

**MENUJU DESA WISATA BANGKIT:  
IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMASARAN  
DALAM PEMBERDAYAAN DESA WISATA  
(STUDI KOMPARATIF PADA DESA WISATA CANDIREJO  
DAN KARANGREJO KABUPATEN MAGELANG)**

Disusun Oleh:

NAMA : SRI ASTUTININGSIH  
NPM : 2141021060  
JURUSAN : ADMINISTRASI PUBLIK  
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA  
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEBIJAKAN PUBLIK

Tesis diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar  
Magister Terapan Administrasi Publik (M.Tr.A.P)



**POLITEKNIK  
STIA LAN  
JAKARTA**

**LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA  
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA  
PROGRAM MAGISTER TERAPAN  
2023**

**PROGRAM STUDI APN MAGISTER TERAPAN  
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA**

**LEMBAR PERSETUJUAN TESIS**

Nama : Sri Astutiningsih  
NPM : 2141021060  
Jurusan : Administrasi Publik  
Program Studi : Administrasi Pembangunan Negara  
Konsentrasi : Manajemen Kebijakan Publik  
Judul Tesis : Menuju Desa Wisata Bangkit: Implementasi  
(Bahasa Indonesia) Kebijakan Pemasaran Dalam Pemberdayaan  
Desa Wisata (Studi Komparatif Pada Desa  
Wisata Candirejo Dan Karangrejo Kabupaten  
Magelang)  
Judul Tesis : *Enhancing Tourism Village: Marketing Policy*  
(Bahasa Inggris) *Implementation on Candirejo and Karangrejo*  
*Magelang*

Diterima dan disetujui untuk dipertahankan Pembimbing Tesis

Pembimbing I



(Dr. Edy Sutrisno, SE., M.Si)

Pembimbing II



(Ratri Istania, S.Ip., M.A., Ph.D)

**PROGRAM STUDI APN MAGISTER TERAPAN  
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN**

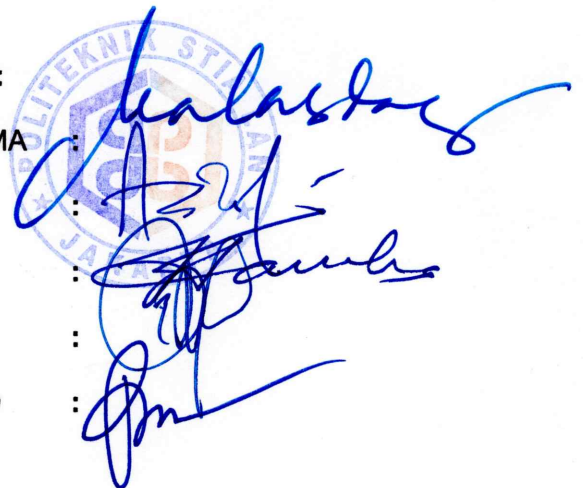
**NAMA : SRI ASTUTININGSIH**  
**NPM : 2141021060**  
**JURUSAN : ADMINISTRASI PUBLIK**  
**PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA**  
**KONSENTRASI : MANAJEMEN KEBIJAKAN PUBLIK**  
**JUDUL TESIS : MENUJU DESA WISATA BANGKIT:  
IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMASARAN  
DALAM PEMBERDAYAAN DESA WISATA  
(STUDI KOMPARATIF PADA DESA WISATA  
CANDIREJO DAN KARANGREJO  
KABUPATEN MAGELANG)**

Telah mempertahankan tesis di hadapan penguji tesis Program Magister Terapan Administrasi Pembangunan Negara, Politeknik STIA LAN Jakarta, Lembaga Administrasi Negara, pada;

**Hari : Selasa**  
**Tanggal : 25 Juli 2023**  
**Pukul : 13.00**

**TELAH DINYATAKAN LULUS PENGUJI TESIS:**

**Ketua Sidang : Dr. Mala Sondang Silitonga, MA :**  
**Sekretaris : Dr. Asropi, S.Ip., M.Si. :**  
**Anggota : Dr. Hamka, MA :**  
**Pembimbing 1 : Dr. Edy Sutrisno, SE., M.Si :**  
**Pembimbing 2 : Ratri Istania, S.Ip., M.A., Ph.D :**



# PROGRAM STUDI APN MAGISTER TERAPAN POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Astutiningsih  
NPM : 2141021060  
Jurusan : Administrasi Publik  
Program Studi : Administrasi Pembangunan Negara  
Konsentrasi : Manajemen Kebijakan Publik

Dengan ini menyatakan bahwa, tesis yang telah saya susun dengan Judul “Menuju Desa Wisata Bangkit: Implementasi Kebijakan Pemasaran Dalam Pemberdayaan Desa Wisata (Studi Komparatif Pada Desa Wisata Candirejo dan Karangrejo Kabupaten Magelang)” merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila dikemudian hari penulis tesis ini merupakan plagiat atau penjiplak terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi STIA LAN Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan

Jakarta, Juli 2023



(Sri Astutiningsih)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas hidayah-Nya sehingga peneliti telah dapat menyelesaikan Tesis. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan dengan adanya potensi desa wisata sebagai salah satu alternatif untuk pemulihan pariwisata pasca pandemic covid-19.

Peneliti mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada Dr. Edy Sutrisno, M.Si dan Ratri Istania, S.Ip., M.A., Ph.D yang senantiasa sabar memberikan saran, bimbingan, nasehat, ilmu dan *invaluable supports* selama penulisan tesis ini. Peneliti juga menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas saran, kritikan, masukan dan nasihat kepada para pembahas Dr. Mala Sondang Silitonga, MA, Dr. Asropi, M.Si dan Dr. Hamka, MA.

