

PERENCANAAN STRATEGIS KELURAHAN KENEP DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT MELALUI DESA WISATA KREATIF

Hosana Opalia Waluyati, Kristina Setyowati

Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas
Maret

email: hosana28o@student.uns.ac.id

kristina@staff.uns.ac.id

Abstrak

Pariwisata menjadi sektor terbesar dan terkuat yang menyumbang ekonomi global saat ini. Upaya yang bisa diterapkan untuk membangun pariwisata di Indonesia adalah dengan cara mengembangkan pariwisata alternatif dengan pembentukan desa wisata. Kelurahan Kenep merupakan salah satu daerah yang sudah mengembangkan dirinya menjadi Desa Wisata Kreatif di Kabupaten Sukoharjo. Namun masih terdapat kendala dalam perkembangannya. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui perencanaan strategis yang dilakukan oleh Pemerintah Kelurahan Kenep berdasarkan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Wisata Kreatif Kenep dalam mengembangkan dan memaksimalkan potensi yang dimiliki guna meningkatkan perekonomian masyarakat. Perencanaan strategis yang dikemukakan oleh John Bryson menjadi tinjauan pustaka dalam penelitian ini. Untuk menentukan isu strategis digunakan uji tes litmus. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, juga studi dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT. Hasil penelitian diperoleh tiga isu strategis di Desa Wisata Kreatif Kenep, yaitu: (1) Mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana untuk mendukung pariwisata serta upaya pertumbuhan dan pemerataan pembangunan, (2) Mengoptimalkan pemasaran dan promosi melalui sosial media atau *platform online* yang berbasis digital untuk mendukung kemajuan IPTEK di Desa Wisata Kreatif Kenep, (3) Meningkatkan kemampuan dan kompetensi masyarakat untuk menjadi tenaga kerja yang handal dan berkualitas.

Kata Kunci: Perencanaan Strategis; Desa Wisata; Analisis SWOT; Uji Tes Litmus

Abstract

Tourism is the largest and strongest sector that contributes to the global economy today. Efforts that can be applied to develop tourism in Indonesia are by developing alternative tourism by establishing tourist villages. Kenep Village is one of the areas that has developed itself into a Creative Tourism Village in Sukoharjo Regency. However, there are still obstacles in its development. The purpose of the study was to determine the strategic planning carried out by the Kenep Village Government based on the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) of Kenep Creative Tourism Village in developing and maximizing their potential to improve the community's economy. The strategic planning proposed by John Bryson became a literature review in this study. To determine strategic issues, the litmus test is used. This type of research is descriptive qualitative and the data collection techniques used are interviews, observation, and documentation studies. The

collected data was then analyzed using the SWOT analysis technique. The results of the study obtained three strategic issues in Kenep Creative Tourism Village, namely: (1) Developing facilities and infrastructure to support tourism as well as efforts for growth and equitable development, (2) Optimizing marketing and promotion through social media or digital-based online platforms to support progress of science and technology in the Kenep Creative Tourism Village, (3) Improving the ability and competence of the community to become a reliable and qualified workforce.

Keywords: Strategic Planning; Tourism Village; SWOT Analysis; Litmus Test

Pendahuluan

Pariwisata saat ini menjadi kegiatan terbesar juga terkuat yang menyumbang ekonomi global dalam era globalisasi saat ini. Pariwisata merupakan sektor industri kreatif yang dapat dikembangkan melalui potensi tiap daerah. Selain membantu menyumbang perekonomian global, pariwisata juga harus dapat dimanfaatkan untuk optimalisasi sumber daya dan kemampuan yang ada dari setiap daerah untuk kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat di sekitarnya. Indonesia sebagai negara kepulauan pasti memiliki bermacam-macam keragaman dan kekayaan khas dari berbagai daerah dari Sabang sampai Merauke. Berbagai kekayaan dan keragaman yang dimiliki Indonesia seperti keindahan alam, sejarah, dan keunikan budaya menjadi salah satu pendorong utama bagi pengembangan industri pariwisata yang kedepannya dapat diberdayakan dan dikembangkan sehingga dapat menjadi obyek wisata.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, konsep pariwisata alternatif menjadi daya tarik baru bagi wisatawan. Pariwisata alternatif dapat dipahami sebagai ide wisata yang lebih ramah dengan alam dan masyarakat dan tidak terdapat pada setiap destinasi wisata. Salah satu pariwisata alternatif yang hendak dibesarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia adalah desa wisata. Desa wisata menjadi sebuah langkah dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia untuk mewujudkan pariwisata alternatif yang bertujuan untuk dapat mengoptimalkan pariwisata di Indonesia dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 29 Tahun 2015, peningkatan wisata yang bertema desa atau yang lebih dikenal dengan desa wisata akan membangkitkan ekonomi pariwisata di desa yang akan berpengaruh dalam menurunkan urbanisasi.

Desa sebagai wilayah dengan beragam potensi yang dapat dikelola dan dikembangkan bagi kelangsungan dan kemajuan desa. Potensi fisik dan potensi non fisik yang ada di desa menjadi sebuah harapan untuk mengembangkan desa. Potensi fisik meliputi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Selain itu, potensi non fisik merupakan potensi yang berupa kondisi masyarakat, lembaga sosial, dan kreativitas aparatur desa. Potensi yang dimiliki desa inilah yang apabila

dikembangkan dan dengan tatanan yang terstruktur akan menjadikan sebuah daya tarik bagi pengunjung karena adanya keunikan atau ciri khas dari desa, sehingga mendorong terbentuknya sektor pariwisata di desa tersebut. Berbagai potensi dan ciri khas yang dimiliki desa ini akan mengembangkan wisata terpadu yang nantinya akan dapat memasarkan produk-produk olahan dari desa untuk mengembangkan wisata terpadu sehingga muncul istilah desa wisata.

