

Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta di Masa Pandemi Covid-19

Erna Okta Amelia^{1*}, Joko Pramono², Damayanti Suhita³

^{1,2,3} Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

*)Korespondensi: ernaoktaa@gmail.com

Abstract

Tourism is one of the largest economic generating sectors in the world. Tourism development is a series of activities that create integration in the use of various resources and integrate all forms of aspects outside of tourism with the aim of making tourism even better. This research is a descriptive research using qualitative methods. As we know that the COVID-19 pandemic has affected almost all lines of life. Tourism and the economy have been badly affected by the COVID- 19 pandemic. Therefore, a strategy is needed in the development of tourism in Surakarta City during the COVID-19 pandemic. The formulation of tourism development strategies in this study uses a SWOT analysis technique. Before designing a strategy using a SWOT analysis, he explained the condition of tourism during the COVID-19 pandemic. SWOT analysis is used to identify Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats on the research object. Based on the results of the SWOT analysis using a SWOT analysis matrix, there are 4 strategy formulations based on strengths-opportunities, weaknesses-opportunities, strengths-threats, and weaknesses- threats. The recommended strategy in tourism development in Surakarta City during the Covid 19 pandemic is to increase community involvement, especially young people in tourism management and technology-based tourism development.

Article Histori:

Accepted: 24/1/2022

Review: 28/2/2022

Publish: 30/4/2022

Keyword: Strategy, Tourism Development, Covid-19 Pandemic, SWOT Analysis.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang wilayahnya membentang dari Sumatera hingga Papua. Kekayaan negara Indonesia melimpah dengan keanekaragaman potensi alam, flora, fauna, peninggalan bersejarah, adat istiadat serta seni dan budaya. Sebagai negara yang dilewati garis khatulistiwa menjadikan Indonesia memiliki iklim tropis yang memunculkan keberagaman flora dan fauna yang mempesona. Keberagaman tersebut merupakan potensi Indonesia yang menarik minat masyarakat Indonesia bahkan dunia. Indonesia juga dikenal

dengan budayanya yang kental dan sikap keramahan penduduknya. Setiap wilayah di Indonesia memiliki potensi yang patut untuk terus dikembangkan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangkit ekonomi terbesar di dunia. Pariwisata menjadi sektor yang selalu dan akan banyak diminati oleh orang-orang di penjuru dunia. Keputusan yang mendasari seseorang untuk melakukan perjalanan wisata sangatlah beragam. Secara umum pengertian pariwisata menurut Spillane sebagaimana dikutip oleh Suwena (2010: 15) adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan

kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas dan berziarah. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2019 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Namun, kondisi pariwisata Indonesia bahkan dunia saat ini berubah akibat adanya pandemi covid-19 yang merubah banyak sektor kehidupan salah satunya industri pariwisata. *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada bulan Desember 2019 kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2) dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19).

Coronavirus adalah keluarga besar virus yang menjangkit manusia dan hewan dengan gejala ringan hingga berat. Penularan pada manusia dapat terjadi melalui tetesan kecil (*droplet*) yang keluar dari hidung atau mulut saat batuk dan bersin. Gejala yang ditimbulkan berupa demam tinggi, batuk kering, sesak napas. WHO (*World Health Organization* atau Badan Kesehatan Dunia) secara resmi mendeklarasikan virus corona (COVID-19) sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020.

Berbagai destinasi yang tidak hanya dikunjungi wisatawan lokal tetapi juga mancanegara juga harus menutup pintu. Penutupan destinasi pariwisata ini juga berdampak bagi perekonomian masyarakat yang mana dalam keseharian mereka mengandalkan pendapatan dari berdagang di lokasi wisata. Banyak masyarakat yang kemudian kehilangan mata pencaharian dan menjadi pengangguran.

