

EFEKTIVITAS PROGRAM PEMASARAN PARIWISATA OLEH DINAS PARIWISATA KEBUDAYAAN KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA KABUPATEN SUMEDANG

Adjie Muhammad Fadjri
Universitas Sebelas April

Article Info

Article history:

Received Mei 8, 2025
Revised Mei 30, 2025
Accepted Juni 18, 2025

Keywords:

Effectiveness
Marketing Program
Tourism

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of tourism marketing programs implemented by the Sumedang Regency Tourism, Culture, Youth and Sports Office. The method used is descriptive qualitative with a focus on the six dimensions of program effectiveness according to Gibson's theory, namely clarity of purpose, strategy, analysis, planning, infrastructure, and supervision and control. The results showed that the marketing program has shown an increase in tourist visits from year to year, but still faces several obstacles such as less than optimal digital promotion strategies, limited supporting facilities, and lack of collaboration between stakeholders. Efforts made to overcome obstacles include increasing policy socialization, efficient implementation time, strengthening support, and adjusting tasks between implementers. The conclusion of this study states that although the program has shown positive achievements, its effectiveness has not been optimal and requires strengthening in the aspects of coordination, digitalization of promotion, and development of destination supporting infrastructure. Recommendations are given so that tourism marketing programs can be more strategic, participatory, and sustainable in encouraging Sumedang as a leading destination in West Java.



Copyright © 2025 JRPA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Adjie Muhammad Fadjri
Program Studi Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas April
Jl. Angkrek Situ No. 19 Sumedang
Email: adjimuhfad14@gmail.com

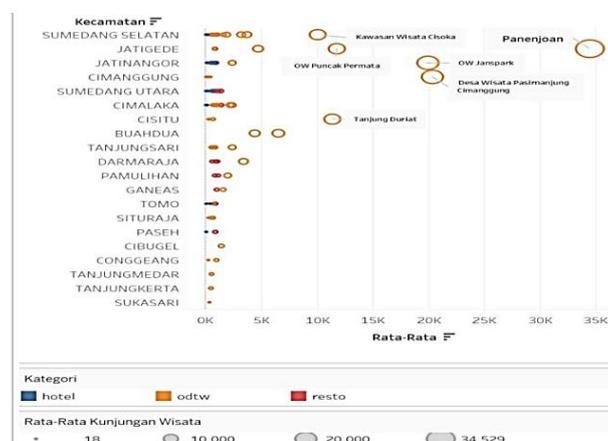
1. INTRODUCTION

Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah yang mempunyai tugas melaksanakan kewenangan otonomi daerah di bidang pariwisata. Pemasaran pariwisata di Kabupaten Sumedang merupakan salah satu tugas Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan yang nantinya akan meningkatkan pendapatan asli daerah atau biasa disebut dengan PAD. Sebagaimana wilayah-wilayah lain yang ada dalam ruang kedaulatan NKRI, pemasaran pariwisata oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga tersebut sesuai dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2010 tentang kepariwisataan yaitu hak dan kewajiban masyarakat, wisatawan, pelaku usaha, pemerintah dan pemerintah daerah, pembangunan kepariwisataan yang komprehensif dan berkelanjutan, koordinasi lintas sektor, pengaturan kawasan strategis, pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah di dalam dan di sekitar destinasi pariwisata, badan promosi pariwisata, asosiasi kepariwisataan, standarisasi usaha, dan kompetensi pekerja pariwisata, serta pemberdayaan pekerja pariwisata melalui pelatihan sumber daya manusia.

Kabupaten Sumedang merupakan *hinterland* dari ibukota Provinsi Jawa Barat sehingga memiliki letak dan peranan strategis dalam pengembangan wilayah sebagai bagian dari Kawasan Strategis Nasional Cekungan Bandung dan Pengembangan Metropolitan Bandung Raya. Kabupaten Sumedang memiliki karakter wilayah yang unik. Sebagian wilayahnya berada pada kawasan pegunungan dataran tinggi dan sebagian lainnya berada pada dataran rendah.

