

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

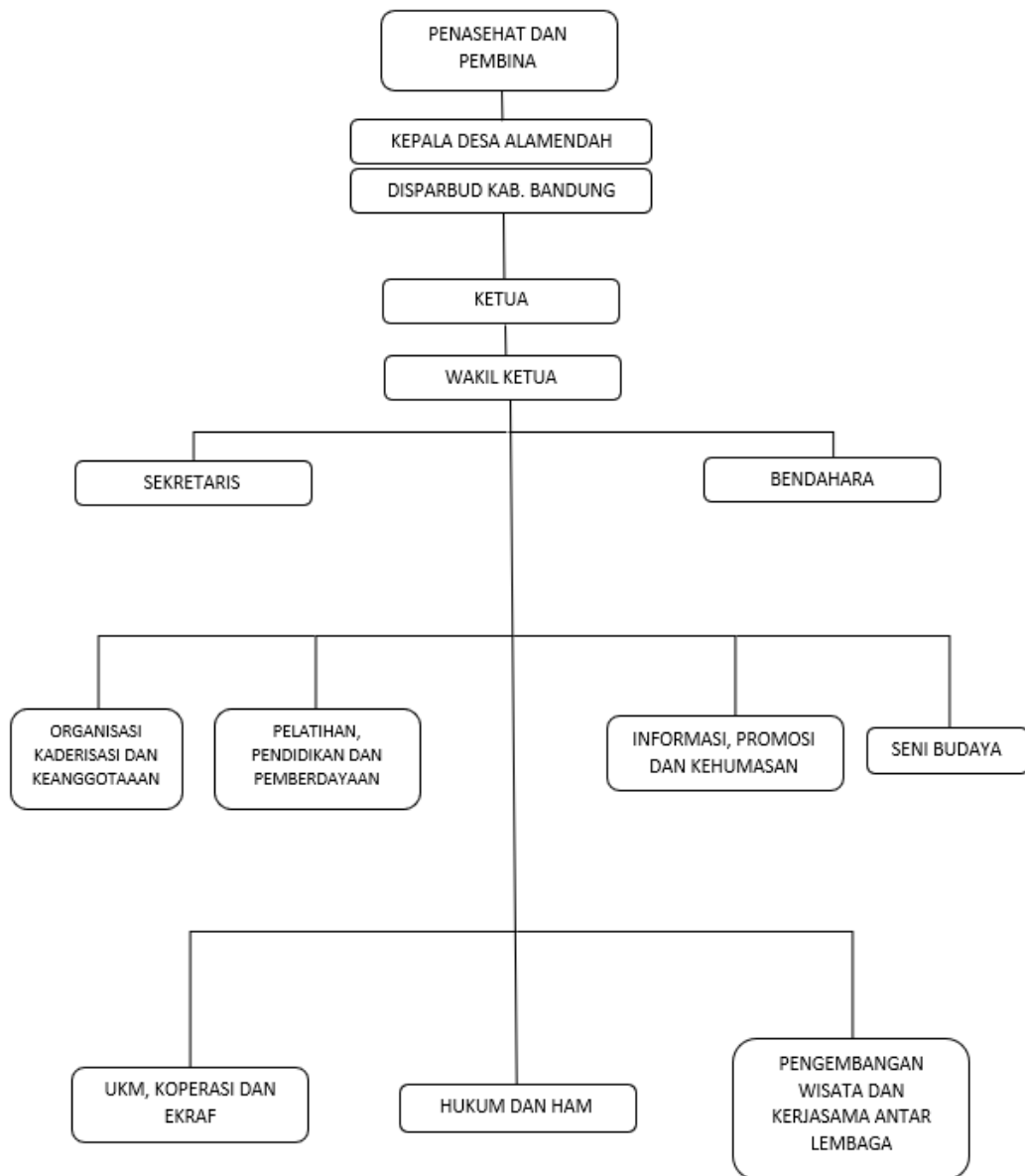
#### 1.1.1 Profil Desa Wisata Alamendah



**Gambar 1.1 Desa Wisata Alamendah**

*Sumber : Alamendah.id*

Desa Wisata Alamendah merupakan salah satu desa wisata yang berlokasi di Desa Alamendah Jalan Alamendah KM. 07 Ciwidey-Rancabali Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat. Desa Wisata Alamendah ditetapkan sebagai desa wisata pada tanggal 2 Februari 2011 melalui *keputusan Bupati Bandung Nomor 556.42/kep.71-DISBUDPAR/2011*. Desa Wisata Alamendah merupakan salah satu desa Agronomi termaju dan terpadat yang berada di Kecamatan Rancabali yang mata pencaharian penduduknya bermayoritaskan petani dan pedagang. Desa Alamendah juga dikenal dengan wisata alam, wisata religi, serta agrowisatanya. Maka dari itu lahan pertanian serta perhutanan banyak yang berahli fungsi menjadi destinasi wisata. Desa wisata menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat Alamendah. Berikut struktur organisasi Desa Wisata Alamendah:



