

Sustainable Ecotourism Berbasis One Stop Service pada Kawasan Dieng

Trivantiko Rezki Budiyo^{1✉}, ²Sucihatningsih Dian Wisika Prajanti

¹Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

²Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Permalink/DOI: <http://dx.doi.org/10.15294/beaj.v3i1.42086>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun prioritas strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng. Desain penelitian ini adalah penelitian mix methods atau gabungan penelitian kuantitatif dan kualitatif. Teknik pengambilan sampel untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua (Willingness to Pay) dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan sampling insidental. Sedangkan untuk menjawab pertanyaan penelitian ketiga (AHP) dalam penelitian ini dipilih keypersons atau informan menggunakan teknik purposive sampling. Adapun model analisis pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari suatu penelitian yang telah dilakukan. Metode analisis yang kedua adalah analisis WTP. Untuk mendapatkan nilai WTP pada pengunjung wisata Dieng. Metode analisis yang ketiga adalah Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah model pengambilan keputusan yang komprehensif dengan memperhitungkan hal-hal yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan hasil yang dilakukan terhadap responden wisatawan Kawasan Dataran Tinggi Dieng, tidak semua responden bersedia untuk membayar biaya tambahan untuk perawatan lingkungan. Dari total 60 responden wisatawan Kawasan Wisata Dieng dalam penelitian ini, rata-rata sekitar 73,33% responden menyatakan bersedia untuk membayar perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata. Sedangkan sisanya sebesar 26,66% menyatakan tidak bersedia. Berdasarkan hasil analisis AHP, diperoleh hasil bahwa kriteria yang paling diprioritaskan dalam model Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng adalah pengembangan sumber daya manusia dengan nilai bobot sebesar 0,493 atau sebesar 49,3%.

Kata Kunci : *Sustainable Ecotourism, One Stop Service, Kawasan Wisata Dieng*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor prospektif yang di pandang mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional, sehingga Indonesia menaruh perhatian khusus kepada industri pariwisata. Hal ini lebih diperkuat dengan adanya kenyataan bahwa Indonesia memiliki potensi alam dan kebudayaan yang cukup besar yang dapat dijadikan modal bagi pengembangan industri pariwisatanya. Salah satu tujuan pengembangan kepariwisataan di Indonesia adalah untuk meningkatkan pendapatan devisa khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri-industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

Jumlah wisatawan yang berkunjung di Jawa Tengah dihitung berdasarkan wisatawan yang berkunjung ke Jateng. Jumlah wisatawan tahun 2020 sebanyak 8.829.656 orang wisatawan dengan rincian 53.399 orang wisatawan mancanegara dan 8.776.257 orang wisatawan nusantara. Jumlah wisatawan tersebut cenderung rendah karena di tahun 2020 terdampak pandemi Covid-19. daerah yang paling banyak dikunjungi oleh wisata asing adalahnKabupaten Klaten (818.756 orang), disusul oleh Kabupaten Semarang (755.616), Kabupaten Magelang (696.193), Kabupaten Purbalingga (496.932) dan Kabupaten Banyumas (442.364). Selain daerah yang telah dijelaskan diatas, ada salah satu kabupaten yang juga memiliki potensi pariwisata yang melimpah yaitu Kabupaten Wonosobo. Namun jumlah kunjungannya masih kalah dengan daerah lainnya. Pada saat pandemi Covid-19, jumlah kunjungan

Sebagai salah satu objek wisata favorit di Jawa Tengah, Kawasan Wisata Dieng memiliki

potensi pengunjung yang sangat melimpah. Sejak pandemi Covid-2019, jumlah kunjungan wisata mengalami penurunan yang sangat signifikan hingga mencapai 90% akibat adanya kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat. Dieng merupakan kawasan wisata yang terletak di 3 kabupaten yaitu Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Batang. Letaknya yang tidak dalam satu administrasi membuat pengelolaan wisata belum berjalan efektif dan efisien. Selain itu, sebagai kawasan wisata yang mengusung konsep wisata alam (*ecotourism*), aktivitas wisata di Dieng sangat berpotensi merusak lingkungan sekitar. Oleh karena itu, sebagai pariwisata yang mengusung konsep alam sudah selayaknya pengelolaan wisata dieang harus berkelanjutan. Pariwisata Dieng yang terletak di kawasan dataran tinggi memerlukan konsep berkelanjutan agar tidak merusak alam sekitar.

Penelitian terdahulu terkait strategi pengembangan wisata sudah sering dilakukan namun hanya mengedepankan aspek ekonomi (Amerta dkk, 2018; Hall, 2019; Streimikiene et al., 2021) Selain itu, beberapa penelitian terdahulu terkait strategi pariwisata berkelanjutan masih menghasilkan konsep dan temuan yang bervariasi sehingga memerlukan penelitian lanjutan (Kapera, 2018; Grilli et al., 2021; Argubi dkk, 2019) .Penelitian ini berfokus pada pengembangan wisata alam yang berkelanjutan adalah dengan menerapkan konsep *sustainable ecotourism*. Pada implementasinya ekowisata berkelanjutan dapat membantu mengembangkan wisata alam tanpa hanya berorientasi pada aspek ekonomi tetapi juga mengandalkan aspek sosial, aspek budaya dan aspek lingkungan. Sedangkan untuk mewujudkan pengelolaan pariwisata yang efektif dan efisien maka dapat menerapkan pelayanan terpadu satu pintu (*one stop service*). Hal ini

dimaksudkan agar pelayanan yang diberikan kepada wisatawan menjadi lebih efektif dan efisien. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji pengembangan wisata alam berkelanjutan (sustainable ecotourism) di Kawasan Wisata Dieng.

Urgensi penelitian ini adalah pengembangan ekowisata berkelanjutan perlu dilakukan mengingat wisata alam yang ada di kawasan Dieng belum mengusung konsep konsep berkelanjutan sehingga mengancam kelestarian alam dan budaya sekitar. Selain itu, pengelolaan wisata yang masih belum terpadu membuat wisata yang ada belum efektif dan efisien. Implementasi ekowisata berkelanjutan dan terpadu diharapkan dapat menjadi solusi alternatif dalam mewujudkan pariwisata yang ramah lingkungan dan efektif serta efisien sehingga dapat meningkatkan daya tarik wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun prioritas strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah penelitian *mix methods* atau gabungan penelitian kuantitatif dan kualitatif. Teknik pengambilan sampel untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua (*Willingness to Pay*) dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Dalam teknik ini, pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit *sampling* yang ditemui. Kriteria utama sampel

dalam penelitian ini adalah pengunjung kawasan objek wisata Dieng.

Sedangkan untuk menjawab pertanyaan penelitian ketiga (AHP) dalam penelitian ini dipilih *keypersons* atau informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun di dalam teknik *purposive sampling* diperlukan pertimbangan-pertimbangan untuk memilih dan menentukan sampel yaitu harus memilih sampel yang dianggap mengetahui permasalahan yang sedang dikaji sekaligus memahami apa yang diharapkan dalam penelitian. Pengambilan sampel nonprobabilitas ini merupakan metode dimana peneliti memilih *keypersons* yang betul-betul mengetahui tentang variabel atau masalah yang diteliti.

Adapun model analisis pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari suatu penelitian yang telah dilakukan. Metode analisis yang kedua adalah analisis WTP. Untuk mendapatkan nilai WTP pada pengunjung wisata Dieng, maka dilakukan tahapan CVM menurut Fauzi, (2004) sebagai berikut:

1. Mendapatkan Nilai Lelang WTP

Setelah membuat pertanyaan, maka survei dilakukan dengan menemui responden secara langsung. Metode yang digunakan untuk memperoleh nilai penawaran dilakukan dengan metode *bidning game* yaitu dengan menanyakan ke responden secara berulang-ulang tentang apakah mereka ingin membayar sejumlah tertentu untuk perbaikan kerusakan lingkungan melalui program bioremediasi.