Kabupaten Sumedang, memiliki beragam potensi wisata yang menarik, mulai dari wisata berbasis olahraga, bermain, religi, belajar, hingga beristirahat. Dalam bidang olahraga, Sumedang menawarkan paralayang di Bukit Toga, pendakian Gunung Tampomas, dan olahraga air di Bendungan Jatigede. Untuk wisata bermain, ada Taman Endog, Alun-Alun Sumedang, Kampung Karuhun dengan wahana *outbound*, dan Kampung Ciherang yang memadukan permainan serta edukasi lingkungan. Wisata religi juga menjadi daya tarik dengan Masjid Agung Sumedang, Makam Pangeran Kornel, dan Kompleks Kerajaan Sumedang Larang yang kaya nilai spiritual dan sejarah. Selain itu, wisata belajar seperti Museum Prabu Geusan Ulun, Perkebunan Teh Margawindu, serta wisata edukasi pertanian dan peternakan menambah kekayaan destinasi edukatif di daerah ini. Sumedang juga menjadi tempat yang ideal untuk beristirahat di kawasan seperti Puncak Damar, Bendungan Jatigede, dan Kampung Toga yang menawarkan suasana tenang. Dengan kekayaan potensi tersebut, Sumedang memiliki peluang besar untuk menjadi destinasi wisata unggulan di Jawa Barat.

Untuk mengoptimalkan potensi wisata Kabupaten Sumedang, diperlukan strategi promosi yang kreatif, terintegrasi, dan berbasis pada kekayaan lokal. Model promosi yang efektif bisa dilakukan dengan memanfaatkan media digital seperti platform media sosial, website resmi pariwisata, dan aplikasi khusus wisata Sumedang untuk menjangkau target wisatawan yang lebih luas. Konten promosi dapat berupa video sinematik, foto berkualitas tinggi, dan ulasan wisata berbasis pengalaman langsung dari pengunjung. Selain itu, kolaborasi dengan *influencer* atau *travel blogger* dapat meningkatkan daya tarik destinasi melalui testimoni autentik. Promosi berbasis event juga penting, seperti mengadakan festival olahraga di Bukit Toga, lomba memancing di Bendungan Jatigede, atau festival budaya dan religi di Kompleks Kerajaan Sumedang Larang. Dengan strategi promosi yang terencana dan melibatkan masyarakat lokal, Sumedang dapat mengukuhkan posisinya sebagai destinasi wisata unggulan yang menarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.



Gambar 1. Kunjungan Wisata di Kabupaten Sumedang
Sumber: Disparbudpora Kabupaten Sumedang (2023)

Kabupaten Sumedang memiliki banyak lokasi objek wisata yang tersebar di 26 kecamatan. Meskipun memiliki banyak potensi wisata, belum diketahui daya saing pariwisata dari setiap wilayah Kabupaten Sumedang dan aspek-aspek yang menjadi potensi, keunggulan dan kelemahannya. Dengan demikian, perlu dilakukan pemetaan daya saing pariwisata setiap wilayah sebagai upaya mempersiapkan lokasi wisata prioritas di Kabupaten Sumedang dengan memperbaiki kekurangan dari aspek daya saing wilayah tersebut. Kabupaten Sumedang juga merupakan daerah di Indonesia yang sedang mengembangkan pariwisata dengan keunggulan posisi strategis.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan yang mengunjungi Destinasi Pariwisata Kabupaten Sumedang dari Tahun 2020-2023

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2020	717.800
2.	2021	861.360
3.	2022	1.033.632
4.	2023	1.240.358

Sumber : Renstra Disparbudpora Kabupaten Sumedang 2023

Berdasarkan data dalam tabel jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sumedang dari tahun 2020 hingga 2023, terlihat tren peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan ini menunjukkan daya tarik Sumedang sebagai destinasi wisata yang terus berkembang. Tren kenaikan ini kemungkinan besar didorong oleh wisata berbasis alam dan rekreasi, seperti Bendungan Jatigede, Bukit Toga, dan Kampung Karuhun, yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Selain itu, wisata religi dan budaya, seperti Kompleks Kerajaan Sumedang Larang, turut memberikan kontribusi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Promosi yang efektif, khususnya melalui media digital, juga memainkan peran penting dalam menarik minat wisatawan, terutama setelah pandemi ketika destinasi berbasis alam, edukasi, dan relaksasi semakin diminati. Dari tren ini, dapat disimpulkan bahwa model wisata yang paling diminati di Kabupaten Sumedang adalah wisata berbasis alam, rekreasi, dan edukasi, dengan peluang besar untuk terus mengembangkan wisata keluarga dan olahraga.

