

# JURNAL PRAXIS IDEALIS

Jurnal Mahasiswa Ilmu Pemerintahan

VOL. 02 NO. 02 | 2025

DOI : [HTTPS://DOI.ORG/10.36859/JP.V2I2.4109](https://doi.org/10.36859/jp.v2i2.4109)

P-ISSN XXXX-XXXX E-ISSN XXXX-XXXX



Received : 24 Juni 2025

Accepted : 27 Juni 2025

Published : 30 Juni 2025

## STRATEGI DINAS PARIWISATA KABUPATEN SUBANG DALAM MENGELOLA OBJEK WISATA DI KABUPATEN SUBANG

**Tri Juliandono Mardianto<sup>1)</sup>, Tinda Irawaty<sup>2)</sup>, Zaenal Abidin AS<sup>3)</sup>**

1), 2), 3) Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Achmad Yani, Indonesia

### Abstrak

Evaluasi strategi dalam pengembangan pariwisata merupakan elemen krusial dalam manajemen strategis daerah, khususnya bagi Kabupaten Subang yang tengah membangun sektor pariwisata sebagai salah satu pilar ekonomi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan oleh Pemerintah Kabupaten Subang dalam mengenalkan potensi pariwisata ke tingkat nasional serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dengan pihak Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Subang serta pelaku masyarakat lokal, yang mencakup tokoh masyarakat, pedagang, pengelola usaha wisata, dan komunitas pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi digital cukup berhasil meningkatkan visibilitas destinasi wisata Subang secara nasional. Namun demikian, konversi awareness menjadi kunjungan nyata masih belum merata dan keterlibatan masyarakat dalam proses evaluasi belum optimal. Observasi juga mengungkap bahwa kendala seperti infrastruktur yang belum memadai, distribusi kunjungan wisatawan yang masih terkonsentrasi, serta keterbatasan komunikasi antara pemerintah dan pelaku lokal menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, dibutuhkan integrasi antara promosi dan kesiapan destinasi, serta pendekatan evaluasi yang partisipatif dan inklusif agar strategi pariwisata Subang dapat berkelanjutan dan berdampak nyata bagi masyarakat lokal.

**Kata Kunci:** Evaluasi Strategi, Promosi Pariwisata, Partisipasi Masyarakat, Kabupaten Subang, Pengembangan Destinasi

### Abstract

*The evaluation of strategy in tourism development is a crucial element in regional strategic management, especially for Subang Regency, which is actively developing its tourism sector as a key pillar of the local economy. This study aims to evaluate the effectiveness of the strategies implemented by the Subang Regency Government in promoting its tourism potential at the national level and increasing the number of tourist visits. A descriptive qualitative approach was employed through in-depth interviews with representatives from the Tourism, Youth, and Sports Office (Disparpora) as well as local community actors, including community leaders, traders, tourism business managers, and tourism-related communities. The findings reveal that digital promotional strategies have been relatively successful in increasing the visibility*

*of Subang's tourism destinations at the national level. However, the conversion of awareness into actual visits remains uneven, and community involvement in the evaluation process is still limited. Observations also indicate that challenges such as inadequate infrastructure, concentrated tourist flows, and limited communication between government and local actors hinder effective implementation. Therefore, an integrated approach that aligns promotion with destination readiness, and adopts a participatory and inclusive evaluation model, is essential to ensure that tourism strategies in Subang are sustainable and generate real impact for the local community.*