Tabel 1. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Surakarta Tahun 2018-2020

No	VENUE	TAHUN					
		2018		2019		2020	
		ASING	DOMESTIK	ASING	DOMESTIK	ASING	DOMESTIK
1	HOTEL	26.127	1.407.038	19.270	1.772.013	3.079	1.063.130
2	ODTW	12.410	3.250.245	13.047	3.549.504	1.406	352.700
		38.537	4.657.283	32.317	5.321.517	4.485	1.415.830
	JUMLAH	4.695.820		5.353.834		1.420.315	

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa pandemi covid-19 memberikan dampak begitu besar pada sektor pariwisata di Kota Surakarta. Menurunnya kunjungan wisata berpengaruh pada sektor-sektor pendukung seperti industri ekonom kreatif yang juga harus ditutup akibat pandemi covid-19, sehingga banyak masyarakat yang kehilangan mata pencaharian baik dari sektor kuliner, perdagangan maupun perhotelan. Berdasarkan kondisi tersebut, Pemerintah terus berupaya untuk mengembangkan

dan menghidupkan kembali sektor pariwisata di Kota Surakarta.

Dalam pengembangan pariwisata di Kota Surakarta, terdapat faktor internal yang sangat berpengaruh, yakni bagaimana kekuatan dan kelemahan dari Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Dinas Pariwisata Kota Surakarta masih perlu untuk meningkatkan pengelolaan terhadap objek-objek pariwisata di Kota Surakarta. Jika dilihat, masih banyak objek wisata di Kota Surakarta yang bisa ditingkatkan nilai dan fungsinya menjadi lebih baik lagi. Hal ini bergantung pula pada faktor internal yakni

Dinas Pariwisata Kota Surakarta mengenai pengelolaan yang dilakukan. Terkait lemahnya pengelolaan oleh Dinas Pariwisata ini, sehingga dapat berdampak pada objek wisata yang terkesan monoton dan kehilangan daya tariknya oleh wisatawan. Sebagai Kota yang tidak didukung dengan potensi wisata alam, maka perlunya pengelolaan terhadap objek-objek wisata yang sudah ada agar dapat terus menyesuaikan dengan trend dan kebutuhan berwisata masyarakat. Sehingga, perlu inovasi dari lingkungan internal dalam hal ini Dinas Pariwisata Kota Surakarta dalam upaya pengembangan pariwisata di Kota Surakarta. Dalam upaya pengembangan pariwisata terdapat kendala dalam hal pendanaan, dikarenakan fokus pemerintah ialah penanganan pandemi covid-19.

Pesona dan keunikan wisata di Kota Surakarta, yang meski tidak didukung dengan potensi wisata alam, tetapi tetap memiliki kekhasan tersendiri menjadikan penulis tertarik untuk menjadikan Kota Surakarta sebagai lokasi penelitian. Penelitian terkait dengan pariwisata dimasa pandemi jua masih belum bannyak ditemukan. Sehingga topik ini dirasa menarik untuk diangkat dalam sebuah judul penelitian yaitu Strategi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta di Masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan masukan bagi akademisi maupun pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi pariwisata disaat pandemi.

Adapun tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan merumuskan strategi Dinas Pariwisata dalam mengembangkan pariwisata di Kota Surakarta di masa pandemi covid-19.

2. KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini mengkaji tentang strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Kajian strategi merupakan bagian dari manajemen. Manajemen merupakan suatu proses yang dilakukan guna mewujudkan tujuan organisasi. Menurut (Tangkilisan, 2007) Manajemen merupakan proses universal, tetapi jenis organisasi dan lingkungan yang berbeda menurut strategi manajemen yang berbeda, di mana hal ini makin menampak di antara organisasi publik dan swasta, dan oleh karena perbedaan-perbedaan tersebut, maka studi manajemen publik perlu menggunakan pendekatan yang berbeda dengan studi manajemen bisnis atau swasta. Studi manajemen publik umumnya mengarah pada masalah-masalah kebijakan yang nyata dan diaplikasikan untuk meningkatkan pelayanan publik. Menurut (Handoko, 2017) ada tiga alasan utama diperlukannya manajemen, yaitu:

- a. Untuk mencapai tujuan. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi maupun pribadi
- b. Untuk menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan.
- c. Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas.