Rencana strategi Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang tahun 2024-2026 dalam Indikator Kinerja Utama (IKU) yaitu, kenaikan jumlah kunjungan wisatawan menunjukkan peningkatan yang relatif kecil pada akhir periode target. Dari target tahun 2024 ke tahun 2026, hanya terjadi kenaikan sekitar 300 orang, yaitu dari 1.050.000 menjadi 1.388.625. Hal ini mengindikasikan bahwa fokus upaya program Peningkatan Daya Tarik Destinasi Pariwisata dan Pemasaran Pariwisata mungkin diarahkan untuk mempertahankan angka kunjungan yang tinggi, dengan konsistensi yang stabil menuju kondisi akhir yang ditetapkan.

Tabel 2. Indikator Kinerja Utama (IKU) Berdasarkan RPD Kabupaten Sumedang Tahun 2024-2026

Indikator Kinerja Utama (IKU)	Cara Pengukuran /Formula	Satuan	Target Setiap Tahun			Kondisi Akhir	Program
			Tahun 2024	Tahun 2025	Tahun 2026		
Kunjungan Wisatawan	Data Jumlah Wisatawan yang berkunjung	Orang	1.050.000	1.207.500	1.388.625	1.388.625	1. Program Peningkatan Daya Tarik Destinasi Pariwisata 2. Program Pemasaran Pariwisata

Sumber : Renstra Disparbudpora Kabupaten Sumedang 2024-2026

Berdasarkan tabel di atas, Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga (Disparbudpora) Kabupaten Sumedang menetapkan indikator kerja utama untuk periode 2024-2026, yaitu meningkatnya jumlah pengunjung wisata. Target ini akan dicapai melalui program pemasaran pariwisata yang terencana dan berkesinambungan. Program pemasaran pariwisata mencakup berbagai strategi, seperti promosi destinasi unggulan melalui media digital, penyelenggaraan festival budaya dan olahraga, serta kerja sama strategis dengan pihak swasta dan komunitas lokal. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan memperkuat narasi keunikan Sumedang.

Disparbudpora juga menargetkan peningkatan kualitas layanan destinasi wisata, pengembangan atraksi berbasis potensi lokal, serta pengelolaan wisata yang berkelanjutan. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga untuk mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat dan memperkuat identitas budaya Sumedang sebagai daerah yang kaya akan keindahan dan tradisi. Melalui kolaborasi dan inovasi yang konsisten, Kabupaten Sumedang optimis dapat mencapai indikator kerja ini, menjadikan sektor pariwisata sebagai motor penggerak pembangunan daerah.

Meskipun program pemasaran pariwisata telah dirancang untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke Kabupaten Sumedang, keberhasilan program tersebut memerlukan pengukuran yang tepat dan terstruktur. Hingga saat ini, masih terdapat beberapa masalah yang perlu diatasi untuk memastikan program berjalan efektif dan memberikan hasil yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Di Kabupaten Sumedang, permasalahan pemasaran pariwisata masih menjadi isu yang signifikan, terutama dalam upaya memperkenalkan potensi wisata daerah kepada masyarakat luas. Berdasarkan hasil pengamatan sementara di Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang, terdapat beberapa masalah pokok dalam Pemasaran Pariwisata di daerah ini. Beberapa masalah tersebut di antaranya adalah:

1. Tujuan dan strategi pemasaran yang belum optimal. Program pemasaran pariwisata belum sepenuhnya dirancang berdasarkan analisis kebutuhan dan potensi unik destinasi di Sumedang. Hal ini sejalan dengan Rencana Strategis (Renstra) Disparbudpora Kabupaten Sumedang, yang menyoroti perlunya peningkatan strategi pemasaran berbasis potensi lokal.
2. Keterbatasan sarana, prasarana, dan dukungan teknologi dalam promosi wisata. Dalam beberapa dokumen perencanaan daerah, seperti Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Sumedang tentang Pengembangan Pariwisata, disebutkan bahwa penguatan infrastruktur wisata menjadi prioritas. Namun, berdasarkan observasi di lapangan, masih banyak destinasi yang belum memiliki fasilitas yang memadai, seperti akses jalan yang layak, area parkir, dan pusat informasi bagi wisatawan. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi masih terbatas, sebagaimana terlihat dari minimnya aktivitas media sosial resmi Disparbudpora serta belum optimalnya platform digital dalam menyebarkan informasi wisata secara luas.
3. Kurangnya kolaborasi antara pemerintah daerah, swasta, dan komunitas lokal menjadi hambatan utama dalam pemasaran pariwisata Kabupaten Sumedang. Berdasarkan Renstra Disparbudpora Kabupaten Sumedang 2019–2023, sinergi antara sektor-sektor tersebut masih perlu diperkuat. Hasil wawancara dengan pegawai dinas menunjukkan bahwa komunikasi dan koordinasi antara dinas, pelaku usaha, serta desa wisata masih kurang terstruktur.