2. Menghitung Rata-Rata Nilai WTP

Tahapan selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata WTP setiap individu. Perhitungan ini biasanya didasarkan pada nilai rata-rata (*mean*). Dalam menghitung dugaan rata-rata nilai WTP,

rumus yang digunakan mengacu Tuaputy, Putri & Anna (2014) antara lain sebagai berikut:

$$EWTP = \sum_{i=1}^n WiPfi$$

Keterangan :

EWTP = Dugaan rata-rata nilai WTP

Wi = Nilai WTP ke-i

Pfi = Frekuensi relatif

n = Jumlah responden

i = Responden ke-i yang bersedia membayar

3. Memperkirakan Kurva WTP

Kurva WTP diperoleh dengan meregresikan WTP sebagai variabel tak bebas (*dependent variable*) dengan beberapa variabel bebas. Pendugaan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Wi = f(U, PEND, JTK, PNDPT, JR)$$

Keterangan :

Wi = Nilai WTP Responden

U = Usia

PEND = Pendidikan

JTK = Jumlah Tanggungan Keluarga

PNDPT = Pendapatan

JR = Jarak Rumah

4. Mengagregatkan Nilai WTP

Merupakan tahap terakhir dari teknik CVM adalah mengagregatkan rata-rata lelang yang diperoleh pada tahap tiga. Proses ini melibatkan konversi data rata-rata sampel ke rata-rata populasi secara keseluruhan. Agregat/total nilai WTP digunakan untuk mengetahui besar nilai kompensasi untuk perbaikan lingkungan. Dalam menghitung nilai total WTP rumus yang digunakan mengacu pada penelitian Tuaputy, Putri & Anna (2014) antara lain sebagai berikut:

$$TWTP = \sum_{i=1}^n WTP \left(\frac{ni}{N}\right) P$$

Keterangan:

TWTP = Total WTP Responden

WTP = nilai WTP responden

ni = Jumlah sampel ke-i yang bersedia membayar sebesar WTP

N = Jumlah sampel

P = Jumlah populasi

i = Responden ke-i yang bersedia membayar

Metode analisis yang ketiga adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) adalah model pengambilan keputusan yang komprehensif dengan memperhitungkan hal-hal yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Metode AHP dapat membantu menyusun suatu prioritas maupun tujuan dari berbagai pilihan dengan menggunakan beberapa kriteria. Untuk menetapkan prioritas elemen-elemen dalam suatu persoalan keputusan adalah dengan membuat perbandingan berpasangan (*pairwise comparisons*), yaitu setiap elemen dibandingkan berpasangan terhadap suatu kriteria yang ditentukan. Bentuk perbandingan berpasangan adalah matriks. Pengisian matriks banding berpasangan tersebut, menggunakan bilangan yang menggambarkan relatif pentingnya suatu elemen di atas yang lainnya (Saaty dalam Prajanti, 2014).

Skala itu mendefinisikan dan menjelaskan nilai 1 sampai dengan 9 yang ditetapkan sebagai pertimbangan dalam membandingkan pasangan elemen yang sejenis di setiap tingkat hierarki terhadap suatu kriteria yang berada setingkat di atasnya. Skala banding berpasangan yang digunakan dalam penyusunan AHP untuk menentukan susunan strategi pengembangan destinasi wisata di Kawasan Wisata Dieng.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dataran Tinggi Dieng merupakan dataran tinggi yang tertinggi kedua di dunia setelah Nepal, dan yang terluas di Pulau Jawa. Dieng terletak pada posisi geografis 70° 12' Lintang Selatan dan 109° 54' Bujur Timur, berada pada

ketinggian 6.802 kaki atau 2.093 m dpl. Suhu udara rata-rata 150 C, pada bulan Juli-Agustus, suhu turun sampai di bawah 00 C. Secara administratif Kawasan Dieng terbagi menjadi dua kawasan yaitu Kawasan Dieng Kulon (Dieng Barat) yang terletak di wilayah Kabupaten Banjarnegara, dan Kawasan Dieng Wetan (Dieng Timur) yang terletak di wilayah Kabupaten Wonosobo, Provinsi Jawa Tengah.

Kawasan Dataran Tinggi Dieng merupakan sebuah kompleks gunung api terdiri dari Bisma, Seroja, Binem, Pangonan, Merdada, Pangerkandang, Telogo Dringo, Pakuwaja, Kendil, Kunir dan Prambanan. Lapangan fumarola (cairan belerang) terdiri atas Kawah Sikadang, Kawah Kumbang, Kawah Sibanteng, Kawah Upas, Telogo Terus, Kawah Pagerkandang, Kawah Sipandu, Kawah Sigladah dan Kawah Sileri. Dataran Tinggi Dieng adalah sebuah plateau (dataran tinggi) yang terjadi karena letusan dahsyat sebuah gunung api. Dengan demikian kondisi geologisnya sampai sekarang relatif labil, bahkan sering terjadi gerakangerakan tanah. Beberapa bukti yang menunjukkan hal tersebut adalah; peristiwa hilangnya Desa Legetang, terpotongnya jalan antara Banjarnegara Karangobar dan Suharjo-Ngadirejo maupun retakan-retakan tanah yang mengeluarkan gas beracun.

Kawasan yang disebut sebagai Dataran Tinggi Dieng sendiri sesungguhnya terbagi atas beberapa dataran tinggi, yaitu : 1. Dataran pertama yang mempunyai ketinggian kurang lebih 2090 Meter di atas permukaan laut yang dikelilingi oleh rangkaian gunung; Gunung Perahu, Gunung Jurang Grawah yang berada di sebelah selatan, serta Gunung Pangonan dan Gunung Sipandu, yang berada dibagian barat. 2. Dataran kedua terletak disebelah barat dataran tinggi yang pertama, dengan ketinggian kurang lebih 1950 Meter, yang diapit oleh Gunung

Nagasari, Gunung Pangamun – amun, dan Gunung Gajah Mungkur. 3. Dataran yang ketiga dengan ketinggian kurang lebih 1630 sampai dengan 1772 Meter. Posisi demikian, wajar jika Dataran Tinggi Dieng memiliki banyak kekayaan sekaligus keunikan dan kekhasan, baik kekayaan dan keunikan alamnya sendiri yang beraneka rupa tempat dan bentuk yang sangat bagus bagi peziarahan; memuaskan batin; wisatawan yang menyukai tempat – tempat yang indah, tenang dan teduh, untuk kembali berekreasi, kekayaan flora dan fauna, kekayaan sejarah dan kekayaan budaya yang lainnya.

Kawasan Dataran Tinggi Dieng memiliki keanekaragaman flora yang selama ini dimanfaatkan oleh masyarakat secara tradisional maupun diolah oleh industri. Beberapa yang sudah dikenal adalah Carica dan Jamur Merang. Keanekaragaman flora tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut: pohonpohonan yang berejenis pakis haji, kayu dampul, akasia, pohon puspa, pohon cemara, pohon pinus, dan pohon carica. Selain itu juga ada kelompok semak belukar yaitu Glagak, Kiriyuh, Pring Ampal Gading, Kenatus, Pakis Jebul, Lumbung, Asem-Aseman, Andan-Andanan, Serunen, Racunan, Pringondani. Ada juga tumbuhan tanah yaitu Kumis Kucing, Rendeng, Gandapura, Pancal Kadang, Adon Arum,, Jupang Putih, Campean, Jupang Sindep, Sendakan, Kentang, Jamur Merang. Dari jenis tumbuhan air yaitu Endong, Endong Wlingi, Ganggang, Lumut, Lempuyangan, Karisan, Ddan Kehingan. Sayuran dan obat-obatan jenisnya yaitu Purwoceng, Jarak, Gandum, Jagung, Kayu Putih, Gondopuro, Pernacery, Tengsek dan Cemeti. Dan terahir adalah jenis buah-buahan yaitu Apel, Persik, Pruimen, Anggur, Peer Noten, Jambu Brasil, Arbeyen, Terong Belanda, Pepaya, Belimbing, dan Jeruk.

