

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA DIENG KULON
SEBAGAI DESA WISATA DI DATARAN TINGGI
DIENG KABUPATEN BANJARNEGARA**

Tesis

Untuk Memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh :

MUH. SUBKHAN EFENDI

142102772

Kepada

MAGISTER MANAJEMEN

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

2016

TESIS

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA DIENG KULON
SEBAGAI DESA WISATA DI DATARAN TINGGI
DIENG KABUPATEN BANJARNEGARA**

Oleh:
MUH. SUBKHAN EFENDI
142102772

Tesis ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Pada tanggal 06 Oktober 2016

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II/Pembimbing

I Wayan Nuka Lantara, SE, M.Si., Ph.D

Drs. Muhammad Subkhan, MM

dan telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Magister

Yogyakarta,

Mengetahui,
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA
DIREKTUR

Moh. Mahsun, SE, M.Si, Ak, CA, CPA

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, September 2016

Muh. Subkhan Efendi

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis telah dapat menyelesaikan sebuah tesis dengan judul “Strategi Pengembangan Desa Dieng Kulon Sebagai Desa Wisata Di Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara.

Penulisan tesis ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan dan arahan penuh keikhlasan dan kesabaran dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ertambang Nahartyo, M.Sc. selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan tesis.
2. Drs. Muhammad Subhan, MM. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan tesis.
3. I Wayan Nuka Lantara, SE, M.Si, Ph.D. selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan arahan.
4. Direktur beserta seluruh staf pengajar dan staf pengelola Program Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha.
5. Pemilik dan pengelola apotek Salma yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di apotek Salma.
6. Karyawan apotek Salma yang telah memberikan bantuan selama penulis melakukan penelitian.
7. Rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha yang telah memberikan dukungan dan masukan selama penulis mengikuti pendidikan dan penelitian.

8. Istri tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu kritik dan saran untuk perbaikan sangat diharapkan semoga tesis ini ada manfaatnya.

Yogyakarta, September 2016

Muh. Subkhan Efendi, S. Ag.

STIE Widya Wivaha
Jangan Plagiat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
INTISARI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Pertanyaan Penelitian	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	8
B. Kerangka Penelitian	25
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	26
B. Definisi Operasional	27
C. Populasi dan Sampel	28

D. Instrumen Penelitian	29
E. Pengumpulan Data	30
F. Metode Analisis	31
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	52
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kunjungan Wisatawan.....	35
Tabel 4.2 Ringkasan SWOT.....	46
Tabel 4.3 Penghitungan Skor EFAS.....	47
Tabel 4.4 Penghitungan Skor IFAS.....	48

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisata	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Grafik PAD.....	36
Gambar 4.2 Arus Wisatawan ke Dieng Kulon.....	42
Gambar 4.3 Perhitungan EFAS dan IFAS.....	49

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Keputusan Bupati Banjarnegara Nomor: 556/1209 Tahun 2011
- Lampiran 2. Keputusan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banjarnegara Nomor 556/028 Tahun 2010
- Lampiran 3. Struktur Organisasi POKDARWIS Dieng Pandawa Kabupaten Banjarnegara
- Lampiran 4. Tabel Kunjungan Wisata dan PAD Obyek Wisata Kabupaten Banjarnegara
- Lampiran 5. Daftar Pertanyaan kepada Ketua POKDARWIS Dieng Pandawa
- Lampiran 6. Daftar Pertanyaan kepada Kepala Desa Wisata Dieng Kulon Banjarnegara
- Lampiran 7. Foto-foto Obyek Wisata Desa Dieng Kulon

INTISARI

Desa Dieng Kulon memiliki memiliki obyek wisata yang diklasifikasikan menjadi wisata Budaya/Sejarah dan Obyek Wisata Alam. Obyek wisata yang ada di desa wisata Dieng Kulon menarik perhatian wisatawan baik lokal maupun asing. Namun obyek wisata di Dieng Kulon memerlukan penataan sarana dan prasarana pendukung sehingga bisa menjadi obyek tujuan wisata yang nyaman untuk dikunjungi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian dilakukan dengan cermat, sedangkan pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (*gabungan*), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, industri pariwisata di desa wisata Dieng Kulon Bajarnegara memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan perumbuhan yang agresif (*growth oriented Strategy*). Dalam pertumbuhan selanjutnya terutama dalam era globalisasi strategi bertumbuh merupakan instrumen yang ampuh dan tidak dapat dihindari penggunaannya, baik untuk survival maupun dalam memenangkan persaingan serta untuk tumbuh dan berkembang.

Kata kunci: Dieng Kulon, desa wisata, strategi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan, pemanfaatan obyek dan daya tarik wisata merupakan wujud pembangunan sektor pariwisata. Dalam pengembangan otonomi daerah sektor pariwisata menjadi bagian yang penting dalam mewujudkan pembangunan daerah otonom. Banyaknya potensi alam, budaya, industri rumahan yang ada di kabupaten Banjarnegara menjadi daya tarik dan dapat memberikan dampak bagi daerah, melalui peningkatan pendapatan asli daerah.

Undang-undang otonomi daerah no 32 tahun 2004 memberikan kesempatan kepada daerah untuk mengurus rumah tangganya sendiri sesuai dengan penyerahan wewenang dari pemerintah kepada pemerintah daerah. Sistem ini meletakkan pondasi pembangunan dengan memberikan otoritas kepada pemerintah daerah untuk mengembangkan daerah masing-masing. Daerah memiliki kewenangan membuat kebijakandaerah untuk memberi pelayanan, peningkatan peran serta, prakarsa dan pemberdayaan masyarakat yang bertujuan pada peningkatan kesejahteraan rakyat.

Salah satu sektor pembangunan yang dapat dijadikan harapan dalam peningkatan pendapatan daerah adalah pembangunan pariwisata. Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang memiliki peran strategis yang perlu mendapatkan perhatian daerah.

Didalam dunia kepariwisataan, tidak hanya kepentingan dengan wisatawan, melainkan juga melibatkan kepentingan masyarakat setempat (*lokal*), daerah (*regional*) maupun nasional pada umumnya. Oleh karena itu pengembangan pariwisata harus digarap bukan hanya dalam hal menyediakan hotel, homestay, restoran, kegiatan promosi semata, melainkan juga segi-segi lainnya yang menjadi kebutuhan wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara, baik dari kebutuhan hidup tempat tinggal, makan minum, mobilitas, udara segar, lingkungan bersih keamanan, keselamatan perjalanan dan sebagainya. Sebab seorang wisatawan adalah seorang tamu yang membutuhkan pelayanan (*service*) yang memuaskan.

Persoalan pengembangan dunia kepariwisataan sangat kompleks sehingga perlu melibatkan pemangku kepentingan (*stake holder*) mulai dari pemerintah baik pusat maupun daerah, para pelaku usaha pariwisata sampai kepada keterlibatan masyarakat pada umumnya.

Desa Dieng Kulon memiliki potensi dan peluang yang luar biasa baik alam maupun budayanya untuk dikembangkan lebih lanjut. Akan tetapi peluang potensi tersebut tidak akan memberikan dampak positif bagi kelestarian obyek wisata bilamana antara pemerintah, pelaku usaha pariwisata, masyarakat dan pihak-pihak yang terkait baik langsung maupun tidak langsung dengan dunia pariwisata tidak melakukan sinergitas dalam pembangunan kepariwisataan di desa Dieng Kulon.

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisata



Untuk mencapai tujuan tersebut beberapa hal yang perlu mendapat perhatian antara lain:

“Sarana prasarana penunjang wisata, regulasi pemerintah desa yang mengatur bidang kepariwisataan, dan pelestarian lingkungan hidup.

Sarana prasarana kepariwisataan memiliki peranan penting sebab potensi wisata tanpa didukung infrastruktur yang memadai maka mustahil akan berkembang dengan baik. Sarana prasarana jalan seharusnya menjadi prioritas utama disamping ketersediaan lahan parkir sehingga dapat menjadi solusi kemacetan. Disamping itu ketersediaan toilet, mushola dan lain-lain.

Regulasi pemerintahan desa dibutuhkan dalam rangka mengatur kegiatan memberikan pelayanan terhadap wisatawan. Keberadaan homestay, ketertiban, keamanan. Dengan adanya regulasi dapat meminimalisir dampak negatif berlangsungnya kegiatan industri pariwisata. Pemerintah Desa

memiliki aturan-aturan yang mengikat masyarakat, wisatawan dan pihak-pihak yang berkepentingan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kelestarian lingkungan hidup menjadi faktor penting dalam pariwisata. Kurangnya perhatian pada faktor ini bisa menjadi bencana bagi masyarakat. Sistem pertanian yang dijalankan dengan meninggalkan kaidah-kaidah kelestarian alam akan menyebabkan menyebabkan erosi. Akibat dari erosi tanah akan berdampak negatif pada sektor pariwisata. Penanggulangan faktor ini akan bisa berjalan dengan bekerja sama dengan Dinas Pertanian, Perhutani dan masyarakat sekitarnya

Berbagai permasalahan pariwisata yang ada membutuhkan penyelesaian koordinatif dari berbagai pihak yang mampu berpikir ke depan secara lebih nyata.

