

BAB 5

Kesimpulan & Saran

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang sudah penulis dapatkan dalam melakukan penelitian “Peran Multistakeholder Partnership terhadap Sektor Pariwisata di Indonesia (Studi Kasus; Danau Toba Sumatera Utara, Ubud Bali, dan Pangandaran Jawa Barat)”. Setelah itu akan dijabarkan pula saran dari penulis terhadap kesimpulan yang telah didapatkan.

5.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan yang didapatkan untuk menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Peran dari masing-masing aktor dalam strategi *multistakeholder partnership* terhadap ketiga unit analisis sebagai perwakilan sektor pariwisata di Indonesia diantaranya adalah:
 - a. Pemerintah, kesamaan yang dilakukan pemerintah dalam mencapai tujuan dari masing-masing unit analisis dengan menjadikan Danau Toba sebagai kawasan wisata superprioritas, Ubud sebagai kawasan wisata budaya internasional, dan Pangandaran sebagai salah satu kawasan wisata yang dipilih dalam program KSPN. Pemerintah diantaranya melakukan pembinaan terhadap sumber daya manusia, alokasi anggaran, pengembangan program, penyediaan kebijakan dan aturan yang mendukung *multistakeholder partnership*.
 - b. Pelaku Bisnis, secara umum ada kesamaan peran yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di kawasan wisata Danau Toba, Ubud, dan Pangandaran yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR yang dilakukan oleh para pelaku bisnis diantaranya adalah pembinaan masyarakat, pelatihan, menggunakan masyarakat sekitar sebagai

- karyawan di perusahaannya, memberikan fasilitas yang mendukung berkembang kawasan wisata (toilet, minimarket, mesin atm, dsb). Selain itu, kemampuan jaringan dan pemahaman rantai nilai untuk kemitraan pelaksanaan juga dilakukan oleh pelaku bisnis.
- c. Masyarakat, dari ketiga unit analisis masyarakat secara umum menjadi target sasaran inti kemitraan yang paling memahami konteks lokalitas dan kebutuhan lapangan di kawasan wisata. Masyarakat sebagai aktor inti di ketiga kawasan wisata menciptakan organisasi kepariwisataan yang bertanggungjawab atas perkembangan dan seluruh aktivitas kepariwisataan di kawasan masing-masing. Danau Toba dan Ubud menyebut organisasi kepariwisataannya sebagai Kelompok Sadar Wisata atau POKDARWIS. Sementara Pangandaran menyebutnya Kelompok Penggerak Pariwisata atau KOMPEPAR dan Patriot Desa.
- d. Akademisi, seluruh akademisi dari masing-masing kawasan wisata melakukan penelitian dan menjadi fasilitator dari kemitraan. Universitas Katolik Parahyangan menjadi salah satu pihak akademisi yang melakukan penelitian di Danau Toba dalam program reboisasi dan pengembangan desa wisata. Universitas Udayana menjadi salah satu pihak yang terlibat dalam penelitian pengembangan ruang public sebagai usaha peningkatan kualitas lingkungan. Institute Pertanian Bogor juga menjadi salah satu pihak yang terlibat dalam pengembangan desa-desa wisata di Pangandaran.
- e. Media, sebagai pihak yang menjadi fasilitator dalam menginformasikan informasi dan berita terbaru dan sarana promosi. Media penting dalam pengembangan kepariwisataan karena menjadi sarana dalam menarik minat wisatawan domestic maupun mancanegara.

2. Efektivitas strategi *multistakeholder partnership* yang diterapkan selama ini adalah efektif untuk Ubud dan Pangandaran karena seluruh aktor memenuhi perannya terhadap organisasi kepariwisataan dari masing-masing kawasan wisata. Sementara itu, bagi Danau Toba masih belum efektif dikarenakan masih ada keterlambatan dalam penerapan *multistakeholder partnership* di kawasan ini. Namun, pada tolak ukur pemenuhan kunjungan wisatawan selama kurun waktu yang ditentukan kawasan wisata Danau Toba belum efektif. Dan pada tolak ukur pemenuhan pelaksanaan tujuan jangka panjang Ubud belum efektif karena masih dalam tahap perencanaan dan belum dilaksanakan sama sekali. Sementara Pangandaran sudah dapat dikatakan efektif karena ketiga tolak ukur sudah terpenuhi.
3. Rumusan strategi *multistakeholder partnership* yang diharapkan dapat memajukan sektor pariwisata di Indonesia adalah kemitraan pengembangan. Strategi ini diharapkan dapat diterapkan pada seluruh kawasan wisata baik yang sudah efektif ataupun masih belum efektif. Kemitraan pengembangan bersifat jangka panjang dengan keterbukaan dan orientasi pada kepentingan umum. Kemitraan dengan tujuan menjaga keseimbangan tujuan kinerja dan penyelesaian masalah umum dan berorientasi pada masalah. Kemitraan ini memiliki investasi yang lebih kuat dan mengarah kepada penciptaan bentuk organisasi baru dalam mencapai kesejahteraan para aktor yang terlibat dalam kerjasama ini. Kemitraan ini dianggap dapat memenuhi tujuan jangka panjang dan menjadi solusi atas masalah yang terjadi.

