

**LAPORAN AKHIR**  
**PENELITIAN INTERNAL DOSEN**  
**Progam Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu**  
**Sosial dan Ilmu Politik**



**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI WISATA KABUPATEN**  
**BOJONEGORO MELALUI PROGRAM PINARAK BOJONEGORO**

**Tim Peneliti:**

**Junadi, S.Sos., M.Si**  
**Ana Kumalasari, S.A.P., M.A.P**  
**Meilinda Putri Haryono**

*Dibiayai oleh:*

*Universitas Bojonegoro*

*Periode 1 Tahun Anggaran 2024/2025*

**Nomor Kontrak:**

**017/ LPPM /-LIT / UB / XI/ 2024**

**UNIVERSITAS BOJONEGORO**

**2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PROPOSAL PENELITIAN PENDANAAN PERGURUAN TINGGI**

1. **Judul Penelitian** : Strategi Pengembangan Industri Wisata Kabupaten Bojonegoro melalui Program Pinarak Bojonegoro
2. **Ketua Peneliti**
  - a. Nama Peneliti : Junadi, S.Sos., M.Si
  - b. NIDN : 0706036901
  - c. Program Studi : Ilmu Administrasi Publik
  - d. E-mail :
  - e. Bidang Keilmuan : Social Humaniora
3. **Anggota Peneliti 1**
  - a. Nama Dosen : Ana Kumalasari, S.A.P., M.A.P
  - b. NIDN : 0720089402
  - c. Program Studi : Ilmu Administrasi Publik
  - d. E-mail : anakumala30@gmail.com
  - e. Bidang Keilmuan : Social Humaniora
- Anggota Peneliti 2**
  - a. Nama Mahasiswa : Meilinda Putri Haryono
  - b. NIM : 20632011066
  - c. Program Studi : Ilmu Administrasi Publik
  - d. E-mail :
  - e. Bidang Keilmuan : Sosial Humaniora
4. Jangka Waktu Penelitian : 6 Bulan
6. Lokasi Penelitian : Kabupaten Bojonegoro
7. Dana Diusulkan : 3.000.000

Bojonegoro, 20 Februari 2025

**Mengetahui,**  
Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Pengusul,

**Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.**  
NIDN 07 2108 8601

  
**Junadi, S.Sos., M.Si**  
NIDN. 07 0603 6901

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan alhamdulillahirabbil'alamin, peneliti mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat kesehatan dan kesempatan hingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul : Strategi Pengembangan Industri Wisata Kabupaten Bojonegoro melalui Program Pinarak Bojonegoro. Shalawat beriring salam peneliti hadiahkan untuk Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan dan pengajaran, sehingga terbukalah berbagai hikmah ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi umat manusia. Penulisan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat Tri Darma Perguruan Tinggi dalam konteks penelitian.

## DAFTAR ISI

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| BAB I. PENDAHULUAN .....                         | 1  |
| 1.1 Latar Belakang.....                          | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                         | 2  |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                      | 2  |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                     | 3  |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....                    | 4  |
| 2.1 Landasan Teori .....                         | 4  |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                   | 7  |
| 2.3 Kerangka Konsep Penelitian.....              | 9  |
| BAB III. METODE PENELITIAN.....                  | 10 |
| 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....        | 10 |
| 3.2 Lokasi Penelitian .....                      | 10 |
| 3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data ..... | 10 |
| 3.4 Analisis Data.....                           | 12 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....               | 14 |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                       | 14 |
| 4.2 Pembahasan .....                             | 16 |
| BAB V. PENUTUP.....                              | 25 |
| 5.1 Kesimpulan.....                              | 25 |
| 5.2 Saran .....                                  | 27 |
| Daftar Pustaka .....                             | 28 |
| Bukti Submit .....                               | 29 |

## **DAFTAR TABEL**

|           |                                |    |
|-----------|--------------------------------|----|
| Tabel 2.1 | Matriks Analisis SWOT.....     | 5  |
| Tabel 2.2 | Penelitian Terdahulu .....     | 7  |
| Tabel 4.1 | Rancangan Anggaran Biaya ..... | 14 |
| Tabel 4.2 | Jadwal Penelitian.....         | 15 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual..... | 9 |
|-------------------------------------|---|

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan industri wisata di Kabupaten Bojonegoro melalui program *Pinarak Bojonegoro*, sebuah inisiatif pemerintah daerah yang dirancang untuk meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat ekonomi lokal. Pendekatan kualitatif digunakan dengan metode studi kasus yang melibatkan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen terkait. Temuan menunjukkan bahwa program *Pinarak Bojonegoro* memfokuskan pada promosi destinasi wisata, penguatan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal, serta pengembangan infrastruktur pendukung wisata. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan mendukung pertumbuhan ekonomi wilayah. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan, seperti keterbatasan anggaran dan kebutuhan peningkatan kapasitas sumber daya manusia lokal dalam bidang pariwisata. Rekomendasi diberikan untuk memperkuat sinergi antar pemangku kepentingan, memperbaiki fasilitas wisata, dan melakukan kampanye pemasaran yang lebih terarah. Dengan pendekatan yang berkelanjutan, program *Pinarak Bojonegoro* diharapkan dapat menjadi model pengembangan wisata yang efektif bagi daerah lain di Indonesia.

Keyword : Strategi, Pengembangan, Wisata, Pinarak, Bojonegoro, Program

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif semakin menguat pasca pandemi meski belum mencapai level prapandemi. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada triwulan I 2023 secara kumulatif mencapai 2,5 juta kunjungan atau naik 508,87% dibandingkan periode sama tahun 2022. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pun memprediksi kunjungan wisman hingga akhir tahun ini bisa menembus kurang lebih sebanyak 9 juta kunjungan. Sektor pariwisata merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia dan menjadi penyumbang devisa utama. *Organization for Economic Co-Operation and Development* (OECD) dalam laporan *Tourism Trends and Policies 2022* menyebutkan pada 2019, sektor pariwisata menyumbang 5,0% dari pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia. Namun, hantaman pandemi Covid-19 di 2020 mengakibatkan turunnya kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 56% yaitu menjadi hanya 2,2% dari total ekonomi ([mediakeuangan.kemenkeu.go.id](http://mediakeuangan.kemenkeu.go.id), diakses pada tanggal 09 Januari 2024).

