan perlu melihat kondisi lingkungan luar perusahaan selain melihat dari lingkungan dalam perusahaan itu sendiri. Faktor eksternal terdiri dari analisis lingkungan makro dan mikro analisis lingkungan makro bertujuan mengidentifikasi peluang dan ancaman makro yang berdampak terhadap nilai yang dihasilkan perusahaan. Objek pengamatan dalam analisis ini adalah kekuatan politik kekuatan ekonomi, kekuatan sosial. analisis eksternal mikro diterapkan pada lingkungan yang lebih dekat dengan institusi yang bersangkutan. Misal mengenai persaingan, yaitu, ancaman pendatang baru, ancaman produk atau jasa pengganti

d. Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Dalam data SWOT kualitatif dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya. Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) poin faktor serta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T menghitung skor
 - a) Masing-masing poin faktor dilakukan secara saling bebas penilaian terhadap sebuah poin faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap poin faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim digunakan adalah dari sampai 10, dengan asumsi nilai 1 berarti skor yang paling rendah dan 10 berarti skor yang paling tinggi.
 - b) Masing-masing poin faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu poin faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan poin faktor lainnya. Sehingga formulasi

perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama dengan banyaknya poin faktor).

2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e), perolehan angka ($d = \times$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu \times , sementara perolehan angka ($e = y$) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT

Berikut ini merupakan contoh tabel perhitungan SWOT dan Matrik KuadranSWOT.

Tabel 3.1 Perhitungan matriks SWOT dan Kuadran SWOT

No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
1				
2	Dst			
	Total Kekuatan			
No				
1				
2	Dst			
	Total Kelemahan			

Sumber : Rangkuti, 2014

No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
1				
2	Dst			
	Total Peluang			
No				
1				
2	Dst			
	Total Ancaman			

Sumber : Rangkuti, 2014

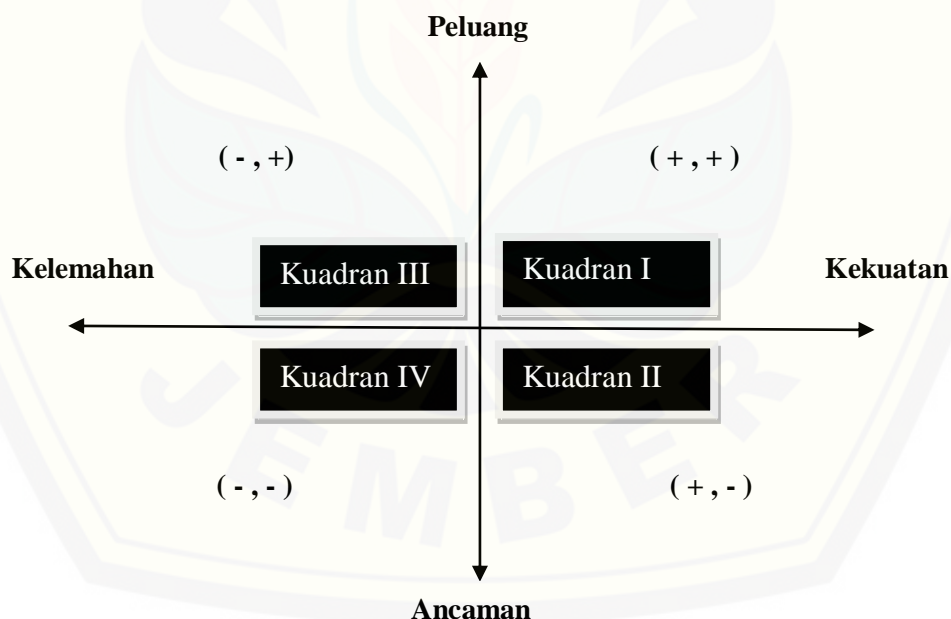
Dari gambar 3.1 dapat diketahui bagaimana kuadran SWOT yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran I

Strategi progresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada secara optimal. posisi ini menandakan sebuah organisasi berpeluang dan kuat. Pada strategi progresif organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga dimungkinkan terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

2. Kuadran II

Posisi ini menandakan sebuah organisasi menghadapi tantangan yang besar namun juga memiliki kekuatan yang besar. rekomendasi strategi yang diberikan adalah Strategi diversifikasi, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi jumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Untuk itu, organisasi disarankan segera memperbanyak ragam strategi taktisnya.