**Keywords:** Strategy Evaluation, Tourism Promotion, Community Participation, Subang Regency, Destination Development.

## PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional maupun daerah. Sebagai sektor multisektor, pariwisata mampu menciptakan multiplier effect yang besar, tidak hanya pada peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), tetapi juga dalam menciptakan lapangan kerja, mengembangkan UMKM lokal, dan mempercepat pertumbuhan wilayah. Di tengah transformasi pembangunan yang menekankan pada keunggulan lokal, sektor pariwisata kian mendapat perhatian sebagai penggerak ekonomi kreatif dan budaya. Dalam konteks Indonesia, dengan kekayaan sumber daya alam dan budaya yang luar biasa, pengelolaan dan pengembangan pariwisata menjadi instrumen penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Kabupaten Subang, sebagai salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat, memiliki kekayaan potensi wisata alam dan budaya yang sangat besar. Kawasan seperti Gunung Tangkuban Perahu, pemandian air panas Ciater, Kebun Teh Ciater, hingga destinasi wisata baru berbasis desa seperti Desa Wisata Cibeusi menawarkan daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Namun demikian, potensi tersebut belum tergarap secara maksimal akibat lemahnya strategi promosi, terbatasnya infrastruktur pendukung, serta minimnya integrasi lintas sektor dalam pengelolaan pariwisata. Data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Subang menunjukkan fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan dalam kurun waktu 2019–2022, terutama akibat pandemi COVID-19 yang menghantam sektor pariwisata secara global. Meskipun pada tahun 2021 dan 2022 terjadi peningkatan kunjungan wisata, hal tersebut belum mampu mengimbangi

kehilangan pendapatan dan dampak ekonomi yang dialami pelaku wisata lokal dan UMKM.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, peran strategis dari Dinas Pariwisata menjadi sangat penting. Dinas Pariwisata bukan hanya bertindak sebagai pengelola destinasi, tetapi juga sebagai aktor utama dalam menyusun strategi promosi, penguatan kelembagaan, pengembangan SDM pariwisata, dan fasilitator kolaborasi lintas sektor. Namun kenyataannya, implementasi strategi tersebut sering kali menghadapi berbagai hambatan, baik dari aspek internal birokrasi, keterbatasan anggaran, minimnya inovasi dalam promosi digital, hingga rendahnya partisipasi masyarakat lokal dalam proses perencanaan dan evaluasi. Dalam era digitalisasi dan persaingan global saat ini, strategi yang hanya mengandalkan cara-cara konvensional tidak lagi memadai. Pemerintah daerah dituntut untuk mengintegrasikan teknologi informasi, membangun branding destinasi, serta memperkuat jejaring promosi secara nasional dan internasional.

Selain faktor manajerial, keberhasilan strategi pengembangan pariwisata juga dipengaruhi oleh kesiapan destinasi itu sendiri. Banyak destinasi wisata di Subang yang masih belum memiliki fasilitas dasar memadai, seperti akses jalan, toilet bersih, pusat informasi, dan keamanan pengunjung. Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan antara upaya promosi dan kesiapan lapangan, yang pada akhirnya berdampak pada rendahnya tingkat kepuasan wisatawan. Ditambah lagi, lemahnya koordinasi antara Dinas Pariwisata dengan stakeholder lain seperti pelaku usaha, komunitas pariwisata, dan perangkat desa turut menghambat pencapaian visi pariwisata daerah yang berdaya saing.

Kebijakan pengembangan pariwisata di Kabupaten Subang secara formal telah tertuang dalam Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2022 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Kabupaten Subang Tahun 2022–2035. Dalam peraturan tersebut, dijelaskan bahwa strategi pembangunan pariwisata diarahkan pada peningkatan kualitas destinasi, penguatan promosi, pengembangan SDM pariwisata, dan penguatan kelembagaan. Namun dalam implementasinya, regulasi ini belum sepenuhnya diinternalisasi dalam praktik kelembagaan di Dinas Pariwisata

maupun di tingkat desa wisata. Salah satu kelemahan yang krusial adalah kurangnya mekanisme monitoring dan evaluasi berbasis data yang dapat mengukur efektivitas strategi secara periodik.

Penelitian ini menjadi relevan dalam rangka mengkaji secara mendalam bagaimana strategi yang disusun dan dijalankan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Subang dalam mengembangkan objek wisata lokal, serta sejauh mana strategi tersebut mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan jumlah kunjungan, keterlibatan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi lokal. Penelitian ini tidak hanya penting untuk menjawab tantangan praktis dalam tata kelola pariwisata, tetapi juga memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan studi strategi pembangunan daerah berbasis potensi lokal.