Pengembangan sektor pariwisata menjadi kegiatan utama yang terdapat di Perda Kabupaten Sukoharjo Nomor 7 Tahun 2020 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Sukoharjo Tahun 2020-2025. Pariwisata dipandang sebagai sarana untuk mempromosikan potensi daerah sehingga masyarakat yang berkunjung akan mengenal produk yang dihasilkan Kabupaten Sukoharjo yang menjadi ciri khas daerahnya. Maka dari itu untuk mendukung perkembangan daerah dan meningkatkan perekonomian masyarakat, Pemerintah Daerah Kabupaten Sukoharjo mengajak seluruh desa/kelurahan untuk mencari potensi wilayah mereka masing-masing, terutama di bidang wisata. Salah satu daerah di Sukoharjo yang sudah melakukan pengembangan daerah berbasis wisata adalah Kelurahan Kenep yang terletak di Kecamatan Sukoharjo. Kelurahan Kenep sudah menyatakan diri sebagai “Desa Wisata Kreatif” sejak tahun 2010 yang bermula dari dana program PNPM Mandiri Perkotaan. Selain itu Kelurahan Kenep menjadi satu-satunya kelurahan di Sukoharjo yang mendapatkan penghargaan “*network development*” dan memperoleh dana sebesar Rp 1 miliar yang digunakan untuk mengembangkan Kelurahan Kenep hingga akhirnya terciptanya Desa Wisata Kreatif yang berlanjut hingga sekarang. Kenep adalah salah satu kelurahan yang ada terletak Kabupaten Sukoharjo dan juga terkenal dengan berbagai keanekaragaman potensi kreatif yang dimiliki yang kemudian menjadi kebanggaan daerah. Sebagai Desa Wisata, Kenep memiliki berbagai potensi dan sumber daya yang dijadikan daya tarik bagi wisatawan, potensi dan sumber daya tersebut dapat menjadi kekuatan dan peluang bagi Desa Wisata Kreatif Kenep untuk berkembang. Di samping itu, Desa Wisata Kreatif Kenep juga memiliki kelemahan dan ancaman yang ternyata dapat berpotensi menurunkan eksistensi Desa Wisata Kreatif Kenep.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka diperoleh perumusan permasalahannya adalah Bagaimana Fenomena Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal yang ada di Desa Wisata Kreatif Kenep? Penelitian ini akan mengacu proses perencanaan strategis Menurut John M. Bryson (2004) di mana terdapat beberapa tahapan langkah-langkah dalam proses perencanaan strategis. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut: 1) Memprakarsai dan Menyetujui Suatu Proses Perencanaan Strategis.

Dilakukan negosiasi persetujuan dengan penyusun kebijakan (*decision makers*)

atau penyusun opini (*opinion leaders*) internal dan eksternal mengenai usaha perencanaan strategis dan langkah perencanaan yang esensial. Lalu menentukan

individu, kelompok, atau organisasi yang akan terlibat dalam penyusunan perencanaan strategis.

2) Mengidentifikasi Mandat Organisasi.

Langkah kedua bertujuan untuk menegaskan arti mandat yang diberi kontrol eksternal baik secara sah (formal) maupun tidak sah (informal). Mandat organisasi adalah hal yang harus dikerjakan seperti persyaratan, batasan, harapan, dan tekanan yang dihadapi. Mandat formal berupa tugas dan fungsi organisasi yang tertulis dalam undang-undang, peraturan, piagam, pasal-pasal atau perjanjian yang mengikat dalam surat keputusan. Mandat informal berupa norma yang menjadi dasar bagi organisasi untuk berjalan.

3) Memperjelas Misi dan Nilai-Nilai Organisasi

Dalam langkah ini akan diperoleh analisis pemangku kepentingan dan ungkapan tentang misi organisasi. Analisis pemangku kepentingan memiliki tujuan untuk mengetahui pasti siapa pemangku kepentingan organisasi, keistimewaan masing-masing pemangku kepentingan, membangun keputusan mengenai bagaimana performa organisasi dapat sesuai dengan tolok ukur yang dibutuhkan oleh *stakeholder*. Misi organisasi sangat berhubungan dengan mandat yang wajib dikerjakan dan berkaitan dengan penjelasan mengenai sesuatu yang wajib dikerjakan dalam upaya menanggung mandat organisasi.

4) Menilai Lingkungan di Luar (Eksternal) dan Lingkungan di Dalam (Internal) Organisasi

Dalam langkah ini dilakukan eksplorasi pada lingkungan internal dan eksternal organisasi. Mengukur lingkungan luar (eksternal) merupakan cara untuk menjelajahi lingkungan eksternal organisasi guna memahami berbagai peluang serta ancaman. Menilai lingkungan dalam (internal) merupakan cara untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam organisasi.

5) Mengidentifikasi Isu Strategis yang Dihadapi Organisasi

Langkah ini adalah yang fundamental sebagai kebijakan dasar yang akan memengaruhi mandat, misi, nilai organisasi, tingkat dan kombinasi produk atau jasa. Untuk melakukan identifikasi terhadap isu strategis dalam suatu organisasi diperlukan tinjauan terhadap mandat, misi dan nilai, kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman.

6) Merumuskan Strategi untuk Mengelola Isu-Isu

Perumusan strategi yang baik juga pengimplementasiannya ialah suatu cara guna mengaitkan harapan, opsi langkah dan risiko dari perilaku. Dipilihnya strategi yang baik, lalu mengaitkan organisasi dengan lingkungan di sekitarnya kemudian akan melahirkan nilai publik merupakan tujuan dilakukannya

perumusan strategi dan langkah rancangan pembangunan. Langkah setelah penilaian strategis mengenai isu-isu strategis adalah perumusan strategis guna menata isu.

7) Mereview dan Mengadopsi Strategi dan Rencana Strategis

Mereview dan menyepakati strategi dan rencana untuk memberi kemudahan bagi para pengambil keputusan sehingga dapat dilakukan dan berjalan dengan efektif. Dalam langkah sudah diterapkan strategi untuk digunakan organisasi menghadapi problematika strategis. Strategi itu harus sesuai ciri-ciri berikut: dapat dijalankan secara teknis, disetujui secara politis, dan strategi harus berhubungan dengan berbagai masalah yang ada.