Berbagai kendala dan rintangan dihadapi peneliti dalam menyelesaikan Tesis ini, namun demikian dengan *support*, doa dan motivasi yang telah diberikan berbagai pihak, Tesis ini dapat terselesaikan. Untuk itu, peneliti menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Nurliah Nurdin, S.Sos, MA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Adminitrasi Negara Lembaga Adminitrasi Negara (STIA LAN) Jakarta;
2. Bapak Dr. Drs. R.N. Afsdy Saksono, M.Sc, Bapak Dr. Bambang Giyanto, SH, M.Pd, Ibu Dr. Suwatin S.Sos, MA dan segenap dosen pengajar Program Studi Administrasi Pembangunan Negara Politeknik STIA LAN Jakarta atas ilmu, pengalaman dan motivasi yang telah diberikan;
3. Ibu Nia Niscaya, Deputi Bidang Kebijakan Strategis, yang telah memberikan *support* dan motivasi;
4. Bapak Sabartua Tampubolon, Direktur Regulasi, dan Ibu Oneng Setya Harini, Sekretaris Deputi Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur, atas bimbingan, perhatian dan bantuannya;
5. Bapak B. Rizanto Binol, Tenaga Ahli Co-branding, Bapak Purwanto dan tim Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, Bapak Edy Suharto dan tim Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kab. Magelang, bapak Hely, bapak Seno, bapak Tatak, bapak Rohadi dan seluruh informan dalam penelitian atas waktu dan bantuannya;

6. Segenap pegawai bagian AAK dan petugas perpustakaan STIA LAN Jakarta yang telah memberi berbagai kemudahan dalam penulisan tesis ini;
7. Tim bintang 7, tim Horee Deputi satu, dan tim Panda Angkatan 2021, atas dorongannya;
8. Bapak, Ibu, suami dan anak tercinta yang selalu mencurahkan kesabaran, dukungan, serta untaian doa dan restu yang tidak pernah putus dalam mengiringi setiap langkah dalam penyelesaian studi ini;
9. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Peneliti tidak dapat membalas budi baik Bapak, Ibu, dan sahabat semua, semoga Allah SWT menjadikan kita semua orang – orang yang sukses, bahagia, berprestasi dan berguna bagi bangsa dan agama.

Akhir kata, semoga tesis ini bermanfaat bagi kebangkitan desa wisata, pemulihan ekonomi dan berguna bagi pembacanya.

Jakarta, Juli 2023

Peneliti

POLITEKNIK  
STIA LAN  
JAKARTA

## ABSTRAK

### MENUJU DESA WISATA BANGKIT: IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMASARAN DALAM PEMBERDAYAAN DESA WISATA (STUDI KOMPARATIF PADA DESA WISATA CANDIREJO DAN KARANGREJO KABUPATEN MAGELANG)

Sri Astutiningsih, Edy Sutrisno, Ratri Istania  
[astuti.handoko19@gmail.com](mailto:astuti.handoko19@gmail.com)  
Politeknik STIA LAN Jakarta

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan pengembangan pemasaran dalam pemberdayaan desa wisata di kabupaten Magelang belum optimal. Dengan memperhatikan jumlah desa wisata yang banyak dan potensi yang dimilikinya, pemerintah berpeluang untuk memulihkan sektor pariwisata dan menggerakkan ekonomi masyarakat melalui salah satunya adalah desa wisata. Dengan menggunakan model Van Meter dan Van Horn, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengapa kebijakan pengembangan pemasaran belum optimal dan strateginya agar lebih berkembang. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif melalui studi di dua desa yaitu Candirejo dan Karangrejo Kabupaten Magelang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga aspek/faktor yang mempengaruhi kebijakan pengembangan pemasaran dalam pemberdayaan desa belum optimal yaitu sumber daya, komunikasi dan lingkungan politik, ekonomi dan sosial. Dari aspek lingkungan politik ekonomi dan sosial, rekomendasi strategi untuk kedua desa wisata tersebut adalah melakukan inovasi produk dan melakukan adaptasi dengan situasi dan kondisi. Dari aspek komunikasi antar organisasi, rekomendasi strategi bagi kedua desa wisata tersebut sedikit berbeda. Untuk rekomendasi strategi desa Candirejo adalah komunikasi dan kerja sama dengan stakeholder terkait untuk menemukan target pasar dan mengembangkan promosi pemasarannya, sedangkan rekomendasi untuk desa Karangrejo adalah memaksimalkan pemasaran melalui media digital. Untuk aspek sumber daya, rekomendasi strategi bagi kedua desa tersebut adalah kerjasama untuk pelatihan dan pengembangan SDM berkelanjutan. Rekomendasi strategi ini tentunya tidak dapat diterapkan bagi semua desa wisata, karena masing-masing desa wisata mempunyai keunikannya. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas, maka harus dilakukan banyak studi kasus di desa wisata.

Kata Kunci : Implementasi; pemasaran; desa wisata



## **ABSTRACT**

### **EMPOWERING TOURISM VILLAGE: MARKETING POLICY IMPLEMENTATION ON CANDIREJO AND KARANGREJO MAGELANG**

Sri Astutiningsih, Edy Sutrisno, Ratri Istanina  
[astuti.handoko19@gmail.com](mailto:astuti.handoko19@gmail.com)  
Politeknik STIA LAN Jakarta

*Marketing development in two tourist villages in Candirejo & Karangrejo Magelang Regency has not been optimal. Using Van Meter and Van Horn model, this study aims to find out why marketing development policies have not been optimal and what strategies can be developed. This study used a qualitative research methodology through comparative case studies in two villages in Magelang regency. It aims to find out why marketing development policies have not been optimal and what strategies can be developed. As the results, there are three aspects influence marketing development policies in village empowerment that are not yet optimal. They are communication, resource and political, economic and social environment. In relation to political, economic and social environment aspect, several recommendations include creating innovative products, adapting to situation and condition; and enhancing inter-organizational communication aspect. However, the strategy recommendations for Candirejo and Karangrejo tourism villages are slightly different. Candirejo should be focused on communication and collaboration with relevant stakeholders to identify the target market and develop marketing promotions. Meanwhile Karangrejo village needs to maximize its marketing through digital media. In relation to resource aspect, both villages may benefit from collaboration on training and sustainable human resource development. Due to the large number of tourists visiting villages and their potentials, tourism sector must be revitalized to drive the tourist village community's economic growth. Having to acknowledge the limitation of case study, further case studies should be conducted.*

*Keywords: implementation; marketing; tourist village*



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GRAFIK .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
<b>A. Latar Belakang Permasalahan</b> .....	1
<b>B. Identifikasi Masalah</b> .....	13
<b>C. Perumusan Masalah</b> .....	13
<b>D. Tujuan Penelitian</b> .....	13
<b>E. Manfaat Penelitian</b> .....	14
BAB II .....	15
TINJAUAN PUSTAKA .....	15
<b>A. Penelitian Terdahulu</b> .....	15
<b>B. Tinjauan Kebijakan dan Teoritis</b> .....	18
1. Tinjauan Teori.....	18
2. Tinjauan Kebijakan.....	40
3. Kerangka Berpikir.....	44
BAB III.....	46
METODOLOGI PENELITIAN.....	46
<b>A. Metode Penelitian</b> .....	46
<b>B. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	47
1. Sumber Data .....	47
2. Teknik Pengumpulan Data .....	48
<b>C. Teknik Pengolahan dan Analisis Data</b> .....	52
<b>D. Prosedur Validitas Data</b> .....	53