Tujuan organisasi akan tercapai jika sebuah organisasi memiliki manajemen strategi yang baik. Demikian pula dengan dinas Pariwisata. Tingkat wisatawan akan naik jika dinas tersebut memiliki strategi yang baik untuk mehadapai tantangan dan ancaman yang ada dalam lingkungannya.

Manajemen Strategi

Manajemen Strategi merupakan sebuah rangkaian proses berkaitan dengan pengambilan keputusan yang menyeluruh serta disertai pertimbangan yang mendasar dalam cara penetapannya. Nawawi (2017) menyatakan bahwa manajemen strategik merupakan suatu sistem yang sebagai satu

kesatuan memiliki berbagai komponen yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi, dan bergerak secara serentak (bersama-sama) ke arah yang sama pula. Pengertian lain dalam Nawawi (2017) menyatakan bahwa manajemen strategik merupakan “usaha manajerial menumbuhkembangkan kekuatan organisasi untuk mengeksploitasi peluang yang muncul guna mencapai tujuannya yang telah ditetapkan sesuai dengan visi misi yang telah ditentukan”

Menurut Jauch (2016) dalam (Ahmad, 2020) manajemen strategik adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Dengan demikian sasaran perusahaan akan menjadi roh dalam melaksanakan semua kegiatan di perusahaan atau organisasi. Selanjutnya menurut Alex Miller (2016) dalam (Ahmad, 2020) menekankan lima ciri utama manajemen strategi, yaitu:

- a. Manajemen strategi mengintegrasikan berbagai macam fungsi dalam organisasi.
- b. Manajemen strategi berorientasi terhadap tujuan organisasi secara menyeluruh.
- c. Manajemen strategi mempertimbangkan kepentingan berbagai petaruh (*Stakeholders*).
- d. Manajemen strategi berkaitan dengan horizon waktu yang beragam.
- e. Manajemen strategi berurusan dengan efisiensi dan efektivitas

Manajemen strategi yang baik akan menghasilkan strategi yang mampu membawa organisasi tersebut mencapai tujuan.

Pengertian Strategi

Strategi merupakan sekumpulan cara secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah perencanaan

dalam kurun waktu tertentu. (Rangkuti 2004:4) mengatakan bahwa strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi menjadi penting dalam pengembangan visi-misi sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan (Agustine, 2021). Strategi juga merupakan sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komperatif dan sinergis yang ideal berkelanjutan sebagai arah, cakupan dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi (Triton p.b, 2007). Sejalan dengan pendapat diatas, strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas sebagai bentuk tanggap terhadap apa yang terjadi di lingkungan dan membantu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Aktivitas formulasi strategi yang baik akan mempertinggi kemampuan organisasi dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Berikut ini adalah beberapa alasan mengapa strategi sangat diperlukan (Ahmad:2020)

- a. Untuk memberikan arah yang jelas pada semua jajaran manajemen dan perusahaan.
- b. Agar manajer berpikir jauh ke depan dengan kreatif (bukan hanya hal-hal yang bersifat rutin sehingga melupakan pemikiran yang panjang).
- c. Memaksa manajer untuk mengantisipasi dan meramalkan faktor eksternal yang rumit dan tidak pasti.
- d. Dengan menyusun strategi, para manajer untuk dapat berkomunikasi dengan jelas satu dengan yang lain.
- e. Perusahaan selalu dihadapkan dengan situasi persaingan.

Strategi yang diulas dalam penelitian ini terkait dengan strategi pengembangan pariwisata di Kota Surakarta.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan. Pengertian pariwisata menurut Norval dalam Muljadi dan Nuryati (2002,h.80) adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota, atau wilayah tertentu. Menurut Yoeti (2008:8) pariwisata harus memenuhi empat kriteria dibawah ini, yaitu:

- a. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, perjalanan dilakukan di luar tempat kediaman di mana orang itu biasanya tinggal
- b. Tujuan perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang- senang, tanpa mencari nafkah di negara, kota atau destinasi wisata yang dikunjungi
- c. Uang yang dibelanjakan wisatawan tersebut dibawa dari negara asalnya, di mana dia bisa tinggal atau berdiam, dan bukan diperoleh karena hasil usaha selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan
- d. Perjalanan dilakukan minimal 24 jam atau lebih.