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif, penelitian ini fokus pada tiga tahapan strategi sebagaimana dikemukakan oleh Fred R. David, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Ketiga tahapan ini akan menjadi lensa analisis dalam menilai kinerja Dinas Pariwisata dalam menjalankan perannya sebagai motor penggerak pariwisata daerah. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai kekuatan dan kelemahan strategi yang diterapkan, serta memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi peningkatan kualitas kebijakan pengembangan pariwisata di Kabupaten Subang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif**, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Subang dalam upaya mengembangkan objek wisata di wilayah tersebut. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali dinamika dan kompleksitas strategi kelembagaan, serta memberikan ruang untuk menginterpretasikan proses dan realitas sosial yang tidak dapat dijelaskan secara kuantitatif. Penelitian ini secara khusus mengacu pada model strategi dari Fred R. David, yang mencakup tiga tahapan utama: perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Model ini dijadikan kerangka analisis untuk menilai

efektivitas dan tantangan yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata dalam mengembangkan sektor pariwisata secara berkelanjutan dan terarah.

Lokasi penelitian dilakukan di Kantor **Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Subang**, yang berfungsi sebagai institusi utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan promosi destinasi wisata di wilayah Subang. Selain itu, beberapa objek wisata unggulan juga menjadi lokasi pendukung untuk observasi, seperti Pemandian Air Panas Ciater, Wisata Alam Capolaga, dan Desa Wisata Cibeusi, guna mendapatkan gambaran lapangan secara langsung mengenai implementasi kebijakan. Penentuan lokasi dan informan dilakukan secara **purposive** dengan kriteria tertentu, antara lain: memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung dalam penyusunan strategi pariwisata, terlibat dalam pelaksanaan program pengembangan destinasi, serta mewakili perspektif pelaku kebijakan di tingkat daerah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi **wawancara mendalam (in-depth interview)**, **observasi langsung**, dan **dokumentasi**. Wawancara dilakukan terhadap sejumlah informan kunci, termasuk pejabat Dinas Pariwisata, pengelola objek wisata, tokoh masyarakat desa wisata, serta pelaku UMKM yang terdampak oleh sektor pariwisata. Wawancara bersifat semi-terstruktur, dengan pertanyaan terbuka yang disesuaikan berdasarkan posisi dan pengalaman informan. Observasi dilakukan untuk meninjau kondisi faktual di lapangan, seperti infrastruktur, fasilitas destinasi, aktivitas promosi, dan partisipasi masyarakat. Sedangkan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa dokumen perencanaan strategi, data kunjungan wisatawan, laporan program kegiatan, peraturan daerah, serta media promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata.

Data yang diperoleh dari ketiga teknik tersebut dianalisis menggunakan **analisis tematik**, dengan merujuk pada langkah-langkah analisis interaktif dari Miles dan Huberman, yaitu: **reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi**. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian, menyusun data berdasarkan tema-tema strategi (perumusan, pelaksanaan, evaluasi),

serta mengelompokkan temuan berdasarkan kekuatan dan hambatan yang dihadapi dinas. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi, kutipan langsung dari informan, serta deskripsi konteks lapangan. Proses verifikasi dilakukan secara berulang melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan validitas temuan.

Melalui metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran holistik dan empiris mengenai bagaimana strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Subang dibentuk, diterapkan, serta dievaluasi, serta memberikan rekomendasi konkret untuk meningkatkan efektivitas kebijakan pengembangan pariwisata lokal di masa yang akan datang.

## **PEMBAHASAN**

### **STRATEGI DINAS PARIWISATA KABUPATEN SUBANG DALAM MENGELOMPOKKAN OBJEK WISATA DI KABUPATEN SUBANG**

Pengembangan pariwisata di daerah membutuhkan pendekatan strategis yang tidak hanya melihat potensi objek wisata semata, tetapi juga mempertimbangkan daya dukung kelembagaan, keterlibatan masyarakat, serta sinergi lintas sektor. Dalam konteks Kabupaten Subang, Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga (Disparpora) berperan sebagai aktor utama yang bertanggung jawab dalam merancang, melaksanakan, serta mengevaluasi strategi pengembangan pariwisata. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Disparpora dapat dianalisis dalam tiga tahapan utama, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Ketiga tahapan ini membentuk satu siklus manajemen strategis yang saling terkait dan menjadi dasar keberhasilan tata kelola sektor pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif.