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan infrastruktur. Kabupaten Bojonegoro memiliki potensi wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, budaya, hingga wisata edukasi. Meskipun demikian, potensi wisata tersebut belum sepenuhnya termanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat setempat. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala, seperti kurangnya promosi yang efektif, infrastruktur yang belum memadai, serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pariwisata sebagai sektor unggulan.

Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro meluncurkan program Pinarak Bojonegoro, yang bertujuan untuk

memperkenalkan dan mempromosikan potensi wisata lokal. Program ini difokuskan pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, penguatan identitas budaya lokal, dan peningkatan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Melalui Pinarak Bojonegoro, pemerintah daerah berharap dapat menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Program ini juga mencakup berbagai kegiatan seperti festival budaya, pemasaran digital, serta kemitraan dengan pelaku usaha dan komunitas lokal.

Namun, keberhasilan program ini memerlukan strategi yang terencana dan pelaksanaan yang konsisten agar mampu menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan industri wisata di daerah. Strategi pengembangan pariwisata yang efektif harus mampu mengintegrasikan aspek promosi, infrastruktur, pengembangan sumber daya manusia, dan pelibatan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menganalisis strategi pengembangan yang diterapkan melalui Pinarak Bojonegoro, mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambatnya, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas program ini dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah maupun pemangku kepentingan lainnya dalam merancang dan mengimplementasikan kebijakan pengembangan pariwisata yang inovatif dan berkelanjutan di Bojonegoro.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan industri wisata kabupaten bojonegoro melalui Program Pinarak Bojonegoro?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan industri wisata kabupaten bojonegoro melalui Program Pinarak Bojonegoro

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Ilmu Pengetahuan, Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam strategi pengembangan wisata.
2. Kegunaan praktis penelitian ini adalah bisa bermanfaatnya penelitian ini bagi institusi public atau pemerintah sebagai panduan untuk dapat meningkatkan interaksi dan partisipasi publik dalam berbagai program atau kebijakan yang dilaksanakan, sehingga tercipta hubungan yang lebih positif dan partisipatif dengan masyarakat, terutama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro.
3. Untuk Universitas Bojonegoro, penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan kapasitas keilmuan terutama yang berkaitan dengan strategi pemerintah dalam pengembangan potensi daerah.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **a. Manajemen Strategi**

Pengetahuan yang dikutip oleh Kusumadmo (2013), kata strategi secara etimologis berasal dari kata Strategos dalam bahasa Yunani yang terbentuk dari kata stratos atau tentara dan kata ego atau pemimpin. Dalam *Oxford Learner's Pocket Dictionaries* (2010), *Strategy (noun)* : *a plan of action designed to achieve a long-term or overall aim*. Jika diartikan kedalam bahasa Indonesia berarti rencana aksi yang dirancang untuk mencapai jangka panjang atau tujuan secara keseluruhan.

Dalam perkembangannya, konsep strategi terus mengalami perubahan dan kritikan. Konsep strategi yang membuat kesesuaian (fit) antara kondisi internal organisasi dan lingkungan luarnya dianggap tidak cukup. Kritik dan perbaikan konsep strategi terus berlanjut sesuai dengan tuntutan perubahan. Beberapa pencetus strategi yang relatif populer adalah Michael E. Porter (1980-an) dengan strategi generiknya, yang bertumpu pada pasar (market base). Kemudian dengan kritik terhadap Porter, G. Hamel dan CK. Prahalad (awal 1990-an) mengemukakan strategi yang bertumpu pada *Resources based* dengan *Core Competence*. Kemudian dengan landasan adanya lingkungan persaingan yang semakin dinamis Ricard A. D'Aveni (pertengahan 1990-an) mengemukakan strategi bersaing dalam *Hypercompetition*. Situasi dengan tingkat persaingan yang dinamis ditambah dengan kompleksitas.

Promosi yang efektif dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata dan menciptakan citra positif yang akan menarik wisatawan. Strategi promosi yang menggunakan pendekatan digital seperti media sosial juga terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas (Kirom, N. R., Sudarmiatin, & Putra, 2016) (Hudson & Thal, 2013).

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana

peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis.

**TABEL 2.1 MATRIKS ANALISA SWOT**

| <b>Faktor Internal</b><br><b>Faktor Eksternal</b>                         | <b>Kekuatan (Strengths)</b><br>Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal                    | <b>Kelemahan/Weakness)</b><br>Tentukan 5-10 kelemahan internal                                    |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Peluang (Opportunity)</b><br>Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal    | <b>Strategi S – O</b><br>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | <b>Strategi W – O</b><br>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| <b>Kendala/Ancaman (Threat)</b><br>Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal | <b>Strategi S-T</b><br>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk Mengatasi ancaman      | <b>Strategi W – T</b><br>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman    |

*Sumber : Freddy Rangkuti (2019)*

#### b. Pengembangan Wisata

Infrastruktur merupakan aspek penting yang menentukan kenyamanan dan aksesibilitas bagi wisatawan. Pengembangan infrastruktur yang baik, seperti jalan, transportasi, dan fasilitas wisata, dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan memperpanjang durasi kunjungan. Studi terkait juga menunjukkan bahwa aksesibilitas yang baik merupakan faktor kunci dalam keberhasilan industri pariwisata (Salsabilla & Puspitarini, 2021)(Risandewi, 2017).

Kepariwisata tidak menggejala sebagai bentuk tunggal. Istilah ini umum sifatnya yang menggambarkan beberapa jenis perjalanan dan penginapan sesuai dengan motivasi yang mendasari kepergian tersebut. Orang melakukan perjalanan untuk memperoleh berbagai tujuan dan memuaskan bermacam-macam keinginan, untuk keperluan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan itu sendiri, perlu

pula dibedakan antara pariwisata dengan jenis pariwisata lainnya, sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan akan dapat berwujud seperti diharapkan dari kepariwisataan itu sendiri. Sebenarnya pariwisata sebagai suatu gejala, terwujud dalam beberapa bentuk yang antara lain, misalnya Menurut letak geografis, dimana kegiatan pariwisata berkembang dibedakan menjadi (Tangalele et al., 2019):

1. Pariwisata lokal (*local tourism*) yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkungannya lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya kepariwisataan kota Denpasar, kepariwisataan kota Bandung.
2. Pariwisata regional (*regional tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat regional dalam lingkungan nasional dan dapat pula regional dalam ruang lingkup internasional. Misalnya kepariwisataan Bali, Yogyakarta, dan lain-lain.
3. Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana para pesertanya tidak saja terdiri dari warganegaranya sendiri tetapi juga orang asing yang terdiam di negara tersebut. Misalnya kepariwisataan yang ada di daerah-daerah dalam satu wilayah Indonesia.
4. Pariwisata regional-internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misalnya kepariwisataan ASEAN.