<b>E. Instrument Pengumpulan Data</b> .....	53
BAB IV.....	54
HASIL PENELITIAN.....	54
<b>A. Deskripsi Desa Wisata Candirejo dan Karangrejo</b> .....	54
1. Desa Wisata Candirejo .....	54
2. Desa Wisata Karangrejo .....	54
<b>B. Identifikasi implementasi kebijakan Pemasaran dalam pemberdayaan desa yang belum optimal dan faktornya ditinjau dari Teori Van Meter dan Van Horn</b> .....	55
1. Standar dan tujuan kebijakan .....	55
2. Sumber Daya .....	57
3. Karakteristik Pelaksana.....	69
4. Sikap Pelaksana .....	75
5. Komunikasi antarorganisasi dan aktivitas pelaksana .....	79
6. Lingkungan ekonomi, sosial dan politik. ....	86
<b>C. Strategi Dalam Pengembangan Pemasaran Desa Wisata Berdasar Teori Van Meter Dan Van Horn</b> .....	101
1. “Lingkungan ekonomi, sosial dan politik” .....	101
2. Aspek komunikasi antar organisasi.....	105
3. Sumber daya.....	108
<b>Rekomendasi Strategi Optimasi Pemasaran Desa Wisata</b> .....	110
1. Aspek Lingkungan Politik, ekonomi dan sosial.....	110
2. Aspek Komunikasi antara organisasi.....	112
3. Aspek sumber daya.....	113
BAB V.....	117
KESIMPULAN DAN SARAN .....	117
<b>A. Kesimpulan</b> .....	117
<b>B. Saran</b> .....	121
Daftar Pustaka.....	124
LAMPIRAN 1 .....	127
PENELITIAN TERDAHULU .....	127
LAMPIRAN 2. PEDOMAN WAWANCARA .....	132
LAMPIRAN 3. GAMBARAN WISATA CANDIREJO DAN KARANGREJO .....	135

LAMPIRAN 4. SURAT PENELITIAN.....	141
LAMPIRAN 5. DOKUMENTASI WAWANCARA .....	142
.....	142
LAMPIRAN 6. GRID ANALYSIS.....	145
LAMPIRAN 7 POLICY BRIEF DAN SURAT PEMANFAATAN.....	146



**POLITEKNIK  
STIA LAN  
JAKARTA  
JAKARTA**

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Jumlah kunjungan dan devisa pariwisata

Grafik 1.2. Kunjungan wisatawan di Candirejo 2003 – 2020

Grafik 1.3. Kunjungan wisatawan di Candirejo 2022

Grafik 1.4. Kunjungan wisman di desa wisata Karangrejo tahun 2017-2022

Grafik 1.5. Kunjungan wisnus di desa wisata Karangrejo tahun 2017-2022

Grafik 1.6. Interaksi di Media sosial



## DAFTAR TABEL

Tabel.1.1 Profil Desa wisata

Tabel 2.2. Model Implementasi kebijakan dan Variabel keberhasilan

Tabel 2.3. Klasifikasi Desa Wisata

Tabel 3.1. Daftar *key Informants* Penelitian



POLITEKNIK  
STIA LAN  
JAKARTA  
JAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Peta Desa Wisata
- Gambar 2.1. Tingkat pemberdayaan masyarakat
- Gambar 2.2. Model Mazmanian dan Sabatier
- Gambar 2.3. Model implementasi kebijakan menurut Grindle
- Gambar 2.4. Model implementasi kebijakan Edward
- Gambar 2.5. Model Van Meter dan Van Horn
- Gambar 2.6. Segmentasi Pasar: delapan bagian tipologi
- Gambar 2.7. pembangunan desa wisata
- Gambar 2.8. Strategi Pemasaran
- Gambar 2.9. Kerangka berfikir
- Gambar 4.1 Kendala desa wisata tidak optimal
- Gambar 4.2. Struktur Organisasi desa wisata Candirejo
- Gambar 4.3. Struktur Organisasi desa wisata Karangrejo

POLITEKNIK  
STIA LAN  
JAKARTA  
JAKARTA

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Permasalahan

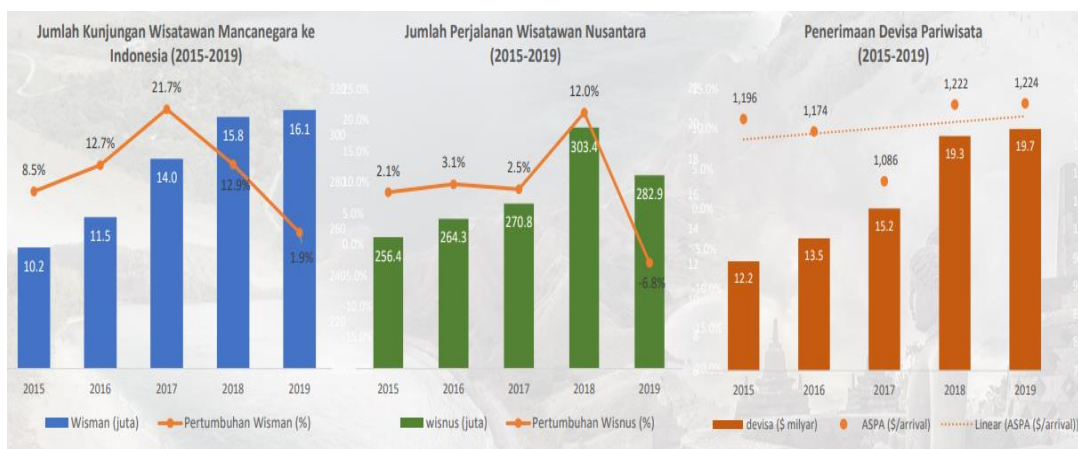
Presiden Joko Widodo di tahun 2016 menyatakan bahwa pariwisata adalah sektor yang mampu menjadi *core* dari ekonomi nasional dan sektor andalan penyumbang devisa. Pariwisata yang ditetapkan sebagai sektor unggulan di tahun 2015 mendapatkan dukungan berbagai kementerian dan lembaga telah menghasilkan performa sektor pariwisata yang terus menerus membaik (Bappenas, 2021).

