

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil di atas, berikut disampaikan kesimpulan dan saran:

1. Dengan menggunakan Teori Van Meter dan Van Horn tentang 6 aspek yang mempengaruhi implementasi kebijakan publik, terdapat 3 aspek yang mempengaruhi implementasi kebijakan pemasaran dalam pemberdayaan desa wisata di kabupaten Magelang belum optimal, yaitu:

##### a. Lingkungan politik, ekonomi dan sosial.

Aspek politik memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan pariwisata. Perubahan politik atau kebijakan hukum berpengaruh dalam industry pariwisata. Hal tersebut terlihat dari pengaruhnya terhadap minat wisatawan untuk berkunjung dan membuat ketidaknyamanan dalam pariwisata. Aspek politik dapat meliputi keputusan pemerintah, kebijakan perbatasan, kebijakan kesehatan masyarakat, dan langkah-langkah untuk menahan penyebaran virus. Pandemi COVID-19 berdampak besar pada industri perjalanan di seluruh dunia. Pemerintah menerapkan langkah-langkah yang mencakup penutupan perbatasan atau membatasi perjalanan karena pandemi. Pembatasan perjalanan internasional, larangan masuk atau persyaratan karantina dapat menghentikan atau mengurangi kunjungan wisatawan ke suatu negara atau wilayah. Hal ini secara langsung mempengaruhi industri pariwisata karena jumlah kunjungan wisatawan menurun, mempengaruhi industry pariwisata dan pengembangan pemasarannya.

Kondisi pandemi dan Kebijakan pemerintah saat pandemi di desa wisata Candirejo, menyebabkan pengunjung memilih kegiatan yang tidak jauh-jauh dan aman; dan Koperasi desa wisata harus disubsidi oleh desa untuk operasional dan honor karyawan karena pendapatan dari sektor pariwisata menurun drastic. Sementara itu di desa wisata Karangrejo, Pandemi covid-19 dan peraturan pemerintah menyebabkan penurunan kedatangan wisatawan. Masyarakat di desa yang bergerak di bidang

pariwisata banyak yang terdampak ekonominya (tidak mempunyai pekerjaan).

**b. Komunikasi antar organisasi**

Desa wisata Candirejo dan Karangrejo mengalami kendala/hambatan di bidang komunikasi antar organisasi. Hambatan di desa wisata Candirejo antara lain belum memaksimalkan semua media pemasaran (*endorser*), sudah bekerja sama dengan *Online Travel agent namun* masih terbatas pada homestay, menu homestay di OTA masih dijadikan satu dengan kategori hotel, jadi kurang menarik, jumlah homestay di OTA baru 0,4% (3 dari 80), keterhunian homestay masih rendah, homestay kurang dapat menarik bagi wisatawan, dan peluang pasar untuk homestay belum diketahui. Sementara itu di desa Karangrejo, hambatan di aspek komunikasi yaitu karena sudah terkenal, promosi desa wisatanya kurang dilakukan sebelum masa pandemi.

**c. Sumber daya**

Hambatan dari aspek sumber daya manusia (SDM) di desa Candirejo adalah:

- 1) jumlah sumber daya manusia untuk melayani pengunjung terbatas (kekurangan SDM)
- 2) sumber daya IT untuk mengelola pemasaran belum ada.

Sementara itu, hambatan dari aspek SDM di desa Karangrejo adalah:

- 1) pelatihan bagi SDM masih partial dan tidak optimal. Pelatihan yang diberikan kepada SDM di desa Karangrejo tersebut belum tuntas dan masih partial, hanya formalitas, tidak dari hulu ke hilir.
- 2) Pelatihan yang diselenggarakan belum mampu menggali kekhasan desanya baik itu produk olahan makanan atau souvenir. Belum ada produk unggulan yang merupakan keunikan khas desa wisata Karangrejo yang *marketable*

3) kualitas SDM di desa karangrejo masih perlu ditingkatkan pengetahuannya, terutama terkait penggunaan teknologi dalam pemasarannya

2. **Strategi implementasi kebijakan pemasaran** dalam pemberdayaan desa wisata di kabupaten Magelang agar dapat lebih dikembangkan sesuai dengan teori Van Meter dan Van Horn adalah sebagai berikut:

**a. Aspek Lingkungan politik**

Strategi implementasi kebijakan dengan memperhatikan aspek lingkungan politik adalah **desa wisata perlu melakukan inovasi produk dan melakukan adaptasi dengan situasi dan kondisi.** Dengan berkembangnya kehidupan masyarakat, jenis pariwisata akan berubah sesuai dengan motivasi wisatawan. Untuk itu, inovasi produk dan adaptasi dengan situasi dan kondisi diperlukan untuk menjawab tantangan perkembangan pariwisata yang pesat, untuk memenuhi ekspektasi wisatawan, untuk pemanfaatan teknologi dan keberlanjutan pariwisata. Dengan adanya pandemi covid-19, preferensi wisatawan juga berubah. Unsur bersih, aman, nyaman dan mempertimbangkan keberlangsungan lingkungan menjadi salah satu pertimbangan dalam berwisata. Inovasi produk akan membedakan destinasi dan dapat menarik minat wisatawan dalam memilih tempat yang memberikan pengalaman yang unik dan berbeda. Preferensi wisatawan dipengaruhi oleh tren dan gaya hidup. Wisatawan modern cenderung mencari pengalaman yang personal dan otentik. Inovasi produk dan adaptasi terhadap situasi dan kondisi akan meningkatkan efisiensi dalam memberikan informasi kepada wisatawan, secara akurat dan *real-time*, serta menciptakan pengalaman digital yang mengesankan.

Adapun sebagai langkah kongkrit, forum diskusi (FGD) yang dihadiri oleh pakar produk/kemasan dan pakar pemasaran perlu dilakukan untuk menggali potensi desa wisata, melakukan inovasi produk/kemasan, dan membuat produk/*packaging* pemasaran sesuai preferensi pasar.

**b. Komunikasi antar organisasi**

Rekomendasi strategi agar desa wisata dapat lebih berkembang ditinjau dari aspek komunikasi di desa wisata Candirejo dan Karangrejo sedikit berbeda. Desa Candirejo mempunyai kendala terkait *homestay* yang keterhuniannya kurang diminati, padahal *homestay* sudah masuk di dalam platform OTA. Peluang *homestay* belum diketahui, baik target pasar dan strategi pemasarannya. Untuk itu, **Komunikasi dan kerja sama dengan stakeholder terkait untuk menemukenali target pasar dan mengembangkan promosi pemasarannya** menjadi rekomendasi yang sesuai bagi kendala tersebut. Peneliti/ahli di bidang promosi pemasaran diperlukan untuk menemukenali pasar *homestay*, originasi bagi *homestay*, waktu dan media pemasarannya.

Adapun rekomendasi yang sesuai untuk desa Karangrejo adalah **memaksimalkan pemasaran melalui media digital**. Rekomendasi tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa pemasaran harus dilakukan secara terus menerus dengan memilih media yang sesuai untuk membangun AISAS (*awareness* dibangun, akan ada *interested*, setelah ada *interested*, maka akan melakukan *searching*, membandingkan, kemudian *search* dan *Action*. Setelah *action*, akan *share*. *Share* tersebut akan menjadi *awareness* bagi orang lain).

**c. Aspek sumber daya**

**Kerjasama untuk pelatihan dan pengembangan SDM berkelanjutan** merupakan rekomendasi strategi bagi kedua desa baik Candirejo dan Karangrejo. Adapun Desa wisata Candirejo perlu digali peluang *homestay* dan unsur yang dapat meningkatkan keterhunan *homestay* diperlukan. Dan kemudian pelatihan ditujukan untuk peningkatan SDM yang berkualitas untuk memberikan pelayanan, yang tentunya membutuhkan pelatihan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Untuk menggali peluang homestay, maka perlu penelitian mengenai target pasar bagi homestay, media pemasarannya, dan jenis atraksi yang dapat meningkatkan keterhunian homestay. Untuk meningkatkan kualitas SDM pelayan tamu, perlu dipetakan jumlah SDM dan level yang dibutuhkan, dan jenis pelatihan yang dibutuhkan (sebagai contoh pelatihan bahasa Inggris dan pelatihan *hospitality* kepada tamu baik itu sebagai *guide* atau untuk pelayanan di homestay). Kemudian sebagai langkah lanjut, pelatihan dilakukan secara kontinyu berkelanjutan kepada masyarakat sehingga terjadi peningkatan SDM yang berkualitas di desa wisata Candirejo. Dengan demikian tersedia banyak SDM yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan asing.

