

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Diera modern ini berbagai inovasi pengelolaan pariwisata mulai bermunculan. Salah satu wujud dari inovasi pariwisata masa kini adalah pengelolaan desa wisata. Desa wisata merupakan wilayah perdesaan yang kealamian social budaya, kehidupan sehari – hari, adat istiadat, tata ruang desa, serta arsitektur tradisionalnya menjadi komponen pariwisata yang di dalamnya menawarkan atraksi wisata dan menyediakan akomodasi dilengkapi dengan fasilitas pendukung (Faris dan Rima, 2014).

Pengelolaan desa wisata menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat akan pariwisata mulai tumbuh dengan mengelola potensi wisata yang ada disuatu wilayah perdesaan. Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata, pada tahun 2017 memiliki 22 desa wisata yang telah terdaftar di Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta (Statistik Kepariwisataan Dinas Pariwisata DIY 2017). Seiring berjalannya waktu perkembangan desa wisata mulai menjamur, hingga pada tahun 2018 total desa wisata yang tercatat di Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta berjumlah 60 desa wisata (Statistik Kepariwisataan Dinas Pariwisata DIY 2018).

Kabupaten Gunungkidul yang merupakan salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta, kini tidak hanya terkenal akan wisata

pantainya saja namun juga atraksi wisata yang ditawarkan melalui desa wisata. Desa wisata yang cukup terkenal di Kabupaten Gunungkidul adalah Desa Wisata Nglanggeran yang terletak di Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

Perlu diketahui bahwa Desa Wisata Nglanggeran pada tahun 2017 dinobatkan sebagai Desa Wisata Terbaik ASEAN. Desa Wisata Nglanggeran merupakan satu dari tiga desa wisata di Indonesia yang telah terseleksi dalam kegiatan Apresiasi Usaha Masyarakat Bidang Pariwisata tahun 2016. Dalam seleksi tersebut Desa Wisata Nglanggeran dan 2 desa wisata lainnya yaitu Desa Wisata Panglipuran dan Desa Wisata Dieng Kulon dinilai mampu mengimplementasikan prinsip pengelolaan pariwisata berbasis *Community Based Tourism* (CBT).

Penghargaan Desa Wisata Terbaik ASEAN yang dimenangkan oleh Desa Wisata Nglanggeran merupakan ajang *ASEAN Community Based Tourism Award 2017* yang diselenggarakan di Singapura. *ASEAN Community Based Tourism Award 2017* ini merupakan *1st ASEAN CBT Award* yang diselenggarakan dalam rangkaian kegiatan *ASEAN Tourism Forum* tahun 2017. Desa Wisata Nglanggeran dinilai mampu memenuhi 8 kriteria penilaian yang antara lain adalah:

1. Kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat
2. Kontribusi terhadap kesejahteraan sosial

3. Kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan
4. Mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan pengunjung
5. Jasa perjalanan wisata dan pramuwisata berkualitas
6. Kualitas makanan dan minuman
7. Kualitas akomodasi, dan
8. Kinerja *Friendly Tour Operator* (FTO)

Sebuah prestasi membanggakan dan patut di apresiasi karena desa wisata yang terletak di Kabupaten Gunungkidul ini mampu bersaing dalam ajang *Community Based Tourism* (CBT) tingkat Internasional. Dalam meraih prestasi tersebut tentu tak lepas dari kerja keras para pengelola dan masyarakat sehingga berhasil mewujudkan pengelolaan yang berbasis *Community Based Tourism* (CBT). Sehingga studi ini akan mengeksplorasi tentang strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) tahun 2017.

Pengelolaan berbasis *Community Based Tourism* (CBT) di Desa Wisata Nglanggeran dapat dilihat dari aktor pengelola wisatanya yang merupakan masyarakat lokal yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) serta kelompok Karang Taruna Bukit Putra Mandiri yang sudah aktif sejak tahun 1999. Dalam pengembangan wisatanya, Desa Wisata Nglanggeran melakukan pengelolaan yang antara lain adalah: a) Mengembangkan daya tarik wisata Desa Wisata Nglanggeran, b)

Pengembangan sarana dan prasarana (*Amenities*), c) Mengembangkan aksesibilitas wisata d) Pemberdayaan masyarakat, e) Menjalinkan relasi kerjasama dalam hal pengembangan dan pemberdayaan (Hary Hermawan, 2016).

Desa Wisata Nglanggeran memiliki 3 potensi unggulan mulai dari Gunung Api Purba yang sudah dikelola sejak tahun 1999, Air Terjun Kedung Kandang, serta Embung Nglanggeran. Selain menyuguhkan keindahan alam yang mengagumkan Desa Wisata Nglanggeran juga menawarkan paket liburan lengkap, hal ini merupakan wujud dari inovasi yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Nglanggeran. Paket wisata yang dapat dinikmati wisatawan berupa *adventure tourism*, *cultural tourism*, *educational tourism*, *green tourism*, dan *agro tourism* yang dikelola semenarik mungkin oleh masyarakat local sebagai actor pengelola wisata.