**Gambar 1.2 Struktur Organisasi Desa Wisata Alamendah**

*Sumber : Data Internal Perusahaan (2022)*

Pada pengelolaan Desa Wisata Alamendah pada tahun 2019, pengelola mulai berfokus pada pengembangan inovasi produk dengan memanfaatkan potensi yang ada di Desa Wisata Alamendah demi menarik wisatawan lokal maupun mancanegara yang menciptakan suatu pengalaman yang tidak akan terlupakan oleh wisatawan. Pengelolaan ini membuahkan hasil, total wisatawan Desa Wisata Alamendah pada tahun 2019 mencapai lebih dari 2500 orang. Produk serta layanan Desa Wisata Alamendah merupakan aktivitas serta kebiasaan masyarakat setempat.

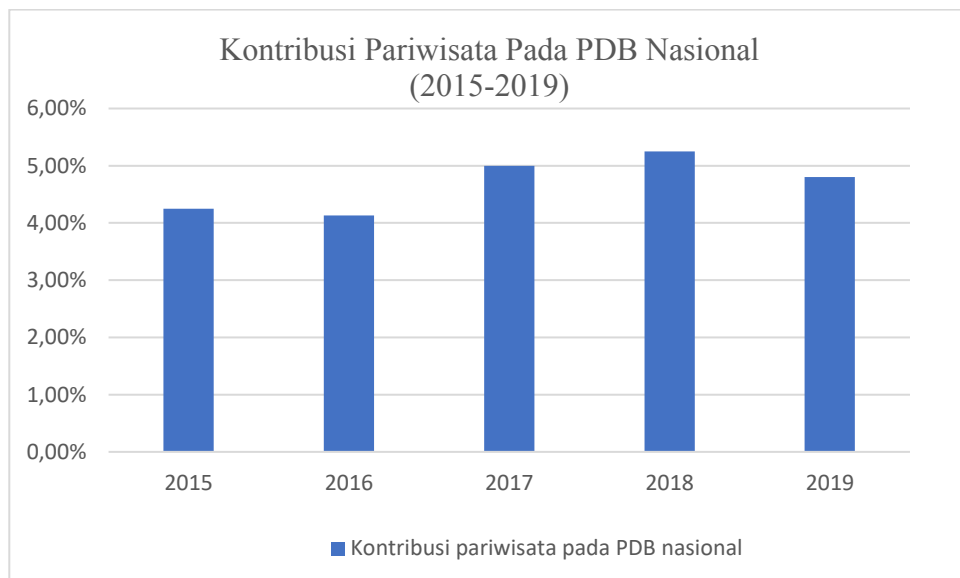
Menurut Wendiansyah selaku ketua Desa Wisata Alamendah menjelaskan bahwa produk serta layanan yang dimiliki oleh Desa Wisata Alamendah merupakan milik dari masyarakat Alamendah itu sendiri, ketika ada pengunjung, Desa Wisata Alamendah mendapatkan bagian dari pendapatan sebesar 20% dan 80% sisanya itu kembali lagi ke masyarakat sehingga dapat dikatakan bahwa pemasok produk serta layanan Desa Wisata Alamendah adalah masyarakat Desa Alamendah. Berikut adalah produk serta layanan yang dimiliki oleh Desa Wisata Alamendah :

1. Alamendah Trip
2. Alamendah Coffee Trip
3. Ngagoes Ulin Kalembur
4. Trekking
5. Wisata Petualangan & Outbond
6. Arboretum Park Alamendah
7. Paket Study Banding
8. Hasil Perkebunan dan Pertanian : Bunga, Bawang, Harum manis, Jeruk, Buah Tin, Cabe Ijo, dan Strawberry
9. Perkebunan Kopi
10. Kesenian Tradisional Silat
11. Produk UMKM
12. Pemerahan Susu Sapi
13. Camping Ground
14. Hutan pinus
15. Careuh Coffee (Kedai Kopi)
16. Homestay
17. Virtual Tour

Menurut Wendiansyah keunggulan layanan yang dimiliki oleh Desa Wisata Alamendah adalah Alamendah Trip, dimana Alamendah Trip ini merupakan layanan yang menawarkan kebiasaan masyarakat desa yang menjadi sebuah pengalaman bagi wisatawan, kebiasaan yang menjadi sebuah paket kunjungan, dimana terdiri dari wisata pertanian, wisata peternakan, wisata kuliner, wisata kesenian, dan UMKM.