Dari tahapan perencanaan strategis menurut John M. Bryson akan diperoleh isu-isu strategis, kemudian untuk mengevaluasi sebuah isu tersebut merupakan isu yang strategis atau tidak digunakan uji tes litmus untuk mengukur seberapa besar tingkat strategisnya sebuah isu yang sudah dianalisis. Setiap isu strategis yang telah teridentifikasi kemudian akan diberikan tiga belas persoalan, lalu dari tiga belas persoalan kemudian akan diberikan penilaian masing-masing dengan skor penilaian di mana skor 1 untuk isu operasional, skor 2 untuk isu cukup strategis, dan skor 3 untuk isu sangat strategis. Setelah diberikan skor pada masing-masing pertanyaan, skor tersebut akan menjadi sebuah interval apabila dikalikan dengan jumlah pertanyaan yang ada. Jumlah interval total skor/nilai untuk menentukan tingkat kestrategisan suatu isu adalah apabila memperoleh skor 21-30 isu tersebut dikatakan kurang strategis, skor 22-30 isu cukup strategis, dan skor 31-39 isu sangat strategis. Berikut adalah tabel Uji tes litmus menurut Bryson (2005) yang kemudian akan digunakan untuk menilai dan juga untuk menentukan seberapa strategis suatu isu yang sudah dianalisis melalui analisis faktor lingkungan eksternal dan analisis faktor lingkungan internal.

Tabel 2.2
Uji Tes Litmus

No	Pertanyaan	Nilai		
		1	2	3
1.	Pada waktu kapan tantangan peluang isu strategis tersebut dihadapi?	Sekarang	Tahun Depan	>Dua Tahun
2.	Sebesar apa sebuah isu akan berdampak pada departemen?	Unit/Divisi Tunggal	Beberapa Divisi	Seluruh Departemen

				men
3.	Sebanyak apa risiko/peluang keuangan organisasi?	10% dari anggaran	10%-25% dari anggaran	>25% dari anggaran
4.	Apakah strategi bagi penyelesaian isu memerlukan:			

	a. Peningkatan sasaran dan program pelayanan baru? b. Transformasi signifikan sumber atau jumlah pajak? c. Transformasi signifikan dalam ketentuan/peraturan? d. Modifikasi fasilitas? e. Peningkatan jumlah staff yang signifikan?	Tidak Tidak Tidak Tidak Tidak		Ya Ya Ya Ya Ya
5.	Bagaimana pendekatan paling baik untuk menyelesaikan isu?	Jelas, siap diimplementasikan.	Parameter luas, agak terperinci.	Terbuka luas.
6.	Manakah tingkat manajemen yang bisa menentukan cara menyelesaikan isu?	Pengawasan staf lini.	Kepala divisi.	Kepala departemen.
7.	Risiko apa yang mungkin terjadi apabila isu tidak diatasi?	Ada gangguan, inefisien.	Kekacauan pelayanan, kehilangan sumber dana.	Kekacauan pelayanan, biaya lebih besar, penghasilan

				turun.
8.	Berapa banyak departemen yang terdampak isu dan dilibatkan dalam pemecahan isu?	Tidak ada.	1-3	4 atau Lebih
9.	Bagaimana sensitivitas isu ini terhadap nilai sosial, politik, religius, dan kultural?	Lunak.	Sedang.	Keras.

Sumber: Bryson (2005)

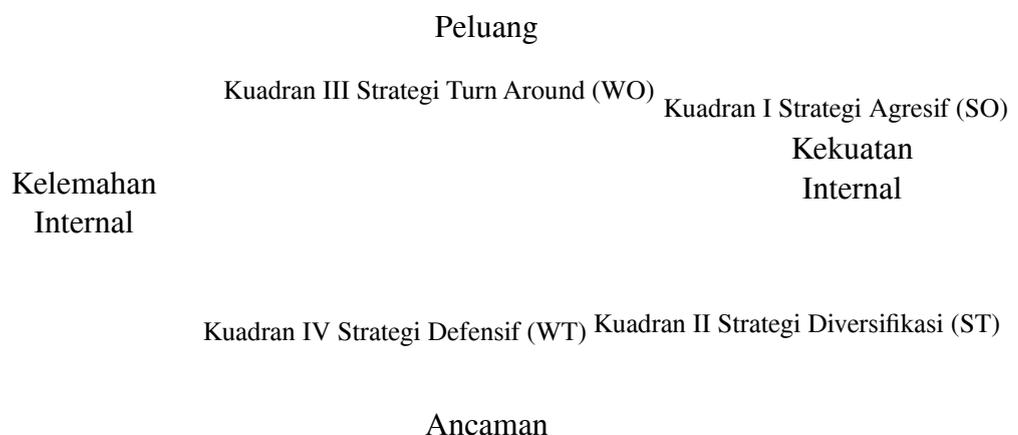
Sesudah melakukan evaluasi isu strategis dan kemudian didapatkan skor untuk masing-masing isu, maka tahap berikutnya yang dilakukan adalah menguraikan strategi atau langkah-langkah untuk mengelola isu strategi dan melakukan misi

39

**Jurnal Mahasiswa Wacana
Publik Volume 2, Nomor 1, 2022
Halaman 34 - 54**

organisasi berdasar pada hasil evaluasi yang sudah dikerjakan dan strategi yang dipilih harus sesuai dengan analisis lingkungan internal dan eksternal. Strategi yang diterapkan akan mempengaruhi pengembangan dan pembangunan Desa Wisata Kreatif Kenep dalam jangka waktu kurang lebih lima tahun. Strategi harus berorientasi pada masa depan. Menurut Fredy Rangkuti dari matriks SWOT dapat digambarkan dalam diagram SWOT sebagai berikut:

**Gambar 2.2
Diagram SWOT**



Sumber: Rangkuti (2018)

Kuadran I merupakan sebuah kondisi di mana situasi ini adalah keadaan yang paling menguntungkan bagi organisasi. Kekuatan dan peluang yang menonjol dari organisasi dapat dimanfaatkan untuk memperoleh strategi bagi perkembangan

organisasi. Strategi yang dapat diterapkan dalam situasi/kondisi ini adalah suatu strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran II merupakan sebuah kondisi atau situasi dimana organisasi memiliki kekuatan dari dalam diri organisasi yang kemudian akan dapat digunakan untuk menghadapi ancaman dari luar diri organisasi. Strategi yang dilaksanakan harus berupa suatu langkah atau cara yang bertujuan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara menggunakan strategi diversifikasi produk/pasar.