Pengembangan pariwisata di Desa wisata Dieng Kulon dimulai dengan melakukan Inventarisasi data:

1. Potensi Obyek Wisata

Desa Dieng Kulon memiliki jenis obyek wisata yang diklasifikasikan menjadi wisata Budaya/Sejarah dan Obyek Wisata Alam. Semua obyek wisata yang ada menarik perhatian wisatawan baik lokal maupun asing. Namun obyek wisata di desa Dieng Kulon memerlukan penataan dan perlunya sarana prasarana obyek wisata sehingga bisa menjadi obyek tujuan wisata yang nyaman untuk dikunjungi.

Obyek wisata yang menjadi andalan di desa Dieng Kulon kabupaten Banjarnegara antara lain, komplek Candi Pandawa, Kawah Sikidang, Padang Savana, Gasiran Aswotomo, Telaga Balekambang dan lain-lain..

2. Sarana Penunjang Pariwisata

Hingga tahun 2016, di Desa Dieng Kulon baru ada 1 hotel berjumlah 20 kamar, sedangkan home stay mencapai 200 an yang tersebar hingga gang-gang kecil. Jumlah penginapan tersebut masih kurang terutama pada saat agenda besar pariwisata di dataran Tinggi Dieng seperti Dieng Culture Festival (*DCF*).

Restoran/Rumah Makan

Rumah makan menjadi faktor pendukung berkembangnya pariwisata, wisatawan biasanya akan mencari makanan maupun minuman di suatu daerah. Fasilitas rumah makan di obyek wisata desa Dieng Kulon belum begitu banyak, adapun fasilitas yang ada kebanyakan warung-warung kecil. Oleh karena itu Dieng Kulon masih berpeluang bagi yang berminat berinvestasi di bidang kuliner.

3. Sarana Transportasi

Sarana transportasi ke Dataran Tinggi Dieng dapat dijangkau dari empat arah, yaitu jalur Banjarnegara-Karangkobar-Batur-Dieng sedangkan dari kabupaten Pekalongan melalui kecamatan Kalibening-Batur-Dieng. Dari kabupaten Batang melalui kecamatan Bawang-Dieng. Dari kabupaten Wonosobo, yaitu Garung-Kejajar-Dieng. Jalur

ini lebih dikenal dan ramai dilewati oleh wisatawan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi kabupaten Banjarnegara untuk menjadikan Dieng menjadi daerah tujuan wisata andalannya, mengingat sebagian besar wilayah wisata Dieng adalah milik kabupaten Banjarnegara.

5. Prasarana Penunjang Pariwisata

Prasarana guna mendukung pengembangan pariwisata di desa Dieng kulon sudah ada seperti jalan, jaringan listrik, jaringan telekomunikasi dan sebagainya. Jalan yang menghubungkan antara obyek wisata lain masih belum memadai disamping lahan parkir yang minim menjadikan kemacetan yang luar biasa. Sedangkan jaringan listrik dan telekomunikasi sudah cukup bagus.

6. Industri Penunjang Pariwisata

a. Industri Kerajinan

Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Slamet Kepala desa Dieng Kulon, "Industri kerajinan di desa Dieng Kulon belum berkembang". Sehingga masih butuh waktu lagi untuk pembinaannya.

b. Industri makanan dan minuman

Kondisi industri maknan dan minuman di desa Dieng Kulon cukup berkembang. Masyarakat melalui POKDARWIS Dieng Pendawa banyak yang terjun dibidang industri makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman yang terkenal antara lain adalah minuman buah Carica, Syrup buah terong Belanda, jenang Terong Belanda, Kripik jamur, Purwaceng dll.

- c. Buah buahan dan sayuran

Disamping industri makanan dan minuman Dieng Kulon juga menghasilkan Kentang, Kobis, Terong Belanda, buah Carica dan lain sebagainya yang juga dipasarkan di sekitar obyek wisata.

B. Perumusan Permasalahan

Desa Dieng Kulon memiliki banyak potensi wisata tetapi belum dilakukan pengembangan desa Dieng Kulon sebagai Desa Wisata secara optimal.

C. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana strategi pengembangan desa Dieng Kulon sebagai Desa Wisata?

D. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan kondisi internal dan eksternal desa Dieng Kulon kabupaten Banjarnegara saat ini
2. Merumuskan strategi dalam pengembangan desa Dieng Kulon sebagai desa wisata di kabupaten Banjarnegara.

E. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi atau usulan tentang pengelolaan desa wisata Dieng Kulon.
2. Dapat memberikan wawasan tentang strategi pengembangan desa wisata Dieng Kulon kabupaten Banjarnegara.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan alat atau cara untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Setiap organisasi, baik profit maupun non profit, tentu memiliki gaya dan metode strategi guna meraih tujuannya. Kemunculan strategi merupakan suatu proses menjawab antara tantangan dan peluang. Mintzberg, Steiner dan Miner merumuskan strategi sebagai suatu bentuk respon- respon organisasi yang datang secara terus-menerus dan bersifat adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi (Rangkuti, 1997). Berangkat dari rumusan ini, maka strategi adalah suatu bentuk tujuan jangka panjang suatu organisasi dengan cara mendayagunakan dan mengoptimalkan sumberdaya dan potensi organisasi.

Ditinjau dari macamnya, strategi terdiri dari dua, yaitu distinctive competence dan competitive advantage. Distinctive competitive merupakan suatu tindakan untuk meningkatkan kekuatan spesifik organisasi agar tidak mudah ditiru organisasi lainnya. Keunggulan yang dimiliki tidak harus bertujuan untuk mengungguli pesaingnya, namun keunggulan yang tidak mudah ditiru oleh pesaingnya. Tujuannya adalah mempertahankan kepuasan pelanggan. Sedangkan competitive advantage adalah suatu bentuk pilihan strategi yang dikembangkan

organisasi agar organisasi ini lebih unggul dan mampu memenangkan kompetisi. Tujuan Penggunaan strategi ini adalah agar organisasi memperoleh pendapatan tinggi, unggul dalam persaingan pasar, peningkatan market share, dan berkelanjutan organisasi. (Rangkuti, 1997, hal 4-6)

Keterkaitan dengan penelitian , strategi yang di tempuh desa wisata Dieng Kulon lebih mengarah pada stratgi manajemen. Artinya, strategi manajemen merupakan kunci strategi pengembangan pariwisata di desa wisata Dieng Kulon.

2. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu (kegiatan) perjalanan seseorang dari tempat asalnya ke suatu tempat/lingkungan yang berbeda dengan kondisi lingkungan asalnya untuk suatu tujuan tertentu seperti rekreasi, bisnis, silaturahmi/kunjungan keluarga atau tujuan lainnya yang memerlukan waktu lebih dari 24 jam serta memanfaatkan unsur-unsur pendukung/fasilitas penunjang kepariwisataan seperti alat transportasi, akomodasi, rumah makan, hiburan dan sebagainya. (Yoeti,1997)

Sedangkan menurut Pendit, menjelaskan bahwa pariwisata adalah suatu jenis industri baru yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dan menyediakan lapangan pekerjaan, peningkatan penghasilan, standard hidup, serta menstimulasi sektor-sektor pariwisata lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga meliputi industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan, transportasi, dan

lain-lain yang secara ekonomi juga dipandang sebuah industri (Pendhit, 1994;35).

a. Pengertian Kepariwisata

Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multi dimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah dan pengusaha.

b. Tujuan Kepariwisata

Kepariwisata bertujuan untuk :

- 1) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- 2) kesejahteraan masyarakat;
- 3) Menghapus kemiskinan;
- 4) Meningkatkan Mengatasi pengangguran;
- 5) Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya;
- 6) Memajukan kebudayaan;
- 7) Mengangkat citra bangsa;
- 8) Memupuk rasa cinta tanah air;
- 9) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- 10) Mempererat persahabatan antar bangsa (*UU RI no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, pasal 4*)

c. Prinsip Penyelenggaraan Kepariwisata

Kepariwisata diselenggarakan dengan prinsip:

- 1) Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dengan Tuhan yang maha esa, hubungan antara manusia dengan sesama manusia dan lingkungan;
- 2) Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya dan kearifan lokal;
- 3) Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
- 4) Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;
- 5) Memberdayakan masyarakat setempat;
- 6) Menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antar pusat, dan daerah merupakan satu kesatuan sistematis dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan;
- 7) Mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan
- 8) Memperkukuh keutuhan negara kesatuan republik indonesia.

d. Pembangunan Kepariwisata

Industri pariwisata nasional Indonesia sempat mengalami kejayaan beberapa tahun yang lalu, secara kuantitas mengalami kenaikan yang signifikan. Sejak dikampanyekan Sapta Pesona.

Sapta Pesona merupakan sebutan bagi tujuh unsur pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata di Indonesia yang terdiri dari:

1. Aman (*keamanan*)

Tujuan: menciptakan lingkungan yang aman bagi wisatawan dan berlangsungnya kegiatan kepariwisataan, sehingga wisatawan tidak merasa cemas dan dapat menikmati kunjungannya

2. Tertib (*Ketertiban*)

Tujuan: Menciptakan lingkungan yang tertib bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu memberikan layanan teratur dan efektif bagi wisatawan.

3. Bersih (*Kebersihan*)

Tujuan: Menciptakan lingkungan yang bersih bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu memberikan layanan higienis bagi wisatawan.