## 1.2 Latar Belakang

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024, sektor pariwisata serta sektor ekonomi kreatif memiliki target untuk berperan serta berkontribusi strategi melalui transformasi pembangunan ekonomi nasional dalam lima tahun kedepan. Transformasi pembangunan ekonomi akan berfokus terhadap peningkatan nilai devisa sektor pariwisata serta nilai tambah ekonomi kreatif nasional sehingga dapat memberikan kontribusi yang terus meningkat terhadap ketahanan ekonomi Indonesia. Target peningkatan nilai devisa dari sektor pariwisata yaitu US\$ 3,3-4,8 Miliar pada tahun 2020 menjadi US\$21,5-22,9 Miliar pada tahun 2024 serta target peningkatan nilai tambah ekonomi kreatif dari Rp1.157 Triliun ditahun 2020 menjadi Rp1.641 Triliun di tahun 2024. Tidak hanya itu, Kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional ditargetkan meningkat bertahap dari 4% di tahun 2020 menjadi 4,5% di tahun 2024.

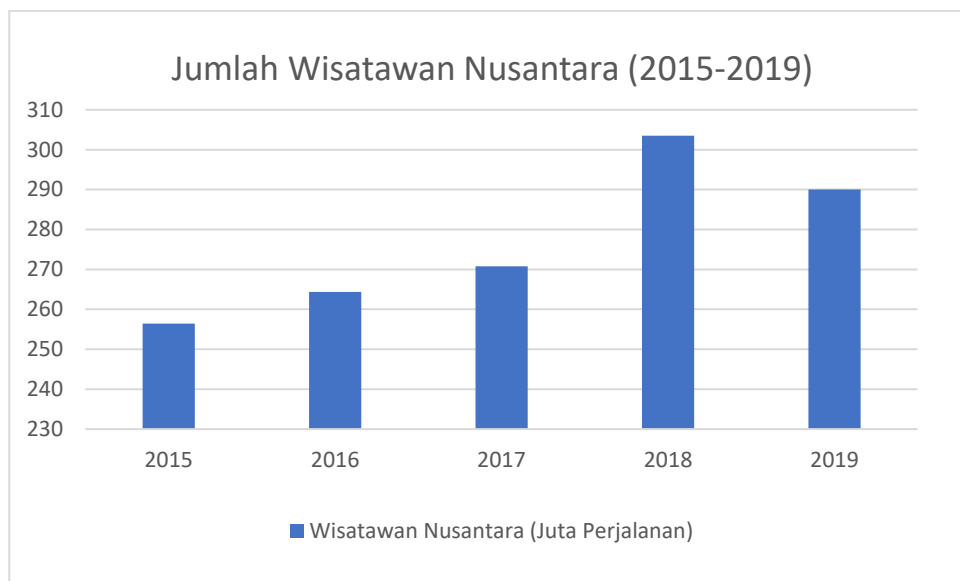


**Gambar 1.3 Kontribusi Pariwisata Pada PDB Nasional (2015-2019)**

*Sumber : Rencana Strategis KEMENPAREKRAF 2020-2024*

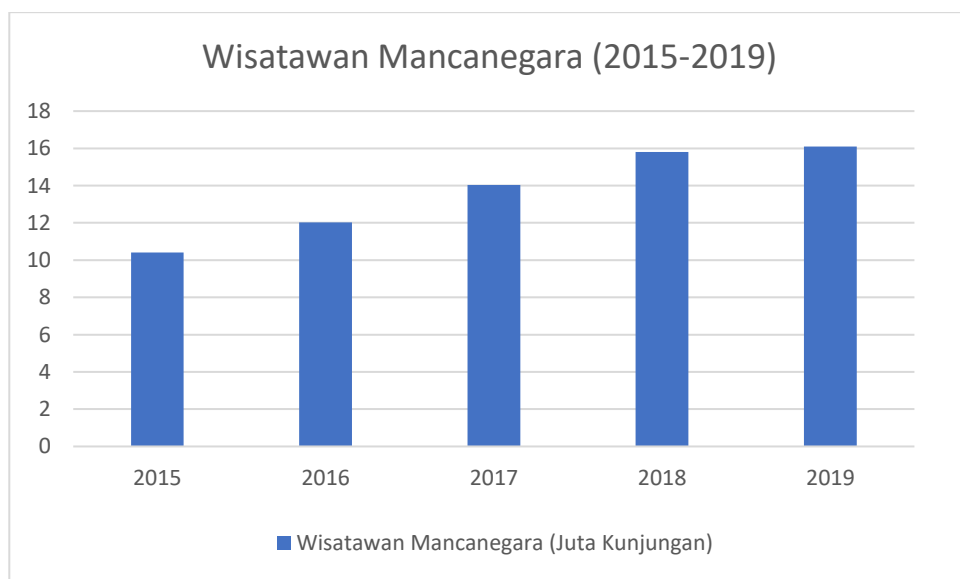
Pada grafik dari Gambar 1.2 terlihat bahwa capaian kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional pada tahun 2015-2019 mengalami pertumbuhan secara konsisten dan signifikan walaupun sempat terjadi penurunan pada tahun 2016. Pencapaian kontribusi ini akan selalu meningkat dan mencapai target

sehingga sektor pariwisata sebagai *leading sector* tercatat menduduki peringkat sebagai penyumbang devisa setelah industri sawit. Konsistensi capaian kontribusi ini didukung dengan pencapaian serta peningkatan jumlah perjalanan wisatawan nusantara serta kunjungan wisatawan mancanegara di tiap tahunnya. Jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara pada tahun 2015-2019 dapat dilihat pada Gambar 1.3 dan Gambar 1.4



