

BAB I

PENDAHULUAN

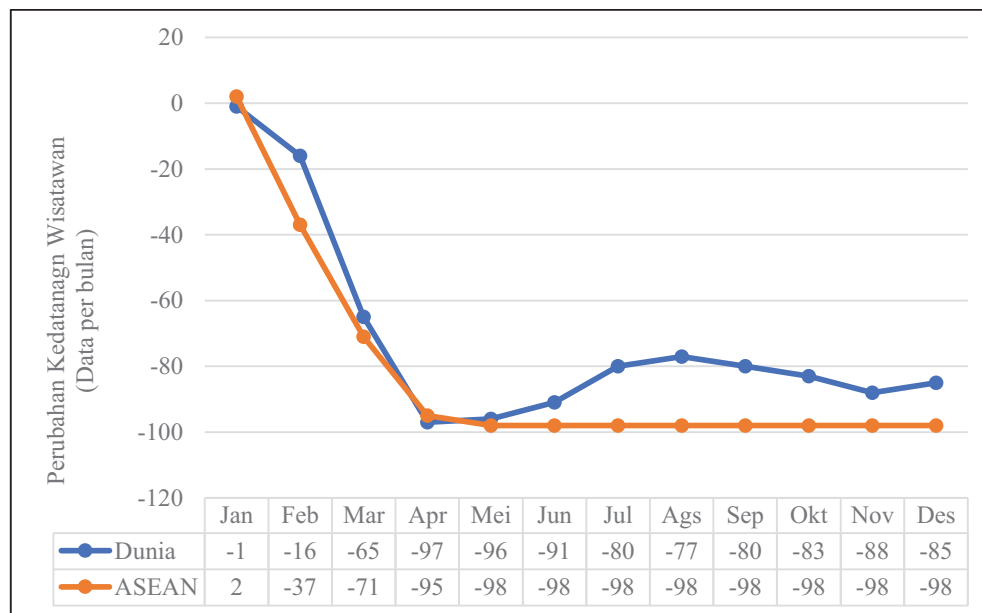
I.1 Latar Belakang Masalah

Sejak Desember 2019, *Coronavirus Disease* (Covid-19) telah menjadi pandemi dan mengalami penyebaran masif di seluruh dunia. Virus corona sudah menginfeksi puluhan juta orang di seluruh belahan dunia dengan korban meninggal yang juga tidak sedikit. Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak besar secara global yang belum pernah terjadi sebelumnya dan telah memperburuk serta menghadirkan masalah dan tantangan bagi sektor pariwisata.¹ Sehingga pemerintah di setiap negara berupaya mencari jalan keluar untuk memulihkan kembali sektor pariwisatanya, khususnya bagi daerah yang berorientasi pada sektor pariwisata. Sebagai daerah yang unggul pada program pengembangan sektor pariwisata, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi perlu memberikan inovasi, pengembangan dan perbaikan layanan di sektor pariwisata secara berkelanjutan, terutama untuk menjamin kesehatan dan keselamatan bagi wisatawan yang berlibur ke Banyuwangi. Oleh karena itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi membuat sebuah strategi pemulihan sektor pariwisata untuk membuka kembali sektor pariwisata di masa pandemi dengan menerapkan protokol kesehatan pencegahan penularan Covid-19 di tempat wisata dan penerapan adaptasi kebiasaan baru atau *New Normal* bagi pelaku industri pariwisata di Banyuwangi. Melalui penerapan strategi tersebut diharapkan akan tercipta pengembangan pariwisata yang optimal. Sehingga dapat memberikan dampak bagi masyarakat di daerah wisata dan membantu pemulihan dan *sustainability* sektor pariwisata Banyuwangi di tengah kondisi pandemi Covid-19.

Munculnya pandemi Covid-19 pada akhir tahun 2019, menjadi sebuah krisis kesehatan yang berdampak secara global yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Penyebaran masif dan cepat dari Covid-19 sangat mengancam

¹ UNWTO, "Impact Assessment of The Covid-19 Outbreak on International Tourism," unwto.org, 2020, <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>. (Diakses pada 11 April 2021 pukul 09.54 WIB).

kesehatan wisatawan yang melakukan perjalanan dan aktivitas wisata. Sehingga diberlakukan kebijakan pencegahan dan penekanan penyebaran virus corona yang terbilang sangat cepat (*lockdown*) sehingga memaksa ditutupnya sektor pariwisata. Kebijakan pembatasan sosial seperti *lockdown* dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) membuat banyak negara harus menutup akses tempat umum dan tempat wisata di negaranya.² *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) mencatat bahwa terjadi penurunan kedatangan wisatawan internasional. Berikut adalah grafik data kedatangan wisatawan pada bulan Januari-Desember tahun 2020 yang dicatat oleh UNWTO.



Gambar I. 1 Kedatangan Wisatawan Dunia Tahun 2020

Sumber: UNWTO, diakses dari unwto.org (2020)

Berdasarkan data kedatangan wisatawan dari UNWTO pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah wisatawan mancanegara. Terjadi penurunan paling drastis pada bulan Maret sebesar 306% dibanding bulan sebelumnya dimana terjadi puncak krisis dan kepanikan akibat infeksi virus Corona yang semakin menyebar. Pada

² Pei Li, "Ideal and Rationality of Revitalizing Tourism in the Post-epidemic Era," *Web of Conferences* 235 (2021): 02050, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123502050>.

tahun 2020 rata-rata penurunan jumlah kedatangan wisatawan dunia sebesar -74. Adapun di negara-negara yang tergabung dalam ASEAN memiliki rata-rata penurunan jumlah wisatawan sebesar -82.

Selain itu, pada periode Januari-Oktober 2020, negara-negara Asia dan Pasifik mengalami penurunan kedatangan wisatawan sebesar 82%, negara Timur Tengah mengalami penurunan 73%, dan Afrika mencatat penurunan sebesar 69% dalam periode sepuluh bulan tersebut. Sementara itu, kedatangan internasional di negara-negara Amerika dan Eropa mengalami penurunan sebesar 68%.³

Keberlangsungan sektor pariwisata menjadi sebuah tantangan bagi setiap negara, khususnya bagi negara yang bertumpu pada pendapatan sektor pariwisata. Menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung akan sangat berdampak pada kelangsungan pelaku ekonomi di sekitar tempat wisata karena berkurangnya mata pencahariannya.⁴ Pendapatan negara/daerah yang bersumber dari sektor pariwisata juga terancam mengalami penurunan yang secara langsung akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Terlepas dari tantangan tersebut, sektor pariwisata memiliki peluang untuk menciptakan kemitraan dan kolaborasi baru di masa pandemi. Kemitraan dan kolaborasi tersebut tersebut dapat bersama-sama kembali menemukan dan mendiversikan penawaran, menarik audien baru, mengembangkan keterampilan baru, dan mendorong pada transisi ke kondisi normal baru (*New Normal*).⁵

Pada kondisi pandemi Covid-19, membuka kembali sektor pariwisata tentunya akan mengancam kesehatan dan keselamatan wisatawan karena Covid-19 merupakan sebuah bencana dan tidak mudah diprediksi oleh manusia. Oleh karena itu, setiap pemerintah dan pengelola wisata di setiap negara perlu mengembangkan program kesehatan dan keselamatan bagi wisatawan di tempat wisata. *The Workers Compensation Board (WCB) of British Columbia* mengemukakan program keselamatan dan kesehatan wisatawan menjadi beberapa kegiatan pengembangan,

³ UNWTO, "Impact Assessment of The Covid-19 Outbreak on International Tourism."

⁴ UNWTO, "Cultural Tourism & COVID 19," [unwto.org](https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19), 2020, <https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19>. (Diakses pada 11 April 2021 pukul 10.25 WIB).

⁵ Ibid.

yaitu: (1) perencanaan manajemen risiko; (2) perencanaan pariwisata dengan memberlakukan prosedur yang menjamin keselamatan wisatawan; (3) perencanaan respon tanggap darurat; (4) menyusun aturan dan prosedur dalam menghadapi kecelakaan; (5) perencanaan media untuk meminimalisir kejadian dan memunculkan kesan positif; dan (6) perencanaan setelah kejadian (*recovery*).

Di Indonesia, sektor pariwisata adalah salah satu *leading sector* perekonomian nasional. Kontribusi sektor pariwisata terus mengalami peningkatan signifikan dari beberapa tahun terakhir. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari kontribusi sektor pariwisata terhadap peningkatan jumlah ekspor yang mana sebelumnya pada 2005 sebesar 10% meningkat menjadi 17% pada tahun 2012. Selain itu, pada tahun 2019 sektor pariwisata berkontribusi sebesar 4,8% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, dimana terjadi peningkatan sebesar 4,5% dibanding dengan tahun 2018⁶. Berkaitan dengan daya tarik pariwisata nasional dapat dilihat melalui *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI), Indonesia sudah berada di peringkat ke 40 dimana secara keseluruhan rata-rata indikator TTCI Indonesia mendapatkan nilai 4,3.⁷

Di Indonesia, jaminan keamanan dan kesehatan wisatawan di tempat wisata diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Tepatnya pada Pasal 20 dan 21 yang secara rinci menetapkan hak-hak yang dimiliki oleh wisatawan, yaitu: (1) informasi yang akurat mengenai daya tarik wisata; (2) pelayanan kepariwisataan sesuai dengan standar; (3) perlindungan hukum dan keamanan; (4) pelayanan kesehatan; (5) perlindungan hak pribadi; dan (6) perlindungan asuransi untuk kegiatan pariwisata yang berisiko tinggi.⁸ Sementara itu, bagi wisatawan yang memiliki keterbatasan fisik, anak-anak dan lanjut usia berhak mendapatkan fasilitas khusus yang sesuai dengan kebutuhannya. Hak-hak

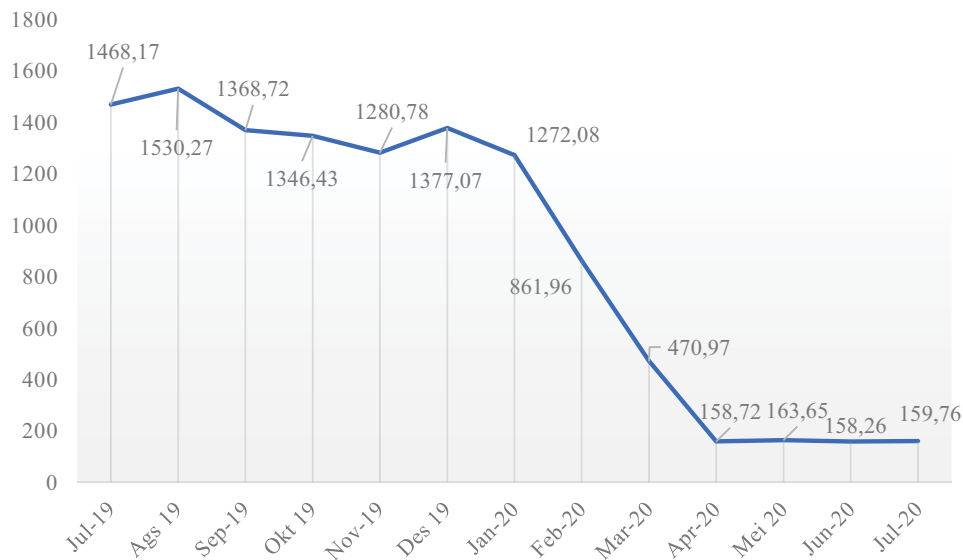
⁶ Kemenparekraf, *Rencana Mitigasi Sektor Parekraf Dalam Menangani Dampak Virus Covid-19*, Kemenparekraf.Go.Id, 2020, https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1585471964_Rev_10_Rencana_Mitigasi_Sektor_Parekraf_Covid_pdf. (Diakses pada 11 April 2021 pukul 12.07 WIB).

