



## Analisis Strategi Pengembangan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Garut

Zulkifli Adnan

Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Politik dan Sosial, Universitas Garut, Indonesia

[zulkifli@fisip.uniga.ac.id](mailto:zulkifli@fisip.uniga.ac.id)

### Abstrak

Langkah strategis yang ditempuh pemerintah Kabupaten Garut dan pengelola Desa Wisata melalui pendekatan analisis *SWOT* dalam upaya pengembangan Desa Wisata yang menjadi program utama Pemerintah Kabupaten Garut saat masa pandemi *Covid-19*. Kebijakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenkarekraf) dalam mengembangkan sektor pariwisata mengacu pada enam langkah sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Diantaranya adalah (Utami & Kafabih, 2021): (1) Mempersiapkan destinasi wisata; (2) Membangun infrastruktur konektivitas yang kompetitif; (3) Implementasi dan monitoring penerapan protokol *CHSE* (*cleanliness, health, safety, and environmental sustainability*); (4) Menciptakan dan membangun daya tarik wisata di daerah; (5) Meningkatkan kualitas SDM tenaga kerja ekonomi kreatif; (6) Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk ekonomi kreatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Desa Wisata yang berjumlah 47 Desa Wisata. Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *probability sampling* yang perhitungannya berdasarkan dengan rumus *slovin*, dengan ditentukannya 13 informan Desa Wisata dalam proses penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut adalah menjadikan tiap desa memiliki Desa Wisata yang disesuaikan dengan potensi desa tersebut. Berdasarkan analisis *SWOT* dapat diketahui bahwa faktor *strength* serta *weakness* menunjukkan Disparbud dan pengelola Desa Wisata berada pada posisi internal yang kuat. Selanjutnya, untuk faktor peluang dan ancaman menunjukkan bahwa Disparbud dan pengelola Desa Wisata telah merespon peluang dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman terhadap pengembangan Desa Wisata. Disparbud dan pengelola Desa Wisata berada pada kuadran I (*Growth*) pertumbuhan, dan kuadran ini sangat menguntungkan bagi pengembangan Desa Wisata.

**Kata kunci:** *Covid-19*, Pengembangan Desa Wisata, Strategi, *SWOT*;

### Abstract

*The strategic step taken by the Garut Regency government and Tourism Village managers was through a SWOT analysis approach to develop a Tourism Village which was the main program of the Garut Regency Government during the Covid-19 pandemic. The policy of the Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenkarekraf) in developing the tourism sector refers to the six steps of the*

*tourism sector and the creative economy. Among them are (Utami & Kafabih, 2021): (1) Preparing tourist destinations; (2) Building a competitive connectivity infrastructure; (3) Implementation and monitoring the implementation of the CHSE protocol (cleanliness, health, safety, and environmental sustainability); (4) Creating and building tourist attractions in the region; (5) Improving the quality of human resources for creative economy workers; (6) Increasing the quantity and quality of creative economy products. The type of research used in this study is a descriptive analysis method using a qualitative approach. The population in this study is Tourism Village, which consists of 47 Tourism Villages. The research sample was taken using a probability sampling technique whose calculations were based on the Slovin formula, with 13 Tourism Village informants being determined in this research process. The results of this study indicate that the Tourism and Culture Office of Garut Regency is making each village have a Tourism Village that is tailored to the village's potential. Based on the SWOT analysis, it can be seen that the strength and weakness factors show that the Department of Tourism and Culture and Tourism Village managers are in a strong internal position. Furthermore, the opportunities and threats factors show that Disparbud and Tourism Village managers have responded to opportunities in extraordinary ways and avoided threats to the development of Tourism Villages. Disparbud and Tourism Village managers are in the growth quadrant I (Growth), and this quadrant is very profitable for the development of Tourism Villages.*

**Keywords:** *Covid-19, Strategy, SWOT, Tourism Village Development.*

## 1. Pendahuluan

Potensi pariwisata di suatu daerah harus dijadikan sebagai aset yang mampu memperoleh pendapatan, membuka peluang usaha dan lapangan kerja bagi masyarakat di suatu daerah tersebut. Pengembangan pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan kawasan yang dijadikan tempat wisata agar tempat atau kawasan wisata menjadi lebih baik sehingga dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan.