4. Sejuk (*Kesejukan*)

Tujuan: Menciptakan lingkungan yang nyaman bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang nyaman dan rasa “betah” bagi wisatawan, sehingga mendorong lama tinggal dan kunjungan lebih panjang.

5. Indah (Keindahan)

Tujuan: Menciptakan lingkungan yang indah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang menarik dan menumbuhkan kesan yang mendalam bagi wisatawan, sehingga mendorong promosi ke kalangan / pasar yang lebih luas dan potensi kunjungan ulang.

6. Ramah (*Keramah tamahan*)

Tujuan: Menciptakan lingkungan yang ramah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang akrab, bersahabat serta seperti di” dirumah sendiri” bagi wisatawan, sehingga mendorong kunjungan ulang dan promosi yang positif bagi prospek yang lebih luas.

7. Kenangan

Tujuan: Menciptakan memori yang berkesan bagi wisatawan, sehingga pengalaman perjalanan/kunjungan yang dilakukan dapat terus membekas dalam benak wisatawan dan menumbuhkan motivasi untuk berkunjung ulang.

Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana maksud dalam melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memerhatikan

keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

Pembangunan kepariwisataan meliputi:

- 1) Industri pariwisata;
- 2) Destinasi pariwisata;
- 3) Pemasaran, dan
- 4) Kelembagaan kepariwisataan.

Yang dimaksud dengan pembangunan industri pariwisata antara lain pembangunan struktur (fungsi, hirarki dan hubungan) industri pariwisata, daya saing produk wisata, kemitraan usaha pariwisata, daya saing produk pariwisata, kemitraan usaha pariwisata, kredibilitas bisnis, serta tanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya.

Yang dimaksud dengan pembangunan destinasi pariwisata antara lain pemberdayaan masyarakat, pembangunan daya tarik wisata, pembangunan prasarana, penyediaan fasilitas umum, serta pembangunan fasilitas pariwisata secara terpadu dan berkesinambungan.

Yang dimaksud dengan pembangunan pemasaran antara lain pemasaran pariwisata bersama, terpadu , dan berkesinambungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan serta pemasaran yang bertanggung jawab dalam

membangun citra indonesia sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing.

Yang dimaksud dengan pembangunan kelembagaan kepariwisataan antara lain pembangunan organisasi pemerintah , pemerintah daerah, swasta dan masyarakat, pengembangan sumber daya manusia, regulasi serta mekanisme operasional dibidang kepariwisataan.

Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota.

e. Konsep Pengembangan kawasan Pariwisata

Perencanaan pengembangan suatu kawasan wisata memerlukan tahapan-tahapan sebagai berikut: *marketing research, situational analysis, marketing target, and tourism promotion* .(Syamsu dkk, 2001)

Lebih lanjut lagi dijelaskan bahwa untuk menjadika suatu kawasan menjadi objek wisata yang berhasil haruslah memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut:

- 1) Faktor kelangkaan (*scarcity*) yakni objek atau atraksi wisata yang tidak dijumpai ditempat lain, termasuk kelangkaan yang bersifat alami atau buatan.

- 2) Faktor kealamiah (naturalism) yakni sifat dari objek /atraksi wisata yang masih almaiiah dan belum tersentuh hal-hal baru. Bisa berwujud warisan budaya, atau trasdisi yang masih dijunjung tinggi oleh masyarakat setempat.
- 3) Faktor keunikan (uniqueness) yakni sifat obyek atau atraksiwisata yang memiliki keunggulan komparatif dibanding obyek wisata sekitarnya.
- 4) Faktor pemberdayaan masyarakat (community empowerment) yakni bagaimana masyarakat sekitar obyek/kawasan wisata dapat diberdayakan dan merasa menjadi bagian dari kegiatan pariwisata itu sendiri.
- 5) Faktor optimalisasi lahan (area optimalsation) dimana kawasan yang ada dimanfaatkan secara optimal tanpa melupakan pertimbangan konservasi, preservasi, dan proteksi.
- 6) Faktor pemerataan, dimana diharapkan kegiatan diobjek wisata tersebut bisa memberikan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar obyek yang dalam kondisi kurang beruntung.

Arah pengembangan serta kebijakan pariwisata dapat memiliki berbagai bentuk tergantung pada tujuan dan pengembangan pariwisata yang akan dilakukan, sumber daya yang dimiliki dan kebijakan

daerah yang dianut. Beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian penentuan arah pengembangan adalah :

1) Peran pemerintah daerah

Keputusan kebijakan dasar sangat bergantung pada asumsi peran yang akan diambil oleh pemerintah. Pemerintah daerah dapat berlaku aktif, pasif atau diantara keduanya. Peran tersebut tercermin dalam strategi program pengembangan yang akan dilakukan dalam rangka pengembangan pariwisata.

Keterlibatan pemerintah secara aktif adalah jika pemerintah daerah melakukan pengembangan secara khusus dengan menentukan tujuan tertentu, menyediakan dana khusus untuk melakukan promosi wisata, memberikan pelatihan yang berkaitan dengan pariwisata secara intensif, memberikan insentif bagi investasi bidang pariwisata, pembuatan regulasi, peningkatan pelayanan disekotor transportasi, dan penyediaan pusat informasi pariwisata.

Disamping itu, pemerintah daerah juga melakukan investasi untuk pengembangan obyek wisata dan pengembangan fasilitas pariwisata lainnya. Dengan kata lain setiap daerah yang menginginkan pariwisatanya berkembang maka pemerintah daerah dituntut untuk berperan aktif dalam mengadopsi kebijakan pemerintah pusat, membuat rencana, regulasi, mengembangkan sarana prasarana serta akses pariwisata.

- 2) Perlindungan lingkungan, konservasi budaya dan pembangunan berkelanjutan

Penerapan konsep kontemporer pengembangan pariwisata umumnya akan menghasilkan kebijakan pengembangan pariwisata yang akan menghasilkan kebijakan pengembangan pariwisata yang dapat menjaga kualitas lingkungan fisik. Selain itu dengan konsep ini lokasi arkeologis dan bersejarah dapat dilindungi, dan dampak negatif terhadap sosial budaya masyarakat dapat diminimalkan, sehingga pola budaya yang dimiliki daerah sebagai salah satu daya tarik wisata dapat dijaga.

- 3) Tingkat pertumbuhan pariwisata

Tingkat pertumbuhan pariwisata tergantung pada tingkat kesiapan serta kondisi daerah masing-masing, dan tergantung pada faktor antara lain: kesiapan penerimaan masyarakat lokal untuk melakukan penyesuaian terhadap perkembangan pariwisata; serta keseimbangan pembangunan prasarana dengan tingkat permintaan yang ada; disamping perencanaan sumber daya manusia untuk disiapkan sebaik-baiknya.

- f. Pendekatan pengembangan pariwisata

Strategi pendekatan pengembangan pariwisata dengan cara :

- 1) Pariwisata dipandang sebagai industri dengan memberlakukan seluruh kegiatan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengembangan, yg berkelanjutan.

- 2) Pengembangan pariwisata harus bertumpu pada pertimbangan yg layak secara ekonomi, berwawasan lingkungan dan dapat diterima secara sosial, budaya dan teknologi agar dapat bermanfaat bagi dunia usaha dan pariwisata, masyarakat dan lingkungan hidup.
- 3) Pariwisata sebagai pembangunan wilayah dan sebagai produk kolektif yang difungsikan menjadi penggerak utama kegiatan perekonomian.
- 4) Keterkaitan sisi permintaan dan penawaran, dengan mencari titik temu antara penawaran dan permintaan, sehingga dapat diketahui tingkat perkembangan yang telah dicapai.
- 5) Memberdayakan masyarakat lokal, berdasarkan aspirasi, potensi dan komitmen, masyarakat setempat dengan kapasitas untuk meningkatkan peran dan keterlibatan masyarakat untuk mencapai pembangunan pariwisata berkelanjutan.
- 6) Pariwisata tanpa batas, karakteristik pariwisata yang merupakan kegiatan yang tidak mengenal batas ruang dan wilayah administrasi.
- 7) Sinergi dan kompleksitas, keterpaduan konsep pembangunan antar kawasan atau daerah dan sektor yang tidak berorientasi terpisah.

3. Perencanaan Strategis

Perencanaan Strategis adalah upaya membuat keputusan dan tindakan penting untuk memandu apa yang dikerjakan organisasi, dan mengapa organisasi mengerjakan hal tersebut. (Bryson, 2000)

Dalam proses perumusan perencanaan strategis harus meliputi komponen dasar yang terdiri dari :

- a. Pernyataan misi dan tujuan umum (*overall mission and goals statment*) yang dirumuskan oleh pimpinan (*eksekutif*) manajemen dan menekankan pemikiran strategis yang dikembangkan dengan target kedepan.
- b. Analisis lingkungan (*enviromental scan or analisys*), dengan mengidentifikasi dan menilai serta mengantisipasi faktor-faktor eksternal dan kondisi yang harus diperhitungkan untuk bahan menformulasikan strategi organisasi.
- c. Memeriksa keadaan dan sumber daya internal (*internal profile and resource audit*), dengan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan organisasi sehingga dapat dipertimbangkan dalam penyusunan perencanaan strategis.
- d. Melaksanakan dan mengawasi rencana strategis (*the implemantion and control of the strategic plan*).