Adapun fokus pada penelitian ini yaitu:

1. Efektivitas Program Pemasaran Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Sumedang difokuskan kepada 6 dimensi yaitu tujuan, strategi, proses analisis, perencanaan, sarana prasarana, dan sistem pengawasan pengendalian.
2. Hambatan yang dihadapi dalam Efektivitas Program Pemasaran Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Sumedang difokuskan kepada 4 dimensi yaitu isi kebijakan, informasi, dukungan, dan pembagian potensi.
3. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan Efektivitas Program Pemasaran Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Sumedang difokuskan kepada 4 dimensi yaitu isi kebijakan, informasi, dukungan, dan pembagian potensi.

2. METHOD

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif atau metode naturalistik, penelitian yang dilakukan pada kondisi alamiah. Adapun pengertian dari metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2017:9) yaitu, “Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang dipergunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna pada generalisasi.” Kemudian menurut Auerbach dan Silverstain (Sugiyono, 2017:3) “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang melakukan analisis dan interpretasi teks dan hasil interview dengan tujuan untuk menemukan makna dari suatu fenomena.” Sedangkan menurut Steven dan Jenifer (Sugiyono, 2017:3) menyebutkan bahwa “Penelitian kualitatif berkenaan dengan data yang bukan angka, mengumpulkan data dan menganalisis data yang bersifat naratif. Metode penelitian kualitatif terutama digunakan untuk memperoleh data yang kaya informasi yang mendalam tentang isu atau permasalahan yang akan dipecahkan, metode penelitian kualitatif menggunakan fokus grup, interview secara mendalam, dan observasi berperan serta dalam mengumpulkan data.” Berdasarkan pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bersifat naratif dengan mengumpulkan data melalui

wawancara yang bertujuan untuk menemukan atau menjawab setiap pertanyaan yang sesuai dengan fenomena yang terjadi.

Subjek penelitian merupakan salah satu unsur dalam penelitian, subjek penelitian sendiri merupakan bahan penelitian yang penting didalam penelitian kualitatif. Sebagaimana menurut Moleong (2010:132), subjek penelitian sebagai informan, yang berarti orang pada latar penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian.

Penelitian tentang Efektivitas Program Pemasaran Pariwisata oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang berangkat dari kasus spesifik yang terjadi dalam situasi sosial tertentu, dengan hasil yang tidak diterapkan secara umum, melainkan dapat ditransfer ke situasi sosial lain yang memiliki kemiripan. Mengacu pada pendapat Sugiyono (2017:96) *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan subjek yang relevan. Oleh karena itu, informan penelitian dipilih dari para pegawai Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang, yang memiliki otoritas, informasi, serta pemahaman mendalam mengenai program pemasaran pariwisata. Pemilihan informan ini bertujuan untuk mempermudah eksplorasi dan analisis terhadap efektivitas program yang dilaksanakan, yang selanjutnya dirangkum secara sistematis dalam tabel untuk mendukung kejelasan data.

Tabel 3. Informan Penelitian

No	Unsur	Jumlah (orang)
1.	Kepala Bidang Pariwisata	1
2.	Adyatama Kepariwisataaan dan Ekonomi Kreatif Ahli Muda	1
3.	Pengelola Promosi dan Informasi Wisata	1
4.	Analisis Objek Wisata	1
Jumlah		4