Nampaknya, dalam pengembangan kepariwisataan terhambat dengan munculnya wabah virus *Covid-19* pada awal Tahun 2020. Sektor pariwisata mengalami kelumpuhan hingga saat ini dan belum mengalami perkembangan yang signifikan (Chrysnaputra & Pangestoeti, 2021). Karena masih ada batasan pergerakan orang, padahal pariwisata bisa hidup kembali jika ada pergerakan orang. Untuk itu, dalam mengembangkan sektor pariwisata tentunya memerlukan waktu, diakibatkan mengalami penurunan yang signifikan akibat *Covid-19*. Seperti halnya, pemerintahan Kabupaten Garut terus melakukan berbagai cara dalam mempersiapkan sektor pariwisata pada masa adaptasi kebiasaan baru. Berbagai program telah dijalankan dalam rangka pengembangan sektor pariwisata. Termasuk penataan destinasi, pengembangan produk wisata, promosi wisata, pembinaan industri pariwisata, dan penataan kelembagaan sebagai aspek-aspek dalam pembangunan kepariwisataan.

Melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenkarekraf) dalam mengembangkan sektor pariwisata mengacu pada enam langkah sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Diantaranya adalah: (1) Mempersiapkan destinasi wisata; (2) Membangun infrastruktur konektivitas yang kompetitif; (3) Implementasi dan monitoring penerapan protokol *CHSE*; (4) Menciptakan dan membangun daya tarik wisata di daerah; (5) Meningkatkan kualitas SDM

tenaga kerja ekonomi kreatif; (6) Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk ekonomi kreatif (Utami & Kafabih, 2021).

Teori di atas, dijadikan pijakan untuk mendalami permasalahan mengenai pariwisata dengan pendekatan analisis SWOT. Bilung (2016:119) menjelaskan bahwa analisis SWOT dapat memungkinkan suatu perusahaan atau organisasi menganalisis atau mengidentifikasi faktor-faktor positif dan negatif yang memengaruhi perusahaan atau organisasi baik dari segi eksternal maupun internal. SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan internal organisasi, serta peluang dan ancaman eksternal (Istiqomah & Andriyanto, 2018).

**Tabel 1: Target dan Realisasi Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Garut Tahun 2016-2020**

Tahun	Target	Realisasi		Jumlah
		Wisatawan Manca Negara	Wisatawan Nusantara	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2016	2.500.000	6.004	2.483.523	2.489.527
2017	2.600.000	5.014	2.512.218	2.517.232
2018	2.700.000	3.113	2.753.365	2.756.478
2019	2.800.000	3.889	2.877.083	2.880.972
2020	2.806.000	878	1.422.604	1.423.484

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut, (2022)

Tabel 1 di atas menggambarkan kecenderungan naiknya jumlah wisatawan pada setiap tahun, kecuali di antara Tahun 2019 dan 2020 terjadi penurunan tingkat kunjungan, baik wisatawan nusantara maupun mancaNegara, yakni sebesar 50,59%. Penurunan terjadi, terutama disebabkan oleh masyarakat yang enggan untuk melakukan perjalanan wisata, karena khawatir dengan dampak *Covid-19*. Penurunan pada sektor pariwisata berdampak pada UMKM dan lapangan kerja, sebagaimana diketahui bahwa selama ini sektor pariwisata merupakan sektor padat karya yang menyerap banyak tenaga kerja (Utami & Kafabih, 2021).