Masih kentalnya budaya yang turun temurun juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Bagi masyarakat Desa Nglanggeran, budaya sangat berarti luas dimulai dari budaya gotong royong, keramahamahan, serta adat istiadat yang terus dijunjung tinggi seperti Kenduren atau Kenduri, Wiwitan, Tingkepan, Tingalan, Ngguwangi dan Jathilan, Karawitan, Gejok Lesung, Wayang, Ketoprak sebagai kesenian local yang masih sering ditampilkan dalam beberapa acara.

Kemudian sebagai kawasan wisata, Desa Wisata Nglanggeran memiliki pusat oleh – oleh bernama Nglanggeran *Mart*, di dalamnya

menawarkan beberapa produk olahan yang berbahan baku kakao dan hasil pertanian local seperti dodol kakao, *chocomix*, dan *cookies*, criping ketela, criping bayem, criping pisang, criping sukun dan lain sebagainya diproduksi langsung oleh PKK Desa Nglanggeran. Hal ini juga menjadi bukti bahwa terdapat keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran.

Berkat sikap konsisten dan usaha masyarakat yang selalu terlibat dalam merintis desa wisata tanpa meninggalkan kaidah – kaidah pengelolaan berbasis *Community Based Tourism* (CBT), Desa Wisata Nglanggeran telah mampu mendapatkan kurang lebih 17 penghargaan yang terdata dari tahun 2009. Penghargaan tersebut antara lain adalah piagam yang diberikan oleh Gubernur DIY kepada Karang Taruna Bukit Putra Mandiri sebagai juara pertama Penyelamat Lingkungan diajang seleksi Kalpataru tahun 2009, selain itu pada tahun 2014 mampu meraih penghargaan dari Kemendagri RI dengan kategori Pelaku PNPM Mandiri Terbaik tahun 2014 yang diberikan kepada Sugeng Handoko sebagai salah satu dari anggota Pokdarwis Desa Wisata Nglanggeran.

Kemampuan Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan pengelolaan berbasis *Community Based Tourism* (CBT) menjadi ketertarikan sendiri bagi penulis untuk mencari tahu strategi yang digunakan Desa Wisata Nglanggeran sehingga mampu memenuhi kriteria *Community Based Tourism* (CBT) serta meraih penghargaan ditingkat ASEAN. Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena banyak desa lain

khususnya desa – desa di Kabupaten Gunungkidul yang sedang merintis desa wisata, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman atau tolak ukur desa lain untuk mulai menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan desa wisata sebagai destinasi wisata berkembang yang mampu bersaing dan mencetak berbagai prestasi berkat partisipasi masyarakatnya. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengangkat judul **“STRATEGI DESA WISATA NGLANGGERAN DALAM MEWUJUDKAN *COMMUNITY BASED TOURISM* (CBT) TAHUN 2017”** (Studi Kasus di Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini maka penulis akan merumuskan masalah sebagai berikut: **“Bagaimana Strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam Mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) Tahun 2017 ?”**

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) tahun 2017.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam hal meningkatkan pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran agar tetap konsisten dalam mempertahankan pengelolaan berbasis *Community Based Tourism* (CBT) serta diharapkan dapat menjadi contoh bagi desa – desa lainnya yang sedang merintis desa wisata

b. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan kontribusi dan masukan untuk penelitian selanjutnya serta dapat menjadi acuan bagi Desa Wisata Nglanggeran sendiri

dalam mengelola desa wisata agar menjadi destinasi wisata yang terus dipandang oleh wisatawan local maupun ditingkat internasional.

D. Penelitian Terdahulu

Sebagai tinjauan pustaka penulis akan menjelaskan beberapa penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini. Tinjauan pustaka bertujuan untuk mencari hal berbeda dan menarik dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Dalam penelitian ini terdapat 10 *literature review* yang berbeda – beda dan akan diklasifikasi sebagai berikut:

Penelitian pertama dengan judul “*Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali*” oleh Made Heny Urmila Dewi, Chafid Fandeli, dan M. Baiquni (2013). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Jatiwuluh belum mampu melibatkan masyarakatnya dalam pembangunan pariwisata, dimana masyarakat yang seharusnya menjadi subjek pembangunan namun kenyataannya masih dijadikan sebagai objek pembangunan. Masyarakat dalam pengembangan desa wisata ini selalu menjalankan perintah pemerintah tanpa dibiasakan untuk berpartisipasi, padahal pemerintah seharusnya menjadi fasilitator dan tidak mendominasi pengelolaan sehingga peran masyarakat local seakan – akan terpinggirkan.

Penelitian kedua dengan judul “*Keberhasilan Community Based Tourism Desa Wisata Kembangarum, Pentingsari dan Nglanggeran*” oleh

Novia Purbasari dan Asnawi (2014). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari ketiga desa wisata tersebut masing – masing memiliki kapasitas keberhasilan *Community Based Tourism* (CBT) yang berbeda. Desa Wisata Kembangarum dikelola oleh pihak ketiga yang mampu menyuguhkan atraksi wisata yang menarik, namun keterlibatan dan pemberdayaan masyarakatnya masih sangat minim. Sedangkan di Desa Wisata Pentingsari pengelolaan desa wisata dikelola oleh masyarakat local yang tergabung dalam pengurus desa wisata dan tetap memegang teguh nilai tradisional sehingga mampu menciptakan atraksi wisata melalui kearifan local. Kemudian di Desa Wisata Nglanggeran yang memiliki potensi alam yang luar biasa dan manajemen desa wisata yang baik dengan didukung kelembagaan yang kuat mampu menjadikan Desa Wisata Nglanggeran berpredikat berhasil.