**Gambar 1.4 Wisatawan Nusantara (2015-2019)**

*Sumber : Rencana Strategis KEMENPAREKRAF 2020-2024*

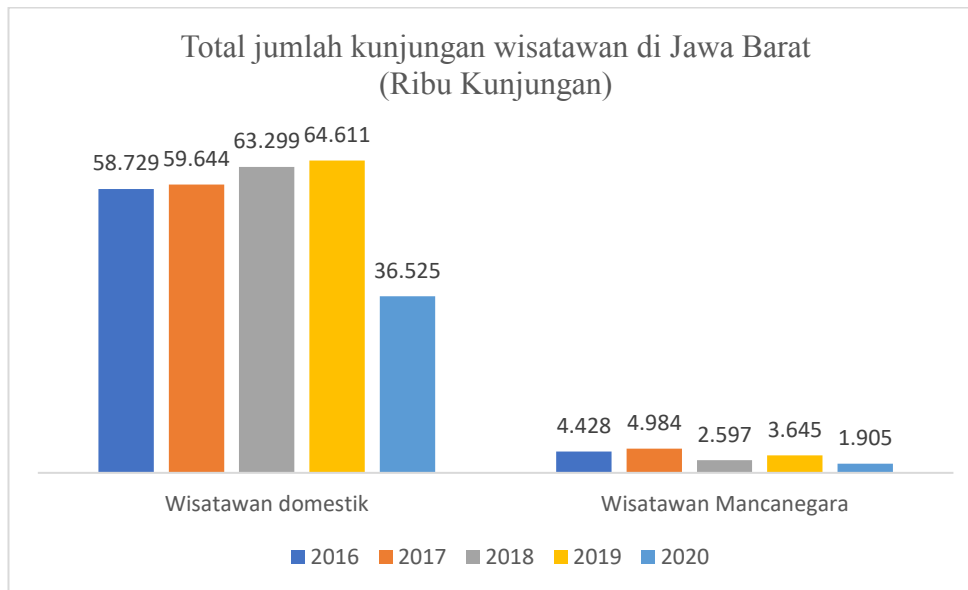


**Gambar 1.5 Wisatawan Mancanegara (2015-2019)**

*Sumber : Rencana Strategis KEMENPAREKRAF 2020-2024*

Dalam kontribusi terhadap peningkatan devisa negara melalui sektor pariwisata diperlukan adanya peningkatan jumlah wisatawan. Target dari jumlah wisatawan mancanegara yaitu bertambah dari 2,8-4 juta wisatawan di tahun 2020 menjadi 16-17 juta wisatawan di tahun 2024. Jumlah *spending* wisatawan mancanegara pun ditargetkan dapat bertambah dari US\$1166,67-1213,87 pada tahun 2020 menjadi US\$1345 di tahun 2024. Disisi lain, perjalanan wisatawan nusantara ditargetkan sebesar 120-140 juta perjalanan pada tahun 2020 menjadi 330-355 juta perjalanan pada tahun 2024. Terkait daya saing pariwisata nasional yang diukur oleh *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)* pada tahun 2019, Indonesia sudah berada di peringkat ke 40 dari target peringkat ke 30. Daya saing destinasi serta industri pariwisata nasional ditargetkan meningkat dengan ditandainya peningkatan peringkat *TTCI* yang dipublikasikan oleh *World Economic Forum*. Indonesia memiliki target untuk berada pada peringkat 36-39 pada tahun 2021 dan meningkat ke peringkat 31-34 pada tahun 2024.

Dalam mendukung kontribusi peningkatan pariwisata terhadap ekonomi Indonesia, Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil memiliki salah satu visi untuk Jawa Barat di periode kepemimpinannya yaitu menjadikan pariwisata sebagai lokomotif ekonomi sehingga Jawa Barat dapat menjadi provinsi pariwisata. Sektor pariwisata adalah salah satu potensi Jawa Barat yang paling besar. Menurut data dari pemerintah provinsi Jawa Barat (*opendata.jabarprov.go.id*, diakses tanggal 30 Desember 2021) pada tahun 2017, tercatat provinsi Jawa Barat memiliki 1.128 objek wisata dan 93 kawasan pariwisata. Menurut Dinas Pariwisata Jawa Barat, objek dan daya tarik wisata di Jawa Barat, pada tahun 2017 berhasil menarik 42 juta wisatawan nusantara dan 17 wisatawan mancanegara dimana Jawa Barat memperoleh pendapatan asli sebanyak 577 miliar rupiah dari sektor pariwisata. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat dapat dilihat pada Gambar 1.5.