Kuadran III adalah suatu situasi kondisi sebuah organisasi yang menghadapi peluang sangat besar tetapi di sisi lain organisasi juga dihadapkan pada hambatan atau kelemahan dari dalam organisasi itu sendiri. Maka fokus strategi yang dibuat harus merupakan sebuah langkah atau upaya untuk meminimalkan masalah/kelemahan dari dalam organisasi sehingga dapat memperoleh peluang yang lebih baik.

Kuadran IV adalah suatu situasi dan keadaan yang paling merugikan bagi sebuah organisasi karena pada saat yang bersamaan organisasi dihadapkan pada berbagai ancaman dari luar dan kelemahan dari dalam organisasi. Sehingga strategi yang

dapat digunakan dan dilakukan merupakan strategi defensif yang berfokus untuk mempertahankan dan menjaga berbagai macam sumber daya yang sudah ada di dalam organisasi agar eksistensi organisasi tersebut tidak terancam.

Metode

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Kenep, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini dikerjakan pada Bulan September-Desember 2021. Penelitian penulis berjenis penelitian deskriptif kualitatif, di mana data yang sudah didapatkan akan disatukan dan disusun dalam bentuk kalimat yang akan menjadi sebuah paragraf. Sukmadinata (2017:73), pengertian metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu metode penelitian yang memiliki tujuan untuk menggambarkan suatu tanda yang nyata maupun tanda buatan dengan menitikberatkan pada ciri, kualitas, ketergantungan berbagai kegiatan.

Data primer dan data sekunder adalah data yang akan digunakan dalam penelitian. Data primer didapatkan oleh peneliti, data primer di penelitian ini didapatkan dengan teknik wawancara bersama informan yaitu Lurah Kenep, Ketua Pokdarwis Kampung Sanga, Bapak Mulyadi (Pengelola Agrowisata), Pemilik *Home Industry* di Desa Wisata Kreatif Kenep dan observasi (pengamatan) secara langsung di lokasi penelitian. Data sekunder didapatkan melalui penelitian terdahulu yang sudah tersedia yaitu melalui artikel penelitian dengan topik serupa. Uji reliabilitas dan validitas penelitian ini dengan triangulasi metode. Peneliti membandingkan hasil wawancara dan observasi yang kemudian diperkuat dengan dokumentasi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT untuk memperoleh isu-isu strategi dari hasil analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal yang sudah dilakukan.

Tabel 3.1
Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Faktor kekuatan dalam organisasi.	WEAKNESS (W) Faktor kelemahan dalam organisasi.
OPPORTUNITY (O) Peluang dari luar organisasi.	STRATEGI (SO) Mewujudkan suatu rencana yang membutuhkan kekuatan dan menggunakan peluang.	STRATEGI (WO) Membuat rencana yang mengecilkan kelemahan untuk menggunkan peluang.

41

Jurnal Mahasiswa Wacana Publik
Volume 2, Nomor 1, 2022

Halaman 34 - 54

THREAT (T) Ancaman dari luar organisasi.	STRATEGI (ST) Menciptakan strategi yang memakai kekuatan untuk menanggulangi ancaman.	STRATEGI (WT) Membangun strategi dengan sedikit kelemahan dan menyisihkan ancaman.
---	--	---

Sumber: Rangkuti (2004)

Hasil dan Pembahasan

1. Identifikasi Mandat Desa Wisata Kreatif Kenep

Identifikasi mandat merupakan hal substansial dan pokok dalam mengembangkan Desa Wisata Kreatif Kenep. Mandat yang harus dilakukan oleh Desa Wisata Kreatif Kenep berasal dari pihak eksternal (luar). Dalam mengembangkan Desa Wisata Kreatif Kenep, mandat yang diemban berasal dari Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 29 Tahun 2015 tentang peningkatan wisata yang bertema desa atau yang dikenal dengan desa wisata akan mengembangkan ekonomi pariwisata di desa yang akan membantu tingkat urbanisasi semakin rendah. Selain itu, selaras dengan didirikannya wisata pedesaan nantinya juga akan berpengaruh positif pada pelestarian alam yang dapat mengurangi *global warming*.

Mandat Desa Wisata Kreatif Kenep juga berasal dari Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Sukoharjo Nomor 7 Tahun 2020 tentang Rencana Induk

Pengembangan Kepariwisata Kabupaten Sukoharjo Tahun 2020-2025 di mana dalam Peraturan Daerah (Perda) ini disebutkan bahwa visi pembangunan kepariwisataan di Sukoharjo adalah mewujudkan Kabupaten Sukoharjo menjadi Destinasi Wisata Budaya yang berkarakter, berdaya saing, *sustainable*, serta mampu mendongkrak ekonomi Kabupaten Sukoharjo dan kesejahteraan masyarakat.

2. Visi dan Misi Kelurahan Kenep sebagai Desa Wisata Kreatif Visi

Kelurahan Kenep sebagai Desa Wisata Kreatif adalah terwujudnya kebersihan, rasa aman, kenyamanan, kesantunan, budaya religius di Desa Wisata Kreatif Kenep yang berlandaskan pada industri kecil dan agropolitan untuk meningkatkan perekonomian demi warga yang sejahtera. Sedangkan Misi Kelurahan Kenep sebagai Desa Wisata Kreatif adalah:

- 1.) Meningkatnya iman, taqwa dan akhlak mulia dari masyarakat serta berkembangnya budaya daerah yang beralaskan norma agama dan nilai luhur melalui kegiatan yang positif.
- 2.) Tumbuhnya kesadaran dari masyarakat untuk membangun Kelurahan Kenep menjadi desa wisata tempat kunjungan masyarakat.
- 3.) Mengembangkan kualitas UKM masyarakat dengan wirausahawan yang kompeten dan bertanggung jawab yang memiliki standar kualitas

42

**Jurnal Mahasiswa Wacana
Publik Volume 2, Nomor 1, 2022
Halaman 34 - 54**

mutu produk melalui penerapan kualitas kontrol dan modernisasi proses produksi, serta didukung sistem manajemen yang tertib, rapi, dan benar. 4.) Meningkatkan kualitas dan jumlah hasil produksi pertanian, peternakan, dan perikanan berlandaskan pada sistem tata kelola produksi yang tertib, baik, dan benar serta mengembangkan tata kelola pasca panen dengan sistem pemasaran guna mempertahankan kestabilan harga.