Gambar 3.1 Grafik Matriks Kuadran SWOT (Sumber : Rangkuti, 2014:20)

3. Kuadran III

Posisi ini menandakan sebuah organisasi sangat berpeluang namun memiliki kelemahan. Rekomendasi strategi yang digunakan adalah ubah strategi,

artinya organisasi disarankan mengubah strategi sebelumnya. Sebab, strategi yang lama dikhawatirkan sulit menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi

4. Kuadran IV

Pada posisi ini sebuah organisasi sangat berpeluang namun memiliki kelemahan. Strategi yang direkomendasikan adalah strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terperosok. Strategi ini digunakan sambil terus berupaya membenahi diri.

e. Matriks SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2005), alat analisis yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 3.2 Matriks SWOT

	IFE	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
EFE			
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal		STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk meminimalkan kelemahan untuk meraih peluang
TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal		STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional dimasukkan untuk menjelaskan istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian dan menghindari meluasnya permasalahan. Definisi operasional variabel sebagai berikut:

1. Desa wisata adalah suatu kawasan pedesaan dengan keseluruhan suasana yang asli dan khas baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, kegiatan perekonomian yang menarik, serta memiliki potensi yang dapat dikembangkan, misalnya antraksi, akomodasi, makanan dan minuman, dan kebutuhan wisata lainnya (Hadiwijoyo, 2012).
2. Analisis SWOT digunakan untuk mencari rencana strategis pengembangan desa wisata di Kabupaten Bondowoso. Beberapa desa wisata yang menjadi objek penelitian ini adalah Desa Wisata Almour, Desa Wisata Mahadewa, dan Desa Wisata Rengganis. Strategi pengembangan desa wisata lebih memfokuskan pada *multiplier effect* dari desa wisata itu sendiri. Analisis SWOT ini merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi guna menghadapi ancaman dan tantangan.

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan penelitian ini adalah:

- a. Analisis SWOT strategi pengembangan desa wisata di Kabupaten Bondowoso adalah mengadakan akomodasi desa wisata, membuat atau mengoptimalkan peran BUMDES dalam pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata, meningkatkan promosi melalui media sosial dan memfokuskan kegiatan desa wisata dengan sumber daya yang dimiliki masyarakat, menambah/mengembangkan produk wisata, berkordinasi dengan desa wisata lain terkait pengembangan desa wisata, melakukan pengawasan dan pemeliharaan infrastruktur penunjang yang telah ada dilokasi desa wisata, meningkatkan kondisi jalan raya melalui pemeliharaan jalan yang baik oleh pemerintah serta penyediaan transportasi umum, melakukan kerja sama dengan pihak swasta untuk menanamkan modal, meningkatkan peran masyarakat dalam mengembangkan desa wisata, meningkatkan inovasi melalui promosi media sosial yang lebih intens, melakukan pemberdayaan, penyuluhan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya desa wisata, meningkatkan sinergi antara pemerintah daerah, pemerintah desa dan masyarakat desa dalam pengembangan desa wisata di Kabupaten Bondowoso kedepannya

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan maka terdapat beberapa saran yang diajukan:

1. Perbaikan akses jalan menuju desa wisata harus diperhatikan karena banyak jalan yang rusak dan transportasi umum menuju wisata belum ada.
2. Perlu adanya campur tangan dari beberapa pihak dalam pengembangan desa wisata misal dari Dinas Pariwisata maupun Kementrian Pariwisata dalam hal pembuatan peraturan yang lebih kepada *multipiler effect* dari desa wisata terhadap masyarakat sebab desa wisata masih belum menyentuh seluruh

lapisan masyarakat atau sedikit *multiplier effect* dari desa wisata terhadap masyarakat desa wisata