⁷ Kemenparekraf, "Rencana Strategis Kemenparekraf/Baparekraf 2020-2024," *Kemenparekraf*, 2020, hal.18.

⁸ Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata* (Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informasi Deputi Bidang Telematika, 2009).

wisatawan tersebut juga harus dipenuhi dan menjadi kewajiban bagi pemerintah daerah yang mana tertuang dalam Pasal 23 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. Kewajiban tersebut juga melekat kepada pengusaha pariwisata yang mana ditetapkan dalam Pasal 26 huruf d dan e Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. Selain itu, pengusaha pariwisata juga perlu memperhatikan Standar Usaha Pariwisata sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata

Seperti yang sudah dicatat oleh UNWTO, penyebaran Covid-19 yang begitu masif, berakibat penurunan kedatangan wisatawan internasional yang tentunya juga berdampak bagi sektor pariwisata nasional. Oleh karenanya, sektor pariwisata nasional mengalami dampak yang signifikan khususnya dalam hal penurunan jumlah wisatawan.



Gambar I. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia (Ribu Kunjungan) Tahun 2020

Sumber: BPS, diakses dari bps.go.id (2020)

Berdasarkan grafik diatas terlihat bahwa terjadi penurunan kunjungan wisatawan mancanegara yang cukup signifikan. Terlihat bahwa penurunan jumlah

kunjungan wisatawan dimulai pada bulan September 2019 hingga terjadi penurunan drastis akibat krisis pandemi Covid-19 pada periode bulan Januari-April 2020. Penurunan paling tajam terjadi pada bulan Januari ke bulan Februari 2020, dimana terjadi penurunan sebesar 410,12 ribu wisatawan mancanegara atau sebesar 47,53%. Secara keseluruhan penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada bulan Juli 2019 sampai bulan Juli 2020 adalah sebesar 16,2%.

Menurut Kemenparekraf (2020) penurunan signifikan kedatangan wisatawan mancanegara akan dapat diatasi apabila tercapai kepercayaan terhadap keamanan dan kenyamanan, khususnya penerapan protokol kesehatan Covid-19 untuk mengurangi risiko penularan. Selain itu, investasi pada sektor pariwisata juga mengalami penurunan signifikan seiring ditutupnya industri pariwisata pada masa pandemi. Sehingga apabila pemulihan sektor pariwisata akibat pandemi tidak dapat dilakukan, maka akan terjadi peningkatan pengangguran.

Menanggapi dampak dari pandemi Covid-19, tentunya Kemenparekraf telah menyusun rencana mitigasi untuk memulihkan sektor pariwisata nasional. Prioritas penanganan tentunya akan disesuaikan dengan arahan dari Presiden Joko Widodo, yaitu: 1) fokus pada kesehatan masyarakat; 2) *social safety net* atau jaring pengaman sosial; dan 3) insentif kepada dunia usaha. Sebagai langkah-langkah penanganan krisis pandemi Covid-19, kemenparekraf (2020) telah menyusun 3 (tiga) tahap pengelolaan mitigasi krisis wisata. Pertama, tahap tanggap darurat (Maret-29 Mei 2020), pada tahap ini kemenparekraf akan membentuk *crisis center*, menunda semua kegiatan promosi, memberikan dukungan kepada pelaku pariwisata dan usaha kreatif, dan relokasi anggaran Kemenparekraf. Kedua, tahap pemulihan, (Juni-Desember 2020), merupakan tahapan dimana pandemi Covid-19 telah dianggap ‘selesai’ oleh pemerintah. Pada tahapan ini, Kemenparekraf berupaya melakukan upaya pemulihan melalui koordinasi dan mengidentifikasi dampak, memulai kegiatan publikasi, promosi dan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*), dan memberikan dukungan kepada pelaku industri parekraf. Ketiga, tahap normalisasi (Januari-Desember 2021), ada beberapa upaya yang dilakukan oleh Kemenparekraf pada tahap ini, seperti publikasi dan promosi

di dalam dan luar negeri, pemberian insentif pada pelaku industri parekraf, menyelenggarakan kegiatan internasional dan nasional, dan memberikan dukungan terhadap destinasi wisata nasional.⁹

Selain dari rencana mitigasi tersebut, Kemenparekraf juga menyiapkan dana program hibah untuk membantu pemerintah daerah dan industri pariwisata (restoran dan hotel) yang mengalami penurunan Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta berusaha melakukan pemulihan pasca pandemi Covid-19. Kemenparekraf telah menggelontorkan anggaran sebesar Rp. 3,3 triliun untuk industri hotel dan restoran dengan total 101 kabupaten/kota yang berdasarkan pada beberapa kriteria yaitu, 34 Ibu Kota Provinsi, terletak di 10 Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP) dan 5 Destinasi Super Prioritas (DSP), termasuk dalam 100 *Calender of Event* (COE), *branding* destinasi, dan daerah dengan minimal pendapatan Pajak Hotel dan Pajak Restoran (PHPR) sebesar 15% dari PAD pada tahun anggaran 2019.¹⁰ Melalui pemberian dana tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesiapan destinasi wisata dalam menerapkan protokol kesehatan atau *Cleanliness, Health, Safety and Environment Sustainability* (CHSE) sesuai protokol yang ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan Indonesia, Kementerian Dalam Negeri, dan Kementerian Perhubungan serta oleh UNWTO dan ICAO (*International Civil Aviation Organization*) sehingga dapat memulihkan perekonomian pada sektor pariwisata.

Pedoman CHSE diprioritaskan kepada usaha pariwisata, destinasi pariwisata, dan produk pariwisata lainnya untuk memberikan produk dan pelayanan kepada wisatawan yang berbasis kepada pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan. Pedoman CHSE dibuat berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan tentang Protokol Kesehatan di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Covid-19.¹¹ Penerapan CHSE bertujuan mencegah dan mengendalikan penularan Covid-19 dalam rangka

⁹ Kemenparekraf, *Rencana Mitigasi Sektor Parekraf dalam Menangani Dampak Virus Covid-19*.

¹⁰ Satgas PEN, "Dana Hibah Pariwisata Untuk Bangkitkan Kembali Industri Pariwisata," covid19.go.id, 2020, <https://covid19.go.id/p/berita/dana-hibah-pariwisata-untuk-bangkitkan-kembali-industri-pariwisata#>: (Diakses pada 11 April 2021 pukul 13.09 WIB).

¹¹ Kemenparekraf, *Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan untuk Sektor Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

mencegah munculnya episenter atau cluster baru di tempat umum, khususnya di destinasi wisata. Sertifikasi CHSE berfungsi sebagai jaminan kepada wisatawan bahwa produk dan pelayanan sudah memenuhi protokol kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan. *Cleanliness* (Kebersihan) meliputi mencuci tangan dengan menggunakan sabun atau *hand sanitizer*, menyediakan fasilitas cuci tangan, dan membersihkan barang atau tempat umum dengan desinfektan atau cairan lainnya. *Healthy* (Kesehatan) terdiri dari menghindari kontak fisik, menghindari kemacetan, mempraktekkan etika batuk dan bersin, menjaga jarak aman, dan memeriksa suhu tubuh, serta memakai APD (Alat Pelindung Diri). Standar lainnya termasuk penyediaan piranti medis dasar, pasokan makanan yang higienis, sirkulasi udara yang baik, dan secara proaktif menangani masalah kesehatan di destinasi wisata. *Safety* (Keselamatan) meliputi persiapan prosedur penyelamatan diri dari bencana, titik pengumpulan bencana dan jalur evakuasi, serta ketersediaan kotak P3K dan alat pemadam kebakaran. *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan) mencakup pemantauan dan penilaian pelaksanaan kebijakan dan SOP penerapan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan. Selain itu, juga dibarengi penggunaan peralatan dan bahan ramah lingkungan, sumber energi secara efisien, mengolah limbah secara sehat dan ramah lingkungan, dan membuat lingkungan menjadi nyaman dan asri.

Salah satu daerah wisata unggul di Indonesia yang memiliki potensi dan peluang sangat besar dalam sektor pariwisata adalah Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi adalah daerah yang memprioritaskan program pengembangan sektor pariwisata, di samping adanya sektor pendidikan yang juga menjadi sektor prioritas untuk dikembangkan.¹² Sebagai daerah wisata, Kabupaten Banyuwangi memiliki beragam Objek/Daya Tarik Wisata (ODTW), mulai dari yang berupa laut/pantai, pegunungan/gunung/hutan/satwa/tumbuhan langka, air terjun dan objek wisata yang lainnya. Dari beberapa ODTW tersebut sudah sangat terkenal dan menjadi ikon Kabupaten Banyuwangi, tidak hanya di dalam negeri

¹² Bupati Banyuwangi, *RPJMD Kabupaten Banyuwangi Tahun 2016-2021* (Banyuwangi: Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, 2016).

tetapi juga merambah ke berbagai mancanegara, seperti Kawah Ijen, Pantai Plengkung, Suaka Margasatwa Meru Betiri dan masih banyak lagi.¹³ Dalam setiap perencanaan pembangunan objek wisata di Banyuwangi, dilakukan dengan memperhatikan semua potensi wisata secara komprehensif baik faktor internal (*genotype*) maupun faktor eksternal (*phenotype*). Selain itu, juga dilakukan kajian yang mendalam terhadap prospek dan potensi dari masing-masing objek wisata. Melalui berbagai perencanaan pembangunan pariwisata tersebut, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi telah berhasil mengembangkan berbagai potensi dan peluang pariwisatanya dengan optimal. Saat ini, pariwisata Banyuwangi telah diakui dunia bahkan Banyuwangi pernah meraih juara UNWTO Award tahun 2016 sebagai kategori inovasi kebijakan publik dan tata kelola pemerintahan bidang pariwisata di Madrid, Spanyol.

Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi telah mencatatkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Banyuwangi, baik yang berasal dari wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dalam tabel kunjungan wisatawan di Kabupaten Banyuwangi tahun 2015-2020.

Tabel I. 1 Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2015-2020

No.	Tahun	Kunjungan Wisatawan				Total	(%)
		Domestik	(%)	Mancanegara	(%)		
1	2015	1.727.958	26,7	45.569	51,6	1.773.527	27,3
2	2016	4.022.449	132,8	77.139	69,3	4.099.588	131,2
3	2017	4.832.999	20,2	98.970	28,3	4.931.969	20,3
4	2018	5.200.000	7,6	127.420	28,7	5.327.420	8
5	2019	5.307.054	2,1	101.622	-20,2	5.408.676	1,5
6	2020	2.579.460	-98,8	15.517	-554,9	2.594.977	-108,4

Sumber: Data Pariwisata, diakses dari *banyuwangikab.go.id* (Data diolah)

¹³ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, *Rencana Strategis (Renstra) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tahun 2016 - 2020* (Banyuwangi: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, 2020).