Masyarakat Dieng yang mempunyai karakteristik agraris terbentuk oleh aktivitas pertanian yang dilakukan. Hubungan antar masyarakatnya mempunyai ikatan yang cukup kuat dalam hubungan spiritualitas mereka (terutama agama Islam) namun keterbatasan pandangan dan kesadaran terhadap lingkungan, kemiskinan, dan kebutuhan yang meningkat mengakibatkan kondisi masyarakat yang tidak mampu dalam menjaga lingkungannya. Kepariwisata yang berkembang di kawasan Dieng memberikan perubahan terhadap pandangan dan kebutuhan hidup masyarakat Dieng, meskipun masih dalam taraf yang rendah. Hal ini perlu disadari sejak awal bahwa keterbukaan masyarakat Dieng terhadap wisatawan dan pemiata wisata sangat terbatas tergantung tingkat pendidikan, spiritualitas, pola hidup dan sebagainya. Apabila hal ini tidak disadari maka gesekan akan mengakibatkan dua hal : Masyarakat semakin termarginalkan dan tidak dapat turut berperan dalam pengembangan kepariwisataan secara menyeluruh. Timbulnya penolakan dan penentangan terhadap berkembangnya kepariwisataan di kawasan Dieng yang selanjutnya akan berdampak pada pengembangan kepariwisataan di Dieng itu sendiri. Bertitik tolak dari keadaan tersebut perlu dicermati dan diperhatikan bagaimana masyarakat dapat berperan aktif secara mentalitas tanpa menimbulkan dampak yang merugikan. Mentalitas masyarakat perlu dikembangkan menjadi bagian integral dari kepariwisataan, sehingga kepariwisataan menjadi kebutuhan primer selain pertanian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan CVM (*Contingent Valuation Method*) untuk menghitung nilai *willingness to pay* (kesediaan membayar) atas perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata yang ada di

Kawasan Wisata Dieng. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap responden wisatawan Kawasan Dataran Tinggi Dieng, tidak semua responden bersedia untuk membayar biaya tambahan untuk perawatan lingkungan. Adapun responden yang menyatakan bersedia ataupun tidak bersedia untuk membayar memiliki alasan masing-masing yang dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Kesediaan dan Ketidaksediaan Membayar Dari Responden

Responden	Jumlah	Persentase
Kawasan Wisata Dieng		
Bersedia membayar	44 orang	73,33%
Tidak bersedia membayar	16 orang	26,66%
Jumlah	60	

Sumber : Data primer diolah, 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari total 60 responden wisatawan Kawasan Wisata Dieng dalam penelitian ini, rata-rata sekitar 73,33% responden menyatakan bersedia untuk membayar perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata. Sedangkan sisanya sebesar 26,66% menyatakan tidak bersedia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat saat ini sudah mulai sadar dan peduli terhadap kelestarian alam sekitar.

Hasil dari pengumpulan data di lapangan menyatakan bahwa mayoritas masyarakat menyatakan bersedia untuk membayar perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata adalah karena mereka menganggap bahwa adanya pariwisata harus menimbulkan dampak positif terhadap lingkungan agar kondisi lingkungan sekitar tetap terjaga dan lestari. Sedangkan responden yang tidak bersedia membayar beranggapan bahwa jangankan untuk membayar perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata

yang identik dengan harga mahal. Selain itu mereka juga menganggap bahwa kesediaan mereka untuk membayar tergantung dari harga yang ditawarkan.

Didalam pendekatan CVM (*Contingent Valuation Method*) untuk menghitung nilai *willingness to pay* (kesediaan membayar) ada beberapa tahap. *Tahap pertama* adalah membuat pasar hipotek. Pasar hipotetik dibuat untuk memberikan penjelasan dan pengetahuan terkait dengan dampak kerusakan lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan pariwisata. Dengan diberikannya penjelasan dan pengetahuan terkait dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas sektor pariwisata, maka harapannya masyarakat menjadi sadar akan pentingnya menjaga lingkungan dan ikut berpartisipasi dalam perbaikan kualitas lingkungan yang telah rusak akibat eksploitasi sumber daya alam.

Tahap kedua adalah mendapatkan nilai lelang WTP. Untuk mendapatkan nilai lelang pada penelitian ini menggunakan teknik *bidding game* yaitu teknik yang digunakan dengan cara memberikan pertanyaan secara berulang-ulang kepada responden sampai mendapatkan nilai kesediaan membayar dalam jumlah tertentu. Selain teknik *bidding game*, penelitian ini juga menggunakan teknik *dichotomous choice* yaitu teknik yang dilakukan dengan cara memberikan

sejumlah nilai (uang) tertentu kepada responden, yang selanjutnya ditanyakan mengenai kesediaan atau tidaknya responden membayar sejumlah uang tersebut dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan. Dari kedua teknik yang telah dilakukan, nilai lelang atau penawaran pembayaran WTP dalam penelitian ini antara lain Rp 3.000, Rp 4.000, Rp 5.000, Rp 10.000 dan Rp 15.000.

Tahap ketiga adalah menghitung rata-rata nilai WTP. Setelah nilai lelang didapatkan dan ditawarkan ke responden, maka langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata nilai WTP yang telah diperoleh dari jawaban responden. Untuk menghitung nilai rata-rata WTP maka digunakan rumus acuan berdasarkan penelitian Tuaputy dkk (2014) sebagai berikut:

$$EWTP = \sum_{i=1}^n WiPfi$$

Keterangan :

EWTP = Rata-rata nilai WTP

Wi = Nilai WTP ke-i

Pfi = Frekuensi relatif

n = Jumlah responden

i = Responden ke-i yang bersedia membayar

Hasil perhitungan nilai rata-rata WTP dari hasil perhitungan jawaban responden disajikan dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Rata-Rata Nilai WTP

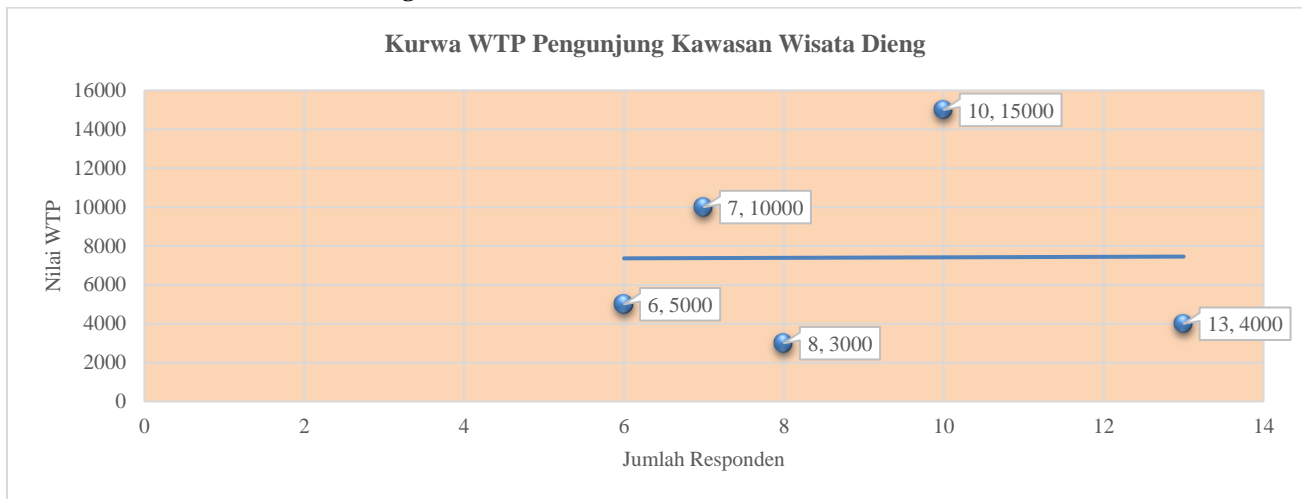
No	Nilai WTP	Jumlah	Frekuensi (Pfi) (%)	Mean nilai WTP
1	Rp 3.000	8	18,18%	Rp 545
2	Rp 4.000	13	29,54%	Rp 1.181
3	Rp 5.000	6	13,63%	Rp 681
4	Rp 10.000	7	15,9%	Rp 1.590
5	Rp 15.000	10	22,72%	Rp 3.409
Total		44	100%	Rp 7.406

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 di atas maka dapat dilihat bahwa nilai rata-rata WTP yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar Rp 7.406. Dari hasil tersebut diketahui juga bahwa mayoritas responden yang bersedia membayar perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata adalah pada kisaran angka Rp 4.000.