Daftar Pustaka

- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arsyad, L. 1999. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Badan Pusat Statistik. 2016. Kabupaten Bondowoso dalam Angka 2016. Bondowoso: BPS Bondowoso.
- Belinda, N. 2013. Analisis Dampak Berganda (*Multiplier Effect*) Pemanfaatan Wisata Alam Tanjung Mutiara Di Danau Singkarak Kabupaten Tanah Datar. *Skripsi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Damanik, J. dan H. F. Weber . 2006. *Perencanaan ekowisata*. Yogyakarta: Andi.
- David, F. R. 2004. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Prenhallindo.
- Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda Olah Raga Kabupaten Bondowoso. 2016. *Data Kunjungan Wisatawan Bondowoso*. Bondowoso: Dinas Pariwisata.
- Elizabeth, Siti, Arthur. 2014. *Perbandingan Kontribusi Industri Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bandung Dan Jember*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Parahyangan: Universitas Katolik Parahyangan
- Fandeli, C. 1995. *Dasar-Dasar Manejemen Kepariwisataaan Alam*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Gunn, C. A dan Var, T., *Tourism Planing*. New York, Routledge (4th edition), 2002
- Hadiwijoyo, S. S. 2012. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata (Sebuah Pendekatan Konsep)*.yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hendartina, N. L. 2014. Analisis Perubahan Kelembagaan Dan Dampak Pengganda (*Multiplier Effect*) Pengembangan Kawasan Wana Wisata (Studi Kasus: Gunung Galunggung, Kabupaten Tasikmalaya). *Skripsi*. Bogor: Fakultas Ekonomi Institut Pertanian Bogor.
- Indiarti, W. 2013. Pengembangan Program Desa Wisata Dan Ekowisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Di Desa Kemiren Kabupaten Banyuwangi. *Skripsi*. Banyuwangi: Universitas PGRI Banyuwangi.
- Maryam, S. 2011. Pendekatan Swot Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal. *Skripsi*. Semarang: FE Universitas Dipenogoro.

- Maleong, J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Posda Karya.
- Pearce II, J. A dan Robinson Jr, R. B. 2008. *Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pendit, N. S. 2002. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Pitana, I .G. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Prasetio, B. 2011. Analisis Dampak Ekonomi Wisata Bahari Terhadap Masyarakat di Pulau Pramuka Taman Nasional Kepulauan Seribu. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Putri, A. P. 2017. Strategi Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Limbahsari Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga). *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Rangkuti, F. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Shidiq, A. J. 2015. Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Skripsi*. Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sun'an, M. Dan A. Senuk. 2015. *Ekonomi Pembangunan Daerah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pengembangan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasi Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004. *Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Pemerintah Daerah*. 15 Oktober 2004. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 126. Jakarta.
- Yoeti, O. A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Iplementasi*. Jakarta: Kompas.
- Zakiah, U. 2017. Strategi Pengelolaan Sumber Daya Alam Desa Pongkok. *Skripsi*. Jakarta: Universitas 17 Agustus 1945.