**Gambar 1.6 Total Jumlah Kunjungan Wisatawan di Jawa Barat**

*Sumber : <https://data.jabarprov.go.id/id>*

Ridwan Kamil menyebutkan bahwa potensi yang begitu besar ini merupakan sebuah peluang bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Jawa Barat. Menurut beliau, pariwisata Jawa Barat masih perlu ditingkatkan serta masih banyak yang belum dikelola dengan baik. Melihat potensi yang begitu besar, Pemerintah Provinsi Jawa Barat mengalokasikan dana sebanyak Rp500 miliar untuk meningkatkan aksesibilitas jalan ke wilayah pariwisata, membuat destinasi unggulan berkelas dunia, serta membentuk suatu Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) yang terdapat pada kawasan pariwisata.

Sektor pariwisata di Jawa Barat didukung dengan adanya industri pariwisata di tiap kabupaten/kota yang ada di Jawa Barat seperti sektor pariwisata Kabupaten Bandung. Salah satu sektor pariwisata di Kabupaten Bandung yang dikembangkan untuk membangun ekonomi kerakyatan adalah desa wisata. Desa wisata dapat mengurangi urbanisasi masyarakat desa ke kota dikarenakan banyak aktivitas perekonomian yang dapat diciptakan serta dilakukan di desa dan juga dapat menjadi upaya dalam melestarikan serta memberdayakan potensi budaya lokal dan nilai-nilai kearifan lokal yang terdapat di dalam masyarakat. Berdasarkan Buku Pedoman Desa Wisata Kementerian Pariwisata (2019) terdapat jenis-jenis desa wisata yang dapat dijadikan acuan yang dikategorikan menjadi:

1. Desa wisata berbasis sumber daya alam, dimana daya tarik utamanya berasal dari kondisi alam seperti pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau dan lainnya yang berbentuk alam yang unik.
2. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya atau budaya lokal, dimana aktivitas serta kehidupan keseharian masyarakat menjadi daya tarik utama seperti aktivitas mata pencaharian, religi maupun aktivitas lainnya.
3. Desa wisata kreatif, dimana keunikan ekonomi kreatif atau kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan, maupun aktivitas kesenian yang unik menjadi daya tarik utama.
4. Desa wisata berbasis kombinasi, dimana desa wisata ini mengkombinasikan atau menyatukan antara satu atau lebih daya tarik wisata yang dimiliki seperti alam, budaya, dan kreatif.

Berikut desa wisata yang terdapat di Kabupaten Bandung dapat di lihat pada Tabel 1.1 beserta peta sebaran desa wisata di Kabupaten Bandung yang tersaji pada Gambar 1.6

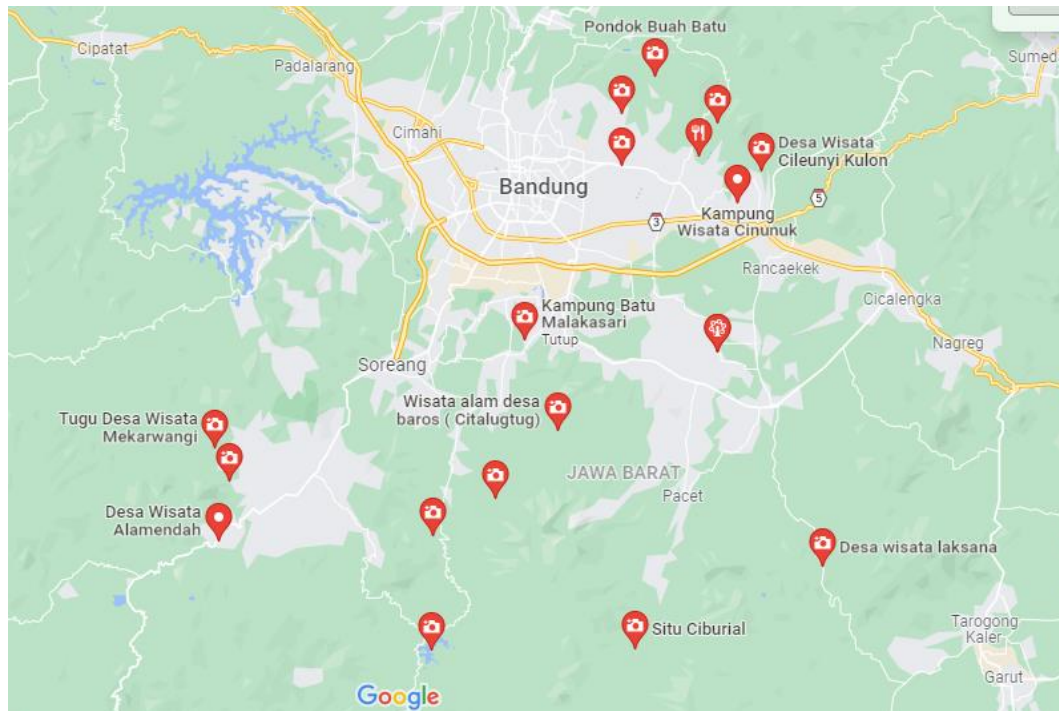
**Tabel 1.1 Desa Wisata di Kabupaten Bandung**