Program Desa Wisata tersebut menjadi kunci untuk mengembalikan kembali pariwisata yang ada di Kabupaten Garut. Khususnya mengenai peningkatan perekonomian di masyarakat desa tersebut. Saat ini, Kabupaten Garut sudah memiliki 47 Desa Wisata. Desa Sukalaksana di Kecamatan Samarang telah dinyatakan sebagai Desa Wisata yang maju. Desa yang juga disebut sebagai Desa Wisata Saung Ciburial tersebut disebutkan memiliki potensi alam, budaya, dan wisata buatan. Selanjutnya, Desa Sukaratu di Kecamatan Banyuresmi dinyatakan sebagai Desa Wisata yang berkembang karena memiliki potensi alam, budaya, dan wisata buatan. Desa Wisata tersebut juga memiliki wisata alam Situ Bagendit 2. (<https://travel.kompas.com/.....-desa-wisata-bermunculan/>, 26 Februari 2021).

Pengembangan desa wisata juga merupakan bentuk percepatan pembangunan untuk mendorong transformasi sosial, budaya dan ekonomi desa (Avilia et al, 2022). Oleh karena itu, setiap daerah dan desa perlu memperhatikan potensinya untuk diangkat dan dikembangkan agar dapat memberikan manfaat nilai tambah dan menghasilkan produktivitas yang tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Dalam proses pengembangan Desa Wisata, masyarakat sekitar dijadikan sebagai subjek aktif, artinya lingkungan sekitar dan kehidupan sosial masyarakat di desa tersebut dijadikan sebagai tujuan wisata. Masyarakat juga berperan sebagai agen promosi wisata serta inovator dalam memberikan ide gagasan pengembangan Desa Wisata. Wisata Desa dengan Desa Wisata tentunya

memiliki arti yang berbeda seperti apa yang diungkapkan oleh Wakil Bupati Kabupaten Garut bapak Helmi Budiman (<https://pojokberita.co.id/wabup-helmi-beda-antara-desa-wisata-dan-wisata-desa/>, 19 Februari 2022) mengatakan bahwa: “Berbeda sekali antara Desa Wisata dan Wisata Desa, Kalau Desa Wisata haruslah dapat menampilkan Budaya, Kriya nya juga, kreatifitas juga dapat dijual, serta alamnya juga sudah tertata dengan baik, pokoknya paketnya sudah lengkap lah, akan tetapi untuk Wisata Desa itu hanya Destinasi yang ada di Desa itu saja,”

Desa Wisata adalah salah satu kegiatan kepariwisataan yang menawarkan keseluruhan suasana yang menonjolkan keaslian desa seperti pemandangan alam desa yang indah, kuliner, cinderamata, homestay dan sebagainya. Desa Wisata secara sederhana dapat dikatakan sebagai kegiatan mengajak wisatawan untuk berkunjung ke desa, melihat dan mempelajari keaslian desa sesuai dengan keunikan dan potensi desa yang dimilikinya.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Adhinda Dewi Agustine dan Akbar Pandu Dwinugraha mengenai Strategi Pengembangan Desa Wisata Osing Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Pada Masa Pandemi *Covid-19*. Menghasilkan bahwa optimalisasi peningkatan citra dan branding Desa Wisata Adat Osing agar tetap menjadi pilihan destinasi wisata di era *New Normal*. Kedua, peningkatan kapasitas SDM pelaku pariwisata dalam pemanfaatan fasilitas teknologi digital untuk mendukung pariwisata di masa pandemi *Covid-19*. Ketiga, mengubah tren pariwisata menjadi pariwisata berbasis teknologi dalam hal pemasaran produk dan pengelolaan pariwisata. Menghidupkan Desa Wisata Osing melalui inovasi produk yang disukai konsumen dengan model kemasan yang menarik dan kekinian. Keempat, menjalin kerjasama dengan swasta dan pemerintah daerah dalam penyediaan sarana dan prasarana penunjang kegiatan pariwisata di masa pandemi *Covid-19*.

Salah satu *Stakeholders* yang memiliki peranan penting adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dimana peranan tersebut haruslah memiliki pemahaman baik dalam merencanakan dan mengimplementasikan semua perencanaan Desa Wisata secara konsisten dan berkelanjutan. Pemerintah tentu akan menaruh perhatian dan memastikan serta mampu memberikan keuntungan sekaligus menekan biaya sosial, ekonomi, dan dampak lingkungan. Intervensi pemerintah terhadap pengembangan Desa Wisata dapat dilakukan dengan menerapkan beberapa instrumen kebijakan yang dapat digunakan untuk mengontrol dan memberikan insentif dalam mengembangkan Desa Wisata yang berkelanjutan.