Citra pariwisata Indonesia yang terus membaik ini juga mendapatkan pengakuan di dunia. World Economic Forum (WEF) di tanggal 24 Mei 2022 mengeluarkan Laporan Travel and Tourism Development Index (TTDI) 2021. TTDI adalah perbaikan atas indeks daya saing perjalanan dan pariwisata sebagai dasar pembuat kebijakan, perusahaan dan sektor pendukung dalam mengembangkan pariwisata di masa depan. Indonesia berada di peringkat ke-32 dari 117 negara, mengungguli Thailand (peringkat ke-36) dan Malaysia (peringkat 38) (Kemenparekraf, 2022). Dibandingkan tahun 2019, peringkat Indonesia naik 12 peringkat dan Indonesia peringkat ke -4 dunia pada sub-indeks *Travel and Tourism Policy and Enabling Conditions* (Sumber: [Indonesiatoday.co.id](http://Indonesiatoday.co.id), 2022).

Performa sektor pariwisata diperlihatkan dengan adanya peningkatan wisatawan mancanegara, dari sejumlah 9,4 juta (2014) menjadi 16,1 juta (2019), dengan kenaikan rata-rata 13,1% pertahun. angka kunjungan wisnus juga mengalami kenaikan dari 251 juta (di tahun 2014) menjadi 282,9 juta (di tahun 2019) atau naik rata-rata 3,4% per tahun. Kenaikan income dari pariwisata naik lebih dari 60% dari capaian tahun 2014 sebesar USD 19,7 miliar.



Grafik 1.1. Jumlah kunjungan dan devisa pariwisata



Sumber: Bappenas, 2021

Sektor Pariwisata berhasil mendatangkan 15,8 juta wisman di 2018 dan 16,10 juta wisman di 2019 dan diproyeksikan mencapai 18,5 juta wisman di tahun 2020. Sementara itu, di tahun 2018, income dari sektor pariwisata (meningkat 15,4%) secara tahunan, mencapai 229,5 triliun rupiah. Di 2019, pendapatan di sektor pariwisata meningkat mencapai 241 triliun rupiah dan menyerap pekerja sebanyak 12,6 juta orang di 2018 dan meningkat menjadi 13 juta orang di tahun berikutnya atau setara dengan 10,28% dari total tenaga kerja Indonesia (BPS, 2020).

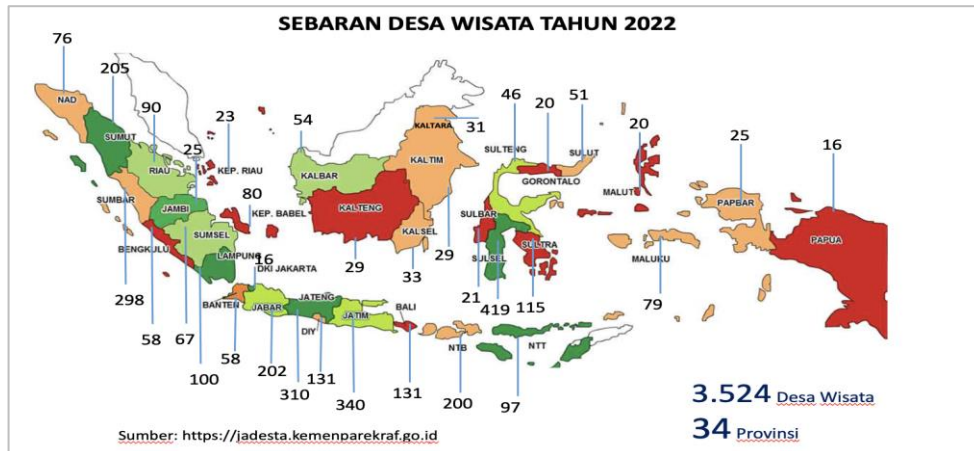
Dampak pandemi covid-19 dirasakan diberbagai bidang, pariwisata salah satunya. Tahun 2020, tren positif kunjungan wisman mengalami penurunan yang cukup besar. Pada tahun 2020, tercatat 4.05 juta orang wisman berkunjung ke Indonesia namun di tahun berikutnya (tahun 2021) angka ini kembali menurun 61.57% ke 1,55 juta orang dan data ini merupakan nilai terendah dalam 10 tahun terakhir. Selain itu, kontribusi devisa dari sektor pariwisata mengalami penurunan lebih dari 80% hingga tiba di angka 3,54 miliar USD (Bappenas, 2021). Terdapat 13 Juta pekerja pariwisata terdampak covid-19 secara langsung dan 32,5 juta pekerja yang terkait sektor pariwisata secara tidak langsung (BPS, 2021). Dari capaian tersebut, dapat tergambar potensi kontribusi sektor ini pada perekonomian nasional dan betapa terpuruknya pariwisata di masa pandemi.

Tingginya angka kasus covid-19 di tahun 2020 – 2021, menyebabkan pemerintah membuat kebijakan untuk menghentikan rantai penyebaran covid-19. Kebijakan pelarangan perjalanan keluar negeri, pembatasan ijin masuk, karantina wilayah, pembatasan kegiatan sosial, pembatasan kegiatan masyarakat, pembatasan mobilitas diatur pemerintah dalam Inmendagri dan surat edaran satgas covid-19. Berbagai kebijakan pembatasan dilakukan pemerintah, dengan menganjurkan aktivitas dari rumah dan meminimalkan kegiatan di luar rumah, mengurangi *travelling* dan mengadakan pertemuan dalam jumlah besar. Industri pariwisata sesuai peraturan PSBB atau PPKM tersebut juga melakukan penutupan sementara, pembatasan pengunjung (*carrying capacity*) dan intensitas kunjungan, dan penerapan protokol kesehatan agar tidak muncul klaster baru.

Mengingat bahwa faktor kesehatan dan faktor ekonomi merupakan dua hal yang penting, maka pemerintah membuat kebijakan pemulihan pariwisata dengan mempertimbangkan faktor kesehatan. Percepatan pemulihan pariwisata dilakukan dengan salah satunya mempercepat pengembangan 5 destinasi pariwisata super prioritas dengan salah satu penggerak utamanya adalah desa wisata (Kemenkopmk.go.id).

Sesuai dengan data Jadesta.kemenparekraf.go.id yang diakses pada bulan April 2022, terdapat sejumlah 3.524 desa wisata di 34 provinsi di Indonesia. Dengan memperhatikan jumlah desa wisata yang besar dan peluang yang dimiliki baik meliputi masyarakat, alam dan budayanya tersebut, pemerintah berpeluang untuk memulihkan sektor pariwisata dan menggerakkan ekonomi masyarakat melalui salah satunya adalah desa wisata.