Lampiran C Perhitungan Analisis Variabel IFAS dan EFAS Desa Wisata Almour

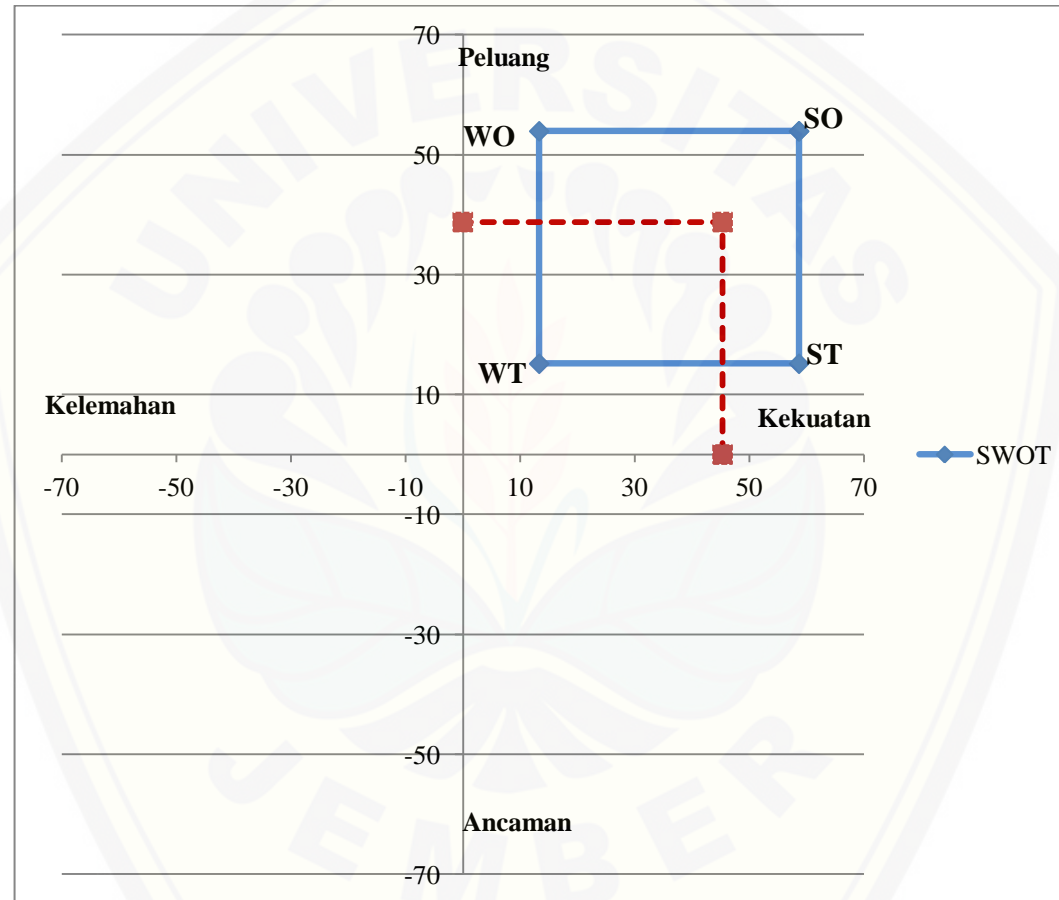
Variabel		Bobot	Rating	skor
Kekuatan				
1.	Kelembagaan dilindungi perdes	0,102	82,00	8,343
2.	Tanggung jawab pengelola sangat tinggi	0,102	82,00	8,328
3.	Banyak penyerapan tenaga kerja	0,102	82,50	8,447
4.	Adanya penginapan warga	0,109	88,00	9,600
5.	Adanya BUMDES	0,105	84,50	8,857
6.	Promosi media sosial	0,092	74,50	6,880
7.	infrastruktur penunjang sudah baik	0,101	81,50	8,235
	Total			58,690
Kelemahan				
1.	Letak objek jauh dari pusat kota	0,057	46,50	2,658
2.	Peranan masyarakat sangat terbatas	0,059	47,50	2,793
3.	Kesadaran SDM masih kurang	0,057	46,00	2,608
4.	Koordinasi masih sangat rendah	0,057	46,50	2,669
5.	Belum ada campur tangan pihak swasta	0,057	46,00	2,620
	Total	1		13,348
Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan				45,342

Lanjutan Lampiran C Perhitungan Analisis Variabel IFAS dan EFAS Desa Wisata Almour

Variabel		Bobot	Rating	skor
Peluang				
1.	Tidak pernah ada bencana alam	0,139	83,50	11,580
2.	Meningkatan pendapatan masyarakat	0,131	82,50	10,839
3.	Adanya dukungan pemerintah	0,131	86,50	11,365
4.	Pasar wisata yang sangat luas	0,131	83,50	10,971
5.	Kunjungan wisatawan lokal	0,117	78,50	9,168
	Total			53,923
Ancaman				
1.	Pemahaman wisatawan sangat kurang	0,073	39,50	2,883
2.	Adanya objek wisata lain	0,073	42,50	3,102
3.	Kesadaran wisatawan masih kurang	0,073	44,00	3,212
4.	Kurangnya transportasi umum	0,073	45,00	3,285
5.	Kurangnya pemahaman masyarakat	0,058	45,50	2,657
	Total	1		15,139
Selisih Total Peluang – Total Ancaman				38,784