No	Nama Desa Wisata	Alamat
1	Desa Wisata Alamendah	Jalan Alamendah KM 07 Ciwidey-Rancabali Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung
2	Desa Wisata Panundaan	Desa Panundaan, Jalan Raya Panundaan No. 593 Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung
3	Desa Wisata Lebakmuncang	Desa Lebak Muncang, Jl. Lebakmuncang No.17 Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung
4	Desa Wisata Rawa Bogo	Desa Rawa Bogo, Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung
5	Desa Wisata Jelekong	Desa Jelekong, Jl. Laswi Cangkring No. 230 Kecamatan Baleendah Kabupaten Bandung
6	Desa Wisata Cinunuk	Desa Cinunuk, Jl. Cibolerang Kecamatan



		Cileunyi Kabupaten Bandung
7	Desa Wisata Ciburial	Desa Ciburial, Jl. Ciburial No. 98 Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung
8	Desa Wisata Laksana	Desa Laksana, Jl. Kamojang-Samarang Garut, Kecamatan Ibum Kabupaten Bandung
9	Desa Wisata Lamajang	Desa Lamajang, Jl. No. 9 Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung
10	Desa Wisata Mekarsari	Desa Mekarsari, Jl. Gambung No. 2 Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung

*Sumber: Data diolah penulis (2022)*



**Gambar 1.7 Peta Sebaran Desa Wisata di Kabupaten Bandung**

*Sumber : Google Maps*

Dapat dilihat pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat banyaknya desa wisata di Kabupaten Bandung. Dengan banyaknya desa wisata diharapkan mampu mendongkrak pariwisata serta perekonomian di Indonesia khususnya di Kabupaten Bandung. Berdasarkan Buku Pedoman Desa Wisata Kementerian Pariwisata (2019)

menjelaskan bahwa desa wisata terdiri dari empat level atau tingkatan yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:








**Tabel 1.2 Level Desa Wisata**

No	Level Desa Wisata	Indikator
1	Rintisan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata.</li> <li>b. Pengembangan sarana prasarana wisata masih terbatas.</li> <li>c. Belum ada/masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung dan berasal dari masyarakat sekitar.</li> <li>d. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh.</li> <li>e. Sangat diperlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta).</li> </ul>
2	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sudah mulai dikenal dan dikunjungi, masyarakat sekitar dan pengunjung dari luar daerah.</li> <li>b. Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata.</li> <li>c. Sudah mulai tercipta lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi bagi masyarakat.</li> <li>d. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata sudah mulai tumbuh.</li> <li>e. Masih memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta).</li> </ul>
3	Maju	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya.</li> <li>b. Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara.</li> <li>c. Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai.</li> <li>d. Masyarakat sudah berkemampuan untuk mengelola usaha pariwisata melalui pokdarwis/kelompok kerja lokal.</li> <li>e. Masyarakat sudah berkemampuan memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata.</li> </ul>

4	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Masyarakat sudah memberikan inovasi dalam pengembangan potensi wisata desa (diversifikasi produk) menjadi unit kewirausahaan yang mandiri.</li> <li>b. Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal oleh mancanegara dan sudah menerapkan konsep keberlanjutan yang diakui oleh dunia.</li> <li>c. Sarana dan prasarana sudah mengikuti standar internasional minimal ASEAN.</li> <li>d. Pengelolaan desa wisata sudah dilakukan secara kolaboratif antar sektor dan pentahelix sudah berjalan dengan baik.</li> <li>e. Dana desa menjadi bagian penting dalam pengembangan inovasi diversifikasi produk wisata di desa wisata.</li> <li>f. Desa sudah mampu memanfaatkan digitalisasi sebagai bentuk promosi mandiri (mampu membuat bahan promosi dan menjual secara mandiri melalui digitalisasi dan teknologi).</li> </ul>
---	---------	--

*Sumber : Buku Pedoman Desa Wisata Kementerian Pariwisata (2019)*

Berdasarkan wawancara bersama narasumber internal Desa Wisata Alamendah, didapati bahwa Desa Wisata Alamendah berada pada level desa wisata maju dengan indikator yang terdapat pada tabel diatas. Berikut bisnis model Desa Wisata Alamendah yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber internal Desa Wisata Alamendah:

<b>Key Partners</b>  - Masyarakat Alamendah  - Destinasi wisata di Alamendah dan sekitarnya  - Pihak Pantahelix meliputi akademisi, bisnis/perusahaan, pemerintah, komunitas, dan media	<b>Key Activities</b>  - Pelayanan, pemeliharaan, dan perawatan  - Promosi dan penawaran produk serta layanan  <b>Key Resources</b>  - SDA - SDM - Sarana Infrastruktur - Media Sosial	<b>Value Propositions</b>  - Atraksi wisata berupa agrowisata  - Keindahan alam dan pemandangan Alamendah  - Keragaman produk serta layanan yang dimiliki	<b>Customer Relationships</b>  - <i>Personal Approach / Pendekatan Personal</i>  - Testimoni dan review konsumen  <b>Channels</b>  - Promosi secara offline melalui kegiatan event atau pameran, mitra travel, mitra destinasi wisata  - Website serta media sosial - <i>Word of mouth</i>	<b>Customer Segments</b>  - Wisatawan mancanegara serta nusantara  - Kaum Pelajar  - Keluarga  - Komunitas pecinta alam
<b>Cost Structure</b>  - Biaya Operasional  - Biaya Promosi  - Biaya pemeliharaan infrastruktur		<b>Revenue Streams</b>  - Tiket Wisata  - Penjualan produk dari pemasok (UMKM Alamendah)		

**Gambar 1.8 Bisnis Model Desa Wisata Alamendah**

*Sumber : Hasil Olahan Penelitian (2022)*

Menurut data Kemenparekraf (*kemenparekraf.go.id*, diakses tanggal 30 Desember 2021) Indonesia sendiri memiliki 75.000 desa dan sekitar 1.200 diantaranya berpotensi menjadi desa wisata. Pemerintah menargetkan akan ada 500 atau lebih desa wisata yang turut berpartisipasi dalam acara Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2021. Melalui acara ADWI 2021, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno berkeinginan masyarakat Indonesia untuk semakin mengetahui potensi besar dari desa wisata. Selain itu, ADWI 2021 juga sejalan dengan target besar Kemenparekraf yang tertera pada RJMN 2020-2024, mengenai target 244 desa wisata maju, mandiri, dan tersertifikasi desa wisata berkelanjutan pada 2024. Hal ini menunjukkan bahwa desa wisata memiliki potensi yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia terutama bagi masyarakat setempat. Menurut Buku Pedoman Desa Wisata Kementerian Pariwisata (2019) menjelaskan bahwa pengembangan desa wisata dapat didasarkan pada hal sebagai berikut:

1. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas.
2. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis serta mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.

3. Berorientasi pada pengembangan usaha berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga besar serta berorientasi pada teknologi tepat guna.
4. Mengembangkan semangat kompetisi sekaligus kooperatif.
5. Memanfaatkan pariwisata seoptimal serta semaksimal mungkin sebagai penyumbang tradisi budaya dengan dampak seminimal mungkin.

Berdasarkan wawancara dengan Wendiansyah selaku ketua Desa Wisata Alamendah, Desa Wisata Alamendah mengalami beberapa permasalahan, yaitu :

1. Menurunnya jumlah pendapatan yang diterima oleh Desa Wisata Alamendah.
2. Kurangnya pendanaan atau modal.
3. Sumber daya manusia yang kurang memadai.