Gambar 1.1. Peta Desa Wisata



Sumber: [Jadesta.kemenparekrf.go.id](https://jadesta.kemenparekrf.go.id)

Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (Ripparnas), dijadikan sebagai pedoman penyusunan rencana induk di bawahnya (Ripparprov, Ripparkab/Kota) yang ditetapkan dalam peraturan daerah. “Pengembangan potensi masyarakat lokal dilaksanakan melalui desa wisata”, sesuai dengan Pasal 29 ayat (3) huruf b dalam Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011.

Selain itu, Perpres 18/2020 tentang RPJMN 2020-2024 menyatakan komitmen pemerintah terhadap pengembangan desa wisata. Perpres tersebut menyatakan bahwa “pembangunan desa wisata merupakan bagian dari pengembangan 10 DPP (destinasi pariwisata prioritas) dan 5 DSP (destinasi super prioritas) yang bertujuan untuk mencapai 22,3 juta kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2024”.

Dalam hal pengelolaan kepariwisataan di daerah, pasal 8 ayat (1) UU Nomor 10 tahun 2009 menyatakan bahwa pemda dapat menyusun regulasi turunan yang dijadikan pedoman pengembangan pariwisata sesuai dengan kewenangannya. Sejalan dengan hal itu, Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Jawa Tengah Nomor 10 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012– 2027 telah ditetapkan; dan Perda Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019 tanggal 11 Februari 2019 tentang Pemberdayaan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah ditetapkan sebagai dasar dalam pengembangan desa wisata, dengan tetap

mempertahankan budaya lokal dan memberikan kesejahteraan bagi masyarakatnya. Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 53 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019 Tentang Pemberdayaan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah”menjadi petunjuk pelaksanaannya,

Di dalam Bab I pasal 3 Perda Provinsi Jawa Tengah nomor 2 tahun 2019, terdapat pembahasan mengenai tujuan diselenggarakannya pemberdayaan desa wisata yaitu sebagai a) pedoman bagi pengelolaan dan pengembangan kepariwisataan berbasis kebudayaan lokal sesuai dengan perencanaan pembangunan Daerah; b) menjamin pelestarian nilai-nilai budaya lokal yang memuat struktur kehidupan, tata cara dan tradisi yang berlaku pada masyarakat di desa wisata; c) meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa wisata; dan d) mengembangkan lembaga kepariwisataan dan tata kelola pariwisata yang mampu mensinergikan pembangunan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, dan industri pariwisata secara professional.

Pembahasan mengenai cakupan dalam pengembangan desa wisata meliputi pengembangan infrastruktur desa wisata, pemasaran desa wisata, penguatan kelembagaan desa wisata dan kerjasama kemitraan , sesuai dengan pasal 16 Perda Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019. Adapun penyebutan tentang cakupan pengembangan pemasaran desa wisata meliputi pemasaran desa wisata bersama, terpadu dan berkesinambungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan, dan pemasaran yang bertanggungjawab dalam membangun gambaran daerah sebagai destinasi desa wisata yang berdaya saing .

Desa wisata merupakan produk wisata alternatif yang dikembangkan berdasarkan potensi yang dimiliki desa baik berupa masyarakat, alam dan budaya sebagai sebuah identitas yang memiliki daya tarik wisata. Pengembangan desa wisata dapat dijadikan sebagai strategi dalam pengembangan diversifikasi produk wisata untuk meningkatkan atraksi atau daya tarik pariwisata Indonesia (Kemenpar, 2019).

Jawa Tengah memiliki sejumlah 310 desa wisata, 53 di antaranya berada di Kabupaten Magelang dan 20 di antaranya berada di sekitar Candi Borobudur (Jadesta.kemenparekraf.go.id, April 2022). Mengingat

keterbatasan waktu penelitian, maka peneliti memfokuskan penelitian pada dua desa wisata, yaitu desa wisata Candirejo (kategori desa mandiri) dan desa wisata Karangrejo (kategori desa maju). Kedua desa wisata tersebut menjadi bagian dari daya tarik wisata di sekitar Borobudur yang menambah *length of stay* (masa kunjung) setelah berkunjung ke Borobudur. Berikut profil singkat kedua desa wisata tersebut:

Tabel.1. Profil Desa wisata

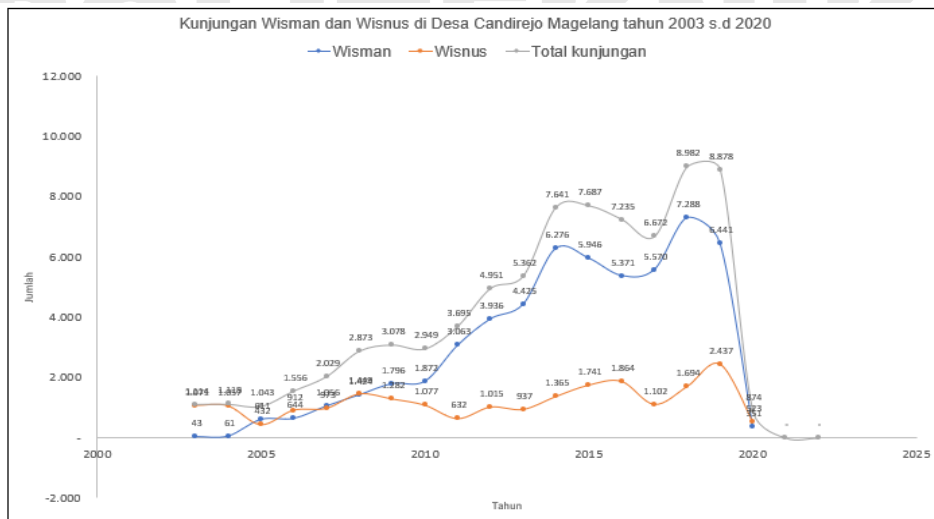
No	Desa Wisata Candirejo	Desa Wisata Karangrejo
1	Berlokasi di sekitar Candi Borobudur	Berlokasi di sekitar Candi Borobudur
2	Meraih predikat desa wisata Berkelanjutan pada bulan Maret 2021 dari Kemenparekraf.	Meraih predikat desa wisata Berkelanjutan pada bulan Maret 2021 dari Kemenparekraf.
3	Termasuk dalam kategori desa wisata Mandiri	Termasuk dalam kategori desa wisata maju
4	Pengelolaan oleh Masyarakat dan Koperasi Desa Wisata Candirejo (BUMDES) berbentuk Koperasi.	Pengelolaan oleh Masyarakat dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).
5	Produk unggulan berupa wisata alam, seni budaya dan aktivitas masyarakat.	Produk unggulan berupa wisata alam, seni budaya dan aktivitas masyarakat
6	Memperoleh predikat Desa Wisata Mandiri Inspiratif pada Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2021 dari Kemenparekraf berdasarkan Surat Keputusan nomor KM/110/KD.05/2021 tanggal 6 Desember 2021	

Sumber: Jadesta.kemenparekraf.go.id, diolah oleh Peneliti.