Langkah keempat adalah memperkirakan kurva WTP. Kurva WTP digunakan untuk

menunjukkan perubahan nilai WTP akibat oleh pengaruh perubahan beberapa faktor yang mempengaruhinya. Kurva lelang dapat dibuat dari hasil nilai lelang WTP yang telah ditawarkan kepada respon. Adapun kurva WTP dalam penelitian ini disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Kurva Lelang Nilai WTP

Sumber : Data primer diolah, 2022

Gambar 1 menunjukkan bahwa kurva nilai WTP dalam penelitian ini memiliki slope yang konstan yang berarti bahwa kesediaan masyarakat untuk membayar perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata sangat bervariasi. Dari kurva tersebut dapat juga dilihat bahwa mayoritas wisatawan bersedia membayar diangka Rp 4.000 yaitu sebanyak 13 wisatawan.

Langkah kelima adalah mengagregatkan nilai WTP. Agregat nilai WTP dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besaran nilai ekonomi dari sumber daya alam dan lingkungan. Untuk mendapatkan nilai agregat dari WTP, maka perlu dilakukan perhitungan berdasarkan pada distribusi WTP responden. Rumus perhitungan agregat WTP dalam penelitian ini

mengacu pada penelitian Tuaputy dkk (2014) sebagai berikut:

$$TWTP = \sum_{i=1}^n WTP \left(\frac{n_i}{N}\right) P$$

Keterangan:

TWTP = Total WTP Responden

WTP = nilai WTP responden

n_i = Jumlah sampel ke-i yang bersedia membayar sebesar nilai WTP

N = Jumlah sampel

P = Jumlah populasi

i = Responden ke-i yang bersedia membayar

Adapun hasil perhitungan agregat WTP yang telah diperoleh dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Total Nilai Willingness To Pay

Nilai WTP	Jumlah Responden (ni)	Populasi (P)	Jumlah Total (TWTP)
Rp 3.000	8	145,44	Rp 436.320
Rp 4.000	13	236,32	Rp 945.280
Rp 5.000	6	109,04	Rp 545.200
Rp 10.000	7	127,2	Rp 1.272.000
Rp 15.000	10	181,76	Rp 2.726.400
Total	44	800	Rp 5.925.200

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

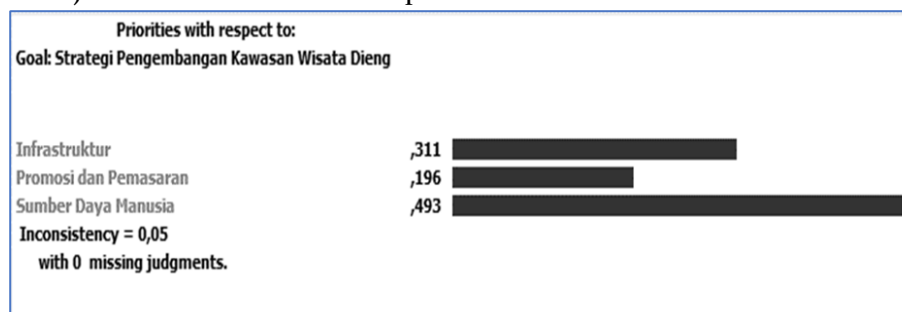
Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai agregat/total WTP yang diperoleh terhadap perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata setiap penjualan tiket. Jumlah total WTP pengunjung di Kawasan Wisata Dienag sebesar Rp 5.925.200 artinya, akan ada tambahan nilai terhadap pendapatan Kawasan Wisata Dieng sebesar Rp 5.925.200 setiap kali penjualan tiket.

Nilai tersebut menunjukkan besaran nilai kompensasi yang berpotensi diperoleh sebagai upaya pelestarian lingkungan dan sebagai bentuk partisipasinya para wisatawan dalam menjaga dan memperbaiki kondisi lingkungan sekitar.

Analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dalam penelitian ini digunakan untuk menyusun model Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop

service pada Kawasan Wisata Dieng. Komponen-komponen yang digunakan untuk analisis AHP dalam penelitian ini mencakup beberapa kriteria dan alternatif berdasarkan hasil dari tinjauan pustaka, penelitian terdahulu dan wawancara dengan keyperson-keyperson yang telah ditentukan sebelumnya dan berkompeten dalam bidang pariwisata. Keyperson yang dilibatkan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang. Berikut ini disajikan hasil analytical hierarchy process dengan menggunakan program expert choice II:

Berdasarkan perhitungan dari *analytical hierarchy process* terhadap seluruh kriteria model strategi Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng dengan software *expert choice II* diperoleh hasil sebagai berikut:



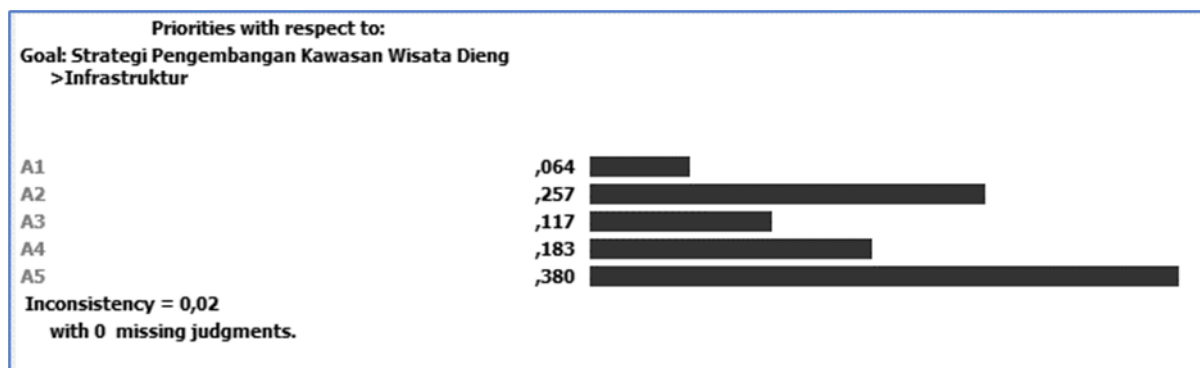
Gambar 2. Output AHP Seluruh Kriteria model strategi Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan gambar 2 dapat dijelaskan bahwa kriteria yang paling diprioritaskan dalam model Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng adalah pengembangan sumber daya manusia dengan nilai bobot sebesar 0,493 atau sebesar 49,3%. Kemudian kriteria prioritas kedua adalah pengembangan infrastruktur dengan nilai bobot sebesar 31,1%. Sedangkan kriteria prioritas terakhir dalam model Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada

Kawasan Wisata Dieng adalah pengembangan promosi dan pemasaran dengan nilai bobot sebesar 19,6%. Dari hasil perhitungan *Analitycal Hierarchy Proccess (AHP)* dengan *software expert choice 11* diperoleh hasil inconsistency ratio sebesar $0,05 < 0,10$ yang berarti bahwa jawaban yang diberikan oleh keypersons adalah konsisten.

Berdasarkan perhitungan dari *analytical hierarchy process* terhadap kriteria infrastruktur dengan *software expert choice 11* diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 3. Output AHP Kriteria Infrastruktur

Sumber: Data primer diolah, 2022.