Digital Repository Universitas Jember

Lampiran D Grafik Analisis SWOT Desa Wisata Almour



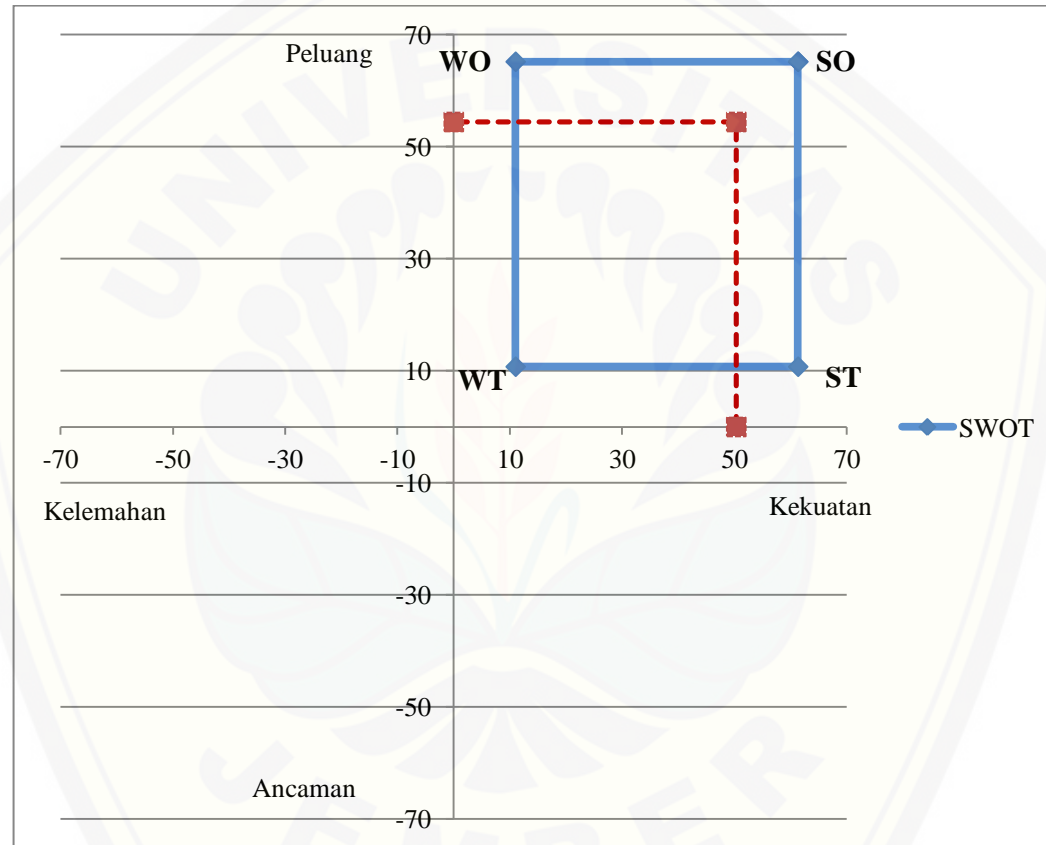
Lampiran G Perhitungan Analisis Variabel IFAS dan EFAS Desa Wisata Mahadewa

Variabel		Bobot	Rating	skor
Kekuatan				
1.	Solidaitas pemuda sangat kompak	0,092	91,50	8,420
2.	Pemerintah desa sangat mendukung	0,085	84,50	7,153
3.	Nuansa alam masih asri	0,087	86,50	7,501
4.	Adanya penyerapan tenaga kerja	0,081	80,50	6,500
5.	Tersedianya sanitasi yang baik	0,079	78,50	6,183
6.	Inovasi pemuda sangat tinggi	0,080	80,00	6,424
7.	Pengembangan wisata sudah bagus	0,078	77,50	6,038
8.	Peran masyarakat sangat tinggi	0,079	78,50	6,189
9.	Promosi media televisi	0,083	83,00	6,919
	Total			61,328
Kelemahan				
1.	Masih swadaya masyarakat	0,049	48,50	2,355
2.	SDM kurang	0,044	43,50	1,897
3.	Menejemen masih belum memadai	0,042	42,50	1,805
4.	Infrastruktur jalan masih kurang	0,041	41,00	1,679
5.	Pekerja wisata masih minim	0,039	39,00	1,519
6.	Belum ada Bumdes	0,042	42,00	1,771
	Total	1		11,025
	Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan			50,303

Lanjutan Lampiran G Perhitungan Analisis Variabel IFAS dan EFAS Desa Wisata Mahadewa

Variabel		Bobot	Rating	skor
Peluang				
1.	Pariwisata saat ini menjadi kebutuhan	0,116	95,00	11,010
2.	Meningkatkan penghasilan masyarakat	0,106	86,50	9,143
3.	Berpengaruh peningkatan pendidikan	0,099	81,00	8,019
4.	Pengaruh nilai sosial budaya	0,097	79,50	7,705
5.	Tidak ada bencana alam	0,109	89,50	9,762
6.	Berpengaruh terhadap pihak swasta	0,104	85,50	8,915
7.	Desa lain menjadi motivasi	0,114	93,50	10,651
	Total			65,206
Ancaman				
1.	Sabotase (Alat-alat banyak yang hilang)	0,053	43,50	2,293
2.	Adanya masyarakat yang merusak wisata	0,053	43,50	2,300
3.	Pemahaman masyarakat rendah	0,050	41,00	2,036
4.	Pemahaman wisatawan masih rendah	0,049	40,50	1,984
5.	Dukungan pemerintah masih rendah	0,051	42,00	2,142
	Total			10,754
Selisih Total Peluang – Total Ancaman				54,452