5.2 Saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian kesimpulan yang didapatkan;

1. Dari hasil penelitian yang berjudul Pengembangan Desa Wisata Berdasarkan Rancangan Multi Stakeholder Partnership dengan ikon Arsitektur Budaya sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Kepariwisata di Desa Ragihotang Meat Balige di tahun 2021. Saran dari penulis adalah dengan pelibatan masyarakat khususnya anak muda secara konsisten dan terpadu sebagai innovator, komunikator dan kolaborator (Orpha Jane, 2021). Innovator sebagai perancang berbagai penawaran wisata seperti atraksi budaya dan souvenir. Komunikator sebagai perancang pesan-pesan komunikatif dan promosi di media sosial untuk memobilisasikan dan mengorkestrasikan kawasan wisata. Kolaborator sebagai pelaksana inovasi dan komunikasi-promosi dan bekerjasama dengan organisasi kepariwisataan (Pokdarwis atau Kompepar). Dengan tujuan program yaitu; (1) meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan di wilayah/desa, (2) memfasilitasi masyarakat dalam mengembangkan produk turunan wirausaha lokal seperti souvenir dan kuliner, (3) mendukung pertumbuhan kunjungan wisatawan, dan (4) merancang program digitalisasi khususnya dalam mempromosikan kawasan wisata. Target pencapaian dari program ini adalah; (1) partisipatif dengan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan produk dan jasa kepariwisataan meningkat secara signifikan, (2) ekonomi kawasan wisata tumbuh dengan indikator meningkatnya pendapatan masyarakat, dan (3) taraf hidup masyarakat meningkat dengan kemudahan dan inklusivitas teknologi digital. Peserta program ini adalah anak muda yang memiliki kepedulian atas kepariwisataan di Indonesia.
2. Fokus kepada pengembangan terintegrasi yang dilakukan dengan fokus terhadap pengembangan *community & people based* (Orpha Jane, 2021). Fokus pada pengembangan *community based* dilakukan dengan beberapa upaya diantaranya adalah; (1) *Local*

community; kelompok kerja untuk pengembangan sektor pariwisata, (2) *Local government*; program kerja dan anggaran khusus bagi sektor pariwisata, (3) *Education*; kurikulum atau mata pelajaran khusus tentang pengembangan sektor pariwisata dan perilaku yang mendukung kepariwisataan, (4) *Business actor*; menentukan Standar Operasi Baku layanan yang berkualitas, dan (5) *Media*; komunikasi dan sosialisasi potensi wisata dan karakteristik perilaku kepariwisataan yang handal. Sementara itu fokus pengembangan *people based* dilakukan dengan beberapa upaya yaitu; (1) *Knowledge*; yang dapat didapatkan melalui pendidikan dan pembelajaran, dan (2) *Skill & attitude*; yang dapat didapatkan melalui pelatihan dan workshop. Kelima aktor sangat penting dan mempengaruhi pelaksanaan dari kegiatan pengembangan kepariwisataan didukung dengan *knowledge, skill* dan *attitude* sebagai penggerak.

3. Penelitian lanjutan dengan membuat konsep *multistakeholder partnership* sektor pariwisata di Indonesia dengan mengidentifikasi tambahan *variable* budaya.