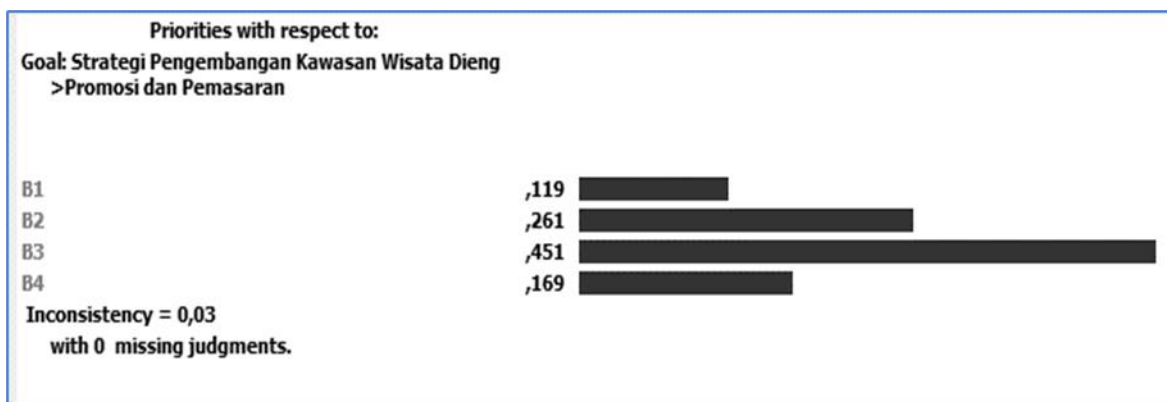
Keterangan:

- A1 : Penambahan fasilitas penunjang obyek wisata seperti toilet, tempat sampah, restoran, tempat ibadah dll.
- A2 : Perbaikan infrastruktur jalan.
- A3 : Penertiban transportasi.
- A4 : Pemberian petunjuk arah dan peta objek wisata
- A5 : Penyediaan lahan parkir yang memadai

Berdasarkan hasil perhitungan dari *Analytical Hierarchy Process (AHP)* pada gambar3 menunjukkan bahwa alternatif yang paling diprioritaskan pada kriteria infrastruktur adalah Penyediaan lahan parkir yang memadai dengan nilai bobot sebesar 38 %. Kemudian alternatif prioritas kedua adalah Perbaikan infrastruktur jalan dengan nilai bobot sebesar 25,7%. Sedangkan alternatif prioritas terakhir adalah Penambahan fasilitas penunjang obyek wisata seperti toilet, tempat sampah, restoran,

tempat ibadah dan lainnya dengan nilai bobot sebesar 6,4% . Dari hasil perhitungan *Analitycal Hierarchy Proccess (AHP)* dengan *software expert choice 11* diperoleh hasil inconsistency ratio sebesar $0,02 < 0,10$ yang berarti bahwa jawaban yang diberikan oleh *keypersons* adalah konsisten.

Berdasarkan perhitungan dari *analytical hierarchy process* terhadap kriteria promosi dan pemasaran dengan *software expert choice 11* diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 4. Output AHP Kriteria Promosi dan Pemasaran

Sumber: Data primer diolah, 2022.

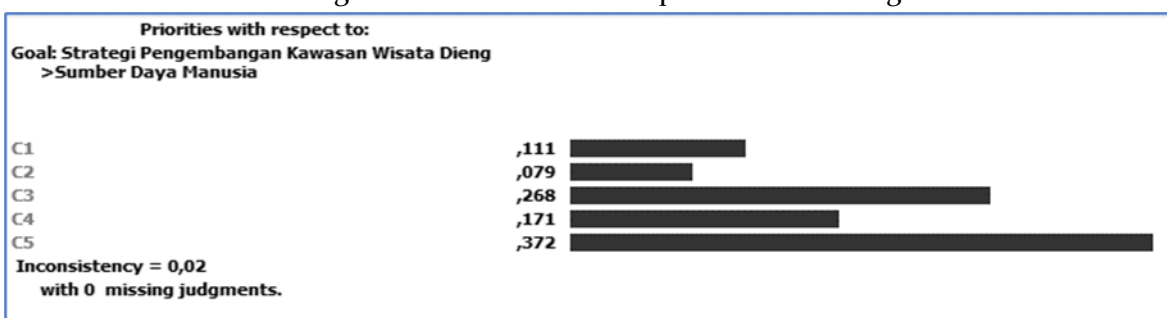
Keterangan:

- B1** : Peningkatan intensitas promosi
B2 : Pemasaran melalui event-event menarik
B3 : Promosi dan pemasaran digital
B4 : Peningkatan *brand image* kawasan wisata

Berdasarkan hasil perhitungan dari *Analytical Hierarchy Process (AHP)* pada gambar 4 menunjukkan bahwa alternatif yang paling diprioritaskan pada kriteria promosi dan pemasaran adalah Promosi dan pemasaran digital dengan nilai bobot sebesar 45,1%. Kemudian alternatif prioritas kedua adalah Pemasaran melalui event-event menarik dengan nilai bobot sebesar 26,1%. Sedangkan alternatif prioritas terakhir adalah Peningkatan intensitas

promosi dengan nilai bobot sebesar 11,9%. Dari hasil perhitungan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dengan *software expert choice 11* diperoleh hasil *inconsistency ratio* sebesar $0,03 < 0,10$ yang berarti bahwa jawaban yang diberikan oleh *keypersons* adalah konsisten.

Berdasarkan perhitungan dari *analytical hierarchy process* terhadap kriteria sumber daya manusia dengan *software expert choice 11* diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 5. Output AHP Kriteria Sumber Daya Manusia

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Keterangan:

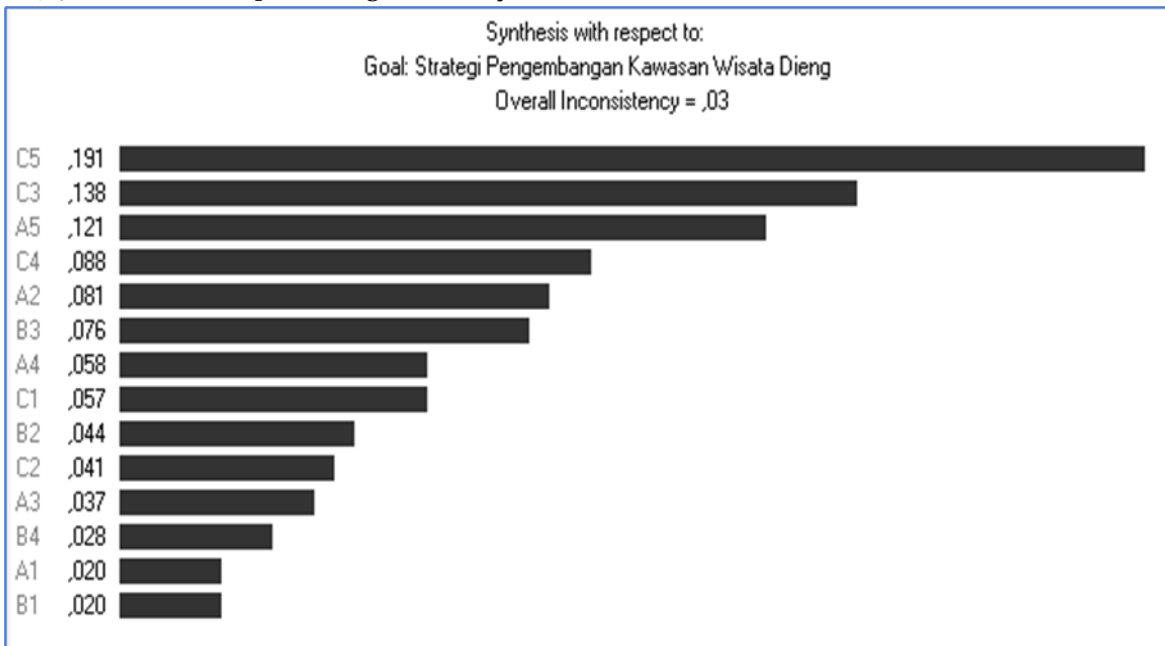
- C1** : Peningkatan keramah-tamahan dalam pelayanan terhadap wisatawan
C2 : Pembinaan terkait pengelolaan keuangan
C3 : Peningkatan kemampuan pengelolaan manajemen wisata