Adapun langkah peneliti dalam melakukan kajian/penelitian ini bersumber melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenkarekraf) dalam mengembangkan sektor pariwisata mengacu pada enam langkah sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Diantaranya adalah (Utami & Kafabih, 2021):

- a. Mempersiapkan destinasi wisata;
- b. Membangun infrastruktur konektivitas yang kompetitif;
- c. Implementasi dan monitoring penerapan protokol CHSE;
- d. Menciptakan dan membangun daya tarik wisata di daerah;
- e. Meningkatkan kualitas SDM tenaga kerja ekonomi kreatif;
- f. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk ekonomi kreatif.

Pemilihan terhadap instrumen kebijakan akan sangat menentukan apabila didasarkan kepada kajian yang utuh terhadap tujuan yang ingin dicapai dengan cara seefisien mungkin, tidak didasarkan pada kajian yang parsial dan tidak menyeluruh. Selanjutnya dalam menganalisis strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Garut khususnya mengenai pariwisata Desa

Wisata ialah dengan menggunakan Analisis SWOT, untuk menentukan peran policy maker dalam menentukan kebijakan pariwisata yang akan diambil untuk mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan.

## 2. Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penggunaan metode semacam ini didasarkan pada pertimbangan bahwa metode ini ditujukan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan serta mengkaji secara kualitatif (haryono, 2020). Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti fungsionalisasi organisasi, tata kerja dan cara kerja pelayanannya. Sejalan dengan pendapat tersebut, maksudnya penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat studi. Peneliti menggunakan desain penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui dan memberikan gambaran secara apa adanya mengenai strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mengembangkan Desa Wisata pada masa pandemi *Covid-19* di Kabupaten Garut.

Objek penelitian ini adalah Desa Wisata di Kabupaten Garut, dan subjek penelitian adalah organisasi dan sumber daya manusia yang bertanggung jawab dan berkaitan atau berhubungan dengan pengembangan Desa Wisata pada masa pandemi *Covid-19* di Kabupaten Garut. meliputi: Kepala Dinas, Kepala Subbagian Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dan pengelola Desa Wisata serta Perangkat Desa setempat. Sedangkan jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 13 Desa Wisata. Dengan ditentukannya 13 Desa Wisata tersebut maka peneliti akan mendalami dalam proses penelitian ini dan dijadikan objek penelitian adalah sebagai berikut: (1) Saung Ciburial, (2) Bagendit 2, (3) Karacak Valley, (4) Silayung Park, (5) Sindangkasih, (6) Samida, (7) Makam Godog, (8) Kp. Mulakeudeu, (9) Rancabango, (10) Pasawahan, (11) Guntur Vulkano, (12) Leuwi Tonjong, (13) Cinunuk.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini di dapatkan oleh peneliti, antara lain: Hasil observasi, wawancara mendalam, FGD (*Focus Group Discussion*), Matriks Wawancara dan Dokumentasi. Sedangkan teknik pengumpulan data yang didasarkan pada: Pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan klarifikasi. Dan dalam pengujian keabsahan data yaitu Triangulasi dan *Member Check*. Selanjutnya dalam melakukan analisis SWOT, tahapan kegiatan analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dilakukan dengan menentukan faktor-faktor hasil dari jawaban wawancara;
- b. FGD, dilakukan secara langsung dengan subjek penelitian yaitu Pengelola Desa Wisata/Perangkat Desa setempat;
- c. Analisis data, hasil FGD yang diperoleh, kemudian peneliti tentukan menjadi indikator dan klasifikasikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
- d. Skala pengukuran dalam Matriks Wawancara, Matriks Wawancara disebarkan kepada informan pendukung dengan menggunakan Matriks Wawancara tertutup dengan tidak memberikan identitas nama. Sehingga informan pendukung dapat menjawab dengan leluasa terkait pengembangan Desa Wisata diukur dengan analisa SWOT. Skala yang digunakan adalah skala bertingkat. Skala bertingkat dalam Matriks Wawancara ini menggunakan modifikasi skala likert.