- 5.) Menumbuhkan kesejahteraan masyarakat dengan memotivasi dan membuat komitmen bersama, membangun pola pikir yang rasional, menjaga lingkungan melalui pola hidup sehat serta mewujudkan situasi yang aman, nyaman, ramah, dan berbudaya serta religius yang berkualitas bagi semua masyarakat.

3. Analisis Faktor Lingkungan Desa Wisata Kreatif Kenep Analisis faktor lingkungan akan dibagi ke dalam dua kondisi yaitu lingkungan internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan di dalam Desa Wisata Kreatif Kenep dan lingkungan eksternal yang merupakan ancaman dan peluang di luar Desa Wisata Kreatif Kenep yang berpengaruh langsung terhadap perkembangan pembangunan Desa Wisata Kreatif Kenep dan tidak dapat diprediksi.

3.1 Analisis Faktor Lingkungan Internal

3.1.1 Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki oleh Desa Wisata Kreatif Kenep

- a. Desa Wisata Kreatif Kenep memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan dan kemudian akan menjadi daya tarik bagi wisatawan.
- b. Memiliki Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).
- c. Memiliki pemandu wisata.
- d. Lokasi Desa Wisata Kreatif Kenep yang strategis dan mudah dijangkau.
- e. Mendapat dukungan dari Pemerintah Kelurahan Kenep.
- f. Memiliki Surat Keputusan (SK) Bupati tentang Desa Wisata Kreatif Kenep.

3.1.2 Kelemahan yang ada di Desa Wisata Kreatif Kenep a.

- Akses jalan di Desa Wisata Kreatif Kenep kurang luas.
- b. Tidak ada bantuan dana dari Pemerintah Kabupaten Sukoharjo.
- c. Kurangnya kesadaran dari masyarakat Kenep.
- d. Promosi atau pemasaran Desa Wisata Kreatif Kenep melalui sosial media belum optimal.
- e. Tempat untuk pusat oleh-oleh bagi wisatawan yang

berkunjung belum tersedia.

- f. Belum ada papan nama/papan arah yang menunjukkan lokasi-lokasi di Desa Wisata Kreatif Kenep.
- g. Belum tersedia lahan parkir khusus bagi wisatawan yang berkunjung.
- h. Toilet umum bagi wisatawan belum tersedia.

3.2 Analisis Faktor Lingkungan Eksternal

3.2.1 Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Desa Wisata Kreatif Kenep

- a. Tren pariwisata berbasis desa seperti desa wisata sedang ramai.
- b. Banyak terdapat lahan kosong.
- c. Membuka lapangan pekerjaan baru.
- d. Meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.
- e. Memanfaatkan keberadaan Wisata Alam Kali Mati.

3.2.2 Ancaman yang berpengaruh bagi eksistensi Desa Wisata Kreatif Kenep

- a. Banyak bermunculan desa wisata rintisan di Kabupaten Sukoharjo.
- b. Keteringgalan di bidang IPTEK.

- c. Tidak memiliki cinderamata yang menjadi ciri khas Desa Wisata Kreatif Kenep.
- d. Meningkatnya limbah bahan beracun berbahaya (B3) dan limbah rumah tangga.
- e. Kurangnya pendampingan dari Pemerintah Kabupaten Sukoharjo dalam mengembangkan Desa Wisata Kreatif Kenep.

4. Analisis SWOT Desa Wisata Kreatif Kenep

Setelah melakukan analisis terhadap faktor lingkungan dalam (internal) Desa Wisata Kreatif Kenep dan faktor lingkungan luar (eksternal) Desa Wisata Kreatif Kenep maka akan dikerjakan analisis SWOT. Dari hasil analisis akan didapatkan strategi alternatif dari konflik yang merupakan gabungan antara faktor internal dan eksternal dari Desa Wisata Kreatif Kenep. Berikut adalah sajian analisis SWOT Desa Wisata Kreatif Kenep:

Tabel 4.2
Matriks Analisis SWOT Desa Wisata Kreatif Kenep

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desa Wisata Kreatif Kenep memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan dan kemudian akan menjadi daya tarik bagi wisatawan. 2. Memiliki Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). 3. Memiliki pemandu wisata. 4. Lokasi Desa Wisata Kreatif Kenep yang strategis dan mudah dijangkau. 5. Mendapat dukungan dari Pemerintah Kelurahan Kenep. 6. Memiliki Surat Keputusan (SK) Bupati tentang Desa Wisata Kreatif Kenep. 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akses jalan di Desa Wisata Kreatif Kenep kurang luas. 2. Tidak ada bantuan dana dari Pemerintah Kabupaten Sukoharjo. 3. Kurangnya kesadaran dari masyarakat Kenep. 4. Promosi atau pemasaran Desa Wisata Kreatif Kenep melalui sosial media belum optimal. 5. Tempat untuk pusat oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung belum tersedia. 6. Belum ada papan nama/papan arah yang menunjukkan lokasi-lokasi di Desa Wisata Kreatif Kenep. 7. Belum tersedia lahan parkir khusus bagi wisatawan yang berkunjung. 8. Toilet umum bagi wisatawan belum tersedia.
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tren pariwisata berbasis desa seperti desa wisata sedang ramai. 2. Banyak terdapat lahan kosong. 	<p style="text-align: center;">STRATEGI (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat partisipasi kegiatan ekonomi di wilayah Kenep secara sinergis, berbasis pada ekonomi pariwisata, industri, dan agropolitan. 	<p style="text-align: center;">STRATEGI (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana untuk mendukung pariwisata serta upaya pertumbuhan