Penelitian ketiga dengan judul “*Evaluasi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung, Bali*” oleh Ni Nyoman Ayu Hari Nalayani (2016). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 11 desa wisata yang dikelompokkan dalam 3 kategori yaitu desa wisata berkembang (Desa Wisata Sangeh dan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi), sedang berkembang (Desa Wisata Mengwi, Desa Wisata Pelaga, Desa Wisata Carangsari, Desa Wisata Pangsan, Desa Wisata Baha, Desa Wisata Munggu, Desa Wisata Petang dan Desa Wisata Kapal) dan kurang berkembang (Desa Wisata Belok). Evaluasi pengembangan desa wisata ini dilakukan untuk mengkategorikan sebelas

desa wisata tersebut yang kemudian masing – masing kategori akan diberikan rencana strategi pengembangan.

Penelitian keempat dengan judul “*Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal*” oleh Hary Hermawan (2016). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aktifitas perkembangan Desa Wisata Nglanggeran sudah cukup baik dapat dilihat dari kunjungan wisatawan yang rata – rata terus meningkat pertahunnya. Masyarakat local dianggap siap dalam menghadapi potensi dampak yang datang. Pengembangan dan pengelolaan desa wisata juga mampu memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat local, dimana peluang kerja dan penghasilan masyarakat yang meningkat, kepemilikan masyarakat dapat bekerja di desa sendiri, pendapatan pemerintah yang meningkat yang dihasilkan dari retribusi wisata.

Penelitian kelima dengan judul “*Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari, Kabupaten Jembrana*” oleh Cristina Ratu dan Made Adikampana (2016). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa yang menjadi persoalan para pengelola Desa Wisata Blimbingsari adalah keterbatasan pasar. Penelitian ini berhasil memperoleh strategi pemasaran yang dapat diterapkan melalui analisis SWOT, yaitu langkah pengemasan produk, promosi, *repositioning* dan pelayanan untuk wisatawan. Langkah – langkah yang sudah dirumuskan tersebut dapat digunakan selama mempromosikan Desa Wisata Blimbingsari sembari memaksimalkan berbagai potensi untuk menarik perhatian para wisatawan.

Penelitian keenam dengan judul “*Strategi Pengembangan Ekowisata Melalui Konsep Community Based Tourism (CBT) dan Manfaat Sosial dan Ekonomi Bagi Masyarakat di Desa Wisata Nglanggeran, Patuk, Gunungkidul*” oleh Ismi Atikah Jamalina dan Dyah Titis Kusuma Wardani (2017). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konsep *Community Based Tourism (CBT)* berhasil diterapkan di Desa Wisata Nglanggeran. Beberapa strategi akan dilakukan antara lain adalah: a. *Price* (harga), b. *Product* (Produk), c. *People* (SDM), d. *Place* (lokasi), e. *Facility* (fasilitas), f. *Promotion* (promosi)

Penelitian ketujuh dengan judul “*Pengorganisasian Komunitas dalam Pengembangan Agrowisata di Desa Wisata Studi Kasus: Desa Wisata Kembangarum, Kabupaten Sleman*” oleh Nurulitha Andini (2013). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan dari pengembangan Desa Wisata Kembangarum adalah meningkatkan kapasitas dari masyarakat local. Namun kapasitas pengorganisasian ini bersifat dinamis, hal ini diakibatkan karena pengaruh lingkungan internal ataupun eksternal komunitas.

Penelitian kedelapan dengan judul “*Membangun Pariwisata Bersama Rakyat: Kajian Partisipasi Lokal dalam Membangun Desa Wisata di Dieng Plateau*” oleh Destha Titi Raharjana (2012). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagai destinasi wisata nasional, Dieng Plateau mampu menarik perhatian wisatawan. Walaupun model wisata di Dieng Plateau adalah model wisata konvensional berbentuk

massif tourism, namun samasekali tidak menutup minat khusus wisatawan untuk mencari tahu dan belajar dengan kehidupan masyarakat desa.

Penelitian kesembilan dengan judul "*Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan*" oleh Faris Zakaria dan Rima Dewi Suprihardjo (2014). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mata pencaharian masyarakat setempat adalah bertani sehingga sangat berpotensi jika akan dikembangkan untuk menjadi desa wisata berbasis agrowisata dimana atraksi wisatanya dapat berupa tata cara memelihara sapi terkhusus sapi sono dan karapan sapi serta tata cara membatik dengan menggunakan alat tradisional.