#### c. Program Pinarak Bojonegoro

Program Pinarak Bojonegoro adalah inisiatif dari Pemerintah Kabupaten Bojonegoro yang bertujuan untuk mengembangkan potensi pariwisata lokal dan meningkatkan ekonomi masyarakat melalui promosi wisata. Nama "Pinarak" berasal dari bahasa Jawa yang berarti "mampir" atau "singgah," dengan tujuan mengajak wisatawan untuk berkunjung, mengenal, dan menikmati kekayaan budaya, alam, dan produk lokal Bojonegoro.

Program ini dirancang sebagai solusi untuk memanfaatkan potensi wisata Bojonegoro yang beragam tetapi kurang dikenal. Meskipun memiliki berbagai destinasi alam seperti hutan jati, sumur minyak tua, dan kawasan sungai Bengawan Solo, Bojonegoro belum sepenuhnya menjadi tujuan wisata utama di Jawa Timur. Pinarak Bojonegoro berusaha meningkatkan kesadaran wisatawan dan memperkuat citra Bojonegoro sebagai destinasi yang menarik dan unik (Firdausi, 2020).

Program ini didasarkan pada Peraturan Daerah Kabupaten Bojonegoro Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Bojonegoro Tahun 2019-2025 maka pada pasal 3 ayat (3) dapat dijelaskan bahwa misi Kabupaten Bojonegoro Tahun 2019-2025 adalah sebagai berikut :

1. Mewujudkan destinasi wisata bernuansa alam, buatan, budaya dan religi di Kabupaten Bojonegoro.
2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas daya tarik wisata.
3. Mengembangkan pemasaran pariwisata yang beretika, informatif, komunikatif dan mengikuti perkembangan teknologi.
4. Menciptakan masyarakat sadar wisata melalui sapta pesona.
5. Meningkatkan industri pariwisata yang mampu meningkatkan perekonomian daerah (Peraturan Daerah Kabupaten Bojonegoro Nomor 4 Tahun 2020).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

| No. | Nama dan Tahun Penelitian                                                       | Metode Penelitian | Variabel atau Instrumen            | Hasil Penelitian                                                              |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | (Kalkowski, 2012)<br>Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Karangploso | Kualitatif        | Strategi, Pengembangan, Pariwisata | Strategi yang digunakan berupa klaster pengembangan desa wisata, lembaga desa |

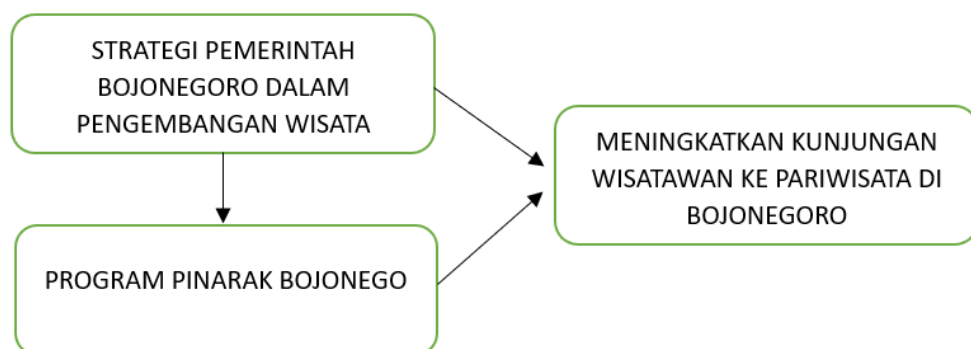
|   |                                                                                                            |                        |                                    |                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | Kabupaten Malang                                                                                           |                        |                                    | wisata dan pengembangan desa wisata dengan tema Desa wisata berperspektif go green yang unik, khas dan sehat yang berbasis pada keunggulan hortikultura.                                                                                              |
| 2 | (Syah, 2017)<br>Strategi Mengembangkan Desa Wisata                                                         | Kualitatif             | Strategi, Pengembangan, pariwisata | Memutuskan konsep desa wisata dapat dimulai dari tingkat RT hingga kepala desa dengan tetap menerima masukan dan pandangan camat serta walikota/bupati setempat. Dilanjutkan dengan pembinaan masyarakat yang diharapkan ekonomi desa juga ikut maju. |
| 3 | (Fitriana, 2018)<br>Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi di Kota Palangkaraya | Deskriptif Kuantitatif | Strategi, Pengembangan, Pariwisata | Strategi pengembangan taman wisata Kum Kum antara lain membangun sarana prasarana seperti alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata,                                                                          |
| 4 | (Setioko, 2019)<br>Analisis Strategi Pengembangan Wisata Kota di Kota Malang                               | Kualitatif             | Strategi, Pengembangan, Pariwisata | Strategi pengembangan destinasi pariwisata lebih diarahkan kepada pengembangan kota Malang seperti                                                                                                                                                    |

|   |                                                                                                                                                               |            |                              |                                                                                                                                                                                                                          |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                               |            |                              | wisata kota (city tour), kegiatan MICE, kuliner, edukasi dan belanja yang memang merupakan ciri khas dari wisata kota (city tour).                                                                                       |
| 5 | (Habibi et al., 2024)<br>Pengelolaan Wisata Growgoland Waterfun dalam Perspektif Community Based Tourism di Desa Ngunut Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro | Kualitatif | Pengelolaan, Pariwisata, CBT | Pengelolaan wisata Growgoland Water Fundalam perspektif CBT (Community Based Tourism) diukur melalui dimensi politik dengan adanya wisata ini masyarakat semakin aktif dan ikut berpartisipasi dalam pengembangan wisata |

Sumber: Hasil penelitian sebelumnya diolah (2024)

## 2.3 Kerangka Konsep Penelitian

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Studi ini menggunakan metode kualitatif, memanfaatkan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Dimana metode penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan dalam penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena atau masalah dengan cara mendalam dan mendetail. Metode ini sering digunakan dalam ilmu sosial, humaniora, dan berbagai bidang studi lainnya di mana aspek kualitatif dan interpretatif lebih relevan daripada pendekatan kuantitatif (Murdiyanto, 2020). Sedangkan jenis penelitian ini adalah deskriptif, dimana hasil penelitian nantinya akan berupa deskripsi narasi yang rinci dalam memaparkan data.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Bojonegoro. Hal ini dikarenakan Kabupaten Bojonegoro saat ini memiliki banyak pariwisata yang sedang berkembang dan selain itu juga memiliki beberapa kegiatan budaya, festival, dan upaya pelestarian warisan budaya lainnya.