Melihat dari tabel diatas, terlihat bahwa dalam waktu 5 tahun terakhir (tahun 2015-2019) kunjungan wisatawan ke Banyuwangi mengalami peningkatan yang pesat. Terlihat bahwa peningkatan paling pesat kunjungan wisatawan domestik ke Banyuwangi terjadi pada tahun 2016 dimana terjadi peningkatan sebesar 132,8% dari tahun 2015. Peningkatan paling pesat dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara juga tercatat pada tahun 2016, meningkat sebesar 69,3% dibandingkan tahun 2015. Pada kurun waktu 2015-2019, kunjungan wisatawan domestik mengalami pertumbuhan sebesar 32,37%, sedangkan pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 22,2%. Sedangkan tepat sebelum masuknya pandemi Covid-19 ke Indonesia, yaitu di tahun 2019 Banyuwangi berhasil mencapai kunjungan wisatawan dengan persentase 110% melampaui target persentase kunjungan wisatawan Tahun 2019, yaitu sebesar 40%.

Pada tahun 2020, setelah adanya pandemi Covid-19 yang memaksa Pemerintah Kabupaten Banyuwangi menutup sektor pariwisatanya. Terlihat bahwa kunjungan wisatawan domestik mengalami penurunan drastis pada tahun 2020, sedangkan untuk kunjungan wisatawan mancanegara sudah mengalami penurunan sejak akhir tahun 2019. Dampak dari adanya kebijakan yang mengurangi mobilitas antar negara dan perjalanan domestik berakibat pada penurunan jumlah wisatawan secara keseluruhan sebesar 108,4%. Adapun dengan rincian penurunan kunjungan wisatawan domestik sebesar 98,8% dan penurunan wisatawan mancanegara sebesar 554,9%. Sehingga terlihat bahwa pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Banyuwangi, khususnya bagi wisatawan mancanegara yang terhalang oleh adanya kebijakan pembatasan akses penerbangan antar negara. Sehingga dengan adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan tentu berdampak drastis terhadap target pembangunan di Banyuwangi yang menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu program unggulan. Selain itu, pelaku usaha pariwisata tentunya menjadi pihak yang paling terdampak dengan adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang drastis.

Selain keberhasilan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Banyuwangi, terdapat indikator keberhasilan lain melalui realisasi event budaya lokal yang menjadi daya tarik wisata di Banyuwangi. Berdasarkan Laporan Kinerja Instansi Pemerintah.¹⁴ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi tahun 2019, telah terealisasi sebanyak 36 event kegiatan budaya lokal dimana sudah melampaui target budaya lokal yang menjadi daya Tarik wisata tahun 2019. Event kegiatan budaya lokal tersebut berupa kegiatan-kegiatan kesenian dan adat tradisi yang terdaftar dalam kalender Banyuwangi Festival 2019.¹⁵

Adanya pandemi Covid-19 yang berdampak secara global tentunya juga sangat berdampak dan menghambat sektor pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Sejak awal September 2020, Kabupaten Banyuwangi telah masuk kategori zona merah dan menjadi salah satu penyumbang kluster penyebaran tertinggi di Jawa Timur.¹⁶ Penyebaran Covid-19 di Banyuwangi telah berdampak pada segala aspek sosial dan ekonomi khususnya sektor pariwisata yang turun sampai 60%. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi M. Yanuarto Bramuda menyatakan bahwa pandemi Covid-19 memberikan dampak signifikan terhadap penurunan konsumen dan omzet di Banyuwangi. Dalam masa pandemi Covid-19, tercatat penurunan jumlah konsumen sebesar 73,8%, penurunan jumlah omzet sebesar 74,1% dan adanya penutupan usaha sebesar 17,3%. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi dan inovasi tata kelola untuk tetap *survive* dan berkembang dalam menghadapi dampak pandemi Covid-19.

Dalam menghadapi dampak pandemi Covid-19, Disbudpar Kabupaten Banyuwangi akan mengoreksi dan mengevaluasi target jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Banyuwangi akibat penyebaran Covid-19 di tahun 2020. Disbudpar Banyuwangi tidak memprioritaskan kunjungan wisatawan namun,

¹⁴ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP)* (Banyuwangi: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, 2019).

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Angger Putranto, "Nasib Pariwisata Banyuwangi di Tengah Pandemi," *interaktif.kompas.id*, 2020, <https://interaktif.kompas.id/baca/nasib-banyuwangi/>. (Diakses pada 11 April 2021 pukul 12.14 WIB).

memprioritaskan program keselamatan dan kesehatan wisatawan sekaligus mengevaluasi kondisi wisata. Untuk memulihkan pariwisata dan menjaga pariwisata tetap survive di masa pandemi Covid-19, Bramuda menerapkan Strategi Pariwisata Banyuwangi di Masa Pandemi Covid-19 dalam menghadapi pandemi Covid-19. Melalui strategi tersebut berupaya untuk mengembangkan tempat wisata di Banyuwangi dengan berfokus pada manajemen protokol kesehatan CHSE di masa pandemi Covid-19 dan adaptasi kebiasaan baru atau *new normal*. Strategi pariwisata yang dikemukakan oleh Bramuda, terdiri dari 6 (enam) strategi, yaitu: (1) perubahan strategi dan *mindset* pelaku pariwisata; (2) pelatihan, sertifikasi protkes dan sanksi tegas kepada pelaku usaha; (3) dukungan sarana prasarana protkes untuk stimulan percepatan pemulihan ekonomi sektor pariwisata; (4) branding wisata ramah; (5) pemanfaatan Informasi dan teknologi (IT); dan (6) menggelar Banyuwangi Festival untuk membangkitkan ekonomi.¹⁷

Perubahan strategi dan *mindset* atau pola pikir pelaku usaha pariwisata terdiri dari beberapa strategi yang lebih memprioritaskan protokol kesehatan dalam mencegah dan meredam penularan Covid-19 di tempat wisata. Pertama, berkaitan dengan akomodasi wisata, pelaku usaha wisata dituntut untuk lebih menawarkan penerapan CHSE di tempat wisata daripada menawarkan pelayanan dan harga terbaik. Kedua, berkaitan dengan atraksi wisata, dilakukan perhitungan atraksi wisata dan melakukan pembatasan pengunjung. Ketiga, berkaitan dengan preferensi wisatawan, lebih mengutamakan aktivitas wisata *outdoor* dan *private tour* untuk membantu jaminan kesehatan bagi wisatawan. Keempat, berkaitan pengaturan jam buka, diberlakukan penutupan tempat wisata sekali dalam seminggu di hari senin untuk melakukan pemulihan atau *recovery* (pada pukul 08.00-16.00 WIB). Selain itu, dilakukan pembatasan kuota wisatawan di destinasi wisata dengan perubahan *ticketing* secara *offline* menjadi *online ticketing system*.

Berkaitan dengan sosialisasi dan pelatihan SOP protokol kesehatan, Disbudpar Banyuwangi melakukan realisasinya dengan melalui surat edaran Bupati

¹⁷ M Y Bramuda, *Strategi Pariwisata Banyuwangi Dalam Era Pandemi COVID-19* (Banyuwangi: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, 2020).

Banyuwangi kepada camat dan sekab pada Juni 2020 sebagai bentuk sosialisasi; melakukan pelatihan protokol *New Normal* bagi tour guide, driver wisata, dan ojol; melakukan pelatihan SDM (mulai dari pengantar makanan dan juru masak) untuk beradaptasi di masa *New Normal* bagi pelaku wisata (hotel dan restoran); dan pelatihan verifikasi *online* terkait SOP protokol kesehatan untuk tim verifikasi. Kemudian Pemkab Banyuwangi juga simulasi *New Normal* dan sertifikasi protokol kesehatan yang bertanda tangan Bupati Banyuwangi, bagi pelaku seni dan wisata. Selain itu, juga diberlakukan monitoring dan pemberian sanksi yang tegas bagi pelaku usaha yang melanggar SOP protokol kesehatan.

Berkenaan dengan branding wisata ramah (wisata *outdoor* dan *private tour*), Disbudpar Banyuwangi menyiapkan beberapa konsep pariwisata seperti: (1) menyiapkan wisata ramah disabilitas dan kartu Osingable dengan fasilitas gratis masuk destinasi wisata bagi warga Banyuwangi penyandang disabilitas; (2) mendorong pengembangan wisata desa yang natural, murah dan menjadi paket wisata sehingga dapat menumbuhkan usaha *homestay* dan mendukung penjualan produk UMKM Desa sebagai upaya menggerakkan perekonomian di desa; (3) membuat paket wisata desa dengan konsep *fun, sport, culture* dan *instagramable*. dan (4) membuat pelayanan *Home Car* dengan mengusung konsep *Nomadic Tourism*.

Kemudian berkaitan dengan pemanfaat IT, Disbudpar Banyuwangi meluncurkan aplikasi *Banyuwangi Tourism APP One Stop Service Application* untuk memudahkan wisatawan dalam mendapatkan pelayanan secara instan. Melalui aplikasi tersebut wisatawan dapat mengakses beberapa situs seperti informasi wisata, memesan e-tiket destinasi, memesan e-tiket atraksi, informasi pilihan hotel dan restoran, informasi kuliner, paket wisata, dan angkutan wisata gratis. Selain mengembangkan aplikasi, Disbudpar juga memanfaatkan IT untuk mengkonsep *colorful hybrid concept* yang menggabungkan gelaran festival secara *offline* dan *online*. Disbudpar juga mengkonsep event atau festival secara virtual untuk tetap Dapat memfasilitasi penampilan seni dan budaya Banyuwangi di tengah masa pandemi Covid-19.

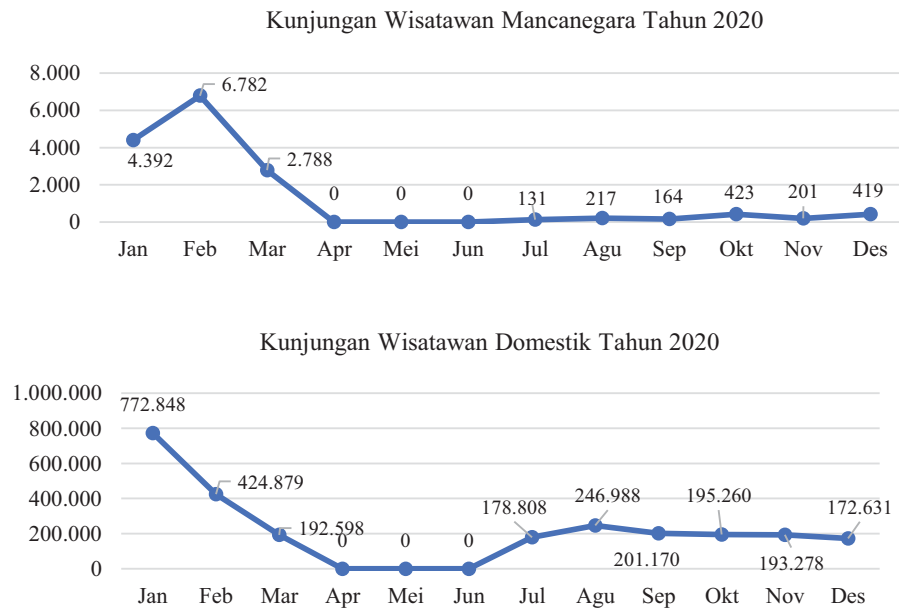
Dan strategi yang terakhir adalah dengan tetap menggelar Banyuwangi Festival. Tentunya pagelaran Banyuwangi Festival akan tetap dikelola dengan memperhatikan protokol kesehatan berbasis CHSE. Pemkab Banyuwangi tetap menggelar Banyuwangi Festival di tahun 2021 untuk memulihkan sektor pariwisata di masa pandemi Covid-19 guna membangkitkan perekonomian Banyuwangi.