Penelitian kesepuluh dengan judul "*Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus*" oleh Erlangga Brahmanto, Hary Hermawan, dan Faizal Hamzah (2017). Melalui Analisa SWOT menghasilkan beberapa rekomendasi antara lain adalah: mengemas daya tarik wisata yang berbasis alam dan budaya dimana menonjolkan keunikan, keaslian, dan keindahan, menciptakan wisata geowisata yang edukatif, mengadakan pelatihan kepada pengelola wisata, perbaikan aksesibilitas, melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata, monitoring dan evaluasi terkait penyediaan fasilitas.

Tabel 1.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Jenis Pengelompokan	Temuan / Hasil
1.	Strategi Pengembangan Desa Wisata	Nurulitha (2013), Faris dan Rima (2014), Hary (2016), Ayu (2016), Cristina dan Made (2016), Erlangga, Hary, dan Farizal (2017). Membahas terkait dengan strategi yang digunakan untuk pengembangan desa wisata, yang di dalamnya juga membahas tentang evaluasi, dampak social dan ekonomi.
2.	<i>Community Based Tourism</i> (<i>CBT</i>)	Destha (2012), Made, Chafid, dan Baiquni (2013), Novia dan Asnawi (2014), Ismi dan Dyah (2017). Membahas terkait pengembangan desa wisata yang berbasis <i>Community Based Tourism (CBT)</i> yang mana masyarakatnya turut andil dan berpartisipasi dalam setiap proses pengembangan desa wisata

Sumber: Diolah oleh Penulis (2019)

Dari pemaparan studi pustaka di atas dapat dilihat bahwa perbedaan penelitian – penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada variable penelitiannya, dimana peneliti ingin mengkaji tentang Strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam Mewujudkan *Community Based Tourism (CBT)* tahun 2017 (Studi Kasus

di Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul). Sedangkan kebanyakan penelitian sebelumnya baru membahas terkait strategi pengembangan yang berdampak pada social ekonomi masyarakat dan belum meneliti strategi seperti apa yang digunakan dalam pengelolaan desa wisata untuk bisa bersaing diranah Internasional.

E. Kerangka Teori

1. Manajemen Strategi

Manajemen strategi ini terdiri atas dua kata yaitu manajemen dan strategi. Manajemen strategi menurut Ida Rindaningsih (2012) adalah hubungan sebuah system yang saling memengaruhi dan menuju tujuan yang sama dilakukan dengan terencana dipadukan dengan sebuah masalah yang operasional, dengan ini dapat dikatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi ditentukan oleh perencanaan yang strategis. Mengingat bahwa organisasi pasti mengalami dinamika yang cepat dan naik turun maka keputusan dari pimpinan di dalam organisasi juga sangat berpengaruh dalam mencapai tujuan suatu organisasi.

Sebuah teori dari David (1997) menyatakan bahwa "*Strategik Manajement can be defined as the art and evaluation cross functional decisien that enable organization to achieve its objectives. As this definition implies strategik management focuses on integrating management, marketing, finance/ accounting, productions/operation-research and development, computer information system to achieve*

organizational objectives”. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam manajemen strategi terdapat beberapa indikator penting yaitu:

- 1) *Strategy Formulation* (Formulasi Strategi), memaparkan tentang prinsip dari manajemen strategi karena di dalamnya menggambarkan suatu keinginan dan tujuan yang akan dicapai disebuah organisasi.
- 2) *Strategy Implementation* (Implementasi Strategi), sebagai gambaran tujuan yang ingin dicapai suatu organisasi, kemampuan organisasi dalam bertindak dan mengalokasikan anggaran keuangan, dan
- 3) *Strategy Evaluation* (Evaluasi Strategi), yang akan mengevaluasi serta memberi timbal balik dari kinerja suatu organisasi.

Manajemen strategi juga dapat dikaitkan dengan analisis SWOT. Menurut Sondang (2000) analisis SWOT adalah sebuah langkah analisis yang sangat tepat karena di dalamnya membahas tentang 4 akronim kata yaitu: *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Sondang juga menjelaskan bahwa terdapat factor – factor tentang strategis di dalam analisis SWOT ini, antara lain adalah