Sedangkan untuk desa Karangrejo, pelatihan dengan konsep “**Live in the village**” dimana pengajar/*coach* tinggal di desa, menggali potensi desa dan mengajarkan kepada masyarakat, adalah alternatif rekomendasi strategi yang sesuai. Jenis pelatihan yang digali dapat berkaitan dengan jenis kerajinan atau kuliner olahan khas desa Karangrejo, *packaging* kuliner atau kerajinan yang menunjukkan khas desa Karangrejo, dan dilanjutkan dengan pengembangan SDM di bidang promosi pemasaran produk dimaksud.

**Rekomendasi strategi ini tentunya tidak dapat diterapkan bagi semua desa wisata**, karena desa wisata mempunyai keunikannya masing-masing dan mengingat bahwa studi kasus hanya dilakukan di dua desa wisata saja. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih banyak, maka harus dilakukan banyak studi kasus di desa wisata. Selain memberikan rekomendasi strategi bagi desa wisata Candirejo dan Karangrejo, strategi ini dapat digunakan bagi desa wisata yang mempunyai karakteristik yang serupa

## **B. Saran**

Implementasi kebijakan pengembangan pemasaran dalam rangka pemberdayaan desa wisata memerlukan kerja sama lintas actor dan lintas sektor. Peran serta dan kerja sama unsur pentahelix perlu terus menerus dilakukan

secara berkesinambungan. Berdasarkan rekomendasi di atas, maka peneliti memberikan sebagai berikut:

1. Pemerintah

a. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi

Perlu menggali potensi dan keunikan desa untuk kemungkinan inovasi sebagai salah satu upaya percepatan pembangunan desa melalui pencapaian 18 tujuan SDGs Desa. Dengan penggalan potensi dan keunikan desa tersebut, maka Kemendes PDTT dapat melakukan pembangunan “desa ekonomi tumbuh merata” dengan melakukan inovasi desa sesuai kebutuhan.

b. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

1). Perlu memasukkan issue tentang pengembangan desa wisata dalam regulasi jangka Panjang, Rencana Induk Destinasi Prioritas Nasional tahun 2024-2045, yang saat ini sedang dalam tahap pembahasan, sebagai bagian dari perencanaan pembangunan kepariwisataaan, agar desa wisata semakin berkembang, berdaya saing serta mampu memberikan manfaat sosial, ekonomi dan lingkungan secara berkelanjutan.

2). Perlu membuat *awarding* atau lomba yang mendorong kemajuan desa wisata dan sekaligus menaikkan popularitas dan *brand image* desa wisata tersebut.

c. Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Provinsi dan kabupaten

1). sebagai kepanjangan tangan dari Pemerintah daerah, perlu berperan aktif dengan mengadakan forum diskusi/FGD untuk menjaring masukan dan memetakan jenis pelatihan bagi desa wisata, memfasilitasi pelatihan dan melakukan evaluasi pelatihan yang sudah dilaksanakan untuk peningkatan kualitas SDM pariwisata dan ekonomi kreatif di desa wisata.

2). perlu memberikan sosialisasi dan pelatihan strategi pemasaran dengan memperhatikan unsur media yang digunakan dan waktu pelaksanaan.

2. Akademisi dan peneliti

- a. Perlu melakukan studi lebih lanjut untuk membuat formulasi kebijakan pengembangan pemasaran untuk meningkatkan *length of stay* atau menambah atraksi malam hari di desa wisata sekitar Borobudur
- b. Perlu menggali potensi dan keunikan desa wisata di beberapa destinasi prioritas nasional (DPN) untuk membuat inovasi produk/kemasan khas di DPN tersebut dan sekaligus membuat strategi pemasaran sesuai preferensi pasarnya.