Memaknai pariwisata berarti harus mampu mendalami secara utuh sebagai satu kesatuan dari berbagai disiplin ilmu dan organisasi, juga berbagai pendapat serta ide kreatif, inovatif, dan hal-hal yang dapat dikembangkan dari para pelaku pariwisata, sehingga secara efektif dapat memberikan manfaat bagi industri pariwisata. Sehingga, dapat dikatakan bahwa pariwisata adalah sebuah aktivitas yang bertujuan untuk memberikan penyegaran bagi pelaku pariwisata dari kegiatan yang sehari-hari menjadi kebiasaan yang dilakukannya. Pada dasarnya pariwisata itu motif kegiatannya adalah untuk mengisi waktu luang, bersantai, bersenang-senang, studi, kegiatan agama, atau

dapat pula olahraga. Selain itu, kegiatan yang dilakukan dalam motif pariwisata dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya baik fisik maupun psikis baik sementara maupun dengan jangka waktu tertentu, serta untuk prospek jangka panjang (*sustainable tourism*).

Pengembangan merupakan suatu proses atau aktivitas yang bersifat memajukan suatu hal atau objek yang dianggap perlu untuk dikembangkan dengan tujuan untuk mencapai titik yang lebih baik dari sebelumnya dengan cara meremajakan dan memelihara sehingga lebih menarik dan berkembang. Menurut Gamal Sumantoro (2005:55) dalam (Sanjaya, 2018), strategi pengembangan pariwisata bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap.

Menurut Pinata (2005:56) dalam (Sanjaya, 2018), pengembangan pariwisata adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru. Sehingga, pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian kegiatan yang menciptakan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya dan mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang bertujuan agar pariwisata tersebut dapat lebih baik lagi.

Analisis SWOT

Dalam membuat sebuah strategi tentunya diperlukan sebuah alat yang digunakan untuk menganalisis permasalahan sehingga ditemukan strategi yang sesuai. Penentuan strategi yang digunakan oleh dinas Pariwisata kota Surakarta dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT.

Ahmad (2020) menyatakan bahwa analisa SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut

kontribusinya masing-masing. Analisa ini terbagi menjadi empat komponen, yaitu:

- 1) Kekuatan (*Strengths*), merupakan situasi atau kondisi yang menjadi kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi atau.
- 2) Kelemahan (*Weaknesses*), adalah situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan dari organisasi atau program pada saat ini. Kelemahan yang dianalisis, merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi atau.
- 3) Peluang (*Opportunities*), adalah situasi atau kondisi yang merupakan peluang di luar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi di masa depan.

Ancaman (*Threats*), adalah situasi atau kondisi yang merupakan ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi di masa depan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mencari data yang mendalam, sehingga data yang diperoleh merupakan data yang mengandung makna. Makna yang dimaksud ialah data yang merupakan suatu nilai dari data yang tampak. Penelitian kualitatif dalam prosesnya sangat interaktif dengan sumber data atau proses timbal balik agar dapat memperoleh makna. Penelitian dengan judul "Strategi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta di Masa Pandemi Covid-19" berlokasi di Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Lokasi yang dipilih adalah berdasarkan pertimbangan peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan pariwisata Kota Surakarta di masa pandemi covid-19 oleh

Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Menurut Sugiyono (2015:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk memperoleh data. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang digali dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari informan yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah informan sebanyak 5 orang. Adapun data sekunder berasal dari dokumen-dokumen pendukung penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis interaktif Milles, Huberman dan Saldana, 2014. Milles, Huberman dan Saldana (2014), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pengembangan pariwisata di masa pandemi pada dasarnya memerlukan penyesuaian dengan kondisi pandemi covid-19. Kepala Seksi Promosi dan Informasi Pariwisata Dinas Pariwisata mengungkapkan kondisi pariwisata di masa pandemi covid-19 dimana "Kondisi pariwisata di masa pandemi berdampak sangat luar biasa, apalagi kunjungan wisatawanannya menurun drastis bahkan sampai minus, tapi sudah mulai menggeliat lagi seiring dengan levelnya yang sudah level 2, sebenarnya level 1 solo karena alghomerasi level 2." (Wawancara tanggal 16 November 2021)

Hal serupa disampaikan oleh Kepala UPT Taman Balekambang bahwa "Kalau sebelum pandemi itu bahwasanya untuk kunjungan taman Balekambang tahun 2019 sekitar 2 juta 600 sekian orang, kemudian dengan adanya Pandemi di tutup hampir tidak ada kunjungan

selain kita yang bekerja. Kemudian di buka lagi tapi kunjungan sedikit, kemudian di bulan Juli 2020, taman Balekambang termasuk taman yang diperbolehkan untuk dibuka, cuman kunjungan kita kecil dibandingkan sebelum pandemi. Sekarang mulai agak naik tapi belum bisa mengejar jumlah kunjungan seperti tahun sebelumnya. (Wawancara tanggal 5 Desember 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh hasil bahwa SWOT (*Strength Weaknes Opportunities Threats*) Seperti diketahui bahwa Surakarta merupakan Kota Strategis dan jalur transportasi yang mudah untuk dikunjungi. Pariwisata di Kota Surakarta juga beragam, mulai dari wisata budaya, wisata kuliner, wisata sejarah, wisata

event, wisata budaya, dan juga wisata belanja. Pariwisata di Kota Surakarta berjalan dengan baik dengan berbagai upaya pengembangannya, tetapi kemudian pandemi covid-19 menjadikan terhenti berbagai sektor di Indonesia, salah satunya sektor pariwisata. Pandemi covid-19 kian membawa perubahan pada hampir seluruh sektor, sampai pada akhir tahun 2021 ketika pandemic covid-19 mulai melandai, pariwisata di Kota Surakarta mulai menggeliat dan berkembang kembali.

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal yang telah dilakukan pada Dinas Pariwisata Kota Surakarta, berikut adalah perancangan strategis pada matriks analisis SWOT untuk pengembangan pariwisata Kota Surakarta di masa pandemi Covid-19.

Tabel 2. Matriks Analisis SWOT

	<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
INTERNAL	<ul style="list-style-type: none"> - Komitmen SDM aparatur Dinas Pariwisata sangat kuat - Dinas pariwisata sudah memberikan <i>support</i> yang cukup baik dalam pengembangan pariwisata - Melaksanakan SOP di masa pandemi covid-19 	<ul style="list-style-type: none"> - SDM banyak dalam bidang administratif sehingga dalam pelaksanaan lapangan kurang - Belum ada pelatihan khusus mengenai pengembangan pariwisata di masa pandemi covid-19 untuk SDM dinas pariwisata - Anggaran di masa pandemi terbatas
EKSTERNAL	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki hubungan koordinasi yang baik dengan <i>stakeholder</i> terkait - Menjalin banyak kerja sama dengan luar daerah maupun antar daerah 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem administrasi dinas masih sangat berbelit sehingga menghambat proses - Kurang menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang anti mainstream
<i>Opportunities (Peluang)</i>	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ul style="list-style-type: none"> - Kemajuan teknologi yang semakin memberi peluang dalam pengembangan pariwisata di masa pandemi - Daerah tetangga dalam 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengoptimalkan pengelolaan pariwisata berbasis teknologi - Menciptakan destinasi wisata baru yang bernuansa alam 	<ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan dukungan kelompok masyarakat dengan menjalin kerja sama atau membuat destinasi baru yang secara khusus dikelola - Memberikan pelatihan