Sumber: Renstra Disparbudpora Kabupaten Sumedang 2024-2026

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi fakta-fakta atau informasi tentang Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang. Oleh karena itu, diperlukan rincian data yang dikumpulkan berupa data primer maupun data sekunder. Definisi data primer adalah data yang langsung diamati dilapangan melalui wawancara mendalam. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah diolah dan dipublikasikan dari dokumen dan media pemberitaan resmi. Untuk menunjang metode yang digunakan guna memperoleh informasi dalam penelitian ini, penulis menggunakan pengumpulan data menurut Sugiyono (2018:225) sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, yaitu memperoleh data secara langsung yang biasanya bersifat teoritis dengan cara membaca, mempelajari buku-buku, literatur, catatan-catatan, peraturan tertulis berupa kebijakan-kebijakan, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan kajian yang diteliti.
2. Studi lapangan, yaitu pengumpulan data secara langsung dengan meneliti secara mendalam yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:
 - a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian untuk mencatat segala kegiatan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, dimana peneliti tidak ikut terlibat dalam proses kerja.
 - b. Wawancara, yaitu suatu pengumpulan data melalui tanya jawab langsung dengan pihak yang bersangkutan dan juga berkompeten, khususnya dalam hal mengukur keberhasilan Program Pemasaran Pariwisata dalam Proses Pemasaran sebagai informan untuk memperoleh informasi. Adapun jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dan mendalam, dimana peneliti telah menyediakan penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis.
 - c. Dokumentasi, yaitu pengumpulan data-data berupa rekaman hasil wawancara, foto-foto, catatan harian lapangan yang merupakan pelengkap hasil wawancara dan observasi.
 - d. Triangulasi, yaitu suatu pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

3. RESULTS AND DISCUSSION

3.1. Results

Efektivitas program merupakan sebuah tolak ukur dalam membandingkan apakah sebuah rencana dan proses dalam rencana tersebut selaras dengan tujuan yang ingin dicapai. Ketika sebuah rencana dan prosesnya mencapai tujuannya maka sebuah program tersebut dapat dikatakan sebagai program yang efektif. Efektivitas sendiri dapat menilai sejauhmana suatu program dapat berperan terhadap tujuan yang ingin dicapai, semakin banyak pengaruh program yang dihasilkan demi mencapai tujuan maka semakin besar nilai yang dimiliki efektivitas tersebut.

Program pemasaran pariwisata ini perlu dilakukan pengukuran efektivitas agar mengetahui sejauh mana program ini efektif serta bermanfaat bagi masyarakat maupun Dinas Pariwisata, dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang diharapkan dapat mengetahui faktor apa saja yang mendukung serta faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan program yang dilakukan oleh Dinas. Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga (Disparbudpora) Kabupaten Sumedang difokuskan untuk memperkenalkan dan mempromosikan destinasi wisata yang ada di daerah Sumedang, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Tujuan utama dari program ini adalah untuk menarik minat wisatawan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Sumedang. Salah satu cara yang dilakukan oleh Disparbudpora adalah melalui pemasaran destinasi wisata, baik melalui promosi digital, media sosial, maupun mengikuti pameran dan event pariwisata. Pemasaran ini bertujuan untuk meningkatkan *visibilitas* Sumedang sebagai tujuan wisata, baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Disparbudpora juga melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti agen perjalanan dan media, untuk memperluas jangkauan promosi.

Didalam hasil penelitian untuk mengetahui keefektifan program yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang ini peneliti mengambil teori menurut Gibson dalam Tangkilisan (2005:141). Efektivitas suatu program dapat diukur melalui beberapa aspek utama, yaitu sebagai berikut:

1. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai.
2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan.
3. Proses analisis dan perumusan kebijakan.
4. Perencanaan yang matang.
5. Tersedianya sarana dan prasarana.
6. Sistem pengawasan dan pengendalian.

Berikut adalah hasil penelitian yang telah dilakukan, Efektivitas Program Pemasaran Pariwisata oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang adalah sebagai berikut:

1. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, di dalam dimensi ini terdapat dua indikator yaitu, tujuan dan penyusunan program. Perencanaan program pemasaran pariwisata oleh Dinas Pariwisata didasarkan pada kejelasan tujuan sebagai pondasi utama. Untuk memastikan tujuan tersebut spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu, pendekatan SMART diterapkan secara menyeluruh. Pendekatan ini memastikan bahwa tujuan yang ditetapkan tidak hanya relevan dan terukur, tetapi juga adaptif terhadap dinamika lingkungan internal dan eksternal. Penyusunan program pemasaran pariwisata dilakukan secara sistematis dan terstruktur dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, pelaku industri, dan masyarakat lokal. Dengan demikian, perencanaan dan implementasi program pariwisata dapat dikategorikan sebagai efektif dan relevan dengan kondisi di lapangan.
2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan, di dalam dimensi ini terdapat tiga indikator yaitu koordinasi, komunikasi, dan pengawasan. Strategi pencapaian tujuan dalam program pemasaran pariwisata menunjukkan pelaksanaan koordinasi, komunikasi, dan pengawasan yang cukup baik. Koordinasi melibatkan berbagai pihak terkait dan didukung oleh sarana komunikasi yang efektif, meskipun masih terdapat kendala anggaran dan koordinasi. Komunikasi yang disesuaikan dengan kondisi lapangan memastikan informasi tersampaikan dengan baik, terutama kepada pelaku usaha wisata yang lebih tua. Pengawasan dilakukan secara rutin meskipun terbatas oleh waktu dan sumber daya. Secara keseluruhan ketiga strategi ini berjalan dengan baik.
3. Proses analisis dan perumusan kebijakan, di dalam dimensi ini terdapat tiga indikator yaitu pengkajian, pendataan, dan konsultasi. Dalam proses analisis dan perumusan kebijakan program pemasaran pariwisata mencakup pengkajian berbasis data akurat yang melibatkan koordinasi antar instansi, pendataan rutin dan