Berdasarkan profilnya, desa wisata Candirejo dan desa wisata Karangrejo sama-sama mempunyai daya tarik keindahan alam, budaya dan aktifitas masyarakat bercirikan kearifan lokal masyarakat setempat (Jadesta.kememparekraf.go.id, 2022). Kedua desa wisata tersebut sama-sama berhasil meraih predikat desa wisata berkelanjutan pada bulan Maret 2021 dari Kemenparekraf.

Dari data kunjungan ke Desa wisata Candirejo, diketahui bahwa sejumlah 8.878 orang mengunjungi desa wisata Candirejo di tahun 2019 (6.641 wisman dan 2.437 wisnus), namun demikian, jumlah kunjungan wisatawan tersebut merosot drastis di tahun 2020 dan 2021. Di tahun 2020 terjadi penurunan jumlah kunjungan sekitar 90% dan hampir 99% di tahun 2021. Ditahun 2020, sejumlah 874 orang wisatawan (351 wisman dan 532 wisnus) mengunjungi desa wisata Candirejo (Sumber: Data Desa Wisata Candirejo, 2021). Rata-rata jumlah kunjungan baik wisman dan wisnus di tahun 2019 per bulan sebanyak 740 orang menurun drastis di tahun 2020 dengan rata-rata per bulan 109 orang (hanya 8 bulan desa wisata dibuka).

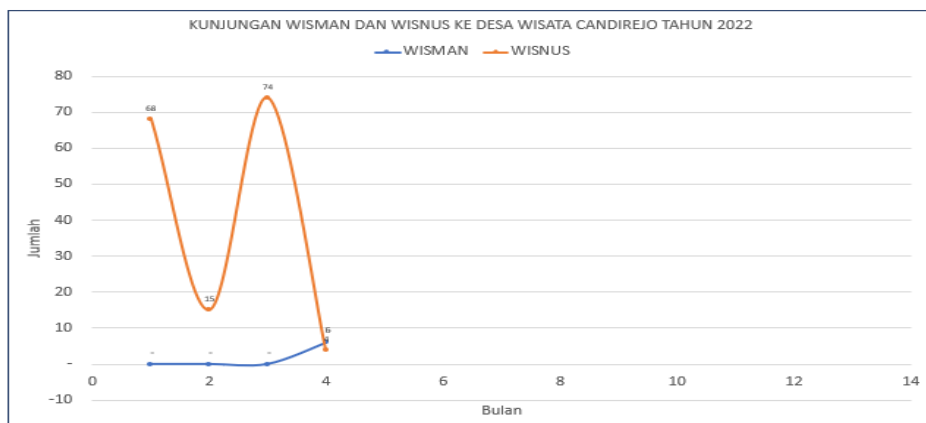
Grafik 1.2. Kunjungan wisatawan di Candirejo 2003 – 2020



Sumber: Data Desa Wisata Candirejo, 2021

Di tahun 2022, jumlah kunjungan ke desa wisata Candirejo dari Januari s.d. April total sebanyak 167 orang, sebagaimana grafik berikut:

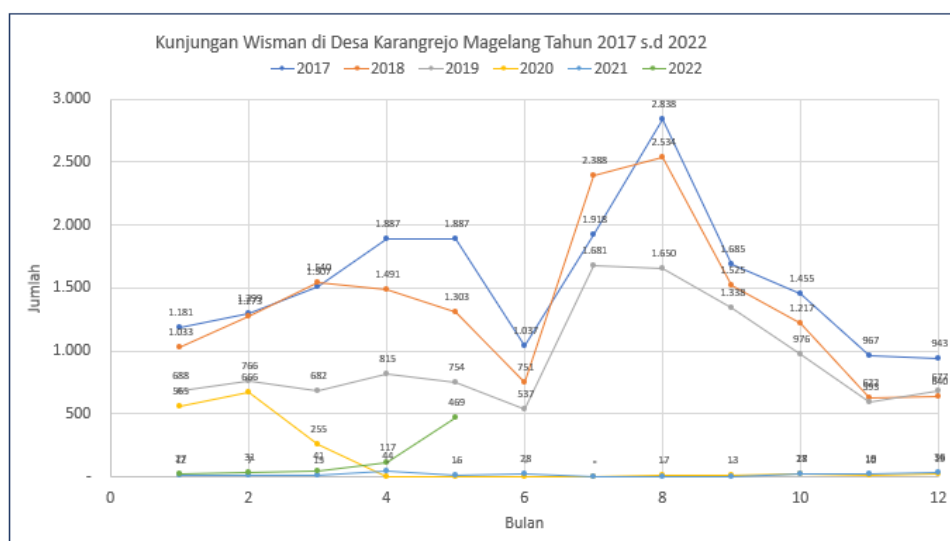
Grafik 1.3. Kunjungan wisatawan di Candirejo 2022



Sumber: Data Kunjungan Desa Wisata Candirejo, 2022

Data kunjungan wisman dan wisnus ke desa wisata Karangrejo kabupaten Magelang tahun 2020-2022 juga mengalami penurunan. Hal ini terlihat dari kedua grafik berikut:

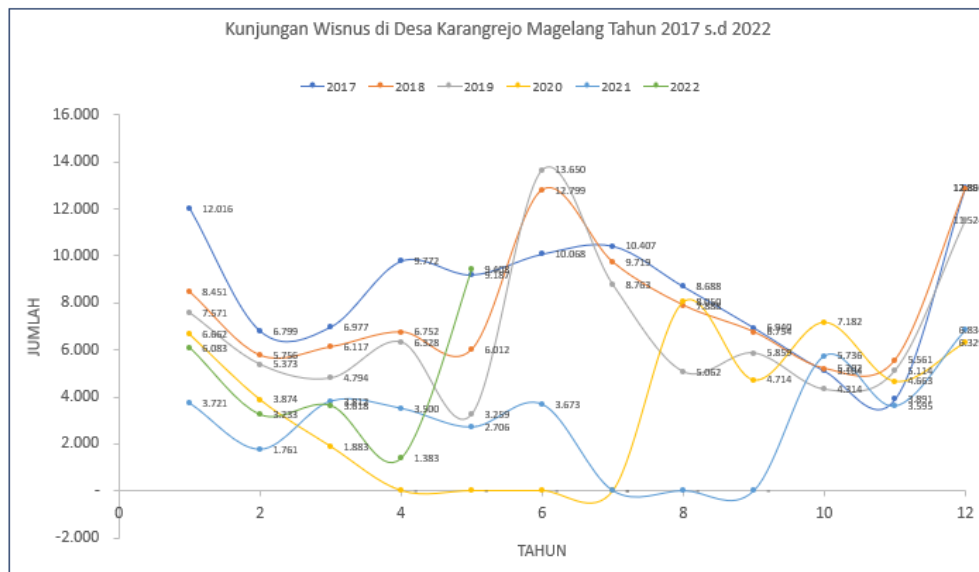
Grafik 1.4. Kunjungan wisman di desa wisata Karangrejo tahun 2017-2022