<p>ruang lingkup solo raya yang kaya akan sumber daya alam</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki amenity yang lengkap - Dukungan kelompok masyarakat dalam pengembangan pariwisata kota Surakarta - Berkembangnya sektor-sektor pendukung seperti pembuatan <i>marchandise</i> - Posisi Kota Surakarta strategis dengan aksesibilitas yang baik - Atraksi yang cukup banyak
<p>Threat (Ancaman)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Pariwisata di Surakarta selalu diperbandingkan dengan pariwisata di Yogyakarta dan Bali - Pariwisata di Surakarta tidak didukung dengan pariwisata alam - Fluktuasi pandemi covid-19 - Lahan di kota Surakarta yang semakin sempit - Peluang investor kecil di masa pandemi covid-19 - Kurangnya kesadaran anak-anak muda untuk meneruskan pemahaman pariwisata - Reorganisasi/restrukturi sasi pada generasi yang mau mengembangkan seni budaya dan pariwisata masih kurang

- Melakukan kerja sama dengan destinasi wisata yang berpotensi untuk memasarkan marchandise hasil UMKM Kota Surakarta

husus kepada SDM Dinas Pariwisata terkait pengembangan pariwisata di masa pandemi covid-19

STRATEGI ST

STRATEGI WT

- Mempersiapkan dan membekali generasi penerus agar bisa mengelola pariwisata
- Memberikan sosialisasi atau pelatihan kepada generasi muda mengenai kepariwisataan
- Mempertahankan kerja sama antar daerah yang kaya akan destinasi wisata alam
- Merenovasi atau memperbaiki destinasi yang ada menjadi wahana baru yang lebih menarik

- Peningkatan kualitas SDM aparatur (termasuk di dalamnya memberikan pelatihan terkait pengembangan pariwisata di masa pandemi covid-19)
- Mengikutsertakan masyarakat dalam penyelenggaraan event- event pariwisata.

Sumber: Analisis data Peneliti

Hasil penelitian strategi dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata Kota Surakarta di masa pandemi covid-19 dapat dilihat melalui strength, weakness, opportunities, threat. Berdasarkan analisis SWOT diatas maka dapat diidentifikasi

faktor-faktor baik dari internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman dalam pengembangan pariwisata di Kota Surakarta. Hasil penelitian dalam hal Streght (Kekuatan) menunjukkan bahwa DinasPariwisata memiliki cukup



kekuatan internal yang baik. Hal ini dilihat dari beberapa faktor diantaranya adalah komitmen SDM Dinas Pariwisata sangat kuat, Dinas pariwisata sudah memberikan support yang cukup baik dalam pengembangan pariwisata, melaksanakan SOP di masa pandemi covid-19, memiliki hubungan koordinasi yang baik dengan stakeholder terkait, serta menjalin banyak kerja sama dengan luar daerah maupun antar daerah.

Dinas Pariwisata sebagai fasilitator dalam penyelenggaraan beberapa kegiatan atau event kepariwisataan telah memberikan support yang baik bagi para komunitas yang menjadi penyelenggara kegiatan di masa pandemi covid-19. Komitmen yang dimiliki oleh sumber daya aparatur Dinas Pariwisata tercermin dengan dukungan yang diberikan pada komunitas penggiat pariwisata dan banyaknya kerja sama yang terjalin dengan daerah-daerah luar maupun pihak ketiga.

Hasil penelitian dalam hal weakness (Kelemahan) menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata dalam kinerjanya masih memiliki beberapa kelemahan. Hal-hal yang menjadi kelemahan diantaranya adalah SDM banyak dalam bidang administratif sehingga dalam pelaksanaan di lapangan kurang, belum ada pelatihan khusus mengenai pengembangan pariwisata di masa pandemi covid-19 untuk SDM dinas pariwisata, anggaran di masa pandemi terbatas, sistem administrasi dinas masih sangat berbelit sehingga menghambat proses, kurang menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang anti mainstream.