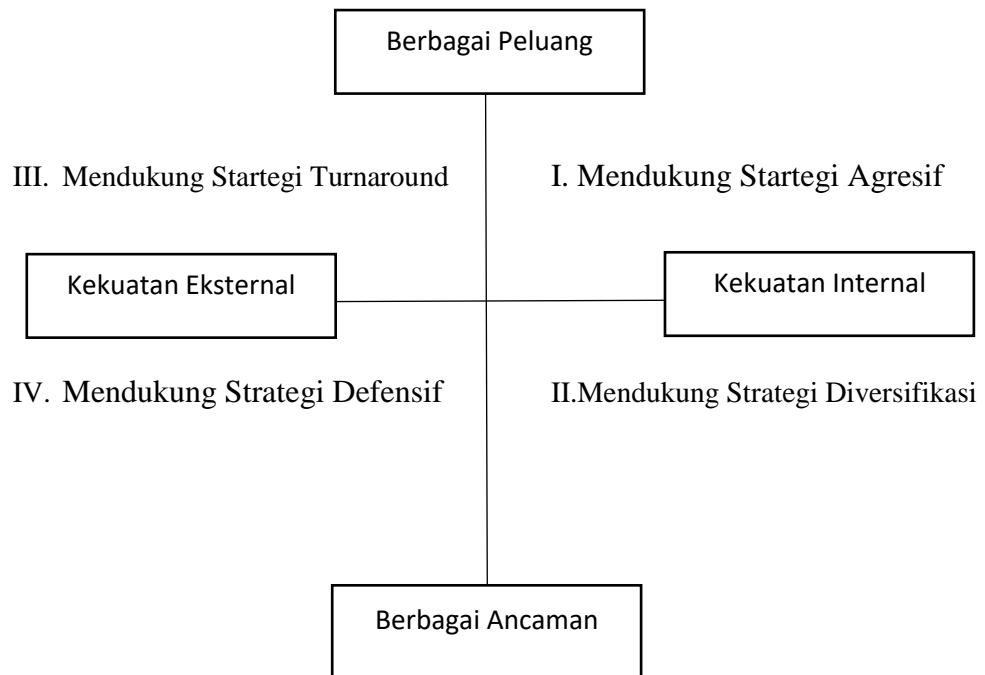
- 1) Kekuatan, kekuatan yang dimaksud adalah kompetisi khusus yang ada dalam suatu organisasi seperti kompetensi bahkan produk yang

menjadi andalan sehingga membuat suatu organisasi semakin kuat dalam bersaing di pasar

- 2) Kelemahan, kelemahan yang dimaksud adalah minimnya kompetensi yang dimiliki oleh sumber daya manusia dalam sebuah organisasi sehingga menjadi penghalang kinerja sebuah organisasi
- 3) Peluang, yang dimaksud dari peluang ini adalah kondisi lingkungan yang dapat memberikan keuntungan bagi satuan bisnis
- 4) Ancaman, ancaman yang dimaksud adalah suatu yang tidak menguntungkan dan apabila terus dibiarkan akan berdampak buruk bagi organisasi baik dimasa sekarang bahkan mengancam masa depan

Menurut Rengkti (2004) analisis SWOT digunakan untuk membandingkan factor internal yang meliputi *Strenght* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) dengan factor eksternal yang meliputi *Opportunities* (peluang) dan *Threat* (ancaman) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bagan 1.1 Diagram Analisis SWOT



Keterangan:

Kuadran I: Menggambarkan bahwa suatu perusahaan berada dalam situasi menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan, dengan begitu peluang yang ada dapat dimanfaatkan. Strategi yang harus diimplementasikan dalam situasi ini adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran II: Dalam situasi ini menggambarkan bahwa walaupun terdapat berbagai ancaman namun perusahaan masih memiliki kekuatan dari factor internal, sehingga strategi yang harus diimplementasikan adalah menggunakan factor internal untuk memanfaatkan peluang yang jangka Panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk / pasar).

Kuadran III: Dalam situasi ini perusahaan memiliki peluang pasar yang besar namun ada beberapa kelemahan dari factor internal yang menjadi

kendala. Sehingga perusahaan berusaha meminimalisir masalah internal agar dapat merebut peluang pasar.

Kuadran VI: Dalam situasi ini menggambarkan bahwa perusahaan tidak berada diposisi yang menguntungkan karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan.

Rengkti juga menjelaskan bahwa terdapat lima model pendekatan untuk menganalisis SWOT, antara lain adalah:

1. Matrik SWOT

Matrik ini dengan jelas akan merumuskan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi suatu perusahaan dan akan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan.

2. Matrik BCG (*Boston Consulting Group*)

Matrik ini dapat digunakan untuk mengembangkan berbagai strategi pangsa pasar berdasarkan tipe cash flow, juga dapat digunakan untuk memutuskan perlu tidaknya investasi produk, selain itu juga dapat mengukur kinerja manajemen.

3. Matrik Internal dan Eksternal

Parameter yang digunakan dalam matrik ini adalah kekuatan dan pengaruh eksternal bertujuan untuk memperoleh strategi bisnis tingkat korporat yang detail.

4. Matrik *Space*

Matrik ini akan mempertajam analisis perusahaan sehingga dapat melihat posisi dan perkembangan dimasa depan. Selain itu matrik

ini dapat melihat kekuatan keuangan dan industry dimana perusahaan cukup kuat secara finansial dapat mendayagunakan keuntungan kompetitif dengan optimal melalui tindakan agresif untuk merebut pasar.

5. Matrik *Grand Strategy*

Matrik *Grand Strategy* biasanya digunakan untuk menentukan suatu perusahaan akan memanfaatkan posisi kuat atau mengatasi kendala yang ada.

1) Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS):

- a. Kolom 1 pada tabel EFAS dilengkapi dengan memasukkan 1 – 10 factor – factor peluang dan ancaman.
- b. Kolom 2 digunakan untuk memberikan bobot pada masing – masing factor berdasarkan pengaruh posisi strategi. Nilai pembobotan dimulai dari 0,1 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting).
- c. Kolom 3 digunakan untuk memberikan rating untuk tiap factor yang skala berkisar dari angka sangat kuat yaitu 4 (*outstanding*) hingga angka lemah yaitu 1 (*poor*). Pemberian rating ini berdasarkan kondisi perusahaan.
- d. Kolom 4 merupakan total dari skor pembobotan yang dihasilkan dari perkalian bobot (kolom 2) dan nilai (kolom 3).
- e. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4

Model Analisis Faktor Strategis Eksternal (EFAS) akan menunjukkan tentang bagaimana perusahaan bereaksi terhadap beberapa factor internalnya. Selain itu juga berguna sebagai pembandingan dengan perusahaan lainnya. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

2) Matriks Faktor Strategi Internal

- a. Kolom 1 pada tabel IFAS dilengkapi dengan memasukkan factor – factor kekuatan dan kelemahan.
- b. Kolom 2 pada tabel IFAS dilengkapi dengan memasukkan factor – factor kekuatan dan kelemahan.
- c. Kolom 3 digunakan untuk memberikan bobot pada masing – masing factor berdasarkan pengaruh posisi strategi mulai dari 1,0 (penting) hingga 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan tidak lebih dari jumlah total skor 1,00.
- d. Kolom 4 digunakan untuk memberikan rating untuk tiap factor yang skala berkisar dari angka sangat kuat yaitu 4 (*outstanding*) hingga angka lemah yaitu 1 (*poor*). Pemberian rating ini berdasarkan kondisi pariwisata.
- e. Kolom 5 merupakan total dari skor pembobotan yang dihasilkan dari perkalian bobot (kolom 3) dan nilai (kolom 4).

Total nilai yang didapatkan akan menunjukkan tentang bagaimana pariwisata bereaksi terhadap beberapa factor

internalnya. Selain itu juga berguna sebagai pembanding dengan pariwisata lainnya. Pemberian bobot dan nilai pada factor strategis internal maupun eksternal diatas berdasarkan pertimbangan professional (*Professional Judgement*) yang merupakan pemberian pembobotan atas dasar kemampuan dengan apa yang sedang dipertimbangkan. Terdapat pembatasan dalam menentukan pertimbangan professional ini yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) *Scoring* atau pembobotan, dalam lingkungan internal pembobotannya berdasarkan pada besar tidaknya pengaruh factor strategis terhadap posisi strategis. Sedangkan dalam lingkungan eksternal akan memberikan dampak pada factor strategis. Total jumlah pembobotan pada masing – masing lingkungan internal dan eksternal harus berjumlah 1,00 tidak boleh kurang maupun lebih.

b) *Rating* atau penilaian, penilaian ini berdasar pengaruh factor strategis terhadap factor strategis itu sendiri dengan angka ketentuannya adalah:

4 : Sangat Kuat

3 : Kuat

2 : Rata – rata

1 : Lemah

Menurut Freddy Rangkuti (2005) dalam menyusun beberapa factor strategis diperlukan matriks SWOT untuk menggambarkan secara detail factor peluang maupun ancaman eksternal untuk dapat disesuaikan dengan factor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini akan menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis yang dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Matrik SWOT

Strenghts Weakness Opportunities Treaths	S (Strenghts) Menentukan beberapa factor kekuatan internal	W (Weakness) Menentukan beberapa factor kelemahan internal
O (Opportunities) Menentukan beberapa factor peluang eksternal	Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan yang berguna untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan guna meminimalisir kelemahan dalam upaya meraih peluang
T (Treaths) Menentukan beberaoa factor ancaman eksternal	Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan guna menghadapi berbagai ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi untuk meminimalisir kelemahan guna menghindari berbagai ancaman

Keterangan:

- Strategi SO, strategi ini diciptakan berdasarkan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang sebesar – besarnya.

- Strategi ST, strategi ini menggunakan factor kekuatan untuk mengatasi berbagai ancaman yang datang.
- Strategi WO, strategi yang diterapkan berdasar pemanfaatan beberapa peluang dengan meminimalisir kelemahan.
- Strategi WT, strategi ini diterapkan dengan meminimalisir kelemahan untuk menghindari ancaman

2. *Community Based Tourism (CBT)*

Community Based Tourism (CBT) menurut Muallisin (2007) merupakan pariwisata yang dalam pengelolaannya menyadari akan kelangsungan budaya, social, dan lingkungannya. Menurut Novia dan Asnawi (2014) *Community Based Tourism (CBT)* adalah model pengelolaan pariwisata yang berpandangan bahwa pariwisata berawal dari kesadaran kebutuhan masyarakat itu sendiri guna membangun pariwisata yang bermanfaat bagi inisiatif, manfaat bahkan akan memberikan peluang bagi masyarakat local.