Daftar Pustaka

- Andes Haryo Yudanto, T. B. (2012). ANALISIS PENERAPAN METODE PATTERN-MATCHING INTRUSION DETECTION SYSTEM PADA GRAPHIC PROCESSING UNIT.
- AntaraNews.com. (2021). *Akademisi IPB usulkan Pangandaran-Jabar jadi Pusat Desa Maju Wisata*. Jakarta.
- Aparajita Banerjee, E. M. (2020). Perceptions of Multistakeholder Partnerships for the Sustainable Development Goals: A Case Study of Irish Non-State Actors. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute* , 8872; doi:10.3390/su12218872.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management : Sustainable Competitive*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bäckstrand, K. (2020). Multi-Stakeholder Partnerships for Sustainable Development: Rethinking Legitimacy, Accountability and Effectiveness. DOI:10.1002/eet.425.
- Beni, P. (2016). *Konsep dan Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi Daerah*). Jayapura: Taushia.
- Beritasatu.com. (2020). *Media Berperan Besar Bangkitkan Pariwisata di Bali*. Jakarta.
- Bisnis.com. (2020). *Ubud Bakal Jadi Forbidden City, Wisata Terbatas dan Utamakan Kualitas*. Bali.
- Buvagroup. (2017, 11 14). *Buvagroup.com*. Retrieved from <https://www.buvagroup.com/id/sekilas-perseroan/corporate-social-responsibility-tes/>
- Databoks. (2019). *Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Danau Toba Hanya Naik Tipis*. Jakarta.
- David. (2021, Maret 15). *JejakPiknik.com*. Retrieved from JejakPiknik.com: <https://jejakpiknik.com/homestay-murah-di-pangandaran/>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management 13th Edition*. New Jersey: pearson.
- DetikTravel. (2021). *Bak di New Zealand, Begini Indahnnya Desa Meat di Pinggiran Danau Toba*. Medan, Sumatera Utara.
- Dewi Aulya Atika Ayu, S. W. (2015). PERAN PROMOSI PARIWISATA MELALUI FILM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 26 No. 1.
- Dispar.Bone.co.id. (2019). *Jenis-Jenis Tempat Wisata Berdasarkan Motif Wisatawan, Lokasi Tujuan, dan Perjalanan*.
- DQLab. (2021). *Teknik Pengumpulan Data Sekunder dengan Web Crawling*.
- dw.com. (2020). *Bagaimana Sektor Pariwisata Indonesia Bertahan di Tengah Pandemi Corona*. Jakarta.
- Experts, T. H. (2018). *Muktistakeholder Partnership: to finance and improve food security and nutrition in the framework of the 2030 Agenda*. Roma: Committee on World Food Security.
- Financials, I. (2020). *Proyek Desa Wisata Danau Toba Dimulai*. Jakarta.