Selain didukung oleh strategi-strategi tersebut, pemulihan sektor pariwisata di Kabupaten Banyuwangi juga mendapatkan stimulus dari Kemenparekraf yang berupa dana hibah. M. Yanuarto Bramuda menjelaskan bahwa bantuan dana hibah dari Kemenparekraf bertujuan untuk membantu industri pariwisata seperti hotel dan restoran yang terdampak pandemi serta pemulihan PAD¹⁸. Adapun besaran dana hibah yang diterima oleh Kabupaten Banyuwangi adalah sebesar Rp 10 Miliar. Bramuda menjelaskan juga bahwa terdapat 72 hotel dan 584 restoran yang mendapat stimulus yang jumlahnya variatif sesuai dengan pajak yang disetorkan. Dengan adanya dana hibah dari Kemenparekraf, diharapkan dapat meningkatkan penerapan CHSE di wisata Banyuwangi dan menarik jumlah wisatawan yang berkunjung ke Banyuwangi.

Melalui strategi pariwisata yang didesain oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, memberikan *outcome* dampak yang positif terhadap kelangsungan sektor pariwisata Banyuwangi. Pertama, Kabupaten Banyuwangi menjadi destinasi wisata yang dikunjungi Presiden Joko Widodo pada masa pandemi Covid-19, dimana dianggap sebagai daerah yang paling unggul dan siap sebagai percontohan untuk membuka sektor pariwisata di masa pandemi. Kedua, berdasarkan survei konsumen *Traveloka* terkait Covid-19, Banyuwangi berada di posisi ketiga sebagai destinasi wisata domestik yang ingin dikunjungi masyarakat selepas pandemi Covid-19 selesai. Ketiga, kabupaten Banyuwangi terpilih sebagai salah satu dari empat dalam kategori Pariwisata Prioritas Baru di Indonesia. Keempat, Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi

¹⁸ Kabupaten Banyuwangi, "Banyuwangi Terima Stimulus Dana Hibah dari Kemenparekraf," banyuwangikab.go.id, 2020, <https://banyuwangikab.go.id/berita-daerah/banyuwangi-terima-stimulus-dana-hibah-dari-kemenparekraf.html>. (Diakses pada 11 April 2021 pukul 22.13 WIB).

menunjuk Kabupaten Banyuwangi sebagai salah satu dari delapan daerah tujuan perjalanan dinas. Kelima, okupansi hotel di Banyuwangi juga mengalami peningkatan, dimana kondisi hotel pada di tahun 2020 mencapai angka 64,66 sedangkan pada tahun 2019 mencapai angka 60,1.¹⁹ Strategi pengembangan pariwisata di masa pandemi juga membawa dampak positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara pada tahun 2020.



Gambar I. 3 Kunjungan Wisatawan ke Banyuwangi Pada Tahun 2020

Sumber: Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi (2021)

Berdasarkan grafik diatas, secara keseluruhan pada tahun 2020, tercatat jumlah kunjungan wisatawan domestik sebanyak 2.579.460 orang dan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 15.517 orang. Tercatat juga adanya kekosongan kunjungan wisatawan pada bulan April sampai Juni dikarenakan adanya Surat Edaran Bupati Banyuwangi yang menutup seluruh destinasi wisata di Banyuwangi. Terlihat bahwa setelah strategi pariwisata dari Disbudpar Kabupaten Banyuwangi yang kembali membuka sektor pariwisata pada bulan Juli 2020, terjadi peningkatan fluktuatif dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 219%, tetapi juga

¹⁹ Bramuda, *Strategi Pariwisata Banyuwangi Dalam Era Pandemi COVID-19*.

terjadi penurunan yang fluktuatif pada jumlah kunjungan wisatawan domestik sebesar 3.4%. Secara kumulatif, pada tahun 2020, terealisasi jumlah kunjungan wisatawan (domestik dan mancanegara) sebanyak 2.594.977 orang dan telah melampaui target tahun 2020 yang ditetapkan sebesar 540.867 orang.

Melihat keberhasilan Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan dan mempromosikan pariwisatanya telah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Banyuwangi. Meskipun secara ekonomi peningkatan jumlah wisatawan akan memberikan kontribusi pendapatan kepada suatu daerah, namun peningkatan jumlah wisatawan tersebut akan membawa peningkatan resiko kesehatan ²⁰. Dengan kondisi tempat wisata yang ramai membuatnya cenderung menjadi yang lebih kotor dari tempat wisata lainnya. Selain itu, banyaknya jumlah orang yang berada pada suatu tempat wisata tidak menutup kemungkinan menimbulkan kontak antar wisatawan dan penerapan *social distancing* serta penerapan CHSE menjadi kurang efektif. Sehingga akan meningkatkan risiko penularan virus corona dan akan muncul klaster penularan Covid-19 di tempat wisata tersebut. Sehingga perlu diperkuatnya standar penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE di daerah wisata yang memiliki peningkatan kunjungan wisatawan lebih banyak untuk menjamin terlaksananya strategi kesehatan dan keselamatan bagi wisatawan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan, mengingat kondisi pandemi saat ini dan besar dampaknya terhadap sektor pariwisata sehingga berkaitan erat dengan strategi yang diambil oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Berbagai apresiasi dan meningkatnya kunjungan wisatawan di Banyuwangi, tidak lepas dari strategi yang dilaksanakan oleh Disbudpar Banyuwangi di masa pandemi Covid-19. Di masa pandemi Covid-19, pemerintah, pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat di daerah wisata perlu memperhatikan standar CHSE untuk menjamin kesehatan dan keselamatan wisatawan selama perjalanan wisata di masa pandemi. Sehingga melalui strategi pariwisata tersebut dapat menggerakkan dan menjaga

²⁰ Ni Made Dian Kurniasari, "Backpacker Dan Kesehatan Pariwisata di Pulau Bali UNIVERSITAS UDAYANA Februari 2017," 2017.

sustainability dari sektor pariwisata di Banyuwangi di masa pandemi Covid-19. Berkaitan dengan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menyusun studi terkait Manajemen Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam Mengembangkan Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19.

Berikut adalah penelitian terdahulu yang peneliti jadikan referensi sekaligus pembandingan terhadap penelitian yang akan dilaksanakan:

No	Judul	Penulis (Tahun)	Persamaan	Perbedaan
A. Manajemen Strategi				
1	<i>Strategic Management of Industrial Enterprise Digital Maturity in a Global Economic Space of The Ecosystem Economy</i>	T. A. Gileva; M P Galimova; A. V. Babkin; dan M. E. Gorshenina (2021)	Menggali kemungkinan dan merumuskan rekomendasi pemanfaatan ekosistem bisnis sebagai faktor strategis dalam pengembangan usaha industri tradisional menggunakan model manajemen strategis.	Berfokus pada analisis di lingkungan digital bukan pada aspek lingkungan di organisasi sektor publik
2	<i>Enhancing Strategic Management Using a "Quantified VRIO": Adding Value With The MCDA Approach</i>	Nathanaelle N.S. Murcia; Fernando A.F. Ferreira; dan Joao J.M. Ferreira (2022)	Mengkaji tentang manajemen strategis yang dikembangkan untuk menawarkan proses peningkatan bisnis yang inovatif.	Masih berupa hasil analisis dan belum menjelaskan bagaimana <i>best practice</i> pada organisasi khususnya di organisasi sektor publik.
3	<i>Municipal Pathways in Response to COVID-19: a Strategic Management Perspective on Local Public Administration Resilience</i>	Jessica Clement; Giovanni Esposito; dan Nathalie Crutzen (2022)	Mengkaji ketahanan yang diambil oleh Pemerintah Daerah selama pandemi Covid-19 dengan menggunakan literatur manajemen strategik.	Masih berupa saran dan solusi dalam penggunaan teknologi digital sehingga belum menjelaskan secara spesifik peran dari teknologi digital dalam mendukung ketahanan administrasi daerah.
4	<i>Strategic Management During The Financial Crisis: How Firms Adjust Their Strategic Investments in Response to Credit Market Disruptions</i>	Caroline Flammer dan Ioannis Ioannou (2020)	Menyelidiki bagaimana organisasi menyesuaikan investasi mereka dalam sumber daya strategis utama.	Berfokus pada sumber daya organisasi sektor privat (tenaga kerja mereka, belanja modal, R&D, dan CSR).

B. Pengembangan Pariwisata				
1	<i>Developing a Sustainability for Taiwan's Tourism Industry After The COVID-19 pandemic</i>	Ming Chi Tsai (2021)	Analisis dampak pandemi Covid-19 dan strategi pengembangan pariwisata pasca pandemi.	Belum memberikan solusi pengembangan pariwisata secara operasional
2	<i>Building a Development Strategy Towards Community-Based Tourism (CBT) in Thekelan Hamlet</i>	Rezagama, A; Budihardjo, M. A; Zaman, B; Yohana, E; Ramadan, B. S; dan Safitri, R. P. (2021)	Analisis strategi pengembangan pariwisata	Masih belum menjelaskan pengembangan strategi di masa pandemi Covid-19 dan lingkup penelitiannya pada tingkat dusun.
3	<i>The Development Strategy of Puncak Damar Ecotourism</i>	Djuwendah, E.; Karyani, T.; Wulandari, E.; dan Prakarsa, B. (2021)	Analisis strategi pengembangan pariwisata	Masih belum menjelaskan pengembangan strategi di masa pandemi Covid-19 dan memiliki lokus penelitian yang lebih sempit yaitu pada satu lokasi wisata saja.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu terletak pada beberapa aspek perbedaan. Kaitannya dengan manajemen strategi, terdapat beberapa *research gap* sebagai berikut. Pertama, analisis manajemen strategi masih difokuskan untuk mengkaji aspek-aspek organisasional pada sektor privat dan belum menjelaskan bagaimana *best practice* yang sesuai untuk organisasi sektor publik. Kedua, minimnya analisis manajemen strategi pada aspek pengembangan pariwisata. Ketiga, masih belum mengkaji bagaimana manajemen strategi untuk ketahanan dan pengembangan organisasi dalam menghadapi krisis di masa pandemi Covid-19. Kemudian, dari aspek pengembangan pariwisata juga terdapat beberapa *research gap* yang digunakan sebagai pertimbangan pada penelitian ini. Pertama, masih minimnya analisis pengembangan pariwisata yang berbasis pada organisasi sektor publik di tingkat daerah. Kedua, minimnya analisis pengembangan pariwisata yang lingkup penelitiannya tidak hanya berfokus pada satu destinasi wisata saja. Ketiga, masih minimnya analisis *best practice* pengembangan pariwisata di saat terjadinya wabah dan bencana, khususnya pada saat pandemi

Covid-19. Keempat, masih minimnya studi yang memberikan solusi dan saran pengembangan sektor pariwisata secara operasional di masa pandemi Covid-19.

Dari beberapa *research gap* diatas, maka penelitian ini akan berfokus terhadap analisis manajemen strategi pada organisasi sektor publik, yaitu manajemen strategi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam membuka kembali dan mengembangkan sektor pariwisatanya di masa pandemi Covid-19. Secara lebih rinci, analisis akan difokuskan pada proses manajemen strategi (perencanaan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi) pada pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi selama masa pandemi Covid-19.

Menurut Kemenparekraf (2020) penurunan signifikan kedatangan wisatawan mancanegara akan dapat diatasi apabila tercapai kepercayaan terhadap keamanan dan kenyamanan, khususnya penerapan protokol kesehatan Covid-19 untuk mengurangi risiko penularan. Pendapat lainnya, menurut Pei Li rasionalitas pemulihan pariwisata di masa pandemi Covid-19 tidak dapat tercapai dengan sekedar pemulihan PDB atau pengembangan ekonomi daerah, tetapi harus dicapai dengan berpegang pada prinsip kualitas lingkungan dan kesehatan.²¹ Sehingga melalui beberapa pendapat tersebut terdapat *hypothetical statement* atau dugaan sementara bahwa strategi pariwisata Banyuwangi dalam menghadapi Covid-19 dapat memberikan normalisasi sektor pariwisata dan tentunya juga menjamin kesehatan bagi wisatawan yang melakukan perjalanan dan aktivitas wisata di Banyuwangi.