Kelamahan timbul baik dari segi sumber daya aparatur, administratif dan juga masalah anggaran. Banyak kegiatan Dinas Pariwisata yang harus tertunda atau dialihkan akibat anggaran yang tidak memadai. Hal ini dikarenakan fokus anggaran diberikan pada penanganan pandemi covid-19. Namun, dalam menyikapi hal ini Dinas Pariwisata berupaya untuk melakukan pemulihan dan pengembangan pariwisata di masa pandemi covid-19. Kompetensi atau skill sumber daya

aparatur Dinas Pariwisata juga masih belum mendapatkan pelatihan atau transfer knowlagde yang spesifik dalam menyikapi permasalahan-permasalahan dalam kepariwisataan.

Hasil penelitian dalam hal opportunities (Peluang) menunjukkan bahwa di masa pandemi covid-19 terdapat banyak faktor yang menjadi peluang bagi pengembangan pariwisata Kota Surakarta. Faktor yang menjadi peluang diantaranya adalah kemajuan teknologi yang semakin memberi peluang dalam pengembangan pariwisata di masa pandemi, daerah tetangga dalam ruang lingkup solo raya yang kaya akan sumber daya alam, memiliki amenity yang lengkap, dukungan kelompok masyarakat dalam pengembangan pariwisata Kota Surakarta, berkembangnya sektor-sektor pendukung seperti pembuatan marchandise, posisi Kota Surakarta strategis dengan aksesibilitas yang baik, dan atraksi yang cukup banyak. Peluang muncul dari lingkungan eksternal Dinas Pariwisata Kota Surakarta.

Kemajuan teknologi mampu membawa perubahan baru bagi pariwisata di masa pandemi covid-19, yang mana pariwisata selama pandemi dapat tetap dijalankan meski harus melalui ruang virtual atau daring (dalam jaringan). Selain itu, fasilitas-fasilitas dalam destinasi wisata yang tetap dikembangkan selama masa pandemi juga menjadi peluang untuk menarik minat wisatawan dalam berkunjung. Fasilitas pendukung yang dimiliki Kota Surakarta juga sudah cukup lengkap baik dari segi entertainment, belanja, akomodasi, maupun transportasi.

Pandemi covid-19 membawa banyak perubahan bagi aktivitas kehidupan baik dalam masyarakat maupun lingkungan kerja. Namun, banyak aktivitas yang harus tetap berjalan untuk tetap menyeimbangkan roda perekonomian, salah satunya sektor pariwisata. Di Kota Surakarta meski kondisi pariwisata sempat lumpuh akibat pandemi covid-19, tetapi lambat laun mulai menggeliat. Adanya

peluang-peluang ini memungkinkan bagi Dinas Pariwisata untuk semakin meningkatkan kualitas dan memperluas jaringan, serta memunculkan inovasi dan perubahan-perubahan yang semakin baik.

Hasil penelitian dalam hal threat (Ancaman) menunjukkan bahwa pariwisata di Kota Surakarta masih memiliki ancaman atau faktor yang menjadi kendala. Ancaman tersebut diantaranya adalah pariwisata di Surakarta selalu diperbandingkan dengan pariwisata di Yogyakarta dan Bali, pariwisata di Surakarta tidak didukung dengan pariwisata alam, fluktuasi pandemi covid-19, lahan di Kota Surakarta yang semakin sempit, kecilnya peluang investasi di masa pandemi covid-19, kurangnya kesadaran anak-anak muda untuk meneruskan pemahaman pariwisata, serta reorganisasi/restrukturisasi pada generasi yang mau mengembangkan seni budaya dan pariwisata masih kurang.

Kota Surakarta dikenal kental dengan sejarah dan budaya yang menjadi ciri khas pariwisatanya. Namun, di sisi lain, pariwisata Kota Surakarta lemah dalam hal destinasi wisata alam. Kota Surakarta tidak didukung dengan wisata alam, sehingga ini menjadi pembeda dengan daerah-daerah yang memiliki potensi wisata alam yang banyak. Hal tersebut, juga menjadikan pariwisata Kota Surakarta kerap diperbandingkan dengan pariwisata di Yogyakarta dan juga Bali.