- Gabriel Eweje, A. S. (2020). Multi-stakeholder partnerships: a catalyst to achieve sustainable development goals. *Marketing Intelligence & Planning*, 0263-4503 DOI 10.1108/MIP-04-2020-0135.
- Graci, S. (2016). Collaboration and partnership development for sustainable tourism. *Tourism Geographies*, Vol. 15, No. 1, 25–42, <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2012.675513>.
- Hazlewood, P. (2015). Global Multi-stakeholder Partnerships: Scaling up public-private collective impact for the SDGs. *Independent Research Forum*.
- Husaini Usman, P. S. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Indonesia, C. (2020). *Pemerintah Rancang 'Forbidden City' di Ubud Bali*. Jakarta.
- Indonesia.go.id. (2019). *Wisata Indonesia di Mata Dunia*.
- IndoZone. (2021). *Ulos Ragi Hotang, Warisan dan Legenda Masyarakat itu Berpusat di Desa Meat Danau Toba*. Sumatera Utara.
- Investments, I. (2019). *Industri Pariwisata di Indonesia*. Jakarta.
- Investor.id. (2021). *Bangkitkan Pariwisata Bali*. Jakarta.
- Ira Ratna Wulan, T. W. (2014). STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA PANGANDARAN KABUPATEN CIAMIS.
- JabarProv.go.id. (2020). *Pangandaran Akan Jadi Destinasi Unggulan Jabar Pascapandemi*. Bandung.
- John A Pearce, R. R. (2011). *Manajemen strategis : formulasi, implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jukka, T. (2021). Does business strategy and management control system fit determine performance? *International Journal of Productivity and Performance Management*, 1741-0401. DOI 10.1108/IJPPM-11-2020-0584.
- Juliana Raupp, O. H. (2010). Understanding strategy in communication. *Journal of Communication Management*, Vol. 16 No. 2, 2012 pp. 146-161. DOI 10.1108/13632541211217579.
- Kabar-Priangan.com. (2021). *Kawasan Pariwisata di Pangandaran Bakal Diperluas*. Bandung.
- Kemenparekraf.go.id. (2020). *Rencana Strategis 2020-2024*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kompas.com. (2014). *Ubud, Desa Seniman yang Mendunia*. Denpasar, Bali.
- KRJogja. (2018). *Pemerintah Bantu Fasilitas Desa Meat*. Yogyakarta.
- Lili Mundle, M. B. (2017). How private meta-governance helps standard-setting partnerships. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, Vol. 8 No. 5, pp. 525-546. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-07-2016-0045>.
- Liputan6. (2020). *Renovasi Homestay di Danau Toba, Pemerintah Alokasikan Rp 167,5 Miliar*. Jakarta.
- Makmur. (2011). *Efektivitas Kebijakan Kelembagaan Pengawasan*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Mara Gorli, L. G. (2013). INNOVATING HEALTH CARE THROUGH MULTI-STAKEHOLDER PARTNERSHIP: THE WELFARE ITALIA SERVIZI CASE. *Building Networks and Partnerships Organizing for Sustainable Effectiveness*, Volume 3, 133–164.
- Mardiasmo. (2017). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi.
- Martens, J. (2007). Multistakeholder Partnerships – Future Models of Multilateralism? *Dialogue on Globalization*.
- MediaIndonesia. (2021). *Kemendagri Susun Rencana Pengembangan Wisata dengan Pemda Ubud*. Bali.
- Mullins, J. W. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*. McGraw-Hill International Edition.
- Multipihak, K. P. (2019). *Panduan Kemitraan Multipihak: untuk Pelaksanaan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia*.
- Ni Wayan Juniari, L. P. (2020). IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MEWUJUDKAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT BERKELANJUTAN. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1, April 2020 : hlm 21-28. .
- Orpha Jane, R. R. (2021). Pengembangan Desa Wisata Berdasarkan Rancangan Multi Stakeholder Partnership dengan ikon Arsitektur Budaya sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Kepariwisata di Desa Ragihotang Meat Balige .
- Pangandaran, G. (2018). *Grand Pangandaran Turut Mendukung Keamanan dan Keselamatan Wisata Pantai*. Pangandaran.
- Partnership, G. K. (2003). Multistakeholder Partnership - Pulling together to uplift and empower the world.
- Peterson, H. C. (2013). Fundamental Principles of Managing Multi-stakeholder Engagement. *The International Food and Agribusiness Management* .
- Priautama, I. G. (2016). Re-development Ruang Publik di Ubud sebagai Usaha Peningkatan Kualitas Lingkungan.
- Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata. (2020). *Integrated Tourism Masterplan for Lake Toba*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rebecca Mutebi Kalibwani, J. T. (2018). Multi-stakeholder partnerships in value chain. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*.
- RepJabar. (2021). *5.500 Pelaku Pariwisata Pangandaran Akan Dapat Bantuan*. Pangandaran.
- Republika.co.id. (2019). *Pangandaran Berbenah Menuju Wisata Kelas Dunia*.
- Republika.co.id. (2021). *Pangandaran Jadi Wisata Unggulan Jabar Pascapandemi*. Bandung.
- rri.co.id. (2021). *Dukung Pariwisata Toba, PLN dan Kotrip Latih Pokdarwis Lintong Nihuta*. Medan.
- Salah Wahab, F. G. (1996). *Tourism Management*. Jakarta: Pradnya Paramita.

- Sanjiwani, P. K. (2015). Kebijakan Pemerintah Terhadap Kelembagaan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dalam Pengembangan Desa Wisata. *Paradigma dan Kebijakan Pariwisata*.
- Spillane, J. (1994). *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Siasat Ekonomi dan Rekayasa.
- Suara.com. (2021). *Dukung Destinasi Prioritas, Pelaku Ekraf Danau Toba Dapat Pelatihan*. Sumatera Utara.
- Subekti, K. K. (2016). ERAN HUMAS DALAM PENGEMBANGAN PANTAI Pangandaran SEBAGAI DESTINASI EKOWISATA MELALUI KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT Pangandaran. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume 4, No. 2, Desember 2016, hlm 173 - 184.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Travelxism. (2019). *Seni Budaya, Rahasia Kunci Kesuksesan Ubud, Gianyar, Bali*. Denpasar.
- TRIBUNJABAR.ID. (2021). *Program CSR, PT Unggul Cipta Teknologi Beri 9 Unit Smart Fishing YUKOM VMA Ke Tim SAR Pangandaran*. Pangandaran.
- UNWTO. (2008). *GLOSSARY OF TOURISM TERMS*. Retrieved from unwto.org/:
- Utama, I. G. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata; Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wishnu. (2014). APLIKASI PATTERNMATCHING UNTUK VALIDASI PESANPADA GAME ONLINE DAN SOCIAL NETWORK. *Strategi Algoritma*.
- Yahya N. Al Serhan, C. C. (2015). Using time to gain competitive advantage: a framework and analysis of propositions. *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 25 No. 4, 2015 pp. 456-465. DOI 10.1108/IJCoMA-05-2013-0043.