<p>3.Membuka lapangan pekerjaan baru</p> <p>4.Meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.</p> <p>5.Memanfaatkan keberadaan Wisata Alam Kali Mati.</p>	<p>(S1, O1, O4)</p> <p>2.Mengembangkan kawasan strategis untuk fungsi dan daya dukung kepentingan pariwisata, pendidikan dan penelitian berbasis lingkungan hidup. (S4, O1, O5)</p> <p>3.Membuat paket-paket wisata dengan pilihan yang bervariasi. (S1, O1)</p>	<p>dan pemerataan pembangunan. (W1, W5, W6, W7, W8, O2)</p> <p>5. Meningkatkan kemampuan dan kompetensi masyarakat untuk menjadi tenaga kerja yang handal dan berkualitas. (W3, O3, O4)</p>
<p>THREAT (T)</p> <p>1.Banyak bermunculan desa wisata rintisan di Kabupaten Sukoharjo.</p> <p>2.Ketertinggalan di bidang IPTEK.</p> <p>3.Tidak memiliki cinderamata yang menjadi ciri khas Desa Wisata Kreatif Kenep.</p> <p>4.Meningkatnya limbah bahan beracun berbahaya (B3) dan limbah rumah tangga.</p> <p>5.Kurangnya pendampingan dari Pemerintah Kabupaten Sukoharjo dalam mengembangkan Desa Wisata Kreatif Kenep.</p>	<p>STRATEGI (ST)</p> <p>6.Mengoptimalkan pengelolaan Desa Wisata Kreatif Kenep dengan memaksimalkan ciri khas atau keunikan dari Desa Wisata Kreatif Kenep yang dapat menarik minat kunjungan wisatawan. (S1, S4, T1, T3)</p> <p>7.Mengadakan pendampingan atau sosialisasi untuk menjaga kelestarian lingkungan. (S2, S3, T4, T5)</p>	<p>STRATEGI (WT)</p> <p>8.Mengoptimalkan pemasaran dan promosi melalui sosial media atau <i>platform online</i> lainnya yang berbasis digital untuk mendukung kemajuan IPTEK di Desa Wisata Kreatif Kenep. (W4, T2)</p>

Isu strategis yang didapat melalui identifikasi kekuatan dan peluang (SO) dengan cara:

1. Menguatkan partisipasi kegiatan ekonomi di wilayah Kenep secara sinergis berbasis pada ekonomi pariwisata, industri, dan agropolitan.
2. Mengembangkan kawasan strategis untuk fungsi dan daya dukung kepentingan pariwisata, pendidikan dan penelitian berbasis lingkungan hidup.
3. Membuat paket-paket wisata dengan pilihan yang bervariasi.

Isu strategis yang didapat melalui identifikasi kelemahan dan peluang (WO) melalui langkah:

4. Mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana untuk mendukung pariwisata serta upaya pertumbuhan dan pemerataan pembangunan.
5. Meningkatkan kemampuan dan kompetensi masyarakat untuk menjadi tenaga kerja yang handal dan berkualitas.

Isu strategis yang didapat melalui identifikasi kekuatan dan ancaman (ST) dengan cara:

6. Mengoptimalkan pengelolaan Desa Wisata Kreatif Kenep dengan memaksimalkan ciri khas atau keunikan dari Desa Wisata Kreatif Kenep yang dapat menarik minat kunjungan wisatawan.
7. Mengadakan pendampingan atau sosialisasi untuk menjaga kelestarian lingkungan.

Isu strategis yang didapat melalui identifikasi kelemahan dan ancaman (WT) adalah sebagai berikut:

8. Mengoptimalkan pemasaran dan promosi melalui sosial media atau *platform online* lainnya yang berbasis digital untuk mendukung kemajuan IPTEK di Desa Wisata Kreatif Kenep.

5. Evaluasi Isu Strategi

Sesudah isu strategis dari Desa Wisata Kreatif Kenep selesai diidentifikasi, langkah berikutnya adalah mengerjakan evaluasi terhadap isu strategis yang sudah diidentifikasi menggunakan tes litmus.

Tabel 4.3
Uji tes litmus terhadap Isu-Isu Strategis
di Desa Wisata Kreatif Kenep

No	Pertanyaan	Isu 1	Isu 2	Isu 3	Isu 4	Isu 5	Isu 6	Isu 7	Isu 8
1	Pada waktu kapan tantangan peluang isu strategis tersebut dihadapi Desa Wisata Kreatif Kenep?	1	1	1	3	2	1	2	2

2	Sebesar apa sebuah isu akan berdampak pada Desa Wisata Kreatif Kenep?	1	2	1	3	3	3	3	3
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

3	Sebanyak apa risiko/peluang keuangan Desa Wisata Kreatif Kenep?	1	2	1	3	1	2	1	2
4	Apakah strategi bagi penyelesaian isu memerlukan:								
a.	Peningkatan sasaran dan program pelayanan baru?	1	3	3	1	3	3	1	3
b.	Transformasi signifikan sumber atau jumlah pajak?	1	3	1	3	3	1	3	3
c.	Transformasi signifikan dalam ketetapan/peraturan?	1	1	1	1	3	1	3	1
d	Modifikasi fasilitas?	1	3	3	3	1	3	1	3
e.	Peningkatan jumlah staff yang signifikan?	1	1	1	1	1	1	1	3
5	Bagaimana pendekatan paling baik untuk menyelesaikan isu?	1	2	1	2	2	2	1	2

6	Manakah tingkat manajemen yang bisa menentukan cara menyelesaikan isu?	1	3	1	3	3	3	2	2
7	Risiko apa yang mungkin terjadi apabila isu tidak diatasi?	1	2	1	3	3	3	1	3

8	Berapa banyak departemen yang terdampak isu dan dilibatkan dalam pemecahan isu?	2	2	1	3	3	3	2	2
9	Bagaimana sensitivitas isu ini terhadap nilai sosial, politik, religius, dan kultural?	1	2	1	3	3	3	1	3
Total Nilai		14	27	17	33	31	29	22	32

Kesimpulan dari hasil analisis tes litmus adalah dari beberapa isu strategis Desa Wisata Kreatif Kenep yang sudah diidentifikasi menggunakan Uji tes litmus maka diperoleh skor total masing-masing isu adalah sebagai berikut:

1. Isu ke (1) Memperkuat partisipasi kegiatan ekonomi di wilayah Kenep secara sinergis, berbasis pada ekonomi pariwisata, industri, dan agropolitan. Isu ini ada di posisi *strength* dan *opportunity* (SO) yang termasuk ke dalam kategori strategi agresif, dengan total perolehan nilai sebanyak 14 dengan kategori kurang strategis.
2. Isu ke (2) mengembangkan kawasan strategis untuk fungsi dan daya dukung kepentingan pariwisata, pendidikan dan penelitian berbasis lingkungan hidup. Isu ini ada di posisi *strength* dan *opportunity* (SO) yang termasuk ke dalam kategori strategi agresif, dengan total perolehan nilai sebanyak 27 dengan kategori cukup strategis.
3. Isu ke (3) membuat paket-paket wisata dengan pilihan yang bervariasi. Isu

ini ada di posisi *strength* dan *opportunity* (SO), yang termasuk ke dalam strategi agresif dengan total perolehan nilai sebanyak 17 dengan kategori kurang strategis.