Peluang menarik investasi di masa pandemi covid-19 pun sangat kecil. Sempitnya lahan di Kota Surakarta membawa perubahan bagi pariwisata yang kurang baik, kesulitan menciptakan wahana baru membawa dampak pada peluang masuknya investor dalam pengembangan pariwisata. Minat investor kurang, hal ini dikarenakan peluang menarik investor adalah apabila terdapat wahana baru yang akan dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Kota Surakarta.

Upaya pengembangan pariwisata tentu akan terus berlanjut, sebagai upaya keberlanjutannya diperlukan generasi penerus

yang memiliki minat dalam kepariwistaan. Namun, dalam realitanya, masih banyak anak muda atau generasi masa kini yang kurang minat dalam kepariwistaan. Bergabungnya anak muda dalam pengembangan pariwisata seharusnya merupakan suatu keuntungan tersendiri dalam pengembangan pariwisata, banyak ide-ide baru yang bisa diciptakan. Sehingga ini perlu menjadi perhatian agar tetap terdapat generasi penerus yang memiliki inovasi dalam pengembangan pariwisata. Berdasarkan hal tersebut strategi yang direkomendasikan dalam pengembangan pariwisata di Kota Surakarta dimasa pendemi Covid-19 adalah peningkatan keterlibatan masyarakat terutama kalangan muda dalam pengelolaan pariwisata dan pengemangan pariwisata berbasis teknologi.

5. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi Dinas Pariwisata dalam pengembangan pariwisata Kota Surakarta di masa pandemi covid-19 yang didalamnya menggunakan teknik analisis SWOT yang menyatakan mengenai faktor-faktor yang menjadi keberhasilan maupun penghambat bagi suatu organisasi. Berdasarkan hasil analisa perumusan strategi terdapat empat alternatif strategi yang terdiri dari, *strength-opportunities*, *weakness-opportunities*, *strength-threat*, *weakness-threat* disimpulkan bahwa pariwisata di masa pandemi Covid-19 terpuruk akibat pandemi, tetapi terkait pembangunan dan pengembangan pariwisata harus tetap berjalan. Strategi yang direkomendasikan dalam pengembangan pariwisata di Kota Surakarta dimasa pendemi Covid-19 adalah peningkatan keterlibatan masyarakat terutama kalangan muda dalam pengelolaan pariwisata dan pengemangan pariwisata berbasis teknologi.

6. DAFTAR PUSTAKA

Agustine, Adhinda Dewi., Dwinugraha, AP. (2021) *Strategi Pengembangan Desa*

- Wisata Osing Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19.*
Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik Vol.6 No. 2
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis.* Makassar: CV.Nas Media Pustaka
- Anhar, Misbahul., Bustami Usman. (2021). *Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan Dalam Pengembangan Pariwisata.* Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsiyah. Vol. 6. No. 2
- Bahiyah, Choridotul., Wahyu Hidayat., Sudarti. (2018). *Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Ponorogo.* Jurnal Ilmu Ekonomi. Vol.1. No.2
- Hardani., Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif.* Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu
- Mamonto, Halid. *Strategi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur*
- Nggini, Yulitus Habita. (2019). *Analisis Swot (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan.* Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial. Vol 3. No.1
- Prasetyo, Putro. (2013). *Strategi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Kota Tarakan.* Jurnal Ilmu Pemerintahan. Vol.1. No.1
- Primadany, Sefira Ryalita., Mardiyono., Riyanto. *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Nganjuk).* Jurnal Administrasi Publik. Vol. 1. No. 4
- Sinaga, Ulimayen, Santi Agustina Manalu. (2020). *Perumusan Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam dengan Metode SWOT Analysis dan Analytical Hierarchy Process (AHP) di Kabupaten Asahan (Studi Kasus: Air Terjun di Asahan).* Vol 22. No. 2
- Suci, Rahayu Puji. (2015). *Esensi Manajemen Strategi.* Taman Sidoarjo. Zivatama Publisher