#### **3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Data Primer**

Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya atau tanpa perantara (Murdiyanto, 2020). Sumber asli dari penelitian disebut dengan informan. Adapun informan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Pegawai pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro bagian Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif berjumlah 2 orang.
- 2) Pegawai Bidang Kebudayaan Pariwisata pada Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Bojonegoro berjumlah 2 orang.
- 3) Pengelola situs Budaya dan Pariwisata berjumlah 2 orang.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain (Murdiyanto, 2020). Adapun data sekunder penelitian ini didapat dari website dinas budaya dan pariwisata, website pemerintah kabupaten bojonegoro, dan dokumen-dokumen peraturan yang relevan dengan penelitian, serta artikel ilmiah yang memiliki topik terkait.

#### c. Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah teknik pengumpulan data yang digunakan (Murdiyanto, 2020) :

**Observasi** yaitu mengumpulkan informasi berdasarkan kegiatan pengamatan. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

**Wawancara** merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yaitu melalui percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur, tidak terstruktur, langsung ataupun tidak langsung. Tujuan dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi yang tidak dapat diamati atau tidak dapat diperoleh dengan alat lain.

**Studi Dokumentasi** , dimana sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, cenderamata, laporan, artefak, foto, dan sebagainya. Sifat utama data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di

waktu silam. Secara detail bahan dokumenter terbagi beberapa macam, yaitu otobiografi, surat-surat pribadi, buku atau catatan harian, memorial, klipping, dokumen pemerintah atau swasta, data di server dan flashdisk, data tersimpan di website, dan lain-lain.

### 3.4 Analisis Data

Analisis Miles dan Huberman (1984) mengungkapkan bahwa aktivitas analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Kegiatan dalam analisis data adalah reduksi data, display data dan kesimpulan atau verifikasi (Murdiyanto, 2020).

- a. *Data reduction* (Reduksi Data) Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data dapat dibantu menggunakan peralatan elektronik seperti komputer mini dengan cara memberikan kode-kode pada aspek tertentu.
- b. *Data display* (penyajian data) Setelah data berhasil direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif proses penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sebagainya. Tetapi yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Dengan melakukan display data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerjaselanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Display data bisa disajikan dalam bentuk teks naratif, grafik, matrik, jejaring kerja dan chart.
- c. *Conclusion Drawing/ verification* Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung

pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil Penelitian**

#### **a. Kekuatan (Strength)**

Faktor yang menentukan kekuatan dalam strategi pengembangan wisata di Kabupaten Bojonegoro melalui promosi wisata dengan slogan “Pinarak Bojonegoro” yaitu adanya kekayaan budaya. Data penelitian menunjukkan adanya total organisasi seni meningkat dari 162 di tahun 2021 menjadi 300 di tahun 2022, dan mencapai 321 di tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan adanya perkembangan yang signifikan dalam jumlah dan ragam organisasi seni di Kabupaten Bojonegoro. Program promosi budaya dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui kegiatan Folklore Festival dengan tema berbagi budaya dengan 4 negara, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggelar Bojonegoro Thengul International Folklore Festival (B-TIFF).

Kekuatan dalam strategi pengembangan wisata didukung dengan adanya Kebijakan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam pengembangan wisata salah satunya tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bojonegoro Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Bojonegoro Tahun 2019-2025 yang menjelaskan bahwa Visi Kabupaten Bojonegoro tahun 2019-2025 adalah “menjadikan Bojonegoro sebagai Sumber Ekonomi Kerakyatan, dan Sosial Budaya Lokal untuk Terwujudnya Masyarakat yang Beriman, Sejahtera, dan berdaya saing”, melalui Peraturan Daerah ini maka dapat dijelaskan bahwa berdasarkan Pasal (3) yang menjelaskan bahwa tujuan pembangunan pariwisata daerah di Kabupaten Bojonegoro adalah menciptakan masyarakat sadar wisata melalui sapta pesona, serta meningkatkan industri pariwisata yang mampu meningkatkan perekonomian daerah.

Salah satu kegiatan dalam mendukung kebijakan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam mengembangkan industri Pariwisata melalui “Pinarak Bojonegoro” yaitu dengan adanya pemilihan duta wisata dan desainer muda yang

dilakukan pada tanggal 18 April 2023, serta beberapa kegiatan pendukung lainnya yaitu seperti : Seni Pertunjukan Oklik yang dilakukan pada wisata Kayangan Api. Kegiatan tersebut bertujuan dalam mempromosikan wisata.

#### **b. Kelemahan (Weakness)**

Hasil observasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro dapat dijelaskan bahwa salah satu kurangnya promosi dalam hal ini pemerintah menerapkan adanya langkah strategis yang dapat diambil meliputi penggunaan media cetak dan media sosial untuk publikasi dan berbagi konten menarik tentang destinasi wisata. Salah satu adanya kelemahan ditunjukkan dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bojonegoro sebesar Rp1.026.374.000,00 dari lima objek wisata yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar). Dari tiga objek utama, Dander Waterpark di Kecamatan Dander menghasilkan PAD Rp484.200.000,00, namun tidak mencapai target Rp825.500.000,00. Wisata Kayangan Api di Kecamatan Ngasem melebihi target dengan PAD Rp318.600.000,00 dari target Rp315.000.000,00. Waduk Pacal di Kecamatan Temayang dengan PAD Rp85.600.000,00, juga tidak mencapai target Rp105.000.000,00, dengan realisasi PAD keseluruhan sebesar 65,2 persen dari target Rp1.574.281.800,00.

Faktor adanya kelemahan dalam strategi pengembangan wisata melalui “Pinarak Bojonegoro” yaitu adanya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih belum mumpuni, Kondisi tersebut dapat menghambat kualitas dari segala aktivitas kegiatan pariwisata Kabupaten Bojonegoro. Kondisi tersebut dapat menghambat kualitas dari segala aktivitas kegiatan pariwisata Kabupaten Bojonegoro. Hal tersebut memberikan implikasi pada kualitas pariwisata Kabupaten Bojonegoro itu sendiri, yang dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat dengan daerah-daerah lain.