4. Isu ke (4) mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana untuk mendukung pariwisata serta upaya pertumbuhan dan pemerataan pembangunan. Isu ini ada di posisi *weakness* dan *opportunity* (WO) yang termasuk ke dalam strategi *turn around*, total nilai isu ini adalah 33 dengan kategori sangat strategis.
5. Isu ke (5) meningkatkan kemampuan dan kompetensi masyarakat untuk menjadi tenaga kerja yang handal dan berkualitas. Isu ini ada di posisi *weakness* dan *opportunity* (WO) yang termasuk ke dalam strategi *turn around*, total nilai yang didapatkan adalah 31 dengan kategori sangat

strategis.

6. Isu ke (6) mengoptimalkan pengelolaan Desa Wisata Kreatif Kenep dengan memaksimalkan ciri khas atau keunikan dari Desa Wisata Kreatif Kenep yang dapat menarik kunjungan wisatawan. Isu ini ada di posisi *strength* dan *threat* (ST) yang termasuk ke dalam strategi diversifikasi, total nilai isu ini adalah 29 dengan kategori cukup strategis.
7. Isu ke (7) mengadakan pendampingan atau sosialisasi untuk menjaga kelestarian lingkungan. Isu ini ada di posisi *strength* dan *threat* (ST) yang termasuk ke dalam strategi diversifikasi, total nilai isu ini adalah 22 dengan kategori cukup strategis.
8. Isu ke (8) mengoptimalkan pemasaran dan promosi melalui sosial media atau *platform online* lainnya yang berbasis digital untuk mendukung kemajuan IPTEK di Desa Wisata Kreatif Kenep. Isu ini ada di posisi *weakness* dan *threat* (WT) yang termasuk ke dalam strategi defensif dengan perolehan nilai sebanyak 33 dengan kategori sangat strategis.

Berdasarkan hasil evaluasi dari isu strategis menggunakan tes litmus di atas kemudian diurutkan menurut prioritas kestrategisan isunya, berdasarkan dari perolehan total nilai paling besar sampai yang paling kecil. Melalui hasil pengukuran, bisa disimpulkan isu yang sangat strategis dan membutuhkan strategi khusus agar segera ditindaklanjuti dan dikerjakan yaitu:

- 1) Mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana untuk mendukung pariwisata serta upaya pertumbuhan dan pemerataan pembangunan. Isu tersebut mendapat nilai total 33 di mana nilai ini menunjukkan bahwa sifat isu tersebut adalah isu sangat strategis. Isu ini berada pada posisi strategi *turn around*, strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya untuk dapat meminimalkan kelemahan. Ketersediaan lahan dan dukungan dari Pemerintah Kelurahan Kenep

menjadikan sebuah keniscayaan untuk mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana demi terwujudnya pertumbuhan pariwisata dan pemerataan pembangunan, dengan fasilitas sarana dan prasarana yang seimbang dan memuaskan juga terwujudnya pemerataan pembangunan diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan yang berkunjung.

- 2) Mengoptimalkan pemasaran dan promosi melalui sosial media atau *platform online* yang berbasis digital untuk mendukung kemajuan IPTEK di Desa Wisata Kreatif Kenep. Isu ini memperoleh total nilai 32 yang menunjukkan bahwa isu tersebut sangat strategis. Isu ini berada pada posisi strategi defensif, langkah yang diterapkan dalam strategi ini adalah langkah-langkah dengan usaha untuk mempertahankan organisasi, menghindari ancaman dari pihak luar, dan meminimalkan kelemahan

50

Jurnal Mahasiswa Wacana
Publik Volume 2, Nomor 1, 2022
Halaman 34 - 54

organisasi. Isu ini perlu untuk segera ditindaklanjuti di era globalisasi di mana IPTEK merupakan hal yang utama dan penting di dalam pemanfaatannya di hampir segala aspek kehidupan. Hal ini juga akan bermanfaat bagi Desa Wisata Kreatif Kenep untuk memasarkan dan mempromosikan keunggulan-keunggulan yang dimiliki yang akan memukau pengunjung dan masyarakat untuk datang ke Desa Wisata Kreatif Kenep.

- 3) Meningkatkan kemampuan dan kompetensi masyarakat untuk menjadi tenaga kerja yang handal dan berkualitas. Isu ini mendapat total nilai 31 yang menunjukkan bahwa isu ini sangat strategis. Isu ini berada pada posisi strategi *turn around*. Isu ini perlu untuk segera ditindaklanjuti untuk menghasilkan tenaga kerja yang berkualitas dan profesional untuk meningkatkan kualitas produk barang dan jasa bagi wisatawan.