Setelah melakukan tahapan tersebut, peneliti melakukan matriks *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)* digunakan untuk menganalisis hal-hal yang terkait dengan kelebihan dan kekurangan pengembangan Desa Wisata, serta mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan kelebihan dan kekurangan. Sedangkan matriks *External Factors Analysis Summary (EFAS)* digunakan untuk menganalisis masalah sosial, budaya, ekonomi, lingkungan, dan informasi terkait pengembangan Desa Wisata. Tahapannya sama seperti apa yang sudah dijelaskan di tahapan analisis IFAS. Tahap analisis selanjutnya dari hasil total skor analisis *IFAS* dan *EFAS*.



**Gambar 1: Kuadran Analisis SWOT**

Sumber: Rangkuti (2013)

Setelah skor dimasukkan kedalam kuadran analisis *SWOT* maka akan terlihat posisi berkembangnya Desa Wisata berdasarkan faktor internal dan faktor eksternalnya.

- a. Kuadran I: Situasi ini sangat menguntungkan, dimana Desa Wisata berada pada posisi memiliki peluang yang tinggi dan kekuatan yang kuat, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam hal ini adalah mendukung strategi yang berorientasi pada pertumbuhan aktif;
- b. Kuadran II: Dalam posisi ini, terlepas dari semua ancaman, dari sudut pandang internal, Desa Wisata masih tetap kuat. Strategi yang harus digunakan adalah memanfaatkan kekuatan melalui strategi diversifikasi (produk/pasar) untuk memanfaatkan peluang jangka panjang;
- c. Kuadran III: Dalam posisi ini, Desa Wisata menghadapi peluang yang sangat besar, namun disisi lain juga mengalami beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus dari strategi Dinas terkait dan pengelola adalah meminimalkan masalah internal guna meraih peluang yang lebih baik;
- d. Kuadran IV: Posisi ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, Desa Wisata akan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. (Rangkuti, 2013).

Matriks *SWOT* adalah metode sistematis untuk mengidentifikasi empat faktor yang tercakup dalam analisis dengan mendeskripsikan kesesuaian terbaik di antara mereka. Analisis tersebut

didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi akan memaksimalkan penggunaan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

**Tabel 2: Matriks SWOT**

	<b>IFAS</b>	<b>Kekuatan (S)</b> Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<b>Kelemahan (W)</b> Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<b>EFAS</b>			
<b>Peluang (O)</b> Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal		<b>Strategi SO</b> Kembangkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Kembangkan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Ancaman (T)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal		<b>Strategi ST</b> Kembangkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT</b> Kembangkan strategi untuk meminimalkan dan menghindari ancaman

Sumber: Diolah oleh peneliti, (2022)

Dengan penggunaan Matriks SWOT di atas nantinya peneliti menyusun strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut, Pengelola Desa Wisata dan Perangkat Desa setempat dengan menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi. Sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan. Matriks ini menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi dalam pengembangan Desa Wisata pada masa Pandemi *Covid-19* di Kabupaten Garut.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah Desa Wisata di Kabupaten Garut yang menjadi fokus pengembangan Desa Wisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dengan Tema: “*One Village, One Destination*”. Maka peneliti mengambil beberapa destinasi wisata yang ada di Kabupaten Garut sebanyak 13 Desa Wisata dari 47 Desa Wisata yang sedang dikembangkan oleh Disparbud Kabupaten Garut. Pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik probability sampling yang perhitungannya berdasarkan dengan rumus slovin. Dengan ditentukannya 13 Desa Wisata.

Dalam pengembangan Desa Wisata, Disparbud Kabupaten Garut dibantu oleh pengelola Desa Wisata atau Perangkat Desa setempat sebagai subjek atau informan penunjang pada penelitian ini. Dan subjek tersebut, yang dipandang memahami dan memiliki pengetahuan, pemahaman dan otoritas dalam pengembangan Desa Wisata pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Garut.