#### **c. Peluang (Opportunity)**

Salah satu peluang adanya strategi dalam pengembangan wisata di Kabupaten Bojonegoro di dukung dengan adanya kolaborasi dengan pihak terkait

yaitu melibatkan berbagai stakeholder dari pemerintah, pelaku usaha, komunitas lokal, hingga media, Kabupaten Bojonegoro dapat memaksimalkan potensi wisata dan memastikan bahwa pengembangan dilakukan secara terkoordinasi dan berkelanjutan. Salah satu koordinasi ditunjukkan dengan adanya kolaborasi antara Organisasi Perangkat Daerah (OPD), yaitu keterlibatan berbagai dinas terkait dalam proyek pengembangan wisata merupakan kunci keberhasilan. Salah satu contoh dalam proyek pengembangan wisata di Dander, Dinas Pekerjaan Umum dan Bina Marga berperan dalam pembangunan infrastruktur jalan menuju lokasi wisata. Sementara itu, Dinas Lingkungan Hidup bertanggung jawab dalam penanaman dan perawatan taman di sekitar objek wisata, untuk menciptakan lingkungan yang menarik dan nyaman. Selain itu, Dinas Kesehatan juga dilibatkan untuk mendirikan pos kesehatan guna memastikan keselamatan dan kenyamanan pengunjung.

#### **d. Ancaman (Threat)**

Faktor ancaman dari strategi pengembangan wisata melalui “Pinarak Bojonegoro” yaitu adanya persaingan wisata dari daerah lain. Data penelitian menunjukkan bahwa Kabupaten Bojonegoro pada tahun 2023 mencatatkan jumlah pengunjung sebesar 1.177.383 pengunjung, hal tersebut menunjukkan bahwa Bojonegoro tertinggal jauh di belakang Kabupaten Lamongan dan Kabupaten Tuban, yang masing-masing mencatat 4.901.035 dan 6.817.285 pengunjung. Bahkan, Kota Malang dan Kabupaten Banyuwangi, dengan jumlah pengunjung 1.179.797 dan 3.296.365, menunjukkan daya tarik yang lebih besar bagi wisatawan. Data ini menggambarkan bahwa sektor pariwisata di Bojonegoro masih memerlukan banyak upaya pengembangan dan peningkatan untuk bersaing dengan destinasi wisata lainnya di wilayah Jawa Timur.

### **4.2 Pembahasan Penelitian**

#### **a. Strength S-O (Strength – Opportunities)**

Strength S-O (Strength – Opportunities) berdasarkan pendapat dari Freddy Rangkuti (2020) merupakan strategi kekuatan peluang menggunakan faktor

internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Salah satu strategi yang diterapkan dalam pengembangan wisata melalui “Pinarak Bojonegoro” yaitu dengan mengembangkan program pendidikan dan budaya. Data penelitian menunjukkan bahwa terdapat capaian program dengan anggaran sebesar 142.645.000 dengan capaian 82%, Sementara itu, Program Pengembangan Kebudayaan menunjukkan capaian 85% dari target dengan total kebutuhan dana sebesar Rp1.348.704.000, meliputi pengelolaan kebudayaan oleh masyarakat sebanyak 63 orang dengan anggaran Rp637.567.000, dan pengelolaan lima kegiatan museum dengan alokasi Rp313.979.000. Analisis menunjukkan bahwa meskipun capaian dari program pelestarian dan pengelolaan cagar budaya cukup baik, pengembangan kebudayaan memerlukan anggaran yang lebih besar dan manajemen yang efisien untuk meningkatkan efektivitas penggunaan dana dan dukungan masyarakat.

Penguatan promosi terus dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam strategi pengembangan wisata melalui “Pinarak Bojonegoro”. promosi wisata ditingkatkan dengan kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan komunitas lokal untuk menciptakan konten menarik dan informatif. Program Pemasaran Pariwisata, dengan anggaran Rp2.673.482.150 dan capaian kinerja 85%, berfokus pada promosi melalui event dan seni, menunjukkan upaya signifikan untuk menarik pengunjung. Penguatan promosi melalui media cetak, elektronik, dan media lainnya memiliki dana Rp188.101.500 dan telah melaksanakan 5 kegiatan, sementara fasilitasi pemasaran baik dalam maupun luar negeri dengan anggaran Rp2.429.882.650 menghasilkan 3 laporan, mencerminkan upaya untuk memperluas cakupan promosi. Secara keseluruhan, data tersebut mencerminkan kombinasi alokasi dana yang besar dan capaian yang beragam dalam upaya untuk memperkuat sektor pariwisata, meskipun terdapat kebutuhan untuk pengoptimalan lebih lanjut dalam beberapa kegiatan.

#### **b. Strategi W-O (Weakness – Opportunities)**

Strategi berikutnya dalam pengembangan wisata di Kabupaten Bojonegoro adalah dengan optimalisasi promosi wisata, melalui media sosial, pembuatan

brostur dan partisipasi dalam pameran di luar daerah dalam mempromosikan wisata di Kabupaten Bojonegoro. promosi wisata di Kabupaten Bojonegoro ditingkatkan melalui berbagai kegiatan yang menonjolkan kekayaan budaya dan potensi ekonomi kreatif daerah. Salah satu inisiatif utama adalah penyelenggaraan pagelaran seni budaya dan promosi pariwisata di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), yang menjadi platform strategis untuk memperkenalkan kebudayaan Bojonegoro kepada pengunjung dari berbagai daerah. Selain itu, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro memanfaatkan teknologi dengan mengadakan sesi live streaming di platform YouTube, yang memungkinkan masyarakat luas untuk mengikuti dan menyaksikan kegiatan tersebut secara langsung. Data penelitian menunjukkan pemasaran pariwisata melalui promosi wisata melalui event dan seni, memiliki kebutuhan dana sebesar Rp2.673.482.150 dengan capaian kinerja mencapai 85%. Kabupaten Bojonegoro telah mengalokasikan dana yang cukup besar untuk promosi pariwisata melalui event dan seni, yang merupakan bagian penting dalam meningkatkan daya tarik wisatawan. Capaian kinerja yang tinggi pada program pertama menunjukkan efektivitas strategi tersebut. Namun, penguatan promosi melalui media cetak dan elektronik mungkin memerlukan perhatian lebih untuk meningkatkan jangkauan dan intensitas promosi.

Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melakukan strategi berikutnya dengan kemitraan dengan industri pariwisata dengan menggelar Koordinasi Kemitraan antara Pemerintah dengan Perusahaan Hotel dan Restaurant dalam rangka Pengembangan Kepariwisata Kabupaten Bojonegoro. Data penelitian menunjukkan bahwa Tingkat penghunian kamar hotel di Kabupaten Bojonegoro mengalami peningkatan dari 30,69% pada tahun 2022 menjadi 32,28% pada tahun 2023. Meskipun terdapat fluktuasi bulanan, data menunjukkan tren yang positif, dengan bulan-bulan tertentu seperti Juni, November, dan Desember mencatat tingkat penghunian yang signifikan. Kenaikan ini mencerminkan efektivitas upaya promosi dan pengembangan destinasi wisata yang dilakukan oleh organisasi pendukung wisata.

Upaya pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui strategi Weekness – Opportunities yaitu mengatasi kelemahan (Weaknesses) internal dengan

memanfaatkan peluang (Opportunities) eksternal yang ada ditunjukkan dengan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) pada bidang pariwisata dengan menerapkan pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap fase pengembangan. Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) menggelar uji kompetensi di bidang Tour Management.

Strategi Weakness – Opportunities dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bojonegoro selanjutnya ditunjukkan dengan adanya pengelolaan destinasi wisata yang professional, adanya kegiatan Pergerlaran Seni Budaya, Promosi Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif yang diadakan pada 5 November 2023 dengan 150 peserta bertujuan untuk meningkatkan daya tarik destinasi melalui promosi yang efektif dan penekanan pada keanekaragaman budaya lokal serta potensi ekonomi kreatif. Pelatihan dan Bimtek Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bagi Duta Wisata Kange Yune Bojonegoro yang berlangsung pada 26-27 Februari 2022, melibatkan 40 peserta dari pelaku industri wisata, berfokus pada pengembangan kompetensi sumber daya manusia. Dengan mengedukasi dan melibatkan pelaku industri, Bojonegoro dapat memperkuat pengelolaan destinasi wisatanya dan meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan.

### **c. Strategi S-T (Strength – Threat)**

Strategi S-T (Strengths-Threats) dalam analisis SWOT berfokus pada bagaimana memanfaatkan kekuatan internal (Strengths) untuk mengatasi atau mengurangi ancaman eksternal (Threats). Salah satu strategi yang diterapkan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro adalah dengan adanya diversifikasi produk wisata. Diversifikasi produk wisata merupakan strategi untuk memperluas jenis dan variasi atraksi serta layanan yang ditawarkan di suatu destinasi guna menarik berbagai segmen pasar dan memperpanjang durasi kunjungan wisatawan. Diversifikasi produk wisata menunjukkan adanya keragaman produk wisata yang ditawarkan oleh Kabupaten Bojonegoro dan bagaimana diversifikasi ini menciptakan pengalaman yang berbeda untuk para wisatawan. Wisata Alam

seperti Kayangan Api, Waduk Pacal, Dander Waterpark, dan Negeri Atas Angin menarik perhatian pengunjung dengan keindahan alam dan fasilitas rekreasi yang bervariasi, mulai dari pemandangan spektakuler hingga wahana air yang menyenangkan. Dander Waterpark mencatat jumlah pengunjung terbanyak di Kabupaten Bojonegoro dengan total 128.515 orang pada tahun 2023.

Serta strategi dengan memanfaatkan kekuatan internal (Strengths) untuk mengatasi atau mengurangi ancaman eksternal (Threats) dalam pengembangan wisata di Kabupaten Bojonegoro ditunjukkan dengan adanya kerjasama regional. Penguatan kerjasama dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bojonegoro memiliki berbagai keunggulan, seperti koordinasi yang lebih efektif antar Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan pihak terkait lainnya, yang memungkinkan proses perencanaan dan pelaksanaan proyek wisata menjadi lebih terstruktur dan efisien. Salah satu kerjasama ditunjukkan antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Bojonegoro dan Perhutani (Kesatuan Pemangkuan Hutan - KPH) Bojonegoro dalam pengelolaan objek wisata Kayangan Api.

Disbudpar bertanggung jawab atas pengelolaan dan promosi objek wisata tersebut, sementara Perhutani mengelola kawasan hutan yang termasuk dalam area objek wisata. Strategi pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam memanfaatkan kekuatan internal (Strengths) untuk mengurangi ancaman eksternal (Threats) ditunjukkan dengan adanya program pengembangan berkelanjutan. program pengembangan wisata berkelanjutan di Kabupaten Bojonegoro, capaian kinerja menunjukkan hasil yang signifikan dalam dua area utama. Program Pemasaran Pariwisata, yang mencakup promosi wisata melalui event dan seni, telah mencapai 85% dari kebutuhan dana sebesar Rp2.673.482.150. Ini menunjukkan efektivitas dalam mengoptimalkan berbagai bentuk promosi dan kegiatan seni untuk menarik wisatawan. Selain itu, program Peningkatan Daya Tarik Destinasi Pariwisata, dengan kebutuhan dana sebesar Rp1.807.044.637, juga mencatat capaian 85%. Ini termasuk sub kegiatan Pengembangan Destinasi Pariwisata di seluruh Kabupaten Bojonegoro, yang mencakup tiga lokasi strategis di berbagai kecamatan dan kelurahan.

Keberhasilan ini mencerminkan komitmen dan upaya yang konsisten dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata serta memperluas jangkauan promosi untuk menarik lebih banyak pengunjung. Peningkatan promosi wisata dalam konteks persaingan merupakan langkah strategi pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam pengembangan pariwisata. Peningkatan promosi pariwisata di Kabupaten Bojonegoro melalui strategi kerjasama dan pemanfaatan media sosial menunjukkan pendekatan yang terintegrasi dan efektif dalam memperluas jangkauan audiens. Pemerintah Kabupaten Bojonegoro mengadakan acara Bojonegoro Thengul International Folklore Festival (B-TIFF), mengawali 8 delegasi mancanegara dalam event ini diantaranya dari Amerika Serikat (25 orang), Bulgaria (25), Filipina (20 orang), India (14 orang), Jepang (13 orang), Korea (22 orang), Polandia (32 orang), dan Rusia (25 orang). Festival ini juga bisa terus dilakukan agar Bojonegoro bisa lebih dikenal di dunia internasional dan banyak turis asing yang bisa menikmati bagaimana pariwisata yang ada di Bojonegoro serta kuliner khas Bojonegoro.