Lampiran H Grafik Analisis SWOT Desa Wisata Mahadewa



Lampiran K Perhitungan Analisis Variabel IFAS dan EFAS Desa Wisata Rengganis

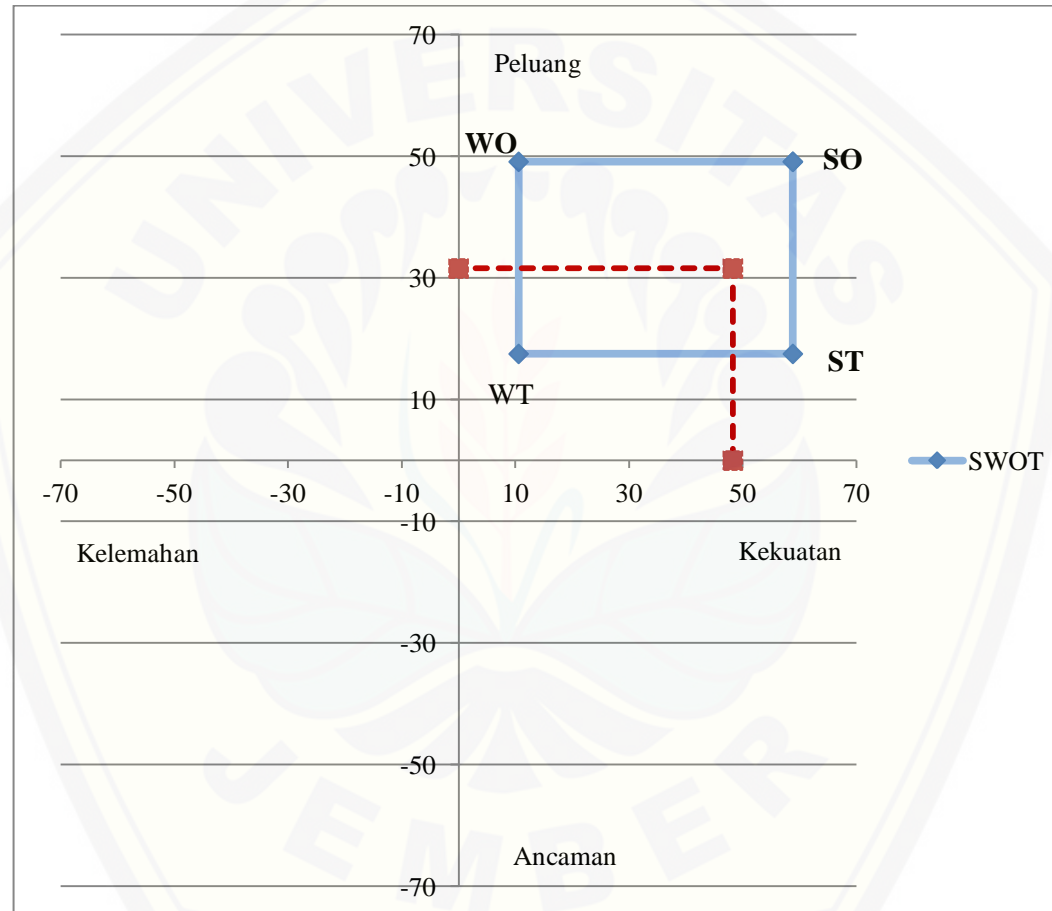
Variabel		Bobot	Rating	skor
Kekuatan				
1.	Taman rengganis	0,130	86,50	11,228
2.	Pelataran rengganis	0,124	82,50	10,235
3.	pemandangan terasering	0,120	80,00	9,626
4.	air terjun sulaiman	0,126	84,00	10,592
5.	promosi media cetak	0,113	75,00	8,467
6.	BUMDES	0,114	76,00	8,663
	Total			58,811
Kelemahan				
1.	keterbatasan lahan parkir	0,066	45,50	2,990
2.	keterbatasan outbond	0,056	39,50	2,217
3.	infrastruktur penunjang	0,051	36,50	1,868
4.	lahan untuk pembuatan jalan	0,047	32,00	1,488
5.	sistem manajemen	0,053	37,50	1,999
	Total			10,562
Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan				48,249

Lanjutan Lampiran K Perhitungan Analisis Variabel IFAS dan EFAS Desa Wisata Rengganis