#### 3.2 Pembahasan

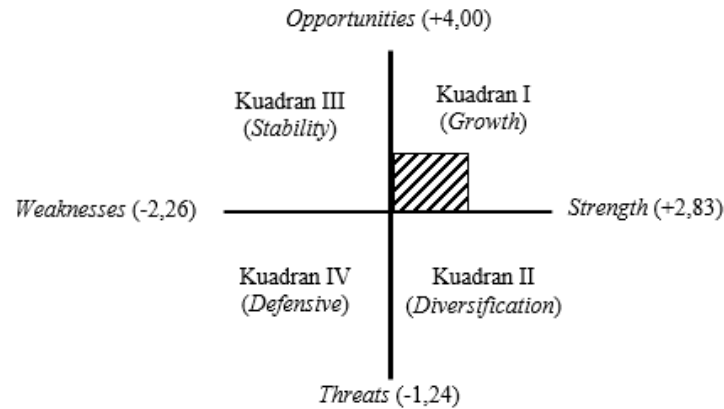
Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Garut memiliki peran penting dalam meningkatkan dan mengembangkan potensi desa dalam aspek Desa Wisata. Dengan adanya Desa Wisata diharapkan masyarakat desa sekitar dan pariwisata di Kabupaten Garut dapat menjadi penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan daerah, dan berkontribusi dalam penerimaan Asli Daerah. Pendapatan yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman).

- a. Mempersiapkan Destinasi Wisata. telah dilaksanakan meskipun masih dalam proses. Karena masih banyak kendala-kendala yang dihadapi seperti belum sepenuhnya normal di situasi pandemi ini, sehingga beberapa program dan persiapan agak sedikit terhambat.
- b. Membangun Infrastruktur Konektivitas Yang Kompetitif. Dalam setiap pembangunan infrastruktur mulai dari tahap survei, penyelidikan, desain, pembebasan lahan, konstruksi, hingga operasi dan pemeliharaan harus selalu memperhatikan dan memenuhi aspek sosial, diterima oleh masyarakat, menguntungkan secara ekonomi, dan ramah lingkungan. Pemerintah juga akan fokus membangun fasilitas kesehatan masyarakat dan menyediakan kebutuhan dasar seperti air, sanitasi, perumahan untuk mendukung penguatan sistem kesehatan nasional. Ini semua dalam rangka meningkatkan kapasitas untuk menghadapi pandemi *Covid-19*.
- c. Implementasi dan Monitoring Penerapan Protokol *CHSE*. Pentingnya menciptakan lingkungan masyarakat yang produktif dan aman dari Covid-19. Jangan produktif tapi tidak aman, atau aman tapi tidak produktif sama sekali. Untuk itu, ada tahapan dalam menciptakan lingkungan ini, mulai dari prakondisi, timing, injury, koordinasi dengan pusat-pusat regional, hingga monitoring dan evaluasi.
- d. Menciptakan dan Membangun Daya Tarik Wisata di Daerah. Strategi pemasaran pemasaran dapat dibentuk dengan dua cara. Pertama, pemasaran yang dilakukan dengan mendatangkan wisatawan tanpa melalui perantara. Misalnya melalui pengiriman proposal ke instansi, penyebaran brosur harga paket destinasi wisata, dan lain-lain. Kedua, pemasaran dilakukan dengan melibatkan perantara untuk mendatangkan wisatawan. Misalnya kerjasama dengan travel agent/travel agent, guide, antar destinasi wisata, ASITA, PHRI, atau lainnya.
- e. Meningkatkan Kualitas SDM Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif. Desa dapat diberikan otonomi untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat. Upaya yang dilakukan desa untuk meningkatkan taraf hidup masyarakatnya adalah dengan membentuk Desa Wisata, yang menjadi usaha daya tarik wisata dengan kegiatan yang memanfaatkan sesuatu keunikan, keindahan dari alam dan budaya yang dimiliki oleh masyarakat yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan. Setiap desa memiliki potensi untuk menjadi komoditas unggulan pariwisata. Sebesar dan sebagus apapun potensi yang akan menjadi komoditas unggulan jika pelaku usaha pariwisata (desa) tidak siap, dipastikan kegiatan pariwisata tidak akan bertahan lama.
- f. Meningkatkan Kuantitas dan Kualitas Produk Ekonomi Kreatif. Salah satu upaya Pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata adalah dengan fokus pada desa. Beberapa desa yang memiliki potensi alam telah dikembangkan menjadi desa wisata.