²¹ Li, "Ideal and Rationality of Revitalizing Tourism in the Post-epidemic Era."

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, menghasilkan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana manajemen strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan pariwisata di masa pandemi Covid-19?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan manajemen strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan pariwisata di masa pandemi Covid-19.

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan menghasilkan manfaat sebagai berikut:

I.4.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan secara komprehensif terkait fenomena di masa pandemi Covid-19 dengan relevansinya terhadap teori di studi administrasi negara dan dapat menambah wawasan serta menjadi referensi bagi penelitian yang serupa.

I.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan kontribusi bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam manajemen strategi pengembangan pariwisata yang bertujuan untuk menjamin kesehatan dan keselamatan wisatawan serta menjaga *sustainability* sektor pariwisata Banyuwangi pada masa Pandemi Covid-19. Selain itu, juga dapat memberikan manfaat bagi pemerintah daerah lainnya yang sedang berupaya membuka dan mengembangkan sektor industri pariwisatanya di masa pandemi Covid-19.

I.5 Kerangka Konseptual

I.5.1 Manajemen Strategi

I.5.1.1 Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani Klasik, yaitu *strategos* gabungan dari kata *stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin, adapun *strategos* memiliki arti yaitu “jenderal”. Pada dasarnya kata strategi diambil dari pilihan kata-kata Yunani untuk “pasukan” dan “memimpin” yang mana dalam penggunaannya dapat diartikan sebagai “perencanaan dan pemusnahan musuh-musuh dengan menggunakan secara efektif melalui sarana yang dimiliki”.

Menurut KBBI Daring yang diakses melalui *kbbi.kemdikbud.go.id*, kata strategi berarti: ilmu dan seni dalam menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai; ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh; rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus; dan tempat yang baik menurut siasat perang.²²

Secara harfiah dalam bahasa Yunani strategi memiliki arti “seni dan jenderal” dan dapat diartikan juga sebagai kepemimpinan dalam ketentaraan, dimana mengacu pada apa yang menjadi perhatian utama top manajemen atau manajemen puncak di suatu organisasi. Pada dasarnya strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan. Setiap strategi memiliki dasar dan skema untuk mencapai sebuah sasaran yang dituju.²³

Secara konseptual Mardianto dan Soebianto menjelaskan konsep strategi sebagai sebuah kegiatan, strategi adalah upaya dari individu, perusahaan, atau organisasi sebagai upaya untuk memenangkan persaingan serta tercapainya tujuan organisasional.²⁴

²² Kemendikbud, “KBBI Daring,” *kbbi.kemdikbud.go.id*, diakses 11 April 2021, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

²³ Crown Dirgantoro, *Manajemen Strategik (Konsep, Kasus, dan Implementasinya)* (Jakarta: PT. Grasindo, 2001).

²⁴ Totok Mardianto dan Poerwoko Soebianto, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik Edisi Revisi* (Bandung: AlfaBeta, 2017).

Secara khusus, strategi adalah “penempatan” dari misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan menggunakan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan tertentu dalam mencapai sasaran dan memastikan implementasinya dengan tepat, sehingga akan tercapainya tujuan dan sasaran utama organisasi. Strategi menjadi inti yang khas dalam manajemen strategi, mengacu pada perumusan sasaran dan tujuan organisasi; kebijakan dan program pokok untuk mencapainya; dan metode yang dibutuhkan untuk menjamin pelaksanaan strategi sudah berjalan semestinya untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi tidak bersifat statis, tetapi dinamis, strategi terus mengalami perubahan setiap saat sesuai dengan kondisi lingkungan yang mempengaruhinya.²⁵

Berdasarkan beberapa pengertian strategi yang dijelaskan diatas, pengertian strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keseluruhan rencana atau metode yang ditempuh organisasi untuk mencapai tujuannya, disertai penyusunan cara dan upaya bagaimana pencapaian tujuan tersebut, dan dilaksanakan secara rasional berdasarkan sudut pandang tentang apa yang menjadi tujuan organisasi.

I.5.1.2 Pengertian Manajemen Strategi

Menurut Fred R. David manajemen strategi merupakan seni atau ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan menilai keputusan-keputusan lintas fungsi sebagai upaya untuk mencapai tujuan organisasi. Pada kesimpulannya, manajemen strategi adalah *game plan* dari suatu perusahaan. Manajemen strategi pada konsep milik Fred R. David terdiri dari perencanaan strategi, implementasi strategi dan evaluasi/penilaian strategi.²⁶

Nanawi mendefinisikan manajemen strategis sebagai perencanaan strategi yang berorientasi pada masa depan (visi), diputuskan sebagai keputusan tertinggi yang bersifat mendasar, memungkinkan organisasi bergerak secara efektif (misi), sebagai upaya menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional), dengan

²⁵ George A. Steiner dan John B. Miller, *Kebijakan dan Strategi Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 1998), 18.

²⁶ Fred R. David, *Manajemen Strategis: Konsep*, 10 ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 5.

diprioritaskan untuk mencapai tujuan strategis dan sasaran organisasi secara optimal.²⁷

Sedangkan Aime Heene dkk mendefinisikan manajemen strategi sebagai keseluruhan proses manajemen pada organisasi yang dilakukan secara berulang untuk membentuk nilai dan kapasitas dalam memperluas distribusi kepada pemangku kepentingan terkait maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan. Manajemen strategi memiliki 5 (lima) tugas, yaitu mengembangkan visi dan misi, menerapkan tujuan dan sasaran, merumuskan suatu strategi, mengimplementasikan strategi yang ditetapkan; dan mengevaluasi hasil pelaksanaan strategi sekaligus memberikan pengarahan.²⁸

Berdasarkan berbagai pendapat diatas, adapun pendapat dari Freed R. David menjadi acuan dalam penelitian ini untuk mendefinisikan manajemen strategi. Pendapat dari Fred R. David secara lebih jelas memberikan gambaran bahwa manajemen strategi memiliki proses yang komprehensif mulai dari perencanaan strategi, implementasi strategi dan penilaian strategi yang berdasarkan keputusan-keputusan lintas fungsi.

I.5.1.3 Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi merupakan pendekatan yang logis, objektif, dan sistematis dalam merumuskan strategi pada suatu organisasi. Proses manajemen strategi bertujuan untuk mengelola informasi baik secara kuantitatif maupun kualitatif untuk menghasilkan keputusan yang akurat berdasarkan kondisi lingkungan yang tidak menentu. Pada dasarnya proses manajemen strategi menuntut organisasi untuk menganalisis perubahan lingkungan internal dan eksternal serta tren yang terus berubah, secara berkelanjutan. Fred R. David menjelaskan bahwa terdapat tiga tahapan dalam manajemen strategi:²⁹

²⁷ Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif* (Yogyakarta: Gajah Mada University press, 2003), 32–33.

²⁸ Aime Heene dkk, *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik* (Bandung: Refika Aditama, 2010), 9–10.

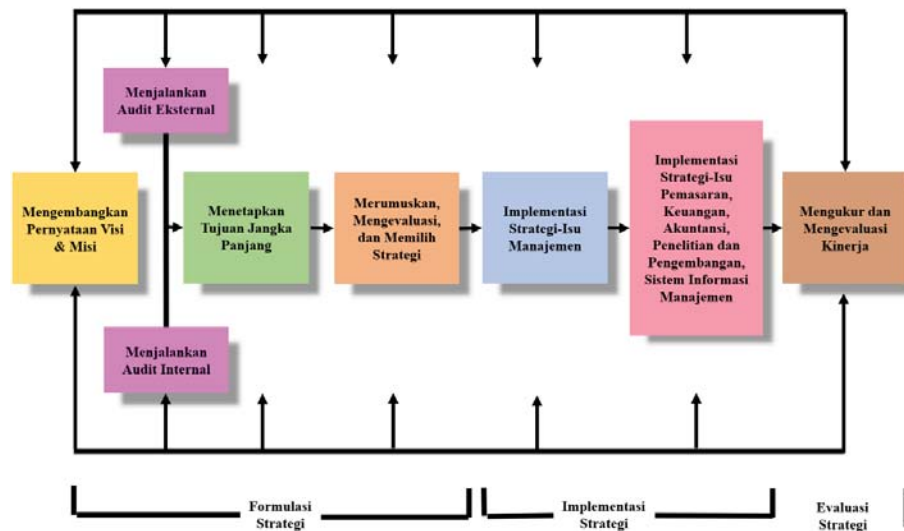
²⁹ David, *Manajemen Strategis: Konsep*, 6–8.

Pertama, formulasi strategi. Formulasi strategi merupakan tahap awal yang terdiri dari: mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman, menentukan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan menentukan strategi yang akan diimplementasikan. Pengambilan keputusan terhadap strategi baik dalam kondisi baik dan buruk memiliki konsekuensi di berbagai bagian fungsional dan memberikan dampak terhadap organisasi.

Kedua, implementasi strategi. Tahap berikutnya melaksanakan strategi yang telah ditetapkan. Tahap implementasi strategi dianggap sebagai tahapan yang paling rumit dalam manajemen strategi. Implementasi strategi direalisasikan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Berbeda dengan perencanaan strategi yang berorientasi efektivitas, implementasi strategi berorientasi pada efisiensi.

Ketiga, evaluasi strategi. Tahap terakhir dalam manajemen strategi adalah evaluasi strategi yang bertujuan untuk mengetahui informasi tentang ketidak berhasilan pelaksanaan strategi. Aktivitas pada evaluasi strategi terdiri dari meninjau ulang faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, dan mengambil tindakan nyata.

Secara lebih jelas untuk memahami proses manajemen, Fred R. David memberikan gambaran atau model komprehensif terkait proses manajemen strategi sebagai berikut.



Gambar I. 4 Model Manajemen Strategi

Sumber: David, Model Manajemen Strategi (2006)

Melalui gambar 1.4 merupakan model komprehensif manajemen strategi dari Fred R. David yang mana menjelaskan pendekatan yang jelas dan praktis terkait proses formulasi, implementasi dan evaluasi strategi. Proses manajemen strategi bersifat dinamis dan berkelanjutan untuk menyesuaikan dengan perubahan. Perumusan visi, misi, tujuan dan strategi menjadi titik awal dalam manajemen strategi, mengingat setiap organisasi dituntut proaktif dalam menyesuaikan kondisi. Setiap komponen pada proses manajemen strategi memiliki hubungan saling mempengaruhi. Apabila satu komponen mengalami perubahan maka satu atau semua komponen akan terdampak. Oleh karenanya, aktivitas manajemen strategi (perencanaan, implementasi, dan evaluasi) harus terus berlanjut dan tidak hanya dilaksanakan secara periodik di akhir atau pertengahan tahun.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti akan menggunakan model komprehensif manajemen strategis dari Fred R. David untuk menganalisis proses manajemen strategis dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan pariwisata di masa pandemi Covid-19.