- C4 : Pelatihan dan pendampingan branding wisata
- C5 : Pembentukan kelembagaan yang efektif dan efisien

Berdasarkan hasil perhitungan dari *Analytical Hierarchy Process (AHP)* pada gambar 5 menunjukkan bahwa alternatif yang paling diprioritaskan pada kriteria sumber daya manusia adalah Pembentukan kelembagaan yang efektif dan efisien dengan nilai bobot sebesar 37,2%. Kemudian alternatif prioritas kedua adalah Peningkatan kemampuan pengelolaan manajemen wisata dengan nilai bobot sebesar 26,8%. Sedangkan alternatif prioritas terakhir adalah Pembinaan terkait pengelolaan keuangan dengan nilai bobot sebesar 7,9% . Dari hasil perhitungan *Analytical*

Hierarchy Process (AHP) dengan *software expert choice 11* diperoleh hasil *inconsistency ratio* sebesar $0,02 < 0,10$ yang berarti bahwa jawaban yang diberikan oleh *keypersons* adalah konsisten.

Berdasarkan perhitungan dari *analytical hierarchy process* terhadap keseluruhan alternatif Model Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng dengan *software expert choice 11* diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 6. Output AHP Keseluruhan Alternatif
 Sumber: Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan hasil perhitungan dari *Analytical Hierarchy Process (AHP)* pada gambar 6 menunjukkan bahwa alternatif yang paling diprioritaskan dalam Model Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng adalah Pembentukan kelembagaan yang efektif dan efisien dari kriteria pengembangan

sumber daya manusia dengan nilai bobot sebesar 19,1%. Alternatif prioritas kedua adalah Pembentukan kelembagaan yang efektif dan efisien dengan nilai bobot sebesar 13,8%. Kemudian alternatif prioritas ketiga adalah Penyediaan lahan parkir yang memadai dengan nilai bobot sebesar 12,1%. Sedangkan alternatif prioritas terakhir adalah Peningkatan intensitas

promosi dengan nilai bobot sebesar 2%. Dari hasil perhitungan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dengan *software expert choice 11* diperoleh hasil *inconsistency ratio* sebesar $0,03 < 0,10$ yang berarti bahwa jawaban yang diberikan oleh *keypersons* adalah konsisten.

Kawasan Wisata Dieng merupakan salah satu objek wisata yang populer dan banyak diminati oleh masyarakat. Pengunjung wisata yang datang ke objek wisata Dieng tidak hanya dari masyarakat di Jawa Tengah namun juga banyak pengunjung yang berasal dari luar Provinsi Jawa Tengah. Bahkan wisatawan yang datang tidak hanya wisatawan domestik namun juga wisatawan mancanegara.

Kawasan Wisata Dieng memiliki banyak potensi yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Dieng memiliki banyak objek wisata yang saling berdekatan seperti Candi Arjuna, Telaga Warna, Kawah Sikidang, Puncak Sikunir dan masih banyak objek wisata lainnya. Letaknya yang saling berdekatan membuat para pengunjung untuk mengaksesnya. Dieng merupakan desa yang terletak di ketinggian sehingga memiliki panorama alam yang sangat menarik. Fasilitas di Kawasan Wisata Dieng sudah banyak tersedia seperti warung makan, kamar kecil, villa, homestay, hotel dan fasilitas penunjang wisata lainnya. Kawasan Wisata Dieng juga memiliki agenda festival rutin yang dilaksanakannya setahun sekali yaitu Festival Budaya Dieng (Dieng Culture Festival). Seperti yang dijelaskan dalam teori pariwisata bahwa salah satu aspek penting dalam pengembangan wisata adalah pengembangan empat unsur antara lain Attraction, Amenities, Ancilliary dan Accesibility. Seperti yang dijelaskan oleh penelitian terdahulu bahwa upaya dalam pengembangan sebuah objek wisata harus memperhatikan empat aspek utama yaitu

atraksi, amenitas, objek tambahan dan juga aksesibilitas (Utomo & Satriawan, 2017). Secara umum, Kawasan Wisata Dieng sudah memiliki empat aspek utama tersebut.

Dibalik potensi Kawasan Wisata Dieng yang sangat melimpah, masih banyak terdapat kendala dan permasalahan yang dihadapi. Objek wisata Dieng secara administratif terletak di dua kabupaten yaitu Kabupaten Banjarnegara dan juga Kabupaten Wonosobo. Akibatnya, pengelolaan yang dilakukan oleh masing-masing saling belum terintegrasi sehingga menghambat pengembangan wisata. Oleh karena itu, perlu adanya sinergi dan kolaborasi antar daerah untuk mengembangkan wisata Dieng yang terintegrasi dengan prinsip *one stop service*.

Permasalahan lain yang ada di Kawasan Wisata Dieng adalah adalah letaknya yang berada di ketinggian membuat akses menuju lokasi wisata sulit diakses oleh kendaraan besar seperti bus pariwisata. Selain akses yang sulit, jalanan menuju kawasan wisata yang kecil membuat jalanan sering terjadi kemacetan saat ramai pengunjung. Dalam penelitian terdahulu dijelaskan bahwa akses menuju sebuah objek wisata memiliki peran penting dalam upaya pengembangan wisata (Nalayani & Ayu, 2016). Jalan menuju objek wisata harus mudah diakses agar pengunjung merasa nyaman ketika berkunjung ke objek wisata (Setioko, 2019; Brahmanto & Hamzah, 2017).

Berdasarkan hasil perhitungan *willingness to pay* dengan pendekatan CVM diperoleh hasil bahwa tidak semua pengunjung di Kawasan Wisata Dieng bersedia untuk membayar biaya tambahan retribusi wisata untuk perbaikan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas wisata. Namun demikian, mayoritas pengunjung bersedia membayar yaitu dari 60 responden, ada 44 orang atau sekitar 73,33% pengunjung bersedia untuk membayar. Sedangkan sisanya

sebanyak 16 orang atau sekitar 26,66% belum bersedia untuk membayar.

Adapun dalam upaya penyesuaian aktivitas wisata dan kelestarian lingkungan sekitar bukanlah suatu hal yang mudah (Suharto, 2016). Masyarakat yang sadar dan peduli terhadap kelestarian lingkungan pasti akan bersedia untuk membayar biaya retribusi tambahan demi menjaga kelestarian lingkungan sekitar. Sedangkan masyarakat lainnya yang belum bersedia membayar membayar beranggapan bahwa jangankan untuk membayar perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata yang identik dengan harga mahal. Selain itu mereka juga menganggap bahwa kesediaan mereka untuk membayar tergantung dari harga yang ditawarkan.

Dalam teori ekowisata dijelaskan bahwa objek wisata yang berbasis pada pemanfaatan lingkungan rawan menimbulkan eksternalitas negatif berupa kerusakan lingkungan (Firsty dan Suryasih, 2019). Kawasan Wisata Dieng yang merupakan wisata berbasis alam dan budaya sangat rawan menimbulkan eksternalitas negatif. Oleh sebab itu perlu adanya upaya pelestarian budaya dan lingkungan setempat agar tidak rusak dan dapat terus terjaga. Namun, upaya untuk menciptakan keseimbangan antara pengembangan wisata dan kelestarian alam dan budaya tentu tidak mudah (Osin et al., 2019). Seperti yang dijelaskan oleh penelitian terdahulu bahwa kesadaran masyarakat dalam hal ini pengunjung wisata untuk peduli terhadap kelestarian alam dan budaya masih sangat rendah (Nurohman & Qurniawati, 2021). Hal ini dibuktikan dengan masih banyaknya perilaku negatif pengunjung wisata berupa membuang sampah sembarangan dan juga kurang tertib dalam berkunjung ke suatu objek wisata.