Perumusan strategi merupakan fase awal yang sangat penting dalam manajemen strategis. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara dengan Sekretaris Disparpora, proses ini dimulai dengan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Dalam analisis ini, kekuatan utama yang dimiliki Subang adalah kekayaan objek wisata alam, seperti Kawah Tangkuban Parahu, Pemandian Air Panas Ciater, Curug Cibareubeuy, dan

wisata pantai di Patimban. Selain itu, potensi budaya lokal seperti kesenian Sunda dan kuliner tradisional juga menjadi nilai tambah bagi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Namun, kelemahan utama terletak pada rendahnya visibilitas destinasi Subang di tingkat nasional, keterbatasan anggaran promosi, serta kurangnya pengelolaan destinasi berbasis standar pelayanan wisata. Di sisi peluang, tren digitalisasi dan meningkatnya minat wisatawan domestik terhadap destinasi alternatif pasca pandemi menjadi peluang besar bagi Subang. Ancaman datang dari ketatnya persaingan dengan destinasi yang lebih dahulu dikenal seperti Bandung, Garut, dan Pangandaran.

Hasil perumusan strategi ini kemudian dituangkan ke dalam program seperti kampanye “Subang Visit 2025”, pembangunan brand pariwisata daerah, pengembangan desa wisata, serta digitalisasi promosi melalui media sosial, kerja sama dengan influencer nasional, dan keikutsertaan dalam event seperti West Java Tourism Fair dan Gebyar Wisata Nusantara.

### **Implementasi Strategi: Mewujudkan Rencana dalam Aksi Nyata**

Tahapan implementasi menjadi ujian dari keberhasilan perumusan strategi. Disparpora telah menjalankan sejumlah program konkret, seperti penyelenggaraan festival pariwisata daerah, penataan kawasan wisata prioritas, peningkatan akses jalan menuju destinasi, serta pembangunan fasilitas umum dasar seperti tempat parkir, toilet umum, dan penunjuk arah. Program lain yang cukup berhasil adalah pelatihan SDM lokal untuk menjadi pemandu wisata dan pelaku ekonomi kreatif berbasis pariwisata.

Namun demikian, implementasi strategi masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan koordinasi antar instansi, kurangnya keterlibatan masyarakat secara struktural, dan ketimpangan pembangunan antar destinasi. Beberapa objek wisata seperti Sari Ater dan Ciater mendapatkan perhatian penuh, sementara potensi wisata desa, ekowisata, dan agrowisata masih belum tersentuh optimal. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang ingin dilibatkan lebih jauh, namun belum tersedia mekanisme formal untuk partisipasi tersebut.

Strategi promosi juga menunjukkan kemajuan signifikan, dengan semakin banyaknya konten wisata Subang yang muncul di media sosial dan

YouTube melalui kerja sama dengan travel blogger dan OTA (Online Travel Agent). Sayangnya, kesiapan destinasi belum seluruhnya memadai. Masalah seperti akses jalan rusak, minimnya papan informasi, serta tidak adanya standar pelayanan wisata di beberapa lokasi masih menjadi keluhan pengunjung, yang menghambat konversi promosi digital menjadi kunjungan riil.

### **Evaluasi Strategi: Mengukur Efektivitas dan Menyempurnakan Kebijakan**

Tahapan evaluasi strategi menjadi instrumen penting untuk mengukur efektivitas dan efisiensi dari program yang dijalankan. Disparpora Subang melakukan evaluasi secara periodik, namun evaluasi tersebut masih dominan bersifat top-down dan berbasis laporan internal. Indikator evaluasi yang digunakan antara lain jumlah kunjungan wisatawan, tingkat pendapatan dari retribusi wisata, partisipasi masyarakat dalam event wisata, serta persepsi pengunjung terhadap layanan dan fasilitas.

Penelitian ini mencatat bahwa proses evaluasi belum sepenuhnya melibatkan pelaku lokal dan masyarakat sebagai bagian dari penilaian kualitas layanan. Padahal, keberhasilan strategi pariwisata sangat bergantung pada persepsi pengguna jasa (wisatawan) dan pelaku lokal (masyarakat, UMKM, komunitas kreatif). Kurangnya integrasi evaluasi berbasis masyarakat membuat strategi pengembangan kurang adaptif terhadap kondisi riil di lapangan.