Variabel		Bobot	Rating	skor
Peluang				
1.	bekerja sama dengan beberapa instansi	0,202	82,00	16,546
2.	pasar wisata yang luas	0,198	80,00	15,846
3.	menarik investasi baru	0,203	82,50	16,740
	Total			49,132
Ancaman				
1.	musim hujan banjir	0,090	40,50	3,653
2.	kemarau kekeringan	0,107	47,50	5,074
3.	menimbulkan kontroversi	0,103	45,00	4,625
4.	desa wisata yang sejenis	0,097	43,00	4,190
	Total			17,542
	Selisih Total Peluang – Total Ancaman			31,59

Digital Repository Universitas Jember

Lampiran L Grafik Analisis SWOT Desa Wisata Rengganis



Lampiran M Kuesioner

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Desa Wisata Alas Sumur

No	Variabel Internal	Bobot
1.	Kelembagaan dilindungi oleh Perdes	
2.	letak objek wisata yang jauh dan terbatasnya lahan parkir	
3.	Rasa tanggung jawab pengelola yang sangat tinggi	
4.	Banyak penyerapan tenaga kerja	
5.	Peran masyarakat dalam pengembangan desa wisata masih terbatas karena peran desa masih dominan dalam mengembangkan desa wisata almor (ide-ide pengembangan)	
6.	Kesadaran SDM untuk melayani wisatawan masih kurang	
7.	Koordinasi masih rendah antara pengelola, masyarakat dan pengelola desa	
8.	Adanya penginapan yang sudah melibatkan masyarakat tanpa melihat hubungan keluarga	
9.	BUMDES yang sudah digerakkan untuk mengelola desa wisata (melalui biaya masuk)	
10.	Promosi melalui media sosial	
11.	Belum adanya campur tangan pihak swasta dalam mengembangkan desa wisata	
12.	Infrastruktur penunjang wisata sudah baik	

No	Variabel Eksternal	Bobot
1.	Karena wisata almor berada dari sumber mata air maka bencana alam tidak ada	
2.	Meningkatkan pendapatan masyarakat melalui tempat makan yang didalamnya ada partisipasi masyarakat	
3.	Pemahaman wisatawan terkait desa wisata masih kurang. Hail ini yang menyebabkan jumlah wisatawan wisata di almor masih relatif rendah	
4.	Objek wisata lain yang sudah mulai berkembang	
5.	Pemerintah kabupaten bondowoso melalui dinas pariwisata yaang mulai menggencarkan wisata berbasis desa wisata	
6.	Kesadaran wisatawan untuk objek wisata masih kurang	
7.	Pasar wisata yang luas, jadi tidak ada batasan umur dalam menikmati wisata tersebut	
8.	Kunjungan wisatawan lokal	
9.	Kurangnya transportasi umum	
10.	Kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungan di sekitar desa wisata	

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Desa Wisata Mahadewa

No	Variabel Internal	Bobot
1.	Solidaritas pemuda disini sangat kompak tentang adanya desa wisata Maha Dewa dan sebagai ujung tompak pemuda disini	
2.	Masih swadaya masyarakat, tidak ada bantuan dari pemerintah/ peraturan daerah yang masih lambat terkait desa wisata maha dewa	
3.	Pemerintah desa dengan adanya desa wisata ini sangat mendukung	
4.	Nuansa alam masih asri	
5.	Penyerapan tenaga kerja dengan adanya desa wisata	
6.	SDM nya kurang	
7.	Menejemennya masih belum memadai	
8.	Sudah dibangun tentang kesadaran hidup bersih tersedianya sanitasi yang baik	
9.	Inovasi yang tinggi dari pemuda tentang adanya wisata maha dewa	
10.	Infrastruktur jalan yang masih kurang	
11.	Sistem kerjanya masih kurang sebab pemuda disana masih rata-rata sekolah jadi tenaga kerja yang dibutuhkan dalam pengelolaan normalnya 5 orang yang datang itu cuma 3 yang kerja	
12.	Pengetahuan pengelola dalam pengembangan wisata sudah bagus	
13.	Peran masyarakat dalam pengembangan wisata sangat tinggi	
14.	Promosi media Televisi	
15.	Belum ada wadah untuk desa wisata (masih dalam proses pembuatan (bumdes)	