Penutup

Melalui hasil penelitian dan pembahasan yang telah ditulis di atas, dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa berdasarkan hasil evaluasi strategi menggunakan Uji tes litmus diperoleh tiga isu strategis. Dari masing-masing isu strategis tersebut kemudian dibuat langkah-langkah sebagai upaya pengembangan Desa Wisata Kreatif Kenep, yaitu sebagai berikut:

1. Isu strategis yang pertama adalah mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana untuk mendukung pariwisata serta upaya pertumbuhan dan pemerataan pembangunan. Isu ini mendapatkan total nilai 33 dan merupakan isu dengan strategi *turn around*. Strategi yang diterapkan harus merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan menggunakan peluang sebesar-besarnya. Maka langkah strategi yang dapat dilakukan oleh Desa Wisata Kreatif Kenep adalah sebagai berikut:

- 1) Memanfaatkan lahan-lahan kosong yang ada di Desa Wisata Kreatif Kenep

- untuk membangun fasilitas toilet umum di berbagai titik di Desa Wisata Kreatif Kenep, membuka area parkir yang khusus dan layak bagi wisatawan, membangun pusat oleh-oleh yang terpusat di satu titik.
- 2) Melakukan pemerataan pembangunan dengan membangun akses jalan yang luas dan layak untuk dilalui agar mobilitas wisatawan dapat berjalan lancar.
 - 3) Membuat petunjuk arah yang menunjukkan letak lokasi-lokasi wisata di Desa Wisata Kreatif Kenep.
 - 4) Mengembangkan dan merekonstruksi daerah wisata alam Kali Mati dengan membuat gazebo, membuat *spot selfie*, membuat area *outbond*, membuat wahana permainan air.
2. Isu strategis yang kedua adalah mengoptimalkan pemasaran dan promosi melalui sosial media atau *platform online* lainnya yang berbasis digital untuk mendukung kemajuan IPTEK di Desa Wisata Kreatif Kenep. Isu ini

mendapatkan total nilai 32 dan merupakan isu dengan strategi defensif. Langkah strategi yang harus diterapkan adalah sebuah langkah yang dapat membantu mempertahankan eksistensi Desa Wisata Kreatif Kenep dengan meminimalkan kelemahan dan menghilangkan ancaman yang ada. Maka langkah strategi yang dapat dilakukan oleh Desa Wisata Kreatif Kenep untuk mengatasi isu ini adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan atau *mengupgrade* kualitas dan fitur-fitur dari komputer/laptop yang ada di kantor sekretariat Desa Wisata Kreatif Kenep sehingga dapat mendukung digitalisasi di Desa Wisata Kreatif Kenep.
 - 2) Mengadakan pelatihan dan pendampingan digitalisasi bagi sumber daya manusia yang ada di Desa Wisata Kreatif Kenep.
 - 3) Memanfaatkan *website* Kelurahan Kenep untuk mempromosikan Desa Wisata Kreatif Kenep.
 - 4) Mengoptimalkan penggunaan sosial media instagram Desa Wisata Kreatif Kenep dengan membuat konten-konten yang menarik, memperbarui tampilan *feeds* instagram agar terlihat lebih indah dan tertata, serta dapat mengunggah video profil Desa Wisata Kreatif Kenep.
3. Isu strategis yang ketiga adalah meningkatkan kemampuan dan kompetensi masyarakat untuk menjadi tenaga kerja yang handal dan berkualitas. Isu ini mendapatkan total nilai 31 dan merupakan isu dengan strategi *turn around*. Strategi yang digunakan harus merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan menggunakan peluang sebesar-besarnya. Maka langkah strategi yang dapat dilakukan oleh Desa Wisata Kreatif Kenep adalah sebagai berikut:
- 1) Mengadakan bimbingan teknis bagi masyarakat yang hendak menjadi tenaga kerja untuk memberikan pengetahuan dan pengarahan mengenai

profesionalitas tenaga kerja dalam dunia kerja.

- 2) Mengadakan *workshop* atau pelatihan ketenagakerjaan sesuai dengan keterampilan dan minat dari masyarakat.
- 3) Mengadakan sosialisasi mengenai cara menjadi tenaga kerja yang profesionalitas guna meningkatkan pelayanan kepada wisatawan dan meningkatkan kualitas produk barang maupun jasa yang diberikan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode *soft system methodology* (SSM) yang dapat membantu dalam memahami permasalahan secara lebih nyata, sehingga fenomena yang diteliti dapat dianalisis dengan lebih terstruktur dan komprehensif yang kemudian akan dapat membantu dalam pencapaian tujuan dari Desa Wisata Kreatif Kenep.

Referensi

- 52
Jurnal Mahasiswa Wacana
Publik Volume 2, Nomor 1, 2022
Halaman 34 - 54
- Bryson, J. M. 2004. *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organization 3rd Edition*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bryson, J.M. 2005. What to Do When Stakeholders Matters: Stakeholders Identification and Analysis Technique. *Public Management Review*, 6(1), 21-25, doi: [10.1080/14719030410001675722](https://doi.org/10.1080/14719030410001675722)
- Bryson, J.M., Ackermann, F., & Eden, C. 2007. Putting The Resource-Based View of Strategy and Distinctive Competencies to Work in Public Organizations. *Public Administration Review*, 67(4), 702-717, doi: 10.1111/j.1540-6210.2007.00754.x
- Creswell, J. W., & Guetterman, T. 2018. *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. New York: Pearson
- Grand Design Rencana Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Kreatif Kenep Kabupaten Sukoharjo Tahun 2018
- Kabupaten Sukoharjo. 2020. *Peraturan Daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 7 Tahun 2020 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Sukoharjo Tahun 2020-2025*. Pemerintah Kabupaten Sukoharjo: Sukoharjo
- Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia. 2021. *Desa Wisata Terus Tumbuh Sebagai Pariwisata Alternatif*. kemenparekraf.go.id. Diakses pada 19 Juni 2022, jam 21.22 WIB dari: <https://www.kemenparekraf.go.id/Kebijakan/Desa-Wisata-Terus-Tumbuh>

Sebagai-Pariwisata-Alternatif

Menteri Pariwisata Republik Indonesia. 2015. *Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2019 Tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Tahun 2015-2019*. Jakarta

Moleong, L. J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Rangkuti, F. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.

Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sukmadinata, N. S. 2017. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.

53

Jurnal Mahasiswa Wacana
Publik Volume 2, Nomor 1, 2022
Halaman 34 - 54

Sukoharjo News. “Desa Wisata Kreatif Kenep Sukoharjo, No Dana Desa No Problem”. 19 Juni 2020:21:27 WIB
<https://sukoharjonews.com/desa-wisata-kreatif-kenep-sukoharjo-no-dana-desa-no-problem/>

Zainuri, A., & Masduki, Y. 2020. *Mensinergikan Strategi Manajemen Dalam Dunia Pendidikan*. Yogyakarta: Tunas Gemilang Press.