Selain itu, disparitas antara promosi dan kesiapan infrastruktur menjadi perhatian khusus dalam evaluasi. Banyak program promosi berjalan tanpa diikuti kesiapan objek wisata itu sendiri. Ketidakhadiran fasilitas dasar di beberapa destinasi menyebabkan pengalaman wisatawan tidak sesuai harapan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi harus diselaraskan dengan pembangunan destinasi secara fisik dan sosial.

### **Keterlibatan Masyarakat: Faktor Penentu Keberhasilan Strategi**

Salah satu temuan penting dalam pembahasan ini adalah bahwa keterlibatan masyarakat masih bersifat sporadis dan belum terstruktur secara sistematis. Masyarakat lokal sebenarnya memiliki potensi besar sebagai aktor penggerak wisata berbasis kearifan lokal, misalnya melalui

pengelolaan homestay, produksi kerajinan tangan, pertunjukan budaya, serta kegiatan ekowisata. Namun, partisipasi mereka belum diwadahi dalam bentuk kelembagaan yang kuat atau kemitraan jangka panjang dengan pemerintah.

Dinas Pariwisata perlu mendorong model kolaborasi partisipatif seperti *public-private-community partnership* (PPCP) dalam pengembangan pariwisata. Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga pemilik dan pelaku utama pembangunan destinasi. Penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan, pendampingan, dan akses pendanaan akan mempercepat transformasi dari wisata berbasis konsumsi menjadi wisata berbasis pemberdayaan.

Berdasarkan keseluruhan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi Disparpora Subang telah berada di jalur yang tepat, namun memerlukan penyempurnaan dalam pelibatan aktor, integrasi promosi dengan pembangunan destinasi, serta evaluasi berbasis masyarakat. Strategi promosi digital dan branding sudah cukup efektif untuk meningkatkan awareness, tetapi masih lemah dalam mengubah kesadaran menjadi kunjungan aktual secara merata.

Strategi ke depan perlu mengedepankan:

1. Penyusunan roadmap pengembangan pariwisata jangka menengah yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan.
2. Penerapan standar pelayanan minimum (SPM) wisata daerah agar kualitas layanan lebih terjaga.
3. Pengembangan desa wisata berbasis potensi lokal sebagai motor pemberdayaan masyarakat.
4. Integrasi sistem promosi dan manajemen destinasi berbasis digital agar efisien dan mudah diakses wisatawan.
5. Evaluasi partisipatif dan responsif yang menjadikan masyarakat sebagai mitra dalam pengawasan dan perbaikan strategi.

Jika prinsip inklusivitas dan keberlanjutan dijadikan fondasi, maka sektor pariwisata di Subang bukan hanya akan tumbuh secara ekonomi, tetapi juga menjadi sumber identitas dan kesejahteraan jangka panjang bagi masyarakatnya.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Subang dalam mengembangkan objek wisata telah dilaksanakan melalui tiga tahapan strategis, yaitu perumusan strategi, implementasi, dan evaluasi. Ketiga tahapan tersebut berjalan dalam kerangka pembangunan pariwisata daerah yang berorientasi pada peningkatan daya saing destinasi, pemberdayaan ekonomi lokal, dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Dalam proses perumusan strategi, Disparpora telah mengidentifikasi potensi unggulan wisata alam, budaya, dan buatan yang dimiliki Kabupaten Subang, serta tantangan utama seperti keterbatasan promosi, infrastruktur yang belum merata, dan rendahnya partisipasi masyarakat. Perumusan ini dituangkan dalam program-program pengembangan seperti branding pariwisata, promosi digital, pelatihan SDM pariwisata, serta penyelenggaraan event-event daerah. Dalam tahapan implementasi, sejumlah program telah dijalankan, mulai dari pembangunan infrastruktur penunjang, pelatihan dan sertifikasi pelaku wisata, hingga kerja sama dengan pelaku industri kreatif dan media digital. Namun, implementasi tersebut belum sepenuhnya merata di seluruh wilayah Subang. Fokus pengembangan yang masih tertumpu pada destinasi unggulan seperti Ciater dan Sari Ater menyebabkan disparitas dalam distribusi manfaat ekonomi pariwisata. Selain itu, keterlibatan masyarakat desa dalam pengelolaan destinasi wisata masih bersifat sporadis dan belum terstruktur secara kelembagaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun strategi telah dirancang dengan baik, daya dukung sosial dan kelembagaan belum sepenuhnya optimal dalam mendukung pelaksanaan strategi tersebut. Evaluasi strategi oleh Disparpora dilakukan melalui indikator kuantitatif seperti jumlah kunjungan dan pendapatan dari sektor pariwisata. Namun, evaluasi ini belum sepenuhnya menyentuh aspek kualitatif, seperti kepuasan wisatawan, persepsi masyarakat lokal, atau keberlanjutan sosial-ekonomi dari aktivitas wisata. Evaluasi juga belum melibatkan masyarakat sebagai bagian dari sistem pengawasan partisipatif. Akibatnya, strategi yang dijalankan cenderung bersifat top-down dan belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika lokal dan umpan balik dari pelaku di lapangan.