Selain komponen tersebut diatas, dalam proses perencanaan strategis ada tahapan tahapan yang perlu dilalui, yang menurut Oesborne dan Gaebler (1999:43) sebagai berikut:

- Analisis situasi, baik internal maupun eksternal.
- Diagnosis atau identifikasi isu-isu kunci.
- Mendefinisikan misi organisasi.
- Mengartikulasikan tujuan-tujuan organisasi.
- Menciptakan sebuah visi; keberhasilan apa yang diinginkan organisasi.
- Mengembangkan suatu strategi untuk merealisasikan visi dan tujuan organisasi.
- Mengembangkan jadwal untuk melaksanakan strategi.
- Mengukur dan mengevaluasi hasil.

Selanjutnya dalam rangka penyusunan perencanaan strategis beberapa proses yang harus dilakukan antara lain:

- a. Penerapan program sapta pesona Pariwisata.
- b. Melakukan analisa SWOT dalam rangka identifikasi lingkungan internal dan eksternal
- c. Mengidentifikasi isu strategis
- d. Merumuskan strategi untuk mengelola isu
- e. Implementasi

Adapun langkah-langkah perencanaan strategis yang dikemukakan Bryson antara lain:

- a. Memprakarsai dan menyepakati proses perencanaan strategis
- b. Mengidentifikasi mandat organisasi
- c. Memperjelas misi dan nilai organisasi

- d. Menilai lingkungan eksternal : peluang dan ancaman
- e. Menilai lingkungan internal : kekuatan dan kelemahan
- f. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi
- g. Merumuskan strategi untuk mengelola isu
- h. Menciptakan visi organisasi yang efektif bagi masa depan.

Sebagai pendekatan untuk perumusan untuk perencanaan strategis dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Penilaian lingkungan internal mengacu pada 3 kategori yaitu:

- 1) Sumber daya (*Input*)

Merupakan kumpulan dari faktor-faktor yang tersedia yang dikendalikan atau dimiliki oleh suatu organisasi. Sumber daya merupakan input proses produksi seperti kemampuan staf, anggaran serta sarana prasarana pendukung. Kelangkaan sumber daya tetap merupakan hambatan pelaksanaan kegiatan organisasi

- 2) Strategi Sekarang (*Proses*)

Strategi sekarang menyangkut strategi yang telah dilakukan sekarang. Untuk itu, maka perumusan strategi yang dilakukan tersebut pada dasarnya perlu memedomani kebijakan pimpinan.

- 3) Kinerja (*Out Put*)

Kinerja suatu organisasi merupakan hasil kerja dan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki organisasi

tersebut. Dengan kata lain kemajuan organisasi tergantung sejauh mana kinerja dan etos kerja para karyawannya .

b. Penilaian lingkungan eksternal mengacu pada 4 kategori yaitu:

1) Faktor Politik

Yang dimaksud dengan faktor politik disini adalah menyangkut situasi dan kondisi politik dunia maupun situasi politik dalam negeri, termasuk didalamnya adalah sejauh mana partisipasi pemangku kebijakan yang mempengaruhi masa depan organisasi yang tercerminkan adanya produk undang-undang, regulasi dan kebijakan-kebijakan.

2) Faktor Ekonomi

Situasi perekonomian saat ini dan arah perubahan pada masa yang akan datang baik ditingkat nasional maupun internasional, termasuk didalamnya tingkat pertumbuhan ekonomi menyangkut produk domestik bruto, ketersediaan modal dan tingkat pendapatan.

3) Faktor Sosial

Faktor sosial yang menyangkut pendapatan hidup, tata nilai yang dianut Oleh masyarakat, termasuk didalamnya adalah tingkat pendidikan, pola hidup, tingkat pertumbuhan dan jumlah penduduk.

4) Faktor Teknologi

Untuk menghindari ketinggalan jaman dan mmendorong inovasi, organisasi harus mewaspadaai perubahan tekhnologi. .Adaptasi tekhnologi yang kreatif dapat membuka kemungkinan terciptanya produk baru, penyempurnaan produk yang sudah ada dan sebagainya.

4. Merumuskan Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta proritas alokasi sumber daya. (Chandler,1962).

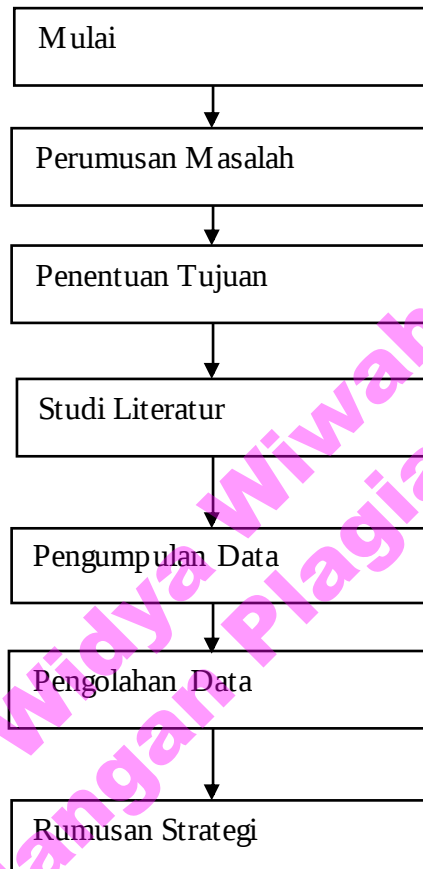
Dengan menggunakan isu-isu strategis yang benar-benar sangat strategis dan perpengaruh terhadap peningkatan sumber daya pariwisata di desa wisata Dieng Kulon Kabupaten Banjarnegara.

Mengingat penelitian bersifat individual dalam arti prosesnya tidak melibatkan seluruh stake holder Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Banjarnegara. Dinas pariwisata Banjarnegara menyambut hangat program pemerintah Sapta Pesona Pariwisata.

B. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1

Gambar 2.1 Kerangka penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan Kualitatif yang dikombinasikan dengan metode Kuantitatif. Metode penelitian kombinasi merupakan pendekatan dalam penelitian yang mengkombinasikan atau menghubungkan antara metode penelitian metode penelitian kuantitatif dan kualitatif hal itu mencakup landasan filosofis, penggunaan pendekatan penelitian. (Sugiyono, 2015)

Metode ini menggunakan multi metode (*multimethod*), menggunakan dua metode yang bermuara pada satu (*convergence*) dan mengkombinasikan dua metode (*combine*). Penelitian dengan menggunakan metode tersebut dinamakan penelitian campuran, biasa dinamakan metode penelitian campuran, untuk lebih sederhana dinamakan penelitian campuran atau penelitian kombinasi. (Sugiyono, 2015)

Metode penelitian kombinasi adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan antara metode kuantitatif dan kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel dan obyektif. Dengan menggunakan metode kombinasi, maka data yang diperoleh dengan metode kualitatif yang bersifat subyektif dapat ditingkatkan obyektifitasnya pada sampel yang lebih luas dengan metode kuantitatif.

B. Definisi Operasional

a. Strategi

Strategi berasal dari kata stra.te.gi yaitu nomina (kata benda) artinya seni menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan dalam perang dan damai (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Pengertian yang lain strategi merupakan alat atau cara untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Setiap organisasi, baik profit maupun non profit, tentu memiliki gaya dan strategi guna meraih tujuannya. Strategi dibuat sebagai suatu respon terhadap munculnya kondisi kinerja organisasi dan tantangan yang sedang dihadapi oleh organisasi. Kemunculan Strategi merupakan suatu proses menjawab antara tantangan dan peluang. (Rangkuti, 1997)

b. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah proses pembangunan dimana masyarakat berinisiatif memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi sendiri. Pemberdayaan masyarakat bisa terjadi apabila warganya ikut berpartisipasi.

c. Dieng Kulon

Dieng Kulon adalah nama desa wisata di kecamatan Batur, kabupaten Banjarnegara. Perlu diketahui bahwa kawasan wisata dataran tinggi dieng terbagi menjadi dua, yaitu Dieng Kulon kecamatan Batur kabupaten Banjarnegara dan desa Dieng Wetan kecamatan Kejajar kabupaten Wonosobo.

d. Desa Wisata

Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung, seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Diluar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih terjaga merupakan salah satu faktor dari sebuah kawasan tujuan wisata.

C. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, oleh Spradley dinamakan “social situation” atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu : tempat (*place*), pelaku (*actors*) dan aktifitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Pada situasi sosial atau obyek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktifitas (*activity*), orang-orang (*actors*), yang ada pada tempat (*place*) tertentu.

Tetapi sebenarnya obyek penelitian kualitatif, bukan semata-mata pada situasi sosial yang terdiri-dari tiga elemen tersebut tetapi bisa berupa peristiwa alam, tumbuh-tumbuhan, binatang, kendaraan dan sejenisnya.

Penelitian kuantitatif, penyajian masalah berangkat dari variabel dependen, misalnya tentang kinerja pegawai (*job performance*) yang rendah. Selanjutnya berdasarkan kinerja pegawai yang rendah tersebut dicari atau variabel yang menyebabkan mengapa kinerja pegawai rendah.

Berdasarkan analisis tentu dapat ditemukan banyak variabel yang mempengaruhi kinerja.