Berdasarkan perhitungan mengenai analisis IFAS menunjukkan bahwa pengembangan Desa Wisata pada masa pandemi *Covid-19* di Kabupaten Garut memiliki posisi internal yang kuat. Sedangkan hasil perhitungan dari analisis EFAS menunjukkan bahwa Disparbud telah merespon peluang dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman terhadap pengembangan Desa Wisata. Kemudian dari hasil analisa IFAS dan EFAS yang dihitung berdasarkan hasil skor total untuk setiap faktor, kekuatan 2,83, kelemahan 2,26, peluang 4,00, dan ancaman 1,49. Maka, selisih skor total faktor kekuatan dan kelemahan yang diketahui adalah (+) 0,57, dan selisih skor total faktor peluang dan faktor ancaman adalah (+) 2,51. Maka Diagram Cartesiusnya terkait



dengan pengembangan Desa Wisata pada masa pandemi *Covid-19* Di Kabupaten Garut adalah sebagai berikut:



**Gambar 2: Diagram Cartesius Analisis SWOT Pengembangan Desa Wisata**

*Sumber: Diolah oleh peneliti, (2022)*

Berdasarkan Gambar 2 terlihat bahwa pengembangan Desa Wisata pada masa pandemi *Covid-19* di Kabupaten Garut berada pada kuadran pertumbuhan, dan kuadran ini sangat menguntungkan bagi pengembangan Desa Wisata. Desa Wisata memiliki opportunity dan strength, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Maka, strategi yang dapat dilakukan adalah mendukung strategi yang berorientasi pada pertumbuhan. Dengan menerapkan strategi ini, Desa Wisata dapat berupaya memaksimalkan kekuatannya dengan memanfaatkan berbagai peluang, sehingga pengembangan Desa Wisata dapat mengimbangi Desa Wisata lain yang berkembang.

Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan kombinasi dan hasil sebagai berikut:

a. Strategi *SO* (Kekuatan-Peluang)

- 1) Mempersiapkan destinasi wisata dengan memanfaatkan potensi Bentang Alam yang indah dan alami disertai kebudayaan daerah yang beragam Bisa menjadi alternatif Pariwisata dan menjadi pilihan bagi wisatawan yang pada saat ini cenderung menyukai suasana *back to nature*;
- 2) Penerapan standar *CHSE* untuk meyakinkan wisatawan akan penyebaran virus *Covid-19* sesuai dengan anjuran pemerintah di dukung oleh Sarana dan prasarana yang menunjang;
- 3) Dengan mengikuti Bimtek dan Diklat pengelola Desa Wisata bisa mengembangkan potensi pariwisata;
- 4) Memanfaatkan jaringan internet yang pada saat ini mudah dijangkau dengan Media sosial sebagai sarana promosi bahwa salah satu Desa Wisata di Kabupaten Garut pernah menjadi Desa Wisata terbaik di Indonesia.

b. Strategi *ST* (Kekuatan-Ancaman)

- 1) Memiliki potensi bentang alam yang indah dan keragaman budaya yang berbeda pengelola Desa Wisata dituntut untuk kreatif lebih menjaga keaslian budaya yang ada dan menjadikan pembeda dengan Desa Wisata lainnya sehingga wisatawan lebih tertarik.

c. Strategi *WO* (Kelemahan-Peluang)

- 1) Memberikan edukasi terhadap masyarakat dan pengelola akan pentingnya vaksin *Covid-19*;
- 2) Mengikuti pelatihan Bimtek sehingga bisa memanfaatkan jaringan internet dan media sosial;
- 3) Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi Desa Wisata;
- 4) Bekerja sama memperbaiki akses jalan yang rusak sehingga wisatawan bisa mudah menuju lokasi Desa Wisata.

d. Strategi *WT* (Kekuatan-Ancaman)

- 1) Meningkatkan pemasaran dengan menampilkan dokumentasi keindahan dan keanekaragaman budaya dengan memanfaatkan media sosial dengan kreatif dan inovatif;
- 2) Sarana dan prasarana Desa Wisata harus terpelihara dengan baik.