Secara keseluruhan, strategi Disparpora Kabupaten Subang telah berada pada arah yang tepat dalam memperkuat daya saing sektor pariwisata daerah. Namun, terdapat sejumlah aspek yang perlu ditingkatkan, antara lain penguatan koordinasi lintas sektor, peningkatan kualitas infrastruktur pendukung destinasi, pengembangan desa wisata berbasis komunitas, dan peningkatan kapasitas manajemen destinasi secara digital dan profesional. Ke depan, strategi pembangunan pariwisata Subang harus diarahkan pada pendekatan yang lebih partisipatif, berkelanjutan, dan inklusif agar manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dari sektor pariwisata dapat dirasakan secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Sumber Buku**

- Amirullah. (2015). *METODE & TEKNIK MENYUSUN PROPOSAL PENELITIAN*. Malang: MNC Publishing.

- Anak Agung Putu Swabawa, I. D. (2022). *Manajemen Bisnis Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Pascal Books.
- Astarina, E. &. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PENERBIT ANDI.
- dalam Susinta, A. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF UNTUK ILMU PEMERINTAHAN Pendekatan Terapan*. Sumedang: Melania Publishing.
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Elvera, Y. A. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PENERBIT ANDI.
- Grant, R. M. (1999). *Analisis Strategi kontemporer: konsep, teknik, aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Hikmawati, F. (2019). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Jaya, I. M. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF Teori Penerapan dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Quadrant.
- Luturlean, B. S. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.
- Marrus, S. &. (2002). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Muhammad, S. (2012). *Strategi Pemerintahan Manajemen Organisasi Publik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Salusu, J. (1996). *PENGAMILAN KEPUTUSAN STRATEJIK Untuk Organisasi Publik dan Organisasi NonProfit*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Wijayanti, A. (2019). *Strategi Pengembangan Pariwisata Edukasi di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zebua, M. (2016). *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.

## **Sumber Website**

Statistik, B. P. (2021, 06 02). *Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia April 2021 mencapai 127,51 ribu kunjungan*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/06/02/1800/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-april-2021-mencapai-127-51-ribu-kunjungan-.html>

- Ginanjar, R (2006). *Industri Pariwisata Dalam Menunjang Otonomi Daerah*. Retrieved from <https://985.blogspot.com/2006/02/industri-pariwisata-di.html>
- Sumpena, Ronny. (2011). *Indsutri Pariwisata*. Retrieved from <http://www.Argo.co.id/page.php?ic=231>

### **Sumber Jurnal**

Anggarini, Desy Tri (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata dalam Situasi Pandemi COVID-19. *Jurnal Pariwisata*, vol. 8, no.1, pp. 22-31. April 2021.

Qodriyatun, Sri Nurhayati (2018). *Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Karimunjawa*. Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial, vol. 9, no. 2 Desember 2018.

Asmara, S. (2020). Tinjauan Kritis Kendala dan Dampak Pengembangan Pariwisata Indonesia. Strategi Dunia Usaha Menyikapi Status Indonesia Sebagai Negara Maju: Pra Dan Pasca Covid-19, 140–151. <http://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/40565>

### **Sumber Lainnya**

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintah daerah  
Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2022