Sumber: Data Pengelola Desa Wisata Karangrejo, 2022. Diolah oleh Peneliti



Grafik 1.5. Kunjungan wisnus di desa wisata Karangrejo tahun 2017-2022



Sumber: Data Pengelola Desa Wisata Karangrejo, 2022. Diolah oleh Peneliti

Dari kedua data tersebut, dapat dilihat bahwa sejumlah 1.572 orang wisman berkunjung ke desa wisata Karangrejo di tahun 2020 atau rata-rata 197 orang per bulan (hanya 8 bulan desa wisata dibuka). Sementara itu di tahun 2021 hanya sebanyak 197 orang berkunjung atau rata-rata 22 orang per bulan (hanya 9 bulan desa wisata dibuka). Dan di tahun 2022, bulan Januari s.d Mei, terdapat 685 orang yang berkunjung.

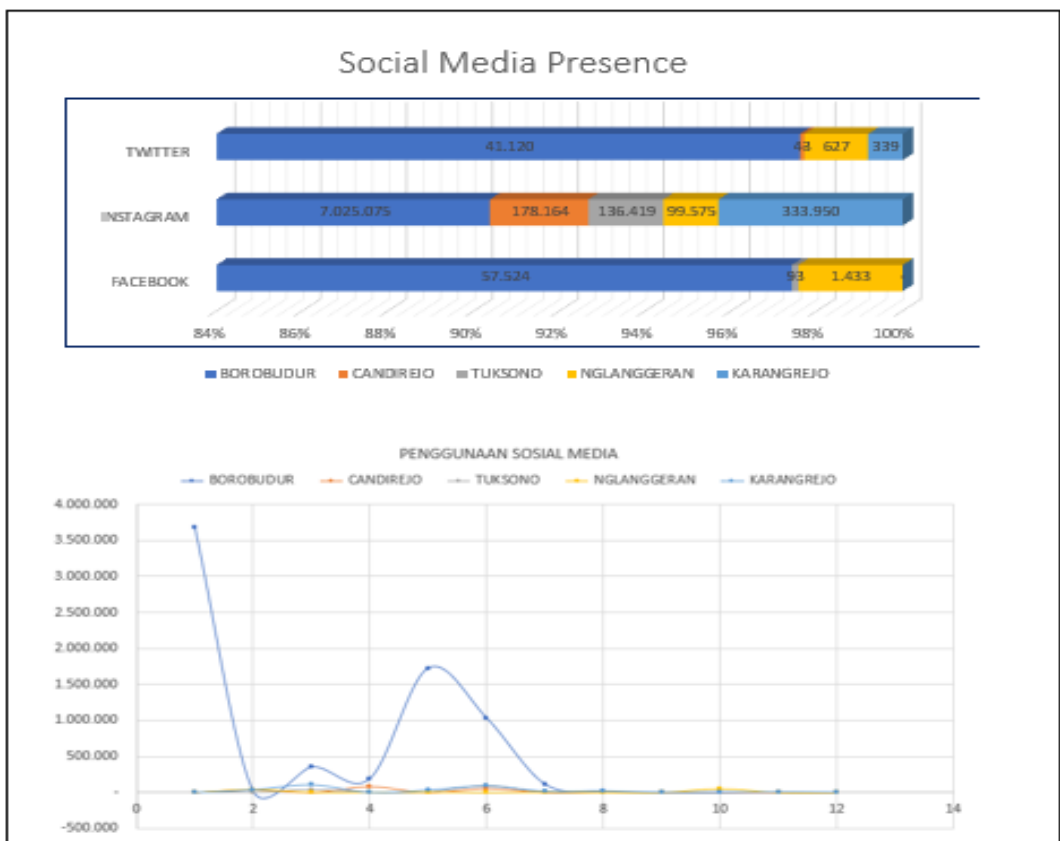
Sementara itu, kunjungan wisnus di tahun 2020 sebanyak 43.357. Sementara itu di tahun 2021, sejumlah 35.338 orang atau rata-rata 3.926 orang per bulan berkunjung (hanya 9 bulan desa wisata dibuka). Dan dari data di bulan Januari s.d Mei 2022, terdapat sebanyak 23.725 orang berkunjung ke desa wisata ini. Meskipun masih dalam kondisi pandemi, desa wisata Karangrejo tetap dikunjungi wisatawan rata-rata di atas 3.000 orang per bulannya.

Dari beberapa data, diketahui bahwa angka kunjungan ke desa wisata Candirejo dan Karangrejo mengalami penurunan. Dibandingkan tahun 2019, jumlah kunjungan di desa wisata Candirejo mengalami penurunan drastis sebesar 90% (di tahun 2020) dan sebesar 99% (di tahun 2021). Penurunan jumlah kunjungan ke desa wisata Karangrejo juga terjadi, namun

penurunannya tidak terlalu drastis. Dibandingkan tahun 2019, jumlah kunjungan di desa wisata Karangrejo mengalami penurunan sebesar 52% (di tahun 2020) dan sebesar 62% (di tahun 2021) dan 21% (tahun 2020 dibandingkan tahun 2021). Namun demikian, bila dibandingkan kunjungan wisman dengan tahun sebelumnya, tahun 2022 terjadi kenaikan rata-rata di atas 50% per bulannya.

Selain memperhatikan jumlah kunjungan yang mengalami penurunan drastis, sebagai bagian dari pemasaran, kita dapat memperhatikan strategi pemasaran desa wisata tersebut; dengan salah satunya memperhatikan interaksi di media sosial. Dalam pemasaran, media sosial dinilai sebagai media dengan jangkauan tinggi dengan biaya yang rendah (Setiowati, 2016) yang dapat digunakan dalam memasarkan daya tarik wisata.