I.5.1.4 Manfaat Manajemen Strategi

Manajemen strategi bermanfaat bagi organisasi untuk lebih bersifat proaktif dalam menentukan masa depannya, manajemen strategi membantu organisasi untuk memulai dan mempengaruhi tindakan kedepannya sehingga tidak hanya bertindak secara reaktif, dan pada akhirnya akan membantu untuk mengontrol keseluruhan aktivitas jalannya organisasi. Sedangkan secara historis, manajemen strategi memiliki manfaat utama dalam membantu organisasi memformulasikan strategi yang lebih optimal melalui berbagai pendekatan yang lebih sistematis, dan rasional dalam menentukan strategi yang akan diambil kedepannya. Meningkatnya pemahaman dan keterlibatan organisasi menjadi poin penting dari adanya manajemen strategi, baik manajer maupun karyawan menjadi lebih inovatif dan kreatif dalam memahami misi, tujuan, sasaran, dan strategi organisasi. Selain itu, manajemen strategi membantu organisasi dalam membuat keputusan yang efektif. Akan tetapi, manajemen strategi tidak memberikan jaminan keberhasilan dan justru menjadi hambatan apabila diterapkan secara sembarangan.³⁰

Secara lebih jauh, Fred R, David mengklasifikasikan manfaat manajemen strategi menjadi dua, yaitu manfaat secara finansial dan manfaat non finansial. Manfaat manajemen strategi secara finansial dapat ditunjukkan melalui peningkatan penjualan, keuntungan dan peningkatan produktivitas secara signifikan dibandingkan perusahaan yang tidak menggunakan kegiatan perencanaan yang sistematis. Selain manfaat finansial, manajemen strategi juga menawarkan manfaat nyata lainnya, seperti peningkatan kesadaran akan ancaman eksternal, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pesaing, meningkatkan produktivitas, mengurangi penolakan terhadap perubahan, dan memahami hubungan antara kinerja dan penghargaan.³¹

³⁰ Ibid., 20–21.

³¹ Ibid., 21–22.

Greenley dalam *Strategic Management* yang ditulis oleh Fred. R David memberikan pernyataan tentang manfaat manajemen strategi sebagai berikut:

- 1) Memberikan identifikasi, prioritas, dan pemanfaatan peluang.
- 2) Memberikan pandangan objektif tentang isu-isu manajemen.
- 3) Memberikan kerangka kerja untuk meningkatkan koordinasi dan pemantauan.
- 4) Meminimalisir efek buruk dari kondisi dan perubahan.
- 5) Membuat keputusan penting yang lebih ,mengarah terhadap tujuan yang ditetapkan
- 6) Memberikan alokasi waktu dan sumber daya yang lebih efisien untuk mengejar peluang.
- 7) Menghabiskan lebih sedikit waktu dan sumber daya untuk mengoreksi kesalahan atau membuat keputusan tertentu.
- 8) Membuat kerangka kerja untuk komunikasi internal antar anggota.
- 9) Membantu mengintegrasikan perilaku individu ke dalam upaya kolektif.
- 10) Memberikan dasar untuk menjelaskan tanggung jawab individu.
- 11) Mendorong pemikiran yang visioner.
- 12) Memberikan pendekatan kooperatif, terpadu, dan antusias untuk memecahkan masalah dan menangani peluang.
- 13) Mendorong sikap yang terbuka terhadap perubahan
- 14) Memberikan tingkat disiplin dan formalitas dalam manajemen tugas.

I.5.2 Pengembangan Pariwisata

I.5.2.1 Pengertian Pengembangan

Menurut KBBI Daring yang diakses melalui kbbi.kemdikbud.go.id, kata pengembangan berasal dari kata dasar kembang, yang mana kata pengembangan berarti: proses, cara, atau perbuatan mengembangkan. Sehingga dapat diartikan bahwa kata pengembangan adalah suatu proses, cara, atau perbuatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan menyempurnakan tujuan yang sebelumnya.

Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional, Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi,

menjelaskan bahwa pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan untuk memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada, atau menghasilkan teknologi baru.³²

Alkadri menjelaskan bahwa pengembangan adalah suatu kemampuan yang ditentukan oleh apa yang mampu dilakukan melalui apa apa yang diperlukan dan bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup. Menurutnya pengembangan erat kaitannya dengan keinginan menuju perbaikan kondisi yang lebih sempurna dengan disertai kemampuan untuk mewujudkannya.³³

Sehingga dari berbagai penjelasan diatas, pengertian pengembangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keseluruhan cara, proses, atau perbuatan dalam upaya untuk menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk memperbaiki kondisi dan bertujuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan serta untuk menyempurnakan tujuan tersebut.

I.5.2.2 Pengertian Pariwisata

Kata pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Kata pari memiliki arti ‘banyak, berkali-kali dan berputar-putar’, sedangkan wisata memiliki arti ‘perjalanan atau bepergian’. Dalam website Kemendikbud atau KBBI Daring, *kbbi.kemdikbud.go.id*, kata pariwisata didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi, pelancongan dan turisme.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, dijelaskan definisi pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.³⁴

³² Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional, Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi* (Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informasi Deputi Bidang Telematika, 2002).

³³ Dalam Kakambong Alamanda Debbyna, “Studi Deskriptif Tentang Multiplier Effect Pembangunan Kawasan Industri Ngoro Pada Tingkat Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa Lolawang Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto,” *Kebijakan dan Manajemen* 4, no. 1 (2016).

³⁴ Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*.

Definisi pariwisata lainnya dijelaskan oleh Muljadi³⁵ bahwa pariwisata merupakan sebuah aktivitas perubahan tempat tinggal yang bersifat sementara dengan didukung pelayanan dan produk industri pariwisata yang memberikan pengalaman bagi wisatawan dan tidak berhubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah.

Oka A. Yoeti memberikan penjelasan yang membedakan perjalanan yang disebut *travel* dengan perjalanan yang disebut *tourism*, apabila suatu perjalanan didasari untuk bersenang-senang (*for pleasure*) maka bukanlah perjalanan wisata. selain itu, terdapat 4 (empat) kriteria suatu perjalanan dapat disebut sebagai perjalanan wisata: (1) perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya; (2) durasi perjalanan minimal 24 jam atau lebih, kecuali bagi pelancong atau ekskursionis; (3) perjalanan didasari tujuan untuk bersenang-senang bukan mencari nafkah di tempat tujuan perjalanan; dan (4) biaya yang digunakan berasal dari asal tinggal bukan berasal dari selama perjalanan.³⁶

Dari beberapa penjelasan diatas, pengertian pariwisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu aktivitas perjalanan sementara waktu yang dilakukan secara sadar oleh individu atau kelompok untuk memperoleh pelayanan dan produk dari industri pariwisata untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam dan bukan untuk tujuan mencari nafkah.

I.5.2.3 Pengembangan Pariwisata

Sebagaimana yang dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan tepatnya pada pasal 2 menjelaskan bahwa dalam pengelolaan pariwisata sebagai sebuah bisnis, maka setiap usaha yang dilakukan harus mampu menerapkan asas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan. Pengembangan pariwisata di Indonesia dilaksanakan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri dari rencana

³⁵ A.J. Muljadi, *Kepariwisataan dan Perjalanan*, 1 ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 8.

³⁶ Oka A. Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata* (Jakarta: Pradnya Paramita, 2008), 7–8.

induk kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan pariwisata.³⁷

Dalam pengembangan pariwisata, pemerintah berperan sebagai fasilitator dalam pembuat regulasi dan peraturan, kemudian privat berperan sebagai pengembang sekaligus pelaksana pengembangan pariwisata dengan memanfaatkan sumber daya, modal dan jaringan yang dimilikinya, sedangkan masyarakat berperan sebagai *host* sekaligus pelaku pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata di suatu daerah diperlukan karena akan diperolehnya keuntungan dan manfaat ketika pengembangan pariwisata dilakukan seperti terciptanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat, meningkatkan pendapatan daerah, dan pengendalian serta perawatan kekayaan alam dan budaya yang akan dikelola langsung oleh pemerintah daerah.

Undang–Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa terdapat empat bentuk pengembangan pariwisata Indonesia sebagai berikut:

1) Pembangunan industri pariwisata

Pengembangan industri pariwisata meliputi berbagai bentuk mulai dari pembangunan struktur hierarki termasuk fungsinya. Struktur hierarki dan hubungan dalam industri pariwisata mengembangkan daya saing produk pariwisata, kerjasama bisnis pariwisata dan kredibilitas bisnis.

2) Pembangunan destinasi wisata

Pengembangan destinasi wisata terdiri dari berbagai bentuk pembangunan mulai dari pengembangan daya tarik wisata, peningkatan status kehidupan masyarakat sekitar destinasi, pengembangan infrastruktur, fasilitas umum dan fasilitas wisata ke arah pariwisata yang terpadu dan berkelanjutan.

3) Pembangunan kelembagaan

Pengembangan kelembagaan meliputi beberapa aspek, pengembangan organisasi pemerintah di tingkat pusat atau daerah, sektor swasta dan

³⁷ Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*.

masyarakat serta peraturan perundang-undangan dan semua mekanisme operasional di sektor pariwisata.

Sementara itu, Suwanto melalui bukunya yang berjudul *Dasar-dasar Pariwisata*³⁸ menegaskan bahwa tujuan dari pengembangan pariwisata adalah untuk mengembangkan produk dan layanan wisata yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Pengembangan pariwisata saat ini bergerak ke arah yang semakin kompleks sehingga membutuhkan pendekatan dari multidisipliner. Pemerintah memiliki peran yang strategis sebagai fasilitator dalam pengembangan pariwisata bersama dengan pengoptimalan peran *stakeholder* yang bergerak di bidang pariwisata.

Sedangkan menurut I Gede Pitana menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata adalah sebuah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang perlu diperbaiki dengan melalui pemeliharaan segala sesuatu yang sudah berkembang atau dengan menciptakan sesuatu yang baru. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengembangan pariwisata dapat terwujud melalui pemanfaatan berbagai sumber daya lain yang ada di luar sektor pariwisata itu sendiri untuk menunjang keberhasilan pengembangan pariwisata.³⁹

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas, pengembangan pariwisata yang dimaksud pada penelitian ini adalah keseluruhan proses yang dilakukan oleh pemerintah bersama dengan swasta dan masyarakat dalam melaksanakan pembangunan pariwisata berdasarkan perencanaan yang holistik, sistematis, dan mengacu pada perundang-undangan kepariwisataan guna mendapatkan manfaat dari segi ekonomi, sosial, budaya, maupun lingkungan.

I.5.2.4 Prinsip Dasar Pengelolaan Pariwisata

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata merupakan landasan hukum atau peraturan dalam perencanaan dan pengelolaan industri pariwisata di Indonesia. Berkaitan dengan prinsip dasar pengelolaan pariwisata,

³⁸ Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2004), 55.

³⁹ I Gede Pitana dan I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2009), 56.

dijelaskan dalam pasal 2 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menjelaskan bahwa dalam pengelolaan pariwisata sebagai sebuah bisnis, maka setiap usaha yang dilakukan harus mampu menerapkan asas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan.⁴⁰

Cox menjelaskan bahwa terdapat beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan pariwisata, yaitu:⁴¹

1. Pembangunan dan pengembangan pariwisata yang berdasarkan pada kearifan lokal dan *special local sense* atau yang merefleksikan kekhasan dan keunikan lingkungan
2. Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya pengembangan pariwisata
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang berasal dari lingkup budaya lokal
4. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal
5. Memberikan legitimasi terhadap pembangunan dan pengembangan pariwisata, jika terbukti bermanfaat positif, tetapi sebaliknya, mengendalikan atau menghentikan pembangunan dan pengembangan pariwisata yang melampaui *carrying capacity* atau ambang batas lingkungan alam atau aksesibilitas sosial.