Dari hasil perhitungan besaran nilai WTP pengunjung wisata di Kawasan Dieng, mayoritas

masyarakat yang bersedia membayar biaya retribusi tambahan adalah pada angka Rp 4.000. Meskipun nilainya tidak seberapa, namun jika diakumulasikan dalam periode waktu tertentu, maka akan memberikan nilai yang besar guna menjaga dan merawat budaya dan alam sekitar wisata. Hal ini perlu disosialisasikan kepada seluruh pengunjung wisata tentang pentingnya berkontribusi dalam pelestarian alam dan budaya di kawasan wisata agar tetap lestari (Palit & Rumagit, 2017).

Strategi yang diupayakan dalam pengembangan sebuah objek wisata harus memperhatikan banyak aspek baik dari hulu sampai dengan hilir. Dari hasil analisis dalam penelitian ini ada tiga aspek utama yang harus diperhatikan dalam upaya pengembangan Kawasan Wisata Dieng berbasis *one stop service*. Ketiga aspek utama tersebut antara lain infrastruktur, promosi dan pemasaran, sumber daya manusia. Berdasarkan hasil analisis AHP diperoleh hasil bahwa aspek yang paling diprioritaskan dalam upaya pengembangan Kawasan Wisata Dieng adalah aspek sumber daya manusia dengan nilai bobot sebesar 49,3%. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa untuk mengembangkan objek wisata, maka kapasitas dan kualitas sumber daya manusia yang ada harus dikembangkan. Peningkatan kualitas sumber daya akan dapat memberikan dampak positif berupa peningkatan pengelolaan wisata.

Di dalam aspek sumber daya manusia terdapat beberapa alternatif kebijakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas sumber daya manusia. Dari hasil analisis AHP diperoleh bahwa alternatif kebijakan yang paling diprioritaskan dalam pengembangan Kawasan Wisata Dieng adalah pembentukan kelembagaan yang efektif dan efisien dengan nilai bobot sekitar 37,2%. Seperti

yang dijelaskan dalam penelitian terdahulu bahwa pengembangan objek wisata memerlukan manajemen pengelolaan yang baik. Untuk menciptakan pengelolaan wisata yang baik, maka perlu adanya kelembagaan yang bersinergi dan berkolaborasi dengan baik sehingga dapat memberikan hasil yang efektif dan efisien.

Aspek prioritas kedua dalam upaya pengembangan Kawasan Wisata Dieng adalah aspek infrastruktur dengan nilai bobot sebesar 31,1%. Seperti yang dijelaskan oleh penelitian terdahulu bahwa pengembangan suatu objek wisata memerlukan dukungan berupa ketersediaan infrastruktur yang memadai. Adanya infrastruktur yang memadai akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut (Trisnawati et al., 2019). Hal ini dikarenakan adanya rasa aman dan nyaman yang dirasakan oleh para pengunjung ketika berkunjung ke objek wisata tersebut.

Dalam aspek infrastruktur, terdapat beberapa alternatif kebijakan yang perlu dikembangkan. Berdasarkan analisis AHP diperoleh bahwa alternatif kebijakan yang paling diprioritaskan adalah penyediaan lahan parkir yang memadai dengan nilai bobot sebesar 38 %. Saat ini memang keberadaan lokasi parkir di beberapa objek yang ada di Kawasan Wisata Dieng sudah ada namun masih banyak yang kurang lebar sehingga sering terjadi penumpukan kendaraan yang tidak dapat diakomodir dengan baik. Dalam penelitian terdahulu dijelaskan bahwa suatu objek wisata yang baik harus memiliki lokasi parkir yang memadai sehingga ketika kawasan wisata tersebut ramai dikunjungi wisatawan maka tidak akan menimbulkan kesemrawutan (Rakib, 2017).

Aspek prioritas ketiga dalam upaya pengembangan Kawasan Wisata Dieng adalah aspek promosi dan pemasaran dengan nilai bobot sebesar 19,6%. Promosi dan pemasaran

adalah aspek penting dan tidak dapat terlepas dari upaya pengembangan objek wisata. Promosi dan pemasaran yang dilakukan harus menarik dan memberikan kesan yang baik bagi masyarakat. Untuk menciptakan promosi dan pemasaran yang baik maka perlu adanya inovasi pemasaran yang sesuai dengan selera masyarakat dan perkembangan zaman (Manalu, 2020).

Dalam aspek promosi dan pemasaran ada beberapa alternatif kebijakan. Dari hasil analisis AHP alternatif kebijakan yang paling diprioritaskan adalah promosi dan pemasaran digital dengan nilai bobot sebesar 45,1%. Seperti yang kita ketahui bahwa di abad ke-20 ini, perkembangan dunia digital sangat pesat. Hal ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat berupa kemudahan dalam berkomunikasi dan mengakses komunikasi (Delita et al., 2017; Tapatfeto & Besie, 2018). Pengelola Kawasan Wisata Dieng harus mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan objek wisata Dieng. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa promosi dan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital lebih efektif dan efisien (Darsiharjo & Kastolani, 2016). Hal ini disebabkan oleh mudahnya akses informasi dan komunikasi melalui media digital. Adapun media digital yang dimaksud dapat berupa media sosial ataupun website (Suryani, 2017).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa Kawasan Wisata Dieng memiliki banyak potensi yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Dieng memiliki banyak objek wisata yang saling berdekatan seperti Candi Arjuna, Telaga Warna, Kawah Sikidang, Puncak Sikunir dan masih banyak objek wisata lainnya.

Letaknya yang saling berdekatan membuat para pengunjung untuk mengaksesnya. Dibalik potensi Kawasan Wisata Dieng yang sangat melimpah, masih banyak terdapat kendala dan permasalahan yang dihadapi. Objek wisata Dieng secara administratif terletak di dua kabupaten yaitu Kabupaten Banjarnegara dan juga Kabupaten Wonosobo. Akibatnya, pengelolaan yang dilakukan oleh masing-masing saling belum terintegrasi sehingga menghambat pengembangan wisata. Oleh karena itu, perlu adanya sinergi dan kolaborasi antar daerah untuk mengembangkan wisata Dieng yang terintegrasi dengan prinsip *one stop service*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap responden wisatawan Kawasan Dataran Tinggi Dieng, tidak semua responden bersedia untuk membayar biaya tambahan untuk perawatan lingkungan. Dari total 60 responden wisatawan Kawasan Wisata Dieng dalam penelitian ini, rata-rata sekitar 73,33% responden menyatakan bersedia untuk membayar perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata. Sedangkan sisanya sebesar 26,66% menyatakan tidak bersedia. nilai rata-rata WTP yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar Rp 7.406. Dari hasil tersebut diketahui juga bahwa mayoritas responden yang bersedia membayar perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata adalah pada kisaran angka Rp 4.000. nilai agregat/total WTP yang diperoleh terhadap perbaikan kerusakan lingkungan dari kegiatan pariwisata setiap penjualan tiket. Jumlah total WTP pengunjung di Kawasan Wisata Dieng sebesar Rp 5.925.200 artinya, akan ada tambahan nilai terhadap pendapatan Kawasan Wisata Dieng sebesar Rp 5.925.200 setiap kali penjualan tiket.