D. Instrumen Penelitian

1. Faktor-faktor yang dikaji adalah :
 - a. Pelaksanaan program Sapta Pesona
 - b. Sarana dan prasarana penunjang pariwisata
 - c. Sosial budaya masyarakat Dieng Kulon
 - d. Pasar wisata Dieng Kulon
2. Untuk mendapatkan kinerja standar, maka dibutuhkan indikator-indikator minimal di setiap faktor. Indikator-indikator adalah
 - a. Pelaksanaan Program Sapta Pesona Pariwisata
 - 1) Sosialisasi program Sadar wisata dan pembentukan, POKDARWIS dan desa wisata
 - 2) Festifal Dieng Culture 2016
 - b. Sarana dan prasarana penunjang pariwisata
 - 1) Sarana penunjang pariwisata
 - 2) Prasarana penunjang pariwisata
 - c. Sosial budaya masyarakat Dieng Kulon
 - 1) Adat istiadat masyarakat
 - 2) Seni budaya masyarakat
 - d. Pasar Wisata dieng Kulon
 - 1) Karakter wisatawan
 - 2) Pola arus wisatawan

3) Pola pemasaran obyek wisata

E. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, metode interview dan metode dokumentasi.

1. Observasi

Metode Observasi adalah Pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan (Cristensen, 2004).

Berdasarkan keterlibatan pengamatan, observasi dapat dibedakan menjadi:

- a. Observasi partisipan (*participant observation*) adalah jika pengamat terlibat atau ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subyek yang diteliti.
- b. Observasi tak partisipan adalah jika pengamat tidak terlibat atau tidak ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subyek-subyek yang diteliti.

Dalam hal ini memakai metode observasi partisipan karena peneliti ikut terlibat dalam kegiatan yang diamati.

2. Interview /wawancara

Sedangkan interview menurut (Cresswell, 2012) interview (*wawancara*) adalah teknik pengumpulan Wawancara dalam penelitian survey dilakukan oleh peneliti dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh responden. Peneliti mengajukan

pertanyaan kepada rekam semua responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan atas jawaban, mengamati perilaku dan merekam semua respon dari yang di survei.

Interview dilakukan karena:

- a. Bahwa subyek (*responden*) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya.
- b. Bahwa apa yang dikatakan responden kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan yang dimaksud oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur/dimana pedoman wawancara hanya berdasar garis besar saja, dengan pertimbangan agar mendapatkan informasi lebih mendalam.

3. Metode Dokumentasi

Adalah suatu metode mencari data mengenal variabel atau hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, rapat, agenda, laporan dan sebagainya (Arikunto, 1997).

F. Metode Analisis

Dalam menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian ini, menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT, alasan digunakannya metode deskriptif adalah untuk menjawab mengenai status

terakhir dari subyek penelitian (Purwanto & Widiastuti, 2008). Sementara ahli lain berpendapat bahwa digunakannya metode deskriptif yakni untuk mendeskripsikan, melukiskan dan menafsirkan peristiwa atau situasi yang terjadi/berlangsung untuk keperluan sekarang (Sutarno, 2001).

Adapun alasan digunakannya analisis SWOT adalah didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Tabel 2
Tabel Matriks SWOT

FAKTOR INTERNAL FAKTOR EKSTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	Uraikan daftar kekuatan	Uraikan daftar kelemahan
OPPORTUNITY (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Uraikan daftar peluang	Formulasikan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Formulasikan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREAT (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Uraikan tantangan/ancaman	Formulasikan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman atau tantangan	Formulasikan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman/tantangan

Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diproses dengan analisis data yang mengacu pada model perencanaan strategis dan dalam hal ini dibagi dalam beberapa tahapan proses, yakni:

1. Pelaksanaan program sapta pesona, dengan menganalisis data sekunder berupa peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Analisis SWOT: yaitu dengan menganalisis data sekunder maupun data primer untuk menilai lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan dengan memantau sumber daya (*input*), strategi (*proses*), dan kinerja (*output*). Lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman dengan memantau berbagai kekuatan kecenderungan politik, ekonomi, sosial, dan teknologi.
3. Mengidentifikasi strategi; dalam proses identifikasi strategi berpegang pada analisis SWOT.

Bryson mengemukakan ada empat pendekatan untuk merumuskan isu strategis yaitu: 1) pendekatan langsung (*the direct approach*); 2) pendekatan sasaran (*the goals approach*); dan 3) pendekatan visi keberhasilan (*the vision of the success approach*).

Pendekatan langsung meliputi jalan lurus dari ulasan terhadap mandat, misi, dan SWOT (*kekuatan-kelemahan-peluang dan ancaman*) hingga identifikasi isu-isu strategis. Pendekatan ini merupakan yang terbaik ketika tidak ada kesepakatan tentang sasaran (*goals*), atau jika ada kesepakatan tentang sasaran, maka sasaran itu sendiri terlalu abstrak untuk digunakan. Dengan kata lain, pendekatan langsung akan bekerja

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Dieng Kulon

a. Analisis Tingkat Perkembangan obyek wisata

Sebagaimana telah diuraikan diatas bahwa desa wisata Dieng Kulon memiliki potensi wisata yang beragam, sebagai aset pendapatan daerah dari sektor pariwisata kebanggaan kabupaten Banjarnegara.

Untuk mengetahui jumlah wisatawan yang berkunjung dan perkembangan obyek wisata di desa wisata Dieng Kulon maka dapat dilihat pada tabel 4.1 dan grafik perkembangan pendapatan asli daerah (PAD) dari obyek wisata desa Dieng dapat dilihat pada gambar 4.1.

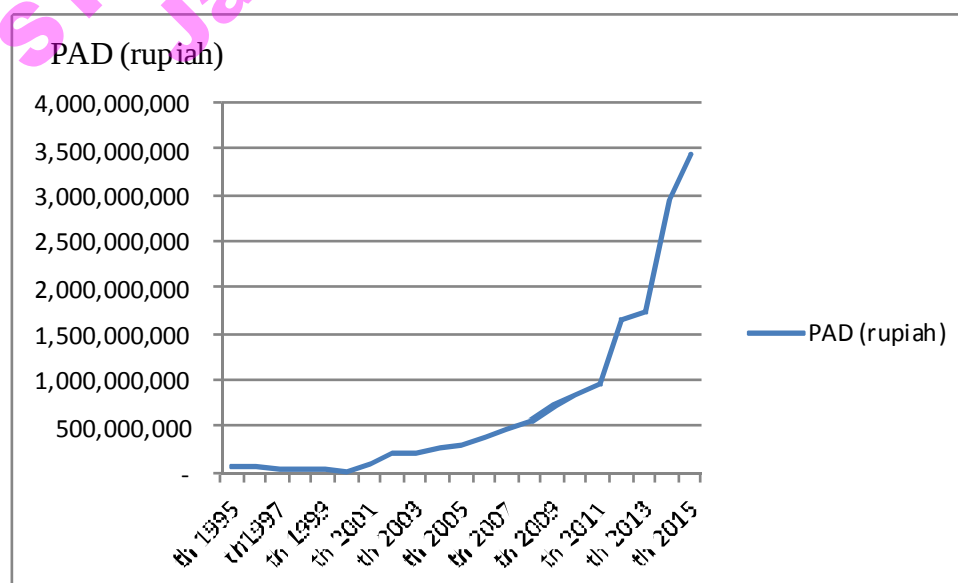
Dari data tersebut tampak bahwa desa wisata Dieng Kulon memiliki potensi pasar yang cukup kuat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah kunjungan wisatawan terutama kunjungan di obyek kawasan Candi Pandawa, Kawah Sikidang, Museum Kaliasa dan lain sebagainya.

Tabel 4.1 Kunjungan Wisatawan

Tahun	Jumlah wisatawan	PAD
1995	132,415	69,538,078
1996	117,713	65,760,084
1997	94,621	55,280,818
1998	66,363	45,821,840
1999	80,047	44,465,875
2000	72,500	32,741,765
2001	63,794	110,806,138

2002	66,437	228,031,000
2003	64651	225650600
2004	71777	284359500
2005	68385	300096500
2006	57766	403663500
2007	73,244	478973500
2008	85,242	565851500
2009	114,026	737600500
2010	109,905	845295000
2011	120,705	969473000
2012	173,565	1687330500
2013	174,139	1741745000
2014	297,650	2969685000
2015	350,830	3458510000

Gambar 4.1 Grafik PAD



b. Analisa kecenderungan perkembangan obyek

Perihal pembangunan pariwisata di desa wisata Dieng Kulon pemerintah kabupaten Banjarnegara telah mengukuhkan Kelompok Sadar Wisata (*POKDARWIS*) Dieng Pandawa melalui keputusan kepala Dinas Pariwisata kabupaten Banjarnegara nomor 556/136.a tahun 2007. Maksud dibentuknya Kelompok Sadar Wisata adalah :

1. Membantu menciptakan budaya Sapta Pesona dan Sadar Wisata anggota kelompok serta masyarakat sekitarnya.
2. Memasyarakatkan Sapta Pesona dan Sadar Wisata kepada anggota kelompok serta masyarakat sekitarnya.
3. Meningkatkan kesejahteraan anggotanya dengan berbagai kegiatan usaha
4. Menjadi tuan rumah yang baik bagi wisatawan.