Berkaitan dengan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa prinsip utama dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata saat ini adalah bagaimana menciptakan keseimbangan keberadaan manusia ketika berwisata di tempat wisata dengan lingkungan yang berada di tempat wisata tersebut.

I.5.2.5 Unsur-unsur Pengembangan Pariwisata

Gamal Suwanto menjelaskan bahwa terdapat pokok-pokok perhatian dalam memaksimalkan pengembangan pariwisata, antara lain;⁴²

1. Objek dan Daya Tarik Wisata

⁴⁰ Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*.

⁴¹ Pinata dan Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, 81.

⁴² Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata*, 19–23.

Daya tarik wisata adalah potensi yang mendorong hadirnya wisatawan ke suatu daerah wisata. Pada umumnya daya tarik wisata berdasarkan pada:

- a. Adanya sumber daya yang membuat senang, indah, nyaman dan bersih
- b. Adanya aksesibilitas tinggi untuk dapat mengunjunginya
- c. Adanya spesifikasi/ciri khusus
- d. Adanya sarana dan prasarana penunjang bagi wisatawan
- e. Objek wisata memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan, dan lain-lain)
- f. Objek wisata dalam bentuk atraksi kesenian, upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam objek wisata karya manusia di masa lampau.

2. Prasarana Wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam maupun sumber daya buatan manusia yang mutlak dan dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan wisata (seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, jembatan, dan lain sebagainya).

3. Sarana Wisata

Sarana pariwisata adalah kelengkapan daerah wisata yang diperlukan oleh wisatawan dalam memenuhi kebutuhannya dan menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata perlu disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan (seperti hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran, dan sarana pendukung lainnya).

4. Tata Laksana/Infrastruktur

Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana di daerah wisata, baik yang berupa pengaturan fisik di atas permukaan tanah ataupun di bawah tanah (seperti sistem pengairan, sumber aliran listrik dan jalur moda transportasi).

5. Masyarakat/Lingkungan

Masyarakat atau warga yang tinggal di daerah wisata perlu mengetahui apa yang dibutuhkan oleh wisatawan. Penting peran dari pemerintah untuk memberikan penyuluhan kepada masyarakat akan sadar wisata sehingga dengan terbinanya masyarakat akan memberikan dampak positif terhadap keuntungan yang diberikan oleh wisatawan. Selain itu, juga diperlukan upaya pelestarian lingkungan melalui implementasi dan penegakan kebijakan dan aturan untuk menjaga keberlangsungan tempat wisata.

Oka A. Yoeti menjelaskan bahwa terdapat 3 (tiga) unsur penting dalam mengembangkan produk industri pariwisata:⁴³

1) *Accessibilities of the destinations*

Merupakan semua prasarana yang diperlukan untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk dapat sampai ke lokasi destinasi wisata. Adapun yang dimaksud dalam kelompok aksesibilitas adalah pelabuhan, bandara, terminal, stasiun, telekomunikasi, listrik, dan air.

2) *Facilities of the destinations*

Merupakan segala bentuk fasilitas pelayanan yang dibutuhkan bagi wisatawan selama berkunjung dan tinggal di destinasi wisata. Adapun yang dimaksud fasilitas antara lain seperti: hotel, motel, restoran, bar, cafe, diskotik, pusat perbelanjaan, dan toko oleh-oleh.

3) *Attraction of the destinations*

Merupakan objek atau atraksi yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang mengunjungi destinasi wisata. Adapun yang dimaksud dalam atraksi contohnya, yaitu: pemandangan alam, kesenian budaya, event, festival, dan kegiatan olahraga.

⁴³ Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, 16–17.

Pendapat lainnya juga dikemukakan oleh Cooper, yang menjelaskan bahwa terdapat empat unsur dalam pengembangan suatu destinasi wisata, antara lain:⁴⁴

1. *Attractions*

Attractions adalah hasil buatan manusia yang berupa keindahan alam atau *event* yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Pada umumnya berdasarkan kepemilikannya, atraksi terpisah dengan industri pariwisata.

2. *Amenities*

Amenities adalah sistem pendukung pariwisata yang berupa fasilitas dan layanan dalam suatu destinasi wisata, yang mana juga berkaitan dengan sektor lainnya. Adapun bentuk *amenities* adalah seperti akomodasi, *food and beverage service*, dan jasa lainnya.

3. *Access*

Access adalah sistem yang mengefisiensikan transportasi untuk perjalanan wisata. sistem akomodasi tersebut dapat berupa jalur bersepeda, bus, dan moda transportasi lainnya.

4. *Ancillary Services*

Ancillary services mencakup pemasaran, pengembangan dan kordinir aktivitas wisata, yang mana dapat berupa organisasi publik/pemerintah dan swasta. Beberapa organisasi tersebut dapat mencakup wilayah nasional maupun regional.

Beberapa pandangan tersebut nantinya digunakan untuk merumuskan perencanaan pembangunan destinasi wisata di Kabupaten Banyuwangi dan diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemangku kepentingan dalam mengembangkan pariwisata Banyuwangi di masa pandemi Covid-19.

I.6 Definisi Konsep

a. Manajemen Strategi

⁴⁴ Chris Cooper dkk., *Tourism: Principles and Practice* (London: Pitman Publishing, 2005), 84–86.

Keseluruhan proses manajemen yang terdiri dari perencanaan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi dari keputusan-keputusan lintas fungsi sebagai upaya untuk mencapai tujuan organisasi.

b. Perencanaan Strategi

Tahap awal yang terdiri dari mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman, menentukan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan menentukan strategi yang akan diimplementasikan.

c. Implementasi Strategi

Tahapan pelaksanaan strategi yang terdiri dari pengembangan program, anggaran dan prosedur.

d. Evaluasi Strategi

Tahapan terakhir dalam manajemen strategi yang bertujuan untuk menilai pelaksanaan strategi. Aktivitas pada evaluasi strategi terdiri dari meninjau ulang faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, dan mengambil tindakan nyata.

e. Pengembangan Pariwisata

Keseluruhan proses yang dilakukan oleh pemerintah bersama dengan swasta dan masyarakat dalam melaksanakan pembangunan pariwisata berdasarkan perencanaan yang holistik, bersistem, dan mengacu pada perundang-undangan kepariwisataan guna mendapatkan manfaat dari segi ekonomi, sosial, budaya, maupun lingkungan.

f. Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19

Konsep pengembangan pariwisata dengan dibarengi penerapan disiplin protokol CHSE di tempat wisata untuk menekan dan mencegah penularan Covid-19 di tempat destinasi wisata disertai dengan penerapan adaptasi kebiasaan normal baru atau *New Normal* bagi pelaku industri pariwisata.

I.7 Metode Penelitian

Menurut Lexy J. Moleong metode penelitian adalah seperangkat instrumen yang merupakan strategi untuk menjawab permasalahan penelitian secara ilmiah

guna memperoleh pengetahuan kebenaran ilmiah.⁴⁵ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memahami suatu fenomena yang diteliti secara holistik dan dengan cara deskripsi yang berbentuk kata-kata dan bahasa yang selanjutnya akan menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur statistik ataupun prosedur kuantitatif lainnya. Penelitian kualitatif, penelitian dapat memahami suatu fenomena berdasarkan berdasarkan pandangan dan pemahaman dari subjek atau individu-individu yang diteliti. Oleh karena itu, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif.⁴⁶

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kerangka konseptual yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini berupaya untuk mengamati dan menganalisis manajemen strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan pariwisata di masa pandemi Covid-19. Melalui penelitian kualitatif akan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data yang diinginkan sehingga dapat menjawab rumusan masalah secara detail.

I.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian deskriptif adalah bentuk penelitian yang bertujuan untuk menyajikan gambaran suatu situasi, latar sosial, atau hubungan yang berfokus pada bagaimana dan siapa yang mempersanyakannya.⁴⁷ Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif untuk menggambarkan dan mendeskripsikan realitas fenomena di lapangan melalui pengalaman dan pandangan dari informan secara objektif. Sehingga penelitian ini mampu menjelaskan dan mendeskripsikan strategi pengembangan wisata sehat oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam menjamin kesehatan wisatawan di masa pandemi Covid-19.

⁴⁵ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 14.

⁴⁶ John W. Creswell, *Research design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, 4 ed. (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 24.

⁴⁷ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 125.

I.7.2 Lokasi Penelitian

Menurut Moleong lokasi penelitian adalah tempat beradanya objek penelitian. Adapun cara terbaik dalam menentukan lokasi penelitian adalah berdasarkan alasan rasional dimana mempertimbangkan masalah yang sedang diteliti dan bagaimana cara memperoleh data. Oleh karena itu, ditentukan beberapa tempat yang menjadi lokasi penelitian, yaitu:⁴⁸

1. Kantor Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, yang beralamatkan di Jl. Jend. A. Yani 74, Taman Baru, Kec. Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68416. Alasan dipilihnya lokasi tersebut karena berkaitan langsung dengan sumber-sumber data primer terkait perumus dan pelaksana strategi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi.
2. Kantor Balai Konservasi Sumber Daya Alam Seksi Konservasi Wilayah V Banyuwangi, yang beralamatkan di Jl. KH. Agus Salim No. 132 Banyuwangi. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi di Taman Wisata ALam Kawah Ijen..
3. Taman Wisata Alam Kawah Ijen, yang beralamatkan di Curah Macan, Tamansari, Kec. Licin, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68454. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan tipe wisata alam gunung di Banyuwangi.
4. Wisata Pantai Grand Watudodol, yang beralamatkan di Jl. Raya Situbondo, Parasputih, Bangsring, Wongsorejo, Banyuwangi, Jawa Timur. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan tipe wisata alam pantai di Banyuwangi.
5. Wisata De-Djawatan, yang beralamatkan di Purwosari, Benculuk, Kec. Cluring, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68482. Alasan dipilihnya

⁴⁸ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*.

lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan tipe wisata alam berupa hutan di Banyuwangi.

6. Wisata Rafting Kalisawah, yang beralamatkan di Dusun Sumberagung, Desa Sumberbulu, Kec. Songgon, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68463. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan tipe wisata olahraga rafting di Banyuwangi.
7. Wisata Air Terjun Telunjuk Dewa Raung, yang beralamatkan di Dusun Sumber Asih, Desa Sumberarum, Kec. Songgon, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68463. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan tipe wisata alam berupa air terjun di Banyuwangi.
8. Rumah Digital Gombengsari, yang beralamatkan di Lingk. Kacangan Asri, Kel. Gombengsari, Kec. Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan desa wisata di Banyuwangi.
9. Hotel Santika, yang beralamatkan di Jl. Letjen S Parman No.15, Sobo, Kec. Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68418. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan hotel di Banyuwangi.
10. Hotel Luminor, yang beralamatkan di Jl. Yos Sudarso No.66, Lingkungan Sukowidi, Klatak, Kec. Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68421. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan hotel di Banyuwangi.
11. Waroeng Kemarang, yang beralamatkan di Jl. Perkebunan Kalibendo No.KM.5, Dusun Wonosari, Taman Suruh, Kec. Glagah, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68432. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah

untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan rumah makan di Banyuwangi.

12. Warung Mbok Wah, yang beralamatkan di Jl. Gembrung No.220, Lingkungan Watu Ulo R, Bakungan, Kec. Glagah, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68431. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang pelaksanaan strategi dari perwakilan rumah makan di Banyuwangi.