Menurut Rocharungsat (2008) terdapat 6 indikator sebagai tolak ukur kesuksesan dari *Community Based Tourism (CBT)* yaitu:

1. Melibatkan masyarakat local
2. Manfaat yang didapatkan dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat
3. Manajemen pariwisata yang baik
4. Kemitraan yang kuat baik di dalam maupun di luar
5. Atraksi wisata yang unik
6. Tidak mengabaikan konservasi lingkungan

Community Based Tourism (CBT) berkaitan dengan partisipasi aktif masyarakat local dalam pengelolaan pariwisata yang ada disuatu daerah. Menurut Sunaryo (2013) terdapat tiga prinsip strategi perencanaan pembangunan pariwisata berbasis CBT, yaitu:

1. Dalam proses mengambil keputusan mengikutsertakan masyarakat untuk andil di dalamnya
2. Masyarakat local yang bersedia menerima manfaat dari pembangunan pariwisata yang dilakukan
3. Memberikan pendidikan kepariwisataan untuk masyarakat sekitar

F. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual tak lain merupakan pemikiran penulis yang akan memaparkan sebuah konsep secara singkat dan jelas. Maka dari itu definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan suatu rangkaian kegiatan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, rangkaian ini dimulai dari proses perencanaan hingga evaluasi. Dalam setiap prosesnya selalu mempertimbangkan factor – factor yang mendukung tercapainya tujuan serta meminimalisir dampak buruk yang dapat terjadi. Manajemen strategi ini juga berkaitan dengan analisis SWOT merupakan singkatan dari 4 kata yaitu *Strength*

(kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis ini juga merupakan cara ampuh yang dapat digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, bahkan peluang dan ancaman yang akan dihadapi suatu organisasi, dengan begitu suatu organisasi dapat memaksimalkan potensi yang ada dan meminimalisir dampak buruk yang bisa saja terjadi.

2. *Community Based Tourism (CBT)*

Community Based Tourism (CBT) merupakan sebuah upaya pengelolaan yang di dalamnya melibatkan peran masyarakat local. Yang diharapkan dari pengelolaan ini adalah masyarakat secara merata akan menerima berbagai manfaatnya baik dalam sisi social maupun ekonomi.

G. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini telah ditentukan sebuah indikator berupa analisis SWOT yang akan digunakan peneliti untuk mengolah data yang berkaitan dengan strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan *Community Based Tourism (CBT)* tahun 2017 yang diuraikan sebagai berikut :

Tabel 1.3 Alur Penelitian

Faktor	Indikator
<i>Strength</i> (Kekuatan)	<ol style="list-style-type: none">1. Potensi Wisata2. Pengelolaan Paket Wisata3. Pengelolaan Berbasis <i>Community Based Tourism</i> (CBT)4. Sikap Komitmen Pengelola5. Evaluasi Rutin6. Promosi Wisata
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	<ol style="list-style-type: none">1. Minimnya Ketersediaan Infrastruktur2. Minimnya Kemampuan Berbahasa Asing3. Kurangnya Pemahaman Pemuda terhadap Pariwisata
<i>Opportunity</i> (Peluang)	<ol style="list-style-type: none">1. Penghargaan Desa Wisata Terbaik ASEAN 20172. Pemberdayaan Masyarakat
<i>Threats</i> (Ancaman)	<ol style="list-style-type: none">1. Tingkat Kunjungan Wisatawan2. Kerusakan Lingkungan3. Persaingan Pariwisata4. Bencana Alam

Dari penjelasan beberapa indikator di atas kemudian akan memunculkan beberapa strategi SO, ST, WO, dan WT yang dijabarkan dalam matrik SWOT sebagai berikut.

Tabel 1.4 Matrik SWOT

<p><i>Strenghts Weakness</i></p> <p><i>Opportunities Treaths</i></p>	<p>S (Strenghts)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi Wisata 2. Pengelolaan Paket Wisata 3. Pengelolaan Berbasis <i>Community Based Tourism</i> (CBT) 4. Sikap Komitmen Pengelola 5. Evaluasi Rutin 6. Promosi Wisata 	<p>W (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya Ketersediaan Infrastruktur 2. Minimnya Kemampuan Berbahasa Asing 3. Kurangnya Pemahaman Pemuda terhadap Pariwisata
<p>O (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penghargaan Desa Wisata Terbaik ASEAN 2017 2. Pemberdayaan Masyarakat 	<p>Strategi SO</p>	<p>Strategi WO</p>
<p>T (Treaths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Kunjungan Wisatawan 2. Kerusakan Lingkungan 3. Persaingan Pariwisata 4. Bencana Alam 	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>

H. Kerangka Berpikir

Bagan 1.2 Kerangka Berpikir



I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif maka metode yang digunakan metode kualitatif deskriptif dengan focus penelitian mengenai strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) tahun 2017. Yang mana penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kalimat yang diperoleh dari seorang narasumber atau sesuatu yang telah diamati.

Penulis memilih pendekatan ini karena dirasa sesuai dengan topik yang diteliti agar dapat mendeskripsikannya secara jelas dan rinci terkait strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) tahun 2017 serta bertujuan untuk menggambarkan keadaan sebenarnya di lapangan. Menurut Strauss dan Corbin dalam Creswell, J (1998:24) penelitian kualitatif adalah jenis dari sebuah penelitian yang mampu melahirkan temuan – temuan yang tidak dapat dihasilkan dari langkah – langkah statistik maupun kuantifikasi atau pengukuran.