Selain itu pemerintah kabupaten Banjarnegara juga telah menetapkan desa-desa wisata melalui keputusan Bupati nomor 556/1209/2011 yang sebagian besar terletak di kawasan Dataran Tinggi Dieng. Diantaranya adalah desa Dieng Kulon, desa Karang Tengah, desa Kepakisan dan desa Pekasiran. Diharapkan desa wisata Karang Tengah, Kepakisan dan Pekasiran bisa menjadi penyangga desa wisata Dieng Kulon.

Terbentuknya POKDARWIS Dieng Pandawa dan desa wisata Dieng Kulon menjadikan pariwisata di Dataran Tinggi Dieng lebih maju dan kunjungan wisatawan meningkat drastis. Kerja keras POKDARWIS Dieng Pandawa beserta stake holder kabupaten Banjarnegara telah membuahkan

hasil yang menggembirakan. Pada tahun 2014 POKDARWIS Pendawa Dieng berhasil menjadi juara 1 tingkat Nasional.

Kalender tahunan Dieng Culture Festival (*DCF*) 2016, baru saja usai dan berlangsung sukses. Hampir 100.000 manusia berjejal mengunjungi negeri diatas awan baik itu dari dalam maupun luar negeri diatas awan. Penampilan Cak Nun, musik jazz, hingga upacara pemotongan rambut gimbal menyedot perhatian banyak pengunjung.

Seluruh homestay dan hotel di Dieng dan sekitarnya dipadati tamu. Bahkan area camping ground di kawasan candi Arjuna yang disiapkan untuk mengatasi penuhnya penginapan pun juga penuh.

Dengan demikian hasil analisis POKDARWIS PENDAWA Dieng dan desa wisata Dieng kulon telah membantu:

1. Terciptanya budaya Sapta Pesona dan sadar wisata anggota dan masyarakat sekitarnya.
2. Pengembangan kekhasan budaya lokal desa wisata Dieng Kulon.
3. Peningkatan arus wisatawan, dengan kerja kerasnya dengan kawalan Dinas Pariwisata Banjarnegara wisatawan mengalami peningkatan tajam.

B. Analisis Sarana Prasarana Desa Wisata Dieng Kulon

Pengembangan pariwisata adalah kegiatan yang tidak dapat terpisah dari sarana dan prasarana dan berperan sebagai faktor penunjang produk wisata. Gambaran kondisi sarana dan prasarana umum mencakup sarana

fasilitas kesehatan, keamanan dan peribadatan. Sedangkan gambaran kondisi prasarana mencakup transportasi, air dan telekomunikasi.

Fasilitas kesehatan, keamanan, peribadatan di desa wisata Dieng Kulon sudah cukup baik. Sayangnya prasarana belum mendukung. Di beberapa objek wisata, tidak ada jalur transportasi umum yang memungkinkan wisatawan dapat mengunjungi beberapa tempat sekaligus dengan satu kendaraan. Disamping itu, terbelit pula dengan minimnya lahan parkir, sehingga kendaraan banyak parkir dipinggir-pinggir jalan yang menyebabkan kemacetan luar biasa. Jalur transportasi pintu wisata Wonosobo Dieng pada saat liburan atau sedang berlangsung Festival Dieng Culture bisa macet antara 4-5 jam, padahal biasanya bisa ditempuh 1 jam perjalanan.

Berikut hasil wawancara dengan ketua POKDARWIS Dieng Alip Fauzi berkenaan dengan kondisi kemacetan pada acara Festival Dieng Culture (FDC) 2016:

“Bahwa kemacetan ini disebabkan karena Sarana jalan yang sempit sehingga perlu ada pelebaran jalan dan sebaiknya perlu diadakan bus-bus yang dapat mengangkut wisatawan dari obyek wisata satu ke obyek lainnya. Disamping kendaraan yang parkir di pinggir jalan yang sempit mengakibatkan kemacetan juga.”

Dari hasil wawancara tersebut disimpulkan kurangnya sarana prasarana di obyek wisata desa Dieng Kulon adalah :

- a. Jalan sempit, solusinya adalah pelebaran jalan.

- b. Minimnya lahan parkir, perlunya dukungan pemerintah untuk mengadakan lahan parkir.
- c. Belum adanya kendaraan umum pengangkut wisatawan antar obyek wisata solusinya adalah mencari investor.

C. Analisa Sosial Budaya masyarakat Dieng Kulon

Perkembangan suatu obyek wisata tidak bisa lepas dari kondisi sosial budaya masyarakat sekitar adat istiadat, aktifitas sehari-hari masyarakat serta seni budayanya. Ketiga unsur tersebut merupakan penunjang utama yang mempengaruhi perkembangan obyek wisata. Selain ketiga unsur tersebut sumber daya manusia (*SDM*) pariwisata juga harus ditingkatkan sehingga pariwisata bisa berkembang optimal.

Masyarakat Dieng Kulon sebagian besar penduduknya beragama Islam, walaupun disana ada peninggalan candi Hindu Kuno yaitu candi Arjuna, candi Puntadewa, candi Sembadra, candi Srikandi, candi Semar, candi Bima, candi Dwarawati, candi Gatut Kaca, candi Setyaki dan dan candi Wisanggeni (Kelompok candi Pandawa). Hal ini dikarenakan masyarakat Dieng Kulon dan sekitarnya menerima Islam menjadi keyakinan mereka dengan damai ketika Islam datang. Namun mereka tetap menjaga warisan budaya tersebut secara turun-temurun. Mencukur rambut gembel adalah merupakan adat istiadat yang dipertahankan dan ikut meramaikan agenda pada acara Dieng Culture Festifal.

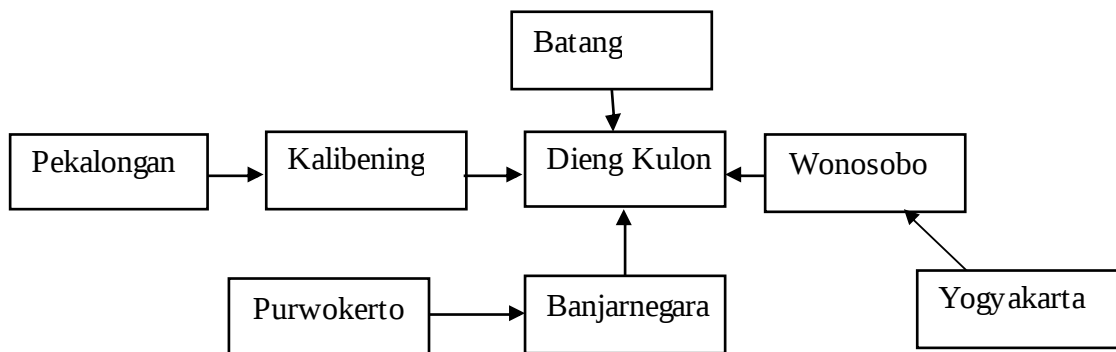
Mata pencaharian penduduk Dieng sebagian besar adalah petani kentang dan kubis. Selain bertani mereka juga dagang, mengembangkan

industri rumah tangga . Industri rumah tangga yang dihasilkan seperti kripik Kentang, Carica (*Manisan dan Jenang*), Terong Belanda (*Syrup dan Jenang*). Perkembangan pariwisata di desa wisata Dieng meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Peningkatan ekonomi masyarakat semestinya jangan melupakan pelestarian alam dan aspek religi mengingat penduduk desa wisata Dieng Kulon adalah muslim jadi ritual yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam sebaiknya diminimalisir.

D. Pasar Wisata Dieng Kulon kabupaten Banjarnegara

Arus wisatawan yang ada di desa wisata Dieng Kulon bisa dari empat arah yakni jalur Wonosobo, Banjarnegara, Kalibening (*Banjarnegara Barat Laut*) dan jalur Batang. Saat ini jalur yang paling ramai dilewati adalah jalur Wonosobo. Pada saat berlangsungnya program Dieng Culture Festifal (*DCF*) berlangsung jalur ini bisa mengalami kemacetan hingga 4-5 jam. Untuk mengurai kemacetan dan menghidupkan jalur lain maka kabupaten Banjarnegara harus berbenah terutama sarana jalan dan prasarana transportasi yang melintasi jalur-jalur tersebut. Perbaikan sarana prasarana pada jalur-jalur tersebut akan mengembangkan peta wisata disekitar desa wisata Dieng Kulon (*desa wisata Karang Tengah, desa wisata Kepakisan dan desa wisata Pekasiran*) yang diikuti pula peningkatan perekonomian yang signifikan. Berikut jalur-jalur menuju desa Dieng Kulon Banjarnegara:

Gambar 4.2 Arus wisatawan ke Dieng Kulon



E. Analisa SWOT Pengembangan Desa Wisata Dieng Kulon

1. Analisis SWOT

Berdasarkan analisis diatas, dapatlah diidentifikasi faktor eksternal dan faktor internal di desa Dieng Kulon dalam upaya pengembangan sektor pariwisata dilihat dari sisi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) bagi lingkungan eksternal maupun kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari sisi lingkungan internalnya. Inilah yang akan dipadukan dalam teknis analisis matriks SWOT untuk memperoleh isu strategis sektor pariwisata dalam menentukan strategi yang tepat di masa yang akan datang.