Grafik 1.6. Interaksi di Media sosial



Sumber: Kemenparekraf, 2021, diolah oleh Peneliti

Bila dibandingkan dengan destinasi sekitarnya, kedua desa wisata (baik desa wisata Candirejo dan Karangrejo) belum memaksimalkan penggunaan media sosial dalam promosi pemasaran dan kanal media sosialnya belum dikelola secara maksimal, Instagram merupakan media sosial yang banyak *engagement*nya diantara 2 media sosial lainnya pada kedua desa wisata tersebut. Berikut data interaksi/*engagement* Desa Wisata Candirejo dan desa Karangrejo di bulan Januari s.d tahun 2021 di media sosial dibandingkan dengan desa wisata dan destinasi sekitarnya.

Penelitian mengenai desa wisata pada umumnya memang sudah banyak dilakukan baik dari sisi kebijakan, model yang digunakan dan aspek pendukungnya, misalnya infrastruktur, kelembagaan, kemitraan. Sebagai contoh, penelitian mengenai infrastruktur dilakukan oleh Risandewi (2017), penelitian mengenai kelembagaan dilakukan oleh Winarni (2020) dan penelitian mengenai kerja sama dilakukan oleh Pawestri (2018). Namun demikian, dalam penelitian berjudul “Menuju Desa Wisata Bangkit: Implementasi Kebijakan Pemasaran Dalam Pemberdayaan Desa Wisata (Studi Komparatif Pada Desa Wisata Candirejo dan Karangrejo Kabupaten Magelang)”, Peneliti akan fokus pada implementasi kebijakan pemasaran dalam pemberdayaan desa wisata di kabupaten Magelang dan bagaimana strategi implementasi Perda tersebut ditinjau dari teori Van Meter Van Horn (1975); dengan membandingkan dua lokus yaitu desa wisata Candirejo dan desa wisata Karangrejo. Pemilihan lokus pada kedua desa dimaksud karena:

1. Desa wisata Candirejo dan desa wisata Karangrejo sama-sama berada 3 km dari Borobudur, Kabupaten Magelang.
2. Karena letaknya di kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah, maka kebijakan yang mengatur juga sama, yaitu Perda Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019 tanggal 11 Februari 2019 tentang Pemberdayaan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah.
3. Desa wisata Candirejo dan desa wisata Karangrejo sama-sama mempunyai daya tarik keindahan alam, budaya dan aktifitas masyarakat bercirikan kearifan lokal masyarakat setempat (Jadesta.kemenparekraf.go.id, 2022).

4. Kedua desa wisata tersebut sama-sama berhasil meraih predikat desa wisata Berkelanjutan pada bulan Maret 2021 dari Kemenparekraf.
5. Desa wisata Candirejo merupakan desa yang berkategori mandiri dan berhasil memperoleh predikat Desa Wisata Mandiri Inspiratif pada ADWI 2021. Sementara itu, desa wisata Karangrejo merupakan desa wisata maju.
6. Desa wisata Candirejo dikelola oleh masyarakat dan Koperasi Desa Wisata Candirejo (BUMDES), Desa wisata Karangrejo dikelola oleh masyarakat, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).
7. Jumlah kunjungan di desa wisata Candirejo mengalami penurunan 90% di tahun 2020 dan 99% di tahun 2021, dan jumlah pengunjung Januari s.d April 2022 sebanyak 167 orang. Sementara itu, jumlah kunjungan di desa Karangrejo mengalami penurunan sebesar 52% di tahun 2020 dan 62% di tahun 2021, namun mengalami peningkatan 50% per bulannya di tahun 2022. Jumlah pengunjung Januari s.d Mei 2022 sebanyak 24.410 orang.
8. Penggunaan dan pengelolaan media sosial belum maksimal
9. Promosi melalui online travel agent (OTA) sudah dilakukan

Berdasarkan hal di atas, maka Peneliti akan memfokuskan penelitian pada implementasi pemberdayaan desa pada aspek pemasaran, hal tersebut mengingat pemasaran dengan didukung aspek lain berperan penting dalam mendatangkan pengunjung ke desa wisata sehingga desa wisata tersebut berdaya saing. Model Van Meter & Van Horn (1975) digunakan dengan mempertimbangkan bahwa model ini sesuai kebutuhan untuk melihat tindakan yang dilakukan oleh berbagai pihak dalam mencapai target yang telah ditentukan, khususnya dalam menganalisis “implementasi dan komunikasi antarorganisasi, kondisi yang mempengaruhi (ekonomi, sosial dan politik), karakteristik pelaksana kebijakan, dan kecenderungan pelaksana/implementor kebijakan yang indikatornya telah dirumuskan dalam Nugroho (2017, h.738).

## **B. Identifikasi Masalah**

Pemberdayaan Desa Wisata yang diatur dalam pasal 16 Perda Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019, menyebutkan empat cakupan dalam pengembangannya; dengan salah satunya pemasaran Desa Wisata.

Berdasarkan tema yang diangkat pada penelitian ini, Peneliti akan melakukan identifikasi permasalahan penelitian pada kebijakan pemberdayaan desa wisata dengan memfokuskan pada aspek pemasaran desa wisata yaitu:

1. terjadi penurunan wisatawan baik mancanegara dan nusantara di tahun 2020, 2021 dan awal tahun 2022.
2. penggunaan media sosial dalam promosi pemasaran belum dimaksimalkan
3. kanal media sosial belum dikelola secara maksimal.
4. kerja sama dengan online travel agents (OTA) dalam bidang promosi pemasaran sudah dilakukan
5. promosi pemasaran belum mempertimbangkan unsur waktu
6. belum memanfaatkan *influencer/endorser* dalam pemasarannya

## **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan Peneliti, maka Peneliti bermaksud untuk mengetahui:

1. mengapa implementasi kebijakan pemasaran dalam pemberdayaan desa wisata di kabupaten Magelang belum optimal?
2. Bagaimana strategi implementasi kebijakan pemasaran dalam pemberdayaan desa wisata di kabupaten Magelang agar lebih berkembang menurut teori Van Meter dan Van Horn?

## **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut

1. Untuk mengidentifikasi mengapa implementasi kebijakan pemasaran dalam pemberdayaan desa di kabupaten Magelang belum optimal;

2. Untuk memberikan rekomendasi strategi implementasi kebijakan pemasaran dalam pemberdayaan desa wisata di kabupaten Magelang agar lebih berkembang.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat akademis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan tentang implementasi kebijakan khususnya dalam isu pemasaran dalam pemberdayaan desa wisata.
- b. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategi pemberdayaan pada pengembangan aspek pemasaran.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dalam memberikan masukan pada perumusan kebijakan pemberdayaan desa wisata pada aspek pemasaran.

**POLITEKNIK  
STIA LAN  
JAKARTA**