I.7.3 Teknik Penentuan Informan

Menurut Lincoln dan Guba dalam Moleong (2017) pada sebuah penelitian, adanya informan berperan sebagai *sampling internal* atau membantu dalam mendapatkan informan sebanyak mungkin dalam waktu yang terbatas. Sebagai *sampling internal*, informan bermanfaat untuk bertukar pikiran dan menjadi pembanding dengan fenomena yang berasal dari subjek lainnya. Adapun metode pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana menentukan kriteria tertentu sebagai informan dan tidak dilakukan pemilihan secara acak. Kriteria informan dalam peneliti ini adalah unit analisis berdasarkan kebutuhan, yang mampu menjelaskan manajemen strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan pariwisata di masa pandemi Covid-19.⁴⁹

Purposive select adalah pemilihan secara sengaja dan penuh perencanaan terhadap informan yang dapat membantu peneliti dalam memahami permasalahan yang diteliti.⁵⁰ Teknik penentuan informan secara *purposive* pada penelitian ini dilakukan dengan menentukan *key informan* atau informan kunci. Setelah menentukan pihak yang menjadi *key informan*, maka penentuan informan selanjutnya dilakukan dengan teknik *snowball* guna memperoleh informan lanjutan. Peran adanya informan lanjutan bagi peneliti adalah untuk memperoleh data yang lebih lengkap, rinci dan variatif. Adapun, dalam teknik *snowball*, *key informan* memiliki peran sebagai penunjuk terkait siapa informan lanjutan yang

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Creswell, *Research design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, 253.

dapat menjelaskan dan memberikan informasi kepada peneliti. Melalui data dan dokumen terkait, peneliti menetapkan pihak yang memiliki posisi strategis dan mampu menyampaikan manajemen strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam Mengembangkan pariwisata di masa pandemi Covid-19. Pemilihan informan kunci dalam penelitian ini berlandaskan Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 56 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Sehingga ditentukanlah beberapa informan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bapak M. Y. Bramuda, S.Sos., MBA, MM selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Alasan memilih informan tersebut karena memiliki kapasitas sebagai kepala dinas untuk memberikan informasi tentang strategi pengembangan pariwisata selama pandemi Covid-19 dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.
2. Bapak Ainur Rofiq, S.Sos., MM selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, alasan dipilihnya informan karena menempati jabatan strategis yang terlibat langsung dalam perumusan dan pelaksanaan strategi pengembangan pariwisata selama pandemi Covid-19 dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.
3. Bapak Edy Mulyono, S.T. selaku Kepala Bidang Produk Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, alasan dipilihnya informan karena menempati jabatan strategis yang terlibat langsung dalam perumusan dan pelaksanaan strategi pengembangan pariwisata selama pandemi Covid-19 dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.
4. Bapak Iswanto, S.Pd. selaku Kepala Seksi Pengembangan dan Pengelolaan Destinasi Wisata dan Pemberdayaan Sumber Daya Jasa Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, alasan dipilihnya informan karena menempati jabatan strategis yang

terlibat langsung dalam perumusan dan pelaksanaan strategi pengembangan pariwisata selama pandemi Covid-19 dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

5. Bapak Purwantono, S.Hut, M.P selaku Kepala Seksi Konservasi Wilayah V Banyuwangi BKSDA Jawa Timur (Situbondo, Bondowoso, Jember, Banyuwangi. alasan dipilihnya informan karena menempati jabatan strategis yang memiliki kapasitas untuk memberikan informasi pelaksanaan strategi di TWA Kawah Ijen.
6. Bapak Abdul Azis selaku Koordinator Pengelola Wisata Pantai Grand Watudodol, alasan dipilihnya informan karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi tentang pelaksanaan strategi di wisata pantai Grand Watudodol.
7. Bapak Budi Santoso, S.T. selaku Koordinator Pengelola Wisata sekaligus pemilik Wisata KaliSawah, alasan dipilihnya informan karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi tentang pelaksanaan strategi di wisata rafting KaliSawah.
8. Bapak Bagus Joko, S.P. selaku Koordinator Pengelola Wisata De-Djawatan, alasan dipilihnya informan karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi tentang pelaksanaan strategi di wisata De-Djaawatan.
9. Bapak Sugeng Setyawan selaku Koordinator Pengelola Wisata Air Terjun Telunjuk Dewa Raung, alasan dipilihnya informan karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi tentang pelaksanaan strategi di wisata air terjun Telunjuk Dewa Raung.
10. Bapak Abdurrahman selaku Ketua Pokdarwis Kelurahan Gombengsari, alasan dipilihnya informan karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi tentang pelaksanaan strategi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari
11. Bapak Andriyan Nur Fiana selaku *Front Office Manager* Hotel Santika Banyuwangi, alasan dipilihnya informan karena memiliki kapasitas

untuk memberikan informasi tentang pelaksanaan strategi dari pihak pengelola hotel di Banyuwangi.

12. Bapak Dimas Qurohman selaku *Front Office Manager* Hotel Luminor Banyuwangi, alasan dipilihnya informan karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi tentang pelaksanaan strategi dari pihak pengelola hotel di Banyuwangi.
13. Bapak Wahyu Fuji Wirawan selaku Manajer Waroeng Kemarang, alasan dipilihnya informan karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi tentang pelaksanaan strategi dari pihak pengelola rumah makan di Banyuwangi.
14. Ibu Puji selaku Pengelola Rumah Makan Mbok Wah, alasan dipilihnya informan karena memiliki kapasitas untuk memberikan informasi tentang pelaksanaan strategi dari pihak pengelola rumah makan di Banyuwangi.

I.7.4 Teknik Pengumpulan

Pengumpulan data adalah tahapan penting dalam sebuah penelitian karena data yang diperoleh peneliti nantinya akan dianalisis dan diinterpretasikan guna menjawab permasalahan. Adapun data yang diperoleh dalam penelitian dibedakan menjadi data primer dan data sekunder.

1.7.4.1 Data Primer

Data primer adalah data asli yang diperoleh langsung melalui sumber primer atau langsung dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui tangan pertama atau secara langsung dari kepala dinas dan jabatan strategis di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Adapun metode yang digunakan penelitian ini untuk mengumpulkan data primer adalah wawancara dan observasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data melalui interview atau tanya-jawab dengan partisipan, baik secara langsung, telepon, atau terlibat dalam *focus group interview* (wawancara dalam kelompok). Secara umum, dalam sebuah

wawancara memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang tidak terstruktur (*unstructured*) dan bersifat terbuka (*open-ended*) untuk membuka opini dan pandangan dari partisipan.⁵¹

Metode wawancara dalam penelitian ini dilaksanakan dengan cara tidak terstruktur dan *indepth interview* (wawancara secara mendalam) dengan bertatap muka secara langsung dengan informan. Pemilihan wawancara tidak terstruktur bertujuan agar proses interview terhadap informan berjalan secara fleksibel dan sesuai dengan keadaan di lapangan. Berkaitan dengan *indepth interview* dengan cara bertatap muka langsung adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dan mendapatkan pertimbangan lainnya terkait gerak dan mimik dari informan.

2. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data melalui kegiatan turun lapangan secara langsung dan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian.⁵² Adapun observasi dalam penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi dan beberapa objek wisata, restoran serta hotel di Banyuwangi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati strategi pemerintah dengan berperan sebagai pengunjung dan mengumpulkan bukti-bukti pendukung melalui dokumentasi.

1.7.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari informan dan didapatkan melalui dokumen-dokumen yang tersedia atau diinformasikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi atau yang disebut dokumen privat. Selain dokumen privat, juga ada dokumen publik yang digunakan untuk mengumpulkan data, seperti makalah, koran, dan laporan kantor.

⁵¹ Ibid., 254.

⁵² Ibid.

I.7.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yang dilakukan dengan memaparkan serta menginterpretasi secara mendalam. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono terdapat tiga alur analisis data kualitatif, antara lain:⁵³

1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang diperoleh di lapangan. Reduksi data adalah bentuk analisis data yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik kesimpulan dan diverifikasi. Reduksi data dapat dilakukan melalui pemberian kode, meringkas, memberikan catatan dan membuat poin-poin terhadap data yang diperoleh di lapangan.

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan terhadap hasil yang nantinya diperoleh dalam wawancara dengan informan supaya data yang akan disajikan nantinya tidak keluar dari batasan penelitian. Sehingga dapat diperoleh data yang terpusat, relevan dan fokus terhadap manajemen strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan pariwisata di masa pandemi Covid-19.

2. Penyajian data

Setelah melakukan reduksi data, tahapan berikutnya dalam menyajikan data. Proses penyajian data dilakukan dengan menyusun data dan informasi untuk memudahkan dalam menarik kesimpulan. Menurut Miles dan Huberman dalam penyajian data penelitian kualitatif sering dilakukan melalui teks yang bersifat naratif. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan melalui transformasi data yang sudah direduksi menjadi bentuk tulisan atau teks yang mudah dipahami, yaitu dalam bentuk narasi tentang manajemen strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan pariwisata di masa pandemi Covid-19.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: AlfaBeta, 2015).

3. Verifikasi dan penarikan kesimpulan

Kemudian, untuk alur selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Tahapan ini merupakan proses peninjauan kembali data yang telah disajikan sehingga diperoleh penarikan arti atau makna dari permasalahan yang diteliti. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan didasarkan hasil interpretasi teoritik terhadap data yang diperoleh dari penyajian data tentang strategi pengembangan pariwisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi di masa pandemi Covid-19, yang mana digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Sehingga melalui proses verifikasi dan penarikan kesimpulan maka akan mendapat validitas jawaban/kesimpulan dari permasalahan penelitian yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

1.7.6 Teknik Uji Keabsahan Data

Pada penelitian ini, uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber data. Triangulasi adalah cara untuk menelaah suatu permasalahan dari beberapa sudut pandang guna meningkatkan keakuratan. Melalui pelaksanaan triangulasi, peneliti akan dapat mengecek kembali hasil temuannya di lapangan melalui perbandingan dengan beberapa sumber, metode, dan waktu yang berbeda.⁵⁴

Dalam penelitian ini digunakan triangulasi sumber data, dimana melakukan perbandingan dan pengecekan kembali keabsahan dari data dan informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Triangulasi data dilakukan dengan pengumpulan data dari berbagai sumber yang berbeda, kemudian dibandingkan untuk menentukan keabsahannya.⁵⁵ Adapun dalam penelitian ini, triangulasi sumber data dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

1. Membandingkan keadaan dan perspektif pendapat dari informan yang berbeda, seperti masyarakat biasa. Tidak dapat dipungkiri bahwa perspektif dan pandangan yang dikatakan seseorang akan berbeda dengan orang yang

⁵⁴ Ibid., 372.

⁵⁵ Creswell, *Research design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, 269.

lainnya. Sehingga peneliti akan membandingkan pendapat dari pihak pihak Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang terlibat dalam strategi pengembangan pariwisata Banyuwangi di masa pandemi Covid-19 dengan pendapat yang diberikan oleh pihak Disbudpar Banyuwangi, pengelola destinasi wisata, pengelola hotel dan pengusaha restoran atau pengusaha rumah makan.

2. Membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. Sehingga peneliti akan membandingkan hasil wawancara dengan informan terhadap dokumen-dokumen yang diperoleh melalui observasi.

Alasan dipilihnya triangulasi sumber data sebagai uji keabsahan data karena peneliti ingin memberikan deskripsi secara komprehensif dan relevan tentang strategi pengembangan pariwisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi selama masa pandemi, yang mana pengumpulan datanya dilakukan melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat. Sehingga hasil yang diperoleh melalui proses wawancara menjadi hasil yang sah dan akurat terkait manajemen strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan pariwisata di masa pandemi Covid-19.