#### **d. Strategi W-T (Weakness– Threat)**

Strategi W-T (Weakness-Threat) merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengatasi kelemahan internal dengan menghadapi ancaman eksternal. Salah satu strategi yang diterapkan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro adalah dengan melakukan langkah strategis yaitu memanfaatkan peran media sosial sebagai salah satu sarana promosi utama. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro aktif dalam memberikan promosi melalui berbagai platform media sosial, yang memungkinkan penyebaran informasi wisata secara cepat dan luas. Promosi wisata melalui platform seperti Pinarak Bojonegoro, yang menampilkan informasi mengenai tempat penginapan, sangat penting untuk memaksimalkan daya tarik pariwisata. Adanya website wisata Bojonegoro memainkan peran penting dalam mendukung promosi wisata di Kabupaten

Bojonegoro dengan menyediakan informasi yang sangat informatif dan mudah diakses.

Adanya pemanfaatan teknologi dalam pendekatan yang digunakan untuk mengatasi kelemahan internal dengan menghadapi ancaman eksternal terkait pengembangan wisata di Kabupaten Bojonegoro, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro secara efektif menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan informasi tentang destinasi wisata, event-event lokal, dan akomodasi yang tersedia, menjangkau audiens yang lebih luas baik domestik maupun internasional. Instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro, yang memiliki 15.000 followers dan telah memposting sebanyak 545 konten, menunjukkan pemanfaatan teknologi yang efektif dalam promosi wisata. Jumlah posting yang tinggi mencerminkan upaya konsisten dalam menyajikan konten yang relevan dan menarik, serta beragam informasi tentang atraksi wisata, kuliner lokal, dan event-event khusus.

Pengembangan potensi daya tarik produk wisata dalam program pengembangan wisata melibatkan promosi melalui even dan seni yang memiliki daya tarik signifikan dalam meningkatkan kunjungan pada destinasi wisata di Kabupaten Bojonegoro. Program Peningkatan Daya Tarik Destinasi Pariwisata, dengan anggaran sebesar Rp1.807.044.637 dan capaian kinerja 85%, menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata di Kabupaten Bojonegoro. Capaian kinerja yang tinggi mencerminkan penggunaan dana yang efektif untuk pengembangan fasilitas wisata, perbaikan infrastruktur, dan peningkatan pengalaman wisatawan.

Sementara strategi yang diterapkan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro untuk mengatasi kelemahan internal dengan menghadapi ancaman eksternal yaitu dengan mengembangkan program berkelanjutan. Data penelitian menunjukkan bahwa salah satu adanya program berkelanjutan dalam pengembangan wisata di Kabupaten Bojonegoro adalah melalui adanya desa wisata. Kabupaten Bojonegoro menjadi peringkat pertama dengan jumlah desa wisata nusantara terbanyak di Jawa Timur. Tercatat sebanyak 32 desa wisata telah terdaftar pada Aplikasi Desa Wisata Nusantara (DWN). Keunggulan ini mencerminkan

keberhasilan Kabupaten Bojonegoro dalam memanfaatkan promosi melalui Pinarak Bojonegoro, yang tidak hanya meningkatkan visibilitas desa-desa wisata tetapi juga menarik perhatian yang lebih besar terhadap potensi wisata lokal.

Tabel 4.1 Hasil Analisis SWOT

| <b>Faktor Internal</b>                                                                 | <b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>                                                                                                                                                           | <b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kekayaan budaya</li> <li>2. Kebijakan pemerintah dalam pengembangan wisata</li> </ol>                                                             | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya promosi terhadap pariwisata di Kabupaten Bojonegoro</li> <li>2. Kualitas SDM pariwisata dalam pengelolaan destinasi pariwisata yang masih rendah</li> </ol>                                                                                 |
| <b>Faktor Eksternal</b>                                                                |                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b><br><br><b>1. Kolaborasi dengan pihak terkait</b> | <b>Strategi – O (<i>Strength – Opportunity</i>)</b><br><br><ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan program Pendidikan Budaya</li> <li>2. Penguatan promosi wisata</li> </ol> | <b>Strategi W – O (<i>Weakness– Opportunity</i>)</b><br><br><ol style="list-style-type: none"> <li>1. Optimalisasi promosi wisata</li> <li>2. Kemitraan dengan industri pariwisata</li> <li>3. Pengembangan SDM pariwisata</li> <li>4. Pengelolaan destinasi wisata yang profesional</li> </ol> |

| Ancaman (Threat)                                                           | Strategi S-T<br>(Strength-Threer)                                                                                                                                     | Strategi W-T<br>(Weakness-Threer)                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Persaingan dari destinasi wisata lain yang menarik wisatawan potensial. | 1. Diversifikasi produk wisata<br>2. Penguatan kerjasama regional<br>3. Pengembangan program keberlanjutan<br>4. Meningkatkan promosi wisata dalam konteks persaingan | 1. Pemanfaatan teknologi dalam promosi wisata<br>2. Pengembangan dalam potensi daya tarik produk wisata melalui Pinarak Bojonegoro<br>3. Pengembangan program keberlanjutan |

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisa dan interpretasi data menggunakan analisis SWOT, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kekuatan (Strength), strategi pemerintahan daerah Kabupaten Bojonegoro menunjukkan kekuatan dalam pengembangan pariwisata melalui “Pinarak Bojonegoro” dengan adanya promosi melalui kekayaan budaya, salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan kegiatan pelaksanaan festival budaya melalui kegiatan Bojonegoro Thengul International Folklore Festival (B-TIFF). Faktor kekuatan dalam pengembangan wisata di dukung dengan adanya kebijakan pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui Peraturan Daerah Kabupaten Bojonegoro Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Bojonegoro Tahun 2019- 2025 yang menjelaskan bahwa tujuan pembangunan pariwisata daerah di Kabupaten Bojonegoro adalah menciptakan masyarakat sadar wisata melalui sapta pesona, serta meningkatkan industri pariwisata yang mampu meningkatkan perekonomian daerah.
- b. Kelemahan (Weakness), strategi pengembangan pariwisata di Bojonegoro terletak pada kurangnya promosi efektif dan rendahnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari beberapa objek wisata yang tidak mencapai target. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memadai juga menjadi kendala, menghambat optimalisasi kegiatan pariwisata dan menghadapi persaingan dengan destinasi lain.
- c. Peluang dalam pengembangan pariwisata Bojonegoro meliputi kolaborasi dengan berbagai stakeholder seperti pemerintah, pelaku usaha, dan media, serta koordinasi antar OPD yang meningkatkan sinergi proyek wisata. Penyelenggaraan festival dan event, serta peningkatan promosi melalui berbagai media, memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik wisata.