Berdasarkan hasil analisis AHP, diperoleh hasil bahwa kriteria yang paling diprioritaskan dalam model Strategi dalam pengembangan

pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng adalah pengembangan sumber daya manusia dengan nilai bobot sebesar 0,493 atau sebesar 49,3%. Kemudian kriteria prioritas kedua adalah pengembangan infrastruktur dengan nilai bobot sebesar 31,1%. Sedangkan kriteria prioritas terakhir dalam model Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng adalah pengembangan promosi dan pemasaran dengan nilai bobot sebesar 19,6%. Berdasarkan analisis terhadap keseluruhan alternatif, diperoleh bahwa alternatif yang paling diprioritaskan dalam Model Strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis one stop service pada Kawasan Wisata Dieng adalah Pembentukan kelembagaan yang efektif dan efisien dari kriteria pengembangan sumber daya manusia dengan nilai bobot sebesar 19,1%. Alternatif prioritas kedua adalah Pembentukan kelembagaan yang efektif dan efisien dengan nilai bobot sebesar 13,8%.

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah Kawasan Wisata Dieng memiliki banyak potensi dan permasalahan. Pemerintah setempat harus dapat mengembangkan potensi dan mengatasi segala kendala dan permasalahan yang ada agar meningkatkan dan mengembangkan Kawasan Wisata Dieng. Pengelolaan wisata yang belum terintegrasi di Kawasan Wisata Dieng perlu diperhatikan untuk menjadi acuan dalam mengembangkan pengelolaan wisata yang terintegrasi dengan menggunakan pendekatan *one stop service*.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, Umi Thoifah, dan Endang Purwaningsih. (2017). *Local Wisdom Tourism Development of Semarang*

- with Tourism Cluster System as an Action for Sustainable Economics Development. *Proceedings Education and Language International Conference*. 1(1)
- Amerta, I. Made Suniastha; SARA, I. Made; BAGIADA, KOMPIANG. (2018). Sustainable tourism development. *International research journal of management, IT and social sciences*, 5(2), 248-254.
- Araujo, Elizabeth Barreto. (2016). Pengembangan Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Di Dili, Timor Leste. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. Volume 03, Nomor 01, Juli 2016.p-ISSN: 2406-9116, e- ISSN: 2502-8022.
DOI: <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2016.v03.i01.p02>
- Argubi, Adi Hidayat; Hendra, H. Prospek Pengembangan Ecotourism di Taman Nasional Gunung Tambora. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 2(1), 24-39.
- Badan Pusat Statistik. Jumlah Kunjungan Wisata Dieng. 2021 Website: <https://wonosobokab.bps.go.id/>. (diakses tanggal 2 Februari 2022).
- Bodosca, Stefania dan Mihnea Diaconescu. 2015. *Tourism Development after the Implementation of Sustainable Strategies in Neamt County*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 188 (2015) 230 – 236.
- Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2017). Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus. *Media Wisata*, 15(2).
- Coban, Gamze dan Onur Sevkent Yildiz. (2019). *Developing a Destination Management Model: Case of Cappadocia*. Elsevier. *Tourism Management Perspectives*. 30(April 2019), 117-128. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.02.012>
- Darsiharjo, D., & Kastolani, W. (2016). Strategi Pengembangan Wisata Minat Khusus Arung Jeram di Sungai Palayangan. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 13(1).
- Delita, F., Yetti, E., & Sidauruk, T. (2017). Analisis swot untuk strategi pengembangan obyek wisata pemandian mual mata kecamatan Pematang Bandar kabupaten Simalungun. *Jurnal geografi*, 9(1), 41-52.
- Firsty, O., & Suryasih, I. A. (2019). Strategi pengembangan candi muaro jambi sebagai wisata religi. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(1), 36.
- Grilli, Gaetano, et al. (2021). Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States. *Tourism Management*, 82, 104178.
- Hall, C. Michael. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060.
- Hareen, Zevy Theta Gita. (2016). Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata (Pendekatan AHP (Analytical Hierarchy Process) Pada Jenis Obyek Wisata Alam, Wisata Budaya dan Wisata Alternatif di Kabupaten Bojonegoro. *Swara Bhumi e-Journal Pendidikan Geografi*. 1(2), 32-39.
- Kapera, I. (2018). Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland. *Sustainable cities and society*, 40, 581-588.
- Larasati, Ni Ketut Ratih dan Dian Rahmawati. 2017. Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya yang Berkelanjutan Pada

- Kampung Lawas Maspati, Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*. ISSN.2337-3539. DOI: 10.12962/j23373539.v6i2.25024.
- Manalu, S. H. (2020). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Air Terjun di Desa Sambangan. *Media Wisata*, 18(2), 185-194.
- Mukhayar, Yulius Barra Pasolon, dan Laode Muhammad Golok Jaya. 2019. Analisis Daya Saing Destinasi Wisata Kampa, Tumburana, dan Watuntinapi Berbasis Spasial Di Kabupaten Konawe Kepulauan. *Jurnal Perencanaan Wilayah*. Vol.IV, No.2, Oktober 2019. E-ISSN: 2502 - 4205 <http://ojs.uho.ac.id/index.php/ppw>.
- Nalayani, N. N. A. H., & Ayu, N. N. (2016). Evaluasi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung, Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 2(2), 189-198.
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2021). Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro sebagai Wisata Halal. *Among Makarti*, 14(1).
- Osin, R. F., Kusuma, I. R. W., & Suryawati, D. A. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (NTT). *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 14(1).
- Palit, I. G., & Rumagit, G. A. (2017). Strategi pengembangan kawasan agrowisata Rurukan. *Agri-Sosioekonomi*, 13(2A), 21-34.
- Park, Ji Hoon, Cheolhan Lee, Changsok Yoo, dan Yoonjae Nam. (2016). *An Analysis of the Utilization of Facebook by Local Korean governments for Tourism Development and The Network of Smart Tourism Ecosystem*. Elsevier. *International Journal of Information Management*. 36(6), Part B, December 2016, Pages 1320-1327. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.05.027>
- Pujiati, Amin, Dyah Maya Nihayah, dan Rediana Setiani. 2016. *Rambutan Commodity Development Strategy as Regional Potential Product*. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*. 9(1), 50-61. doi:<http://dx.doi.org/10.15294/jejak.v9i1.7168>.
- Rakib, M. (2017). Strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal sebagai penunjang daya tarik wisata. *Jurnal Kepariwisata*, 1(2), 54-69.
- Setioko, M. D. (2019). Analisis strategi pengembangan wisata kota di Kota Malang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(1), 81-88.
- Sherdianto, Teguh Gayuh dan I Putu Anom. (2018). Pengembangan Waroeng Semawis Dalam Mendukung Wisata Kuliner Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Ip-ISSN: 2338-8811, e-ISSN: 2548-8937i i6 iNo 2, 2018.
- Streimikiene, Dalia, et al. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271.
- Suharto, B. (2016). Strategi pengembangan wisata agro di Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(1), 1-15.
- Suryani, A. I. (2017). Strategi pengembangan pariwisata lokal. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi*, 3(1).

- Tapatfeto, M. A., & Besie, J. L. (2018). Strategi pengembangan objek wisata dalam upaya peningkatan kunjungan (Studi pada Objek Wisata Pantai Oetune Kabupaten TTS). *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 6(1), 1-20.
- Tisnawati, E., Natalia, D. A. R., Ratriningsih, D., Putro, A. R., Wirasmoyo, W., & Brotoatmodjo, H. P. (2019). Strategi Pengembangan Eko-Wisata Berbasis Masyarakat di Kampung Wisata Rejowinangun. *Inersia: Jurnal Teknik Sipil dan Arsitektur*, 15(1), 1-11.
- Umar, Iswandi. 2017. *Model Kebijakan Pengembangan Wisata Pantai Berkelanjutan Di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Jurnal Spasial*. Volume 4, Nomor 1. 2017: 27-33. , ISSN: 2540-8933 EISSN: 2541-4380.
- Utomo, S. J., & Satriawan, B. (2017). Strategi Pengembangan desa wisata di kecamatan karangploso kabupaten Malang. *Jurnal Neo-Bis*, 11(2), 142-153.
- Zhang, Shuying, dan Chung Shing Chan. 2016. *Nature-based tourism Development In Hong Kong: Importance-Performance perceptions of local residents and tourists*. *Tourism Management Perspectives*. 20 · July 2016. DOI:10.1016/j.tmp.2016.07.002.