2. Data dan Sumber Data

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) pada tahun 2017, dimana pihak yang akan dijadikan sumber data adalah Pemerintah Desa Nglanggeran, Pokdarwis, Karang Taruna, dan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. Dalam rangka memperoleh data yang akurat, sumber data dapat didapatkan dari beberapa jenis data yaitu:

a) Data Primer

Menurut Uma Sekaran (2011) data primer adalah data informasi yang berhubungan dengan variabel minat yang bertujuan untuk studi dimana data primer ini didapatkan dari wawancara dengan perseorangan maupun kelompok focus bahkan dari sumber

internet apabila kuesioner dibagikan di internet. Data ini dapat diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan beberapa pihak terkait untuk dijadikan sebagai narasumber sehingga penulis dapat mendapatkan informasi yang diinginkan dan sesuai dengan hal yang sedang diteliti. Di dalam penelitian ini penulis memerlukan informasi mengenai strategi yang dilakukan Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) tahun 2017. Pihak yang akan menjadi obyek dalam penelitian ini adalah Pemerintah Desa Nglanggeran, Pokdarwis, Karang Taruna dan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul.

b) Data Sekunder

Menurut Sugiono (2008:402) data sekunder secara tidak langsung mampu memberikan informasi data kepada peneliti. Data sekunder juga bermanfaat untuk mendukung informasi yang didapatkan dari data primer yang mana dapat diperoleh dari *literature*, buku bacaan, serta apapun yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Data sekunder dalam penelitian ini diperlukan untuk memperkuat argumen serta melengkapi informasi yang telah didapatkan peneliti melalui wawancara langsung dengan pihak – pihak yang terkait.

3. Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan lokasi dalam penelitian ini dikarenakan Desa Wisata Nglanggeran mampu mewujudkan pengelolaan berbasis *Community Based Tourism* (CBT) pada tahun 2017. Sehingga di dalam penelitian ini penulis berusaha menggali informasi terkait strategi yang dilakukan Desa Wisata Nglanggeran mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT).

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa teknik pengumpulan data dapat sebagai berikut:

a) Wawancara

Dalam penelitian ini terdapat beberapa narasumber yang akan diwawancarai antara lain adalah Pemerintah Desa Nglanggeran, Pokdarwis, Karang Taruna, dan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. Data yang ingin didapatkan penulis melalui wawancara ini berkaitan dengan sejarah pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran, strategi yang digunakan pengelola dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) tahun 2017 dan hal – hal yang berhubungan dengan tema penelitian.

b) Dokumentasi

Dalam penelitian ini data dokumentasi digunakan sebagai data pendukung yang dapat memperkuat hasil penelitian guna menunjukkan kebenaran data selama penelitian dilakukan. Data yang diperlukan dalam penelitian ini seperti data jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan, jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian, struktur kepengurusan Pokdarwis, jumlah kunjungan wisatawan, dan data pendapatan.

c) Observasi

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian, yaitu di Desa Wisata Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul.

d) Teknik Analisa Data

a. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data diperoleh dari Pemerintah Desa Nglanggeran, Pokdarwis, Karang Taruna, dan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, sehingga diharapkan mendapat data akurat yang akan memperkuat hasil dari penelitian ini.

b. Reduksi

Dalam penelitian ini penulis melakukan reduksi serta memadukan data yang didapatkan dari sumber – sumber penelitian terdahulu, wawancara, observasi, dan dokumen –

dokumen pendukung yang terdapat di Desa Wisata Nglanggeran. Reduksi ini akan dilakukan oleh penulis secara terus menerus hingga mampu mencapai kesimpulan yang dapat diverifikasi.

c. Penyajian Data

Dalam penelitian ini penyajian data bertujuan untuk mempermudah penulis untuk melihat hasil penelitian yang mana hasil dari observasi maupun hasil wawancara kepada Pemerintah Desa Nglanggeran, Pokdarwis, Karang Taruna, dan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. Dengan begitu gambaran umum terkait hasil penelitian dapat ditarik kesimpulannya.

d. Penarikan Kesimpulan

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dalam penelitian ini dimana penulis memaparkan makna yang akan disampaikan berdasarkan data yang telah diperoleh dari observasi, dokumentasi, dan wawancara. Sebelum ditarik kesimpulan, penulis perlu mencari pola, hubungan, persamaan dan sebagainya terkait strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) tahun 2017 (Studi Kasus di Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul).

e) **Sistematika Penulisan**

Pembahasan yang disajikan dalam penelitian ini akan sistematis dan konsisten dan menunjukkan dan mengemukakan penelitian secara utuh. Maka peneliti menyusun sistematis adalah sebagai berikut:

Bab I merupakan bagian dari Pendahuluan yang menguraikan beberapa poin pembahasan seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka dasar teori, definisi konseptual, definisi operasional, dan metode penelitian.

Bab II menjelaskan gambaran umum terkait profil singkat dan informasi yang mendasar tentang obyek penelitian yaitu Desa Wisata Nglanggeran.

Bab III pembahasan yang akan memaparkan hasil dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian tentang Strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) tahun 2017 yang kemudian hasil tersebut dianalisis lalu dijabarkan dalam beberapa paragraph.

Bab IV penutup, memaparkan kesimpulan yang telah ditarik berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dilengkapi dengan saran rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

Daftar Pustaka