3. Media

Perlu memberikan informasi mengenai wisata ke desa dalam tayangannya untuk meningkatkan *brand image* desa wisata sebagai alternatif dalam berwisata dan sekaligus dalam mendorong pemulihan dan kebangkitan ekonomi di pedesaan

4. Pengurus dan Masyarakat

- a. Masyarakat di desa wisata juga harus pro aktif menyampaikan ide, gagasan, masukan dan melakukan komunikasi ke berbagai pihak baik pemerintah atau pun swasta untuk melakukan pendampingan dan *guidance*.
- b. Berpartisipasi aktif dalam pelatihan-pelatihan dan sosialisasi yang diselenggarakan oleh pemerintah baik pusat atau daerah.

P  
S  
J  
A  
K  
A  
R  
T  
A  
J  
A  
K  
A  
R  
T  
A

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmaliyah, M. (2016). Pemberdayaan: Kementerian Sosial & LSPS. *Jurnal*, 1, No 2, 2011.
- Arintoko, A., Ahmad A.A, Gunawan D.S. Supadi, S. (n.d.). Community-based Tourism Village Development Strategies: A Case of Borobudur Tourism Village Area, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites ISSN 2065-1198, E-ISSN 2065-0817 Year*, 29, 18. <https://doi.org/DOI 10.30892/gtg.29202-477>
- Asamoah, K. O. (2013). *Policy implementation: A Tool for Enhancing Tourism Development in Ghana. Journal of Law, Policy and Globalization*, 10, 19-29. 19–30.
- Befani, B. (2012). 'Models of Causality and Causal Inference', in E. Stern; N. Stame; J. Mayne; K. Forss; R. Davies and B. Befani (eds), *Broadening the Range of Designs and Methods for Impact Evaluations. London: Department for International Development*, 38.
- Candirejo, D. wisata. (n.d.). *Desa Wisata Candirejo*.
- Chatterjee, J., & Dsilva, N. R. (2021). A study on the Role of Social Media in Promoting Sustainable Tourism in the States of Assam and Odisha. *Tourism Critiques: Practice and Theory*, 2(1), 74–90. <https://doi.org/10.1108/trc-09-2020-0017>
- Collier, D. et all. (2008). *Case Selection, Case Studies, and Causal Inference: A Symposium. Newsletter of the American Political Science Association Organized Section for Qualitative and Multi-Method Research*. 6 (2)(September), 2–16.
- Cresswell. (2007). *Qualitative-Inquiry-and-Research-Design*.
- Damanik, D; Nasrullah; Purba B; Abdillah D; Raditya; Salim, N.M; Hamidah, S; Rusata, T; Farid, A. I. (2022). *Ekonomi Pariwisata Konsep, Pemasaran dan Pembangunan*.
- Deni, S., Husain, T., Salaka, A., & Saing, Z. (2020). *The Implementation of Bobanehena Tourism Village Development in West Halmahera Regency. May*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.110>
- Filianingsih, D.R; Setiyono, B. . A. P. (2019). *Implementasi Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019 Tentang Pemberdayaan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah*. 1–18.
- Fisher Frank, Miller Geral J., S. M. S. (2007). *Handbook of Public Policy Analysis. Handbook of Public Policy Analysis*.
- Juanda, Y. R., Maesaroh, Rahman, A. Z. (2016). *IMPLEMENTASI KEGIATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM KEBIJAKAN DESA WISATA DI KELURAHAN KANDRI KECAMATAN GUNUNGPATI KOTA SEMARANG*. 1–11.
- Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia. (2021). *PEDOMAN DESA WISATA: Vol. II (II)*. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Martini, N. K. A. (2020a). Community participation in Blangsinga tourism village development. *International Research Journal of Management, IT and Social*