- d. Ancaman (Threet) utama bagi pariwisata Bojonegoro yaitu tingginya jumlah pengunjung di kabupaten sekitar menunjukkan bahwa Bojonegoro masih memerlukan peningkatan signifikan dalam pengembangan destinasi untuk bersaing di tingkat regional. Kabupaten Bojonegoro pada tahun 2023 mencatatkan jumlah pengunjung sebesar 1.177.383 pengunjung, hal tersebut menunjukkan bahwa Bojonegoro tertinggal jauh di belakang Kabupaten Lamongan dan Kabupaten Tuban, yang masing-masing mencatat 4.901.035 dan 6.817.285 pengunjung.
- e. Strategi S-O (Strength – Opportunities), dalam pengembangan wisata di Kabupaten Bojonegoro diterapkan adanya pengembangan program pendidikan dan budaya serta penguatan promosi melalui event dan media sosial meningkatkan daya tarik wisata. Upaya ini menunjukkan potensi Bojonegoro untuk menarik lebih banyak pengunjung dan memaksimalkan kekuatan yang ada
- f. Strategi W-O (Weakness – Opportunities), ditunjukkan dengan pengembangan organisasi pendukung wisata profesional, peningkatan promosi melalui media sosial dan event, serta kemitraan dengan industri pariwisata dan pelatihan SDM bertujuan mengatasi kelemahan seperti kualitas SDM dan promosi yang kurang efektif, sementara pemanfaatan peluang promosi dan kerjasama dilakukan untuk meningkatkan daya tarik wisata.
- g. Strategi S-T (Strength – Threet), dalam pengembangan wisata di Kabupaten Bojonegoro dengan adanya diversifikasi produk wisata, seperti pengembangan atraksi alam dan wahana di Dander Waterpark, serta kerjasama regional untuk pengelolaan destinasi, bertujuan mengurangi dampak persaingan dan pemanfaatan cagar budaya yang terbatas. Upaya ini memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengatasi ancaman dari luar dan meningkatkan daya saing Bojonegoro di industri pariwisata.
- h. Strategi W-T (Weakness-Threat) yang diterapkan oleh Pemerintah Kabupaten Bojonegoro berfokus pada mengatasi kelemahan internal dengan menghadapi ancaman eksternal melalui pemanfaatan teknologi dan media sosial, Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata aktif menggunakan media sosial, seperti Instagram dengan 15.000 followers dan 545 posting, untuk mempromosikan destinasi wisata dan acara lokal, serta pengembangan wisata di Kabupaten Bojonegoro dengan adanya pengembangan desa wisata, Kabupaten Bojonegoro memiliki 32 desa wisata terdaftar pada Aplikasi Desa Wisata Nusantara, menjadikannya yang terbanyak di Jawa Timur.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro agar terus melakukan strategi yang efektif dalam mengembangkan wisata, salah satunya yaitu dengan bekerja sama dengan beberapa influencer mediasosial. Kolaborasi dengan influencer yang memiliki pengikut besar dan relevan dengan target audiens dapat membantu memperluas jangkauanpromosi dan memberikan dampak yang lebih besar.
- b. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata perlu meningkatkan kualitas destinasi wisata dan diversifikasi wisata untuk menarik berbagai segmen pasar. Pengembangan atraksi wisata baru, peningkatan fasilitas, serta inovasi dalam penyajian wisata dapat membedakan Bojonegoro dari daerah lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Crăciun, A. F., Țăran, A. M., Noja, G. G., Pirtea, M. G., & Răcățian, R. I. (2023). Advanced Modelling of the Interplay between Public Governance and Digital Transformation: New Empirical Evidence from Structural Equation Modelling and Gaussian and Mixed-Markov Graphical Models. *Mathematics*, 11(5). <https://doi.org/10.3390/math11051168>
- Firdausi, N. I. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.  
<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205><http://>
- Fitriana, E. (2018). Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi Di Kota Palangkaraya. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 23(2), 94–106. <https://doi.org/10.17977/um017v23i22018p094>
- Habibi, A. M., Kumalasari, A., Studi, P., Publik, A., & Fun, G. W. (2024). 3 1,2,3. 8(1), 146–154.
- Kalkowski, J. (2012). Go green. *Packaging Digest*, 49(1), 20–21.
- Kirom, N. R., Sudarmiatin, & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasan Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan*, 1, 536–546.
- Musa, H. G., Kumalasari, A., & Musa, A. A. M. (2023). Social Media as a Political Platform in Africa: A Bibliometric Analysis. *Komunikator*, 15(2), 129–141. <https://doi.org/10.18196/jkm.20062>
- Risandewi, T. (2017). Analisis Infrastruktur Pariwisata dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata Candirejo Kabupaten Magelang. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 15(1), 103–118.
- Salsabilla, S., & Puspitarini, R. C. (2021). Modernisasi Dorong Kelahiran Tujuan Wisata di Daerah. *Jurnal Sosial Politik Integratif*, 1(2), 94–105. <http://jisip.org/index.php/jsp/article/view/10><https://jisip.org/index.php/jsp/article/download/10/26>
- Setioko, M. D. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Wisata Kota Di Kota Malang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(1), 81–88. <https://doi.org/10.26905/jpp.v4i1.2524>
- Syah, F. (2017). Strategi Mengembangkan Desa Wisata. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank Ke-3*, 3(3), 335–341.
- Tangalele, C. S., Rindengan, Y. D. Y., & Sambul, A. M. (2019). Rancang Bangun Aplikasi Pariwisata Di Kabupaten Parigi Moutong Berbasis Android. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(2), 151–158.

Journal of Economics Research and Social Sciences

Tasks 0

English

View Site

anakumalasary



Submissions

Submit an Article

1. Start2. Upload Submission3. Enter Metadata4. Confirmation5. Next Steps

## Submission complete

Thank you for your interest in publishing with Journal of Economics Research and Social Sciences.

### What Happens Next?

The journal has been notified of your submission, and you've been emailed a confirmation for your records. Once the editor has reviewed the submission, they will contact you.

For now, you can:

- [Review this submission](#)
- [Create a new submission](#)
- [Return to your dashboard](#)

<https://journal.umy.ac.id/index.php/jerss/index>