No	Variabel Eksternal	Bobot
1.	Sabotase (alat-alat banyak yang hilang)	
2.	Menjadi kebutuhan karena alamnya masih asri dalam 5 sampai 10 tahun menjadi kebutuhan apalagi ditambah dengan alamnya yang masih asri	
3.	Dapat meningkatkan Penghasilan masyarakat	
4.	Adanya masyarakat yang merusak wisata	
5.	Pemahaman masyarakat dalam pengembanaan wisata masih rendah	
6.	Pengaruh terhadap peningkatan pendidikan	
7.	Pengaruh pembangunan Desa Wisata terhadap nilai sosial budaya	
8.	Pengetahuan/pemahaman wisatawan terkait desa wisata masih rendah	
9.	Tidak ada bencana alam	
10.	Dukungan pemerintah masih rendah	
11.	Pengaruh terhadap pihak swasta	
12.	Desa wisata lain, prinsip dari desa wisata maha dewa dengan adanya wisata lain yang sejenis dan berkembang. Desa wisata lain sebagai motifasi untuk pengembangan desa wisata maha dewa ke depannya	

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Desa Wisata Rengganis

No	Variabel Internal	Bobot
1.	Taman rengganis, dengan hamparan batu yang berbentuk, tanpa dibikin oleh manusia	
2.	Keterbatasan lahan parkir	
3.	Pelataran rengganis, dengan gemericik air sungainya seakan bisa menghilangkan rasa penat	
4.	Pemandangan terasering persawahan dengan bajak manual	
5.	Keterbatasan outbond dan edukasi	
6.	Infrastruktur penunjang (musolla, toilet, tempat makan dan penginapan)	
7.	Sulaiman waterfull, yang menjadi utama pengunjung dengan polesan jembatan sulaeman, yang akan menjadi sport selfie	
8.	Keterbatasan lahan pembuatan jalan ke wisata	
9.	Sistem menejemen masih kurang baik (pengelolanya istri-istri perangkat desa)	
10.	Promosi media cetak	
11.	Bumdes	

No	Peluang	Bobot
1.	Sudah bekerja sama dengan beberapa instansi seperti unej dan dinas pariwisata pemuda dan olahraga (Disparpora) dalam pengembangan dalam pemasaran	
2.	Musim hujan banjir	
3.	Kemarau kekeringan sampai mata air di sumber umum, kekeringan	
4.	Pasar wisata yang luas jadi tidak ada batasan umur dalam menikmati wisata	
5.	Menarik investasi baru terutama di bidang pariwisata	
6.	Menimbulkan kontrofersi dengan warga sekitar	
7.	Desa wisata yaitu yang sejenis	

Lampiran N Surat Disposisi



PEMERINTAH KABUPATEN BONDOWOSO
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan KIS Mangunsarkoro Nomor, 136 B Telp. 431678/ Fax. 424495

Email, bondowosobakesbangpol@gmail.com

BONDOWOSO

Bondowoso, 21 Maret 2018

Nomor : 070/ 227 /430.10.5/2018
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada
Yth.Sdr. Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan
Olah Raga Kabupaten Bondowoso
di - BONDOWOSO

Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011
2. Peraturan Daerah Kabupaten Bondowoso Nomor 12 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Lembaga Teknis Daerah
3. Peraturan Bupati Bondowoso Nomor 32 Tahun 2010 tentang Penjabaran Tugas Pokok dan Fungsi Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kabupaten Bondowoso

Memperhatikan : Surat Ketua Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jember Nomor : 1135/UN25.3.1/LT/2018 tanggal 14 Maret 2018 perihal Rekomendasi Penelitian atas nama Ali Ahmad

Maka dengan ini memberikan rekomendasi kepada :

Nama : Ali Ahmad
NIM : 130810101080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Untuk melakukan Penelitian dengan :

Judul Proposal : " Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bondowoso "
Waktu : 1 (satu) bulan terhitung sejak tanggal 22 Maret s.d 22 April 2018
Lokasi : Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olah Raga Kabupaten Bondowoso

Sehubungan dengan hal tersebut apabila tidak mengganggu kewenangan dan ketentuan Perundang-undangan di lingkungan instansi Saudara, maka demi kelancaran serta kemudahan dalam pelaksanaan kegiatan dimaksud, diharapkan saudara untuk memberikan bantuan berupa data / keterangan atau bentuk lainnya yang diperlukan.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

A. A. n. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

KABUPATEN BONDOWOSO

Sekretaris

SYAHRONI, S.E
Pembina
(NIP. 19620121 199012 1 001)

Tembusan :

1. Bupati Bondowoso (sebagai laporan)
2. Ketua, Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jember
3. Yang Bersangkutan
4. Arsip

Lampiran O Dokumentasi