- Sciences*, 164, 91–97. <https://doi.org/10.21744/irjm.v7n3.922>
- Martini, N. K. A. (2020b). Community Participation in Blangsinga Tourism Village Development. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, Vol. 7 No.(164), 91–97. <https://doi.org/10.21744/irjm.v7n3.922>
- Maulana, D. (2021). *Metode Penelitian Administrasi\_ Teori Dan Praktik Dalam Melakukan Penelitian Administrasi* (1st ed.). CV. AA RIZKY.
- Miles, M.B., and Huberman, A.M. (1994). An analytic approach for discovery. In *SAGE Publications*.
- Mubarok, S., Zauhar, S., Setyowati, E., & Suryadi, S. (2020). Policy Implementation Analysis: Exploration of George Edward III, Marilee S Grindle, and Mazmanian and Sabatier Theories in the Policy Analysis Triangle Framework. *Journal of Public Administration Studies*, 005(01), 33–38. <https://doi.org/10.21776/ub.jpas.2020.005.01.7>
- Najiyati, S., Asmana, A., & Suryadiputra, I. N. (2005). *Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambut*. Proyek Climate Change, Forests and Peatlands in Indonesia. Wetlands International – Indonesia Programme dan Wildlife Habitat Canada. Bogor. [www.wetlands.or.id](http://www.wetlands.or.id) [www.wetlands.org](http://www.wetlands.org)
- Nugroho, R. (2020). *Public Policy Dinamika Kebijakan Publik, Analisis Kebijakan Publik, Manajemen Politik Kebijakan Oublik, Etika Kebijakan Publik, Kimia Kebijakan Publik*. (p. 898). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Pawestri, A. D. (2018). *ANALISA PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PEMBANGUNAN DESA WISATA (Studi Kasus Desa Wisata Candirejo dan Desa Wisata Pentingsari)*.
- Ramadhani, Suswanta, & Shaddiq, S. (2021). E-Marketing of village tourism development strategy (Case study in the tourist village puncak sosok). *Journal of Robotics and Control (JRC)*, 2(2), 72–77. <https://doi.org/10.18196/jrc.2255>
- Ramdani, A. (2022). *6 Perbedaan Penelitian Eksploratif, Deskriptif, dan Eksplanatif Beserta Contohnya*.
- Risandewi, T. (2017). Analisis Infrastruktur Pariwisata dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata Candirejo Kabupaten Magelang. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 15(1), 103–118.
- Saefullah, D. (n.d.). Implementasi Kebijakan Publik. In *AIPI Bandung*. Asosiasi Ilmu Politik Indonesia Bandung.
- Van Meter, D. S., & Van Horn, C. E. (1975). The Policy Implementation Process: A Conceptual Framework. *Administration & Society*, 6(4), 445–488. <https://doi.org/10.1177/009539977500600404>
- Winarni, E. D. (2020). Strategi Pemberdayaan Kelembagaan Desa. *Jurnal Ilmiah Perlindungan Dan Pemberdayaan*, 2(1), 1–19.
- Yin, R. K. (2006). *Studi Kasus Desain dan Metode*. PT RajaGrafindo Persada.

#### Website

Kemendparekraf. 2022. TTCI (Travel and Tourism Competitive Index). <https://ttci.kemendparekraf.go.id/>. Diakses tanggal 5 Agustus 2022.

<https://bps.go.id/>

Desa Wisata Candirejo. 2022. <https://candirejo.com/>. Diakses tanggal 5 Agustus 2022

Kemenparekraf. 2022. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/home>

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

KemenkoPMK. 2020. Menyiapkan Desa Wisata di Masa Pandemi dalam <https://www.kemenkopmk.go.id/menyiapkan-desa-wisata-di-masa-pandemi>. Diakses 28 Juli 2020

Indonesia Naik 12 Peringkat dalam Travel & Tourism Development Index 2021 dalam <https://indonesiatoday.co.id/read/indonesia-naik-12-peringkat-dalam-travel-tourism-development-index-2021-758438>. Diakses tanggal 5 Agustus 2022.

Rahmagataadani, A., 2022. 6 Perbedaan PenelitiEksploratif, Deskriptif, dan Eksplanatif Beserta Contohnya. Online. (<https://www.indonesiastudents.com/perbedaan-penelitian-eksploratif-deskriptif-eksplanatif/>). Diakses tanggal 28 September 2022.

Peraturan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa

Undang – Undang Republik Indonesia no.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataa tanggal 16 Januari 2009

Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia nomor 50 Tahun 2011 tanggal 2 Desember 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataa Nasional Tahun 2010–2025

Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 53 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019 Tentang Pemberdayaan Desa Wisata Di Provinsi Jawa Tengah