Hasil penelitian yang telah peneliti paparkan di atas maka strategi dalam pengembangan Desa Wisata pada masa pandemi *Covid-19* di Kabupaten Garut. Disparbud dan pengelola Desa Wisata dapat berupaya memaksimalkan kekuatannya dengan memanfaatkan berbagai peluang, sehingga pengembangan Desa Wisata dapat mengimbangi Desa Wisata lain. Maka Desa Wisata akan menjadikan kelompok swadaya dan berbasis masyarakat yang dalam kegiatan sosialnya dan nantinya masyarakat akan lebih berupaya meningkatkan pemahaman kepariwisataan, mewadahi peran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Disparbud dan pengelola Desa Wisata di wilayahnya.

#### 4. Kesimpulan

Fokus Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut adalah menjadikan tiap desa memiliki Desa Wisata yang disesuaikan dengan potensi desa tersebut. Karena pada dasarnya di saat pandemi ini belum selesai, satu-satunya jalan dalam meningkatkan dan mengembangkan kepariwisataan yaitu dengan mengandalkan potensi desa dengan tema “One Village, One Destination” program tersebut digagas oleh Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. Jika mengacu kepada teori yang peneliti angkat dalam penelitian ini yaitu langkah yang ditempuh pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenkarekraf) dalam mengembangkan sektor pariwisata mengacu pada enam langkah sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Berdasarkan analisis SWOT dapat diketahui bahwa faktor strength serta weakness menunjukkan Disparbud, pengelola Desa Wisata serta Perangkat Desa setempat berada pada posisi internal yang kuat. Selanjutnya, untuk faktor peluang dan ancaman menunjukkan bahwa Disparbud, pengelola Desa Wisata serta Perangkat Desa setempat telah merespon peluang dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman terhadap pengembangan Desa Wisata.

Disparbud, pengelola Desa Wisata serta Perangkat Desa setempat berada pada kuadran I (*Growth*) pertumbuhan, dan kuadran ini sangat menguntungkan bagi pengembangan Desa Wisata. Desa Wisata memiliki opportunity dan strength, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Maka, strategi yang dapat dilakukan adalah mendukung strategi yang berorientasi pada pertumbuhan. Dengan menerapkan strategi ini. Desa Wisata dapat berupaya memaksimalkan

kekuatannya dengan memanfaatkan berbagai peluang, sehingga pengembangan Desa Wisata dapat mengimbangi Desa Wisata lain.

## Daftar Pustaka

### I. Jurnal dan Buku

- Avilia, D., Priyanto, B. S., & Rifandi, R. A. (2022). Kajian Potensi Wisata Alam Desa Gonoharjo, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. *Journal of Enviromental Science Sustainable*, 3(1), 92-99.
- Bilung, S. (2016). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada Cv.Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 116-127.
- Chrysnaputra, R. D., & Pangestoeti, W. (2021). Pariwisata Halal Dan Travel Syariah Pasca Pandemi Covid 19. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 151-167.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363-382.
- Rangkuti, Freddy. (2013). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, B. A., & Kafabih, A. (2021). Sektor pariwisata Indonesia di tengah pandemi COVID 19. *JDEP (Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan)*, 4(1), 8-14.

### II. Website

- <https://pojokberita.co.id/wabup-helmi-beda-antara-desa-wisata-dan-wisata-desa/>  
<https://travel.kompas.com/.....-desa-wisata-bermunculan/>, 26 Februari 2021  
<https://www.jabarprov.go.id/Bangkitkan-.....Jabar-Culture-Tourism>