Permasalahan yang dialami Desa Wisata Alamendah adalah mengalami penurunan wisatawan yang terjadi pada tahun 2020 dan 2021, hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19 dimana pada tahun 2020 masyarakat Indonesia tidak bisa berkunjung ke tempat wisata karena adanya regulasi pemerintah yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) agar dapat meminimalisir penyebaran virus Covid-19 sehingga hal ini berdampak terhadap pemasukan yang diterima desa wisata serta masyarakat setempat menjadi berkurang. Maka dari itu pengelola Desa Wisata Alamendah dituntut untuk dapat keluar dari permasalahan ini. Rencana Desa Wisata Alamendah di tahun 2021 agar dapat meningkatkan pendapatan dan mempertahankan perekonomian masyarakat setempat adalah dengan melakukan kegiatan *digital marketing*, pengelolaan *homestay*, mengikuti pameran, melengkapi profil desa (peta dan potensi Alamendah), pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), dan evaluasi kegiatan, namun beberapa rencana ini terhambat dikarenakan faktor SDM dan adanya kebijakan yang dikeluarkan pemerintah Kabupaten Bandung yaitu kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan kebijakan *rapid test* di Gerbang Tol Soreang, hal ini berdampak kepada tempat wisata sekaligus desa wisata dimana wisatawan tidak dapat berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Ciwidey, Kabupaten Bandung (Wendi, 2021).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, informan mengatakan bahwa pengelolaan Desa Wisata Alamendah masih kurang maksimal dalam pengelolaan divisi serta SDM dan masih mengalami perubahan dalam struktur organisasi. Dari segi aksesibilitas, jalan yang digunakan untuk Alamendah *trip* sudah cukup baik, namun yang menjadi permasalahan adalah jalan tersebut sempit dan masih dilalui oleh kendaraan bermotor. Dari segi pendapatan, menurut wendiansyah Desa Wisata Alamendah mengalami penurunan dan berdasarkan wawancara bersama Ijang Iwan selaku Sekretaris Desa Alamendah bahwa Desa Alamendah belum menerima Pendapatan Asli Desa (PAD) dari Desa Wisata. Dari segi pendanaan, Desa Wisata Alamendah hanya mendapatkan pendanaan awal yang tidak begitu besar yang berasal dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (DISPARBUD) Kabupaten Bandung serta Desa Wisata Alamendah mengalami kekurangan modal. Dalam segi *networking*, Desa Wisata Alamendah tidak memiliki investor dan seluruh aset dan sumber daya yang dimiliki Desa Wisata Alamendah dikelola sendiri bersama masyarakat setempat. Dari segi persaingan usaha, Desa Wisata Alamendah telah menggunakan teknologi dalam membantu melakukan pemasaran produk serta potensi yang dimiliki Desa Wisata Alamendah.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Desa Wisata Alamendah serta berdasarkan peluang dan potensi besar dari desa wisata dalam industri pariwisata, maka diperlukan adanya strategi bersaing yang tepat dalam merebut potensi pasar dan menarik wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh Risris & Intan (2019) menyatakan bahwa perumusan strategi yang tepat dapat membantu perusahaan mencapai visi perusahaan. Penelitian yang dilakukan Melissa (2018) mengungkapkan bahwa penerapan strategi bersaing mempunyai arti penting bagi perusahaan serta menjadi solusi alternatif dikarenakan penerapan strategi yang tepat sasaran dapat memberi arah bagi perusahaan terhadap efektifitas usaha yang bertujuan untuk mengarahkan keputusan-keputusan yang tepat bagi perusahaan. Potensi industri pariwisata Indonesia yang sangat besar, menyebabkan persaingan industri pariwisata pun semakin tinggi, hal ini tentunya menuntut Desa Wisata Alamendah untuk menyusun strategi bersaing yang tepat agar dapat mengungguli persaingan yang semakin kompetitif.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI BERSAING DESA WISATA DI KABUPATEN BANDUNG (STUDI KASUS DESA WISATA ALAMENDAH)”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan potensi pariwisata Indonesia yang besar, Desa Wisata Alamendah harus dapat bersaing agar dapat mengungguli persaingan. Desa Wisata Alamendah juga harus mampu menghadapi perubahan terutama di era digital saat ini dimana saat ini konsumen ingin mendapatkan *value* lebih dari suatu bisnis, dimana *value* ini berupa keunggulan kompetitif. Pada penelitian Mahesa *et al.* (2019) menyebutkan bahwa keunggulan kompetitif terjadi apabila segala sesuatu yang dilakukan oleh sebuah perusahaan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain, dapat dikatakan bahwa sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan oleh perusahaan pesaing. Maka dari itu untuk menciptakan keunggulan kompetitif, Desa Wisata Alamendah memerlukan strategi bisnis yang tepat agar dapat menghadapi persaingan. Penerapan strategi ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang serta ancaman pada lingkungan eksternal dan penyesuaian terhadap kondisi lingkungan internal Desa Wisata Alamendah dengan mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh Desa Wisata Alamendah.

### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal Desa Wisata Alamendah?
2. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal Desa Wisata Alamendah?
3. Bagaimana alternatif strategi bersaing yang dibutuhkan oleh Desa Wisata Alamendah dilihat dari lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan matriks IE dan matriks SWOT?
4. Bagaimana rekomendasi strategi bersaing Desa Wisata Alamendah dilihat berdasarkan matriks QSPM?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengidentifikasi kondisi lingkungan internal Desa Wisata Alamendah.
2. Untuk mengidentifikasi kondisi lingkungan eksternal Desa Wisata Alamendah.
3. Untuk merumuskan alternatif strategi bersaing yang dibutuhkan oleh Desa Wisata Alamendah dilihat dari lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan matriks IE dan matriks SWOT.
4. Untuk merumuskan rekomendasi strategi bersaing Desa Wisata Alamendah dilihat berdasarkan matriks QSPM.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang akan dicapai terdiri dari dua aspek, yaitu:

### **1.6.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan untuk menerapkan teori yang sudah didapat serta dapat memberikan informasi kepada peneliti selanjutnya. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan, wawasan, informasi dan referensi tentang pembahasan strategi bersaing sebuah perusahaan dalam menghadapi persaingan.

### **1.6.2 Aspek Praktis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategi alternatif kepada Desa Wisata Alamendah untuk menjadi bahan pertimbangan serta bahan evaluasi dalam menerapkan strategi bersaing yang tepat dalam menghadapi persaingan.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disajikan dalam bentuk beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

- a. **BAB I: PENDAHULUAN**



BAB I membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penelitian.

b. **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

BAB II berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

c. **BAB III: METODE PENELITIAN**

BAB III berisi tentang metode penelitian yang digunakan, jenis dan tahapan penelitian, populasi dan sampel yang akan digunakan, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

d. **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

BAB IV membahas mengenai hasil penelitian dan menjelaskan bagaimana pengolahan data secara analisis data yang telah melalui proses pengolahan data.

e. **BAB V: PENUTUP**

BAB V berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan menyajikan saran berdasarkan penelitian.