Faktor Eksternal

Pada bab sebelumnya sudah dilakukan pembahasan terhadap faktor-faktor eksternal yang dianggap relevan dan secara positif berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata di desa Dieng Kulon secara menyeluruh (*comprehensive*). Oleh karena itu, pada bab ini telah dibahas secara ringkas faktor-faktor eksternal yang diidentifikasi sebagai peluang (*opportunity*) yang dapat memberikan kontribusi bagi arah kemajuan

pariwisata dan ancaman (*threat*) untuk diantisipasi secara dini dalam upaya mencari strategi untuk mengatasi dan memenangkan tingkat persaingan yang terjadi pada lingkungan eksternal yang kadang sulit diantisipasi sebelumnya.

Pada bab landasan teori dan metode penelitian telah dibahas, bahwa yang menjadi titik perhatian untuk proses analisis yang menggunakan teknik matriks SWOT adalah faktor-faktor berikut: Pelaksanaan program Sapta Pesona, sarana dan prasarana penunjang pariwisata, sosial budaya masyarakat Dieng Kulon dan Pasar Wisata Dieng Kulon, maka analisis berikut ini akan diletakkan pada sisi peluang maupun ancaman yang ada.

Peluang

- a. Wisatawan yang datang ke Yogyakarta atau candi Borobudur akan mengalami kejenuhan, obyek wisata Dataran Tinggi Dieng menjadi alternatif.

- b. Banyaknya Biro wisata menjadi sarana pemasaran destinasi wisata.

Melaui biro wisata informasi tentang pariwisata semakin lengkap.

- c. Program segitiga wisata (*Yogyakarta-Borobudur-Dieng*) menjadikan peluang mendatangkan pengunjung, karena wisatawan tidak hanya mengunjungi kota Yogyakarta, juga bisa menikmati desa wisata di Dataran Tinggi Dieng yang indah dan sejuk.

- d. Promosi wisata. Seperti promosi dalam rangka kegiatan Dieng Culture Festifal (*DFC*) 2016.

Ancaman

- a. Bencana alam, merupakan faktor ancaman yang harus di waspadai baik oleh wisatawan maupun pengelola wisata. Bencana alam akan menjadikan berkurangnya jumlah kunjungan karena kawasan wisata menjadi tidak nyaman.
- b. Kriminalitas, keamanan menjadi faktor utama dalam menghadirkan wisatawan. Semakin kecil angka kriminalitas pada suatu kawasan wisata maka wisatawan semakin aman dan semakin nyaman.
- c. Minimnya pembinaan terhadap industri makanan dan minuman.

Faktor Internal

Faktor internal dalam analisis teknik Matriks SWOT meliputi pendalaman pada aspek sumberdaya yang dimiliki desa wisata Dieng Kulon kabupaten Banjarnegara dalam pengembangan industri pariwisata, strategi yang telah dilaksanakan dan yang terakhir adalah output antara strategi dan implementasi yang telah dilakukan. Ketiga aspek ini akan diletakkan pada arah kekuatan yang dapat digunakan pada masa yang akandatang dan kelemahan yang harus diantisipasi serta dilakukan pembenahan bagi kemajuan industri pariwisata di desa Dieng Kulon Banjarnegara.

Berikut ini akan di jelaskan secara ringkas (*rangkuman*) semua aspek yang ada baik sumberdaya, strategi, maupun kinerja pada level kekuatan dan kelemahan.

Kekuatan

- a. Keberagaman potensi dan daya tarik wisata serta budayanya.
Dengan banyaknya obyek wisata dan budaya di desa Dieng Kulon menjadikan wisatawan mempunyai banyak alternatif dan berlama-lama tinggal.
- b. Semangat masyarakat untuk maju dalam mengembangkan desa wisata dan budayanya.
- c. Adanya kalender tahunan Dieng Culture Festival yang bisa mendatangkan 100 (*seratus*) ribu lebih wisatawan baik mancanegara maupun lokal.
- d. Adanya paket wisata yang memudahkan wisatawan untuk mengunjungi desa wisata Dieng Kulon.

Kelemahan

- a. Sarana prasarana di desa wisata Dieng Kulon belum memadai. Jalan sempit, lahan parkir kurang serta belum transportasi penghubung antar obyek wisata .
- b. Minimnya Sumber Daya Manusia (*SDM*) pariwisata.
- c. Belum adanya peran ulama dalam kegiatan pariwisata.
- d. Minimnya kemitraan dalam pengembangan pariwisata di desa wisata Dieng Kulon.

Ringkasan analisis SWOT dapat dilihat pada tabel 4.2, adapun analisis kuantitatif faktor eksternal dan faktor internal dapat dilihat pada tabel 4.3 dan tabel 4.4.

Tabel 4.2 Ringkasan SWOT

Faktor-faktor strategis eksternal	Faktor-faktor strategis internal
Peluang : 1. Wisatawan yang datang ke Yogyakarta akan mengalami kejenuhan, obyek wisata dataran Tinggi Dieng menjadi alternatif. 2. Banyaknya biro wisata menjadi sarana informasi destinasi wisata. 3. Program segitiga wisata (<i>Yogyakarta-Borobudur- Dieng</i>) berpeluang wisatawan melanjutkan perjalanan ke desa wisata di Dataran Tinggi Dieng yang indah dan sejuk. 4. Promosi wisata. Seperti promosi kegiatan Dieng Culture Festifal (<i>DCF</i>) 2016.	Kekuatan : 1. Keberagaman potensi dan daya tarik serta budayanya. 2. Semangat masyarakat untuk maju dalam mengembangkan desa wisata dan budayanya. 3. Kalender tahunan Dieng Culture Festifal (<i>DCF</i>) memikat kunjungan wisatawan baik loka maupun mancanegara. 4. Adanya paket wisata kunjungan ke desa wisata Dieng Kulon.
Ancaman : 1. Bencana alam harus di waspadai karena beresiko berkurangnya kunjungan wisatawan. 2. Kriminalitas, keamanan menjadi faktor utama dalam mendatangkan wisatawan. 3. Minimnya pembinaan terhadap industri makanan dan minuman. 4. Regulasi yang mengatur kegiatan pariwisata di desa wisata Dieng Kulon.	Kelemahan : 1. Sarana parasarana di desa Dieng Kulon belum memadai. Jalan sempit, lahan parkir kurang dan transportasi penghubung antar obyek wisata belum ada. 2. Minimnya Sumber Daya Manusia (<i>SDM</i>) Pariwisata. 3. Belum adanya peran ulama dalam kegiatan pariwisata. 4. Minimnya kemitraan pengembangan pariwisata di desa wisata Dieng Kulon.

Tabel 4.3 Penghitungan Skor EFAS

FAKTOR-1FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
Peluang (O)			
1. Wisatawan yang datang ke Yogyakarta akan mengalami kejenuhan, obyek wisata Dataran Dieng sebagai alternatif.	0,3	4	1,2
2. Banyaknya biro wisata menjadi sarana informasi destinasi wisata.	0,2	3	0,6
3. Program segitiga wisata (Yogyakarta-Borobudur-Dieng) berpeluang wisatawan melanjutkan perjalanan ke desa wisata di Dataran Tinggi Dieng	0,2	2	0,4
4. Promosi pariwisata. Seperti promosi kegiatan Dieng Culture Festival (DCF) 2016	0,3	4	1,2
Jumlah	1		3,4
Ancaman (T)			
1. Bencana alam, beresiko kurangnya kunjungan wisatawan.	0,4	4	1,6
2. Kriminalitas, keamanan menjadi faktor utama dalam mendatangkan wisatawan.	0,2	2	0,4
3. Minimnya pembinaan pada industri makanan dan minuman di desa wisata Dieng Kulon	0,2	3	0,6
4. Regulasi yang mengatur kegiatan pariwisata di desa wisata Dieng Kulon.	0,2	3	0,6
Jumlah	1		3,2

Peluang – Ancaman : $3,4 - 3,2 = 0,2$

Tabel 4.4 Penghitungan Skor IFAS

FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
Kekuatan (S)			
1. Keberagaman potensi, daya tarik serta budayanya.	0,4	5	2
2. Semangat masyarakat untuk maju dalam mengembangkan desa wisata serta budayanya.	0,2	2	0,4
3. Kalender tahunan Dieng Culture Festifal (DCF) memikat kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara.	0,2	4	0,8
4. Adanya paket wisata kunjungan ke desa wisata Dieng Kulon.	0,2	3	0,6
Jumlah			3,8
Kelemahan (W)			
1. Sarana prasarana di desa Dieng Kulon belum memadai. Jalan sempit, lahan parkir kurang transportasi penghubung antar obyek wisata belum ada.	0,3	4	1,2
2. Minimnya Sumber Daya Manusia (SDM) Pariwisata.	0,2	3	0,6
3. Minimnya kemitraan pengembangan pariwisata di desa wisata Dieng Kulon	0,3	3	0,9
4. Belum adanya peran ulama	0,2	4	0,8
Jumlah			3,5

Kekuatan-Kelemahan : $3,8 - 3,5 = 0,3$

Dari penghitungan faktor eksternal dan faktor internal dapat dibuat diagram atas analisis SWOT desa wisata Dieng Kulon sebagai berikut:

Gambar 4.3 Perhitungan EFAS dan IFAS

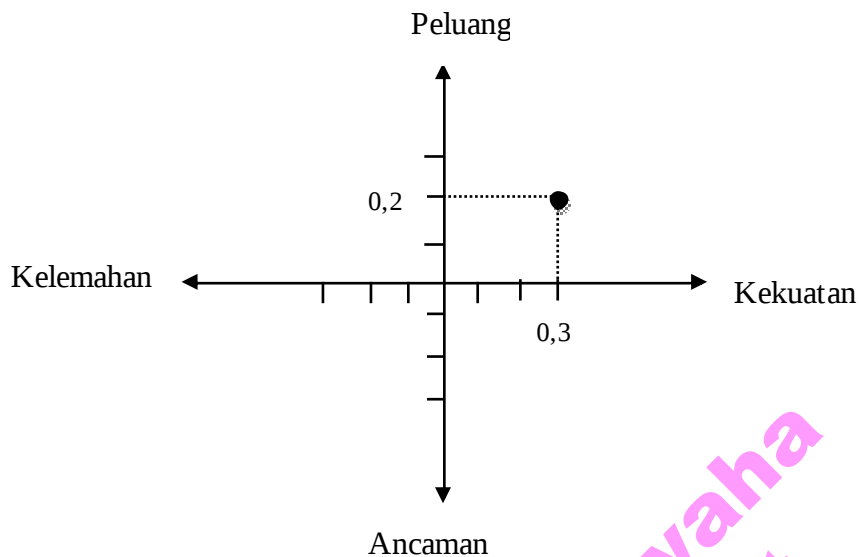


Diagram tersebut menunjukkan bahwa industri pariwisata Dieng Kulon memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Dalam perkembangan selanjutnya terutama dalam era globalisasi strategi bertumbuh merupakan instrumen yang ampuh dan tidak dapat dihindari penggunaannya, baik untuk survival maupun dalam memenangkan persaingan serta untuk tumbuh dan berkembang.

F. Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa wisata Dieng Kulon

Strategi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Dieng Kulon adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi pengembangan Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata
- 2) Strategi Pengembangan Mutu Pariwisata
- 3) Strategi Peningkatan Sarana dan Prasarana Obyek dan daya tarik Wisata

- 4) Strategi Peningkatan Kualitas SDM
- 5) Strategi Pemasaran dan Promosi Pariwisata
- 6) Strategi Pengembangan Pariwisata Desa Wisata
- 7) Strategi Kemitraan dalam Pembangunan Pariwisata
- 8) Strategi Pembinaan Sadar Wisata

G. Upaya Peningkatan dan Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Dieng Kulon

- a. Inventarisasi Obyek Wisata di Desa Wisata Dieng Kulon
- b. Inventarisasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana kondisi masing-masing obyek wisata. Data-data tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dalam pemetaan pengembangan dan pembangunan obyek.
- c. Pembuatan Peraturan tentang Obyek dan Daya Tarik Wisata Desa Wisata Dieng Kulon yang mengikat dan memiliki kekuatan hukum yang menjadi komitmen dalam pengembangan pariwisata.
- d. Pengembangan paket wisata unggulan.
Paket ini dibuat oleh para ahli yang berkompeten dalam bidang pariwisata bekerja sama dengan biro wisata. Dengan adanya paket wisata unggulan Desa wisata Dieng Kulon semakin banyak wisatawan yang ingin berkunjung.
- e. Kemudahan dalam memberikan izin pariwisata
Pelayanan perizinan hotel, homestay, rumah makan dipermudah dengan catatan tidak bertentangan dengan peraturan-peraturan yang ada.

- f. Adanya bimbingan, kursus, pendidikan ketrampilan bidang kepariwisataan Kegiatan tersebut dalam rangka memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan wisatawan.
- g. Perlu adanya penelitian perkembangan kepariwisataan baik faktor peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan Desa Wisata Dieng Kulon dalam mendukung perencanaan pengembangan pariwisata.
- h. Melakukan penelitian pasar dan promosi.
Penelitian pasar dan promosi bertujuan untuk menghadirkan wisatawan sebanyak-banyaknya. Oleh karena itu keterlibatan pakar dan profesional dalam kegiatan tersebut. Promosi bisa dilakukan dengan leaflet yang bisa di bagi di tempat-tempat strategis seperti mal, hotel dan sebagainya.
- i. Adanya pelatihan sumber daya manusia (SDM) Pariwisata dalam pengembangan industri pariwisata.
- j. Keterlibatan ulama dalam memajukan pariwisata dibutuhkan dalam rangka mengantisipasi dampak negatif perkembangan.
- k. Ancaman bencana alam menghantui, oleh karena itu perlu kerjasama berbagai pihak untuk menjaga kelestarian alam di Desa Wisata Dieng Kulon.
- l. Penataan lahan parkir, pelebaran jalan adalah kebutuhan yang mendesak bagi kenyamanan wisatawan.

Mengadakan transportasi antar obyek wisata untuk memudahkan wisatawan mengunjungi semua obyek wisata yang ada di Desa Wisata Dieng Kulon.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan terhadap hasil penelitian tentang strategi pengembangan desa Dieng Kulon sebagai desa wisata di Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Potensi pariwisata di desa wisata Dieng Kulon Banjarnegara sangat besar hal ini tercermin dari keindahan alam, budaya, adat istiadat serta industri kulinernya. Potensi yang besar ini bisa mendatangkan pendapatan tidak sedikit apabila dikelola dengan baik. Penataan daerah wisata menjadi tanggung jawab Pemerintah Desa, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan POKDARWIS, masyarakat serta seluruh Stake Holder yang ada.
2. Dalam rangka peningkatan potensi sumber daya Pariwisata di desa wisata Dieng Kulon kabupaten Banjarnegara perlu adanya :
 - a. Peningkatkan kualitas sumber daya manusia (*SDM*) baik aparaturnya, POKDARWIS, masyarakat serta seluruh Stake Holder terkait.
 - b. Optimalisasi anggaran potensi pariwisata.
 - c. Peningkatan promosi pariwisata

B. Saran

Dalam penelitian ini, penulis sampaikan beberapa rekomendasi dalam rangka pengembangan potensi pariwisata di desa wisata Dieng Kulon Banjarnegara

1. Dalam rangka pengembangan sumber daya manusia (*SDM*) pariwisata di desa wisata Dieng Kulon diperlukan pendidikan dan pelatihan baik bagi aparatur, POKDARWIS, masyarakat serta seluruh stake holder pariwisata.
2. Perlu adanya koordinasi seluruh stake holder yang berkepentingan di desa wisata Dieng Kulon desa wisata sehingga terbentuk regulasi.
3. Sektor pariwisata bisa menghasilkan Pendapatan Asli Daerah (*PAD*) Daerah dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu perlu peningkatan sarana kesehatan, toilet, telekomunikasidan sarana transportasi antara obyek wisata satau dengan lainnya. Peningkatan prasarana jalan dan pengadaan lahan parkir. Disamping itu juga perlu pembuatan Master Plan pengembangan desa wisata Dieng Kulon.
4. Perkembangan pariwisata biasanya diikuti dengan dampak negatif bagi masyarakat , oleh karena itu perlu peran aktif tokoh agama dalam pengembangan pariwisata di desa wisata Dieng Kulon Banjarnegara
5. Menjaga kelestarian alam di kawasan desa wisata Dieng Kulon adalah suatu tanggung jawab yang besar demi keberlangsungan kegiatan pariwisata. Kerjasama masyarakat, pemerintah daerah, perhutani dalam konservasi alam dikawasan wisata sangat diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim (2015) *Panduan Menuju Dieng Plateau Jawa Tengah*, www.Diengnisea.com/index.php/2015/09/11/pokdarwis-dieng-pandawa-desa-wisata-dieng-kulon
- Briyson, M John (1995) *Strategic Planning For Public & Non Profit Organization Ed I*, USA: Jossey-Bass Inc.
- Chafid Fandeli (2001), *Strategi Pengembangan Pariwisata Alam. Cetakan ke 1*, Jakarta, Gramedia
- Eadington dan Smith (1992) *Konsep Dasar Pariwisata di Indonesia, Cetakan 1*, Jakarta, Gramedia
- Freddy Rangkuti (1997) *Analisis SWOT*, Gramedia, Jakarta
- Hadi Supeno dkk (2014), *Inilah Dieng Pesona , Potensi, Misteri cetakan I*, Pemerintah Kabupaten Banjarnegara.
- Nawawi, H, Hadari (1991) *Metodologi Penelitian Sosial*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sugiyono (2015), *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta, Bandung.
- Dyah Woro Setyaningsih (2010), *Sratategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Purworejo*, Program Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta
- Edy Ryanto (2010), *Strategi Peningkatan Sumber Daya Pariwisata Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo*, Program Magister Manajemen Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Surat Keputusan Bupati Banjarnegara nomor 556/1209/2011 tentang Penetapan Desa Wisata.
- Surat Keputusan Dinas Keputusan Kepala Dinas Pariwisata nomor 556/028/2010 tentang Pengukuhan Kelompok Sadar Wisata “Dieng Pandawa” Kabupaten Banjarnegara.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004, *Tentang Pemerintahan Daerah.*
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, *Tentang Kepariwisata.*