- sistematis untuk analisis tren serta evaluasi kebijakan, dan konsultasi aktif dengan pelaku usaha guna menyesuaikan kebijakan dengan kebutuhan industri. Ketiga tahapan ini saling mendukung dalam menghasilkan kebijakan yang tepat, responsif, dan berkelanjutan untuk memajukan sektor pariwisata.
4. Perencanaan yang matang, di dalam dimensi ini terdapat dua indikator yaitu misi organisasi dan aturan. Perencanaan matang menjadi kunci sukses pemasaran pariwisata Sumedang. Dinas Pariwisata memanfaatkan media sosial dan kolaborasi dengan influencer untuk mempromosikan destinasi wisata. Langkah ini mencerminkan pentingnya perencanaan strategis yang jelas dalam pemasaran melalui media sosial, yang membantu mengarahkan upaya pemasaran secara efektif dan efisien. Program ini mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif, memberikan manfaat bagi masyarakat dan pelaku usaha lokal. Keberhasilan ini tidak terlepas dari penerapan prosedur pemasaran yang dijalankan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas, menjaga keteraturan dan konsistensi dalam promosi serta melibatkan pihak ketiga melalui koordinasi yang baik.
 5. Tersedianya sarana dan prasarana, di dalam dimensi ini terdapat dua indikator yaitu kualitas dan ketersediaan sarana prasarana (sarpras) pariwisata di Kabupaten Sumedang menunjukkan peningkatan melalui pemeliharaan rutin, pemetaan kebutuhan, dan kolaborasi lintas sektor. Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) menjadi langkah strategis untuk pengembangan jangka panjang. Namun, keterbatasan anggaran masih menjadi kendala utama, menyebabkan distribusi dan pemenuhan sarpras di berbagai destinasi wisata belum merata. Meskipun beberapa lokasi memiliki kualitas sarpras yang baik, secara keseluruhan indikator ketersediaan masih tergolong kurang baik. Oleh karena itu, dimensi sarana dan prasarana dikategorikan kurang baik.
 6. Sistem pengawasan dan pengendalian, di dalam dimensi ini terdapat dua indikator yaitu kegiatan pengarahan dan kegiatan pengendalian, pemasaran pariwisata di Kabupaten Sumedang telah berjalan baik melalui bimbingan teknis, evaluasi rutin, dan pemanfaatan media sosial. Kendala anggaran diatasi dengan kolaborasi bersama akademisi, CSR, dan kementerian. Namun, distribusi pengawasan belum merata, sehingga diperlukan strategi tambahan untuk memastikan efektivitas dan keberlanjutan pengelolaan pariwisata.

3.2. Discussion

Efektivitas program merupakan sebuah tolak ukur dalam membandingkan apakah sebuah rencana dan proses dalam rencana tersebut selaras dengan tujuan yang ingin dicapai. Ketika sebuah rencana dan prosesnya mencapai tujuannya maka sebuah program tersebut dapat dikatakan sebagai program yang efektif. Efektivitas sendiri dapat menilai sejauhmana suatu program dapat berperan terhadap tujuan yang ingin dicapai, semakin banyak pengaruh program yang dihasilkan demi mencapai tujuan maka semakin besar nilai yang dimiliki efektivitas tersebut. Sebagaimana menurut Makmur (2015:6) bahwa "Efektivitas program merupakan kegiatan yang pelaksanaannya menampakkan ketepatan antara harapan yang kita inginkan dengan hasil yang dicapai, dimana ditunjukkan dengan ketepatan harapan, implementasi, dan hasil yang dicapai."

Efektivitas program pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang sudah berjalan dengan baik namun belum optimal. Program pemasaran menunjukkan kejelasan tujuan, strategi, serta sistem evaluasi yang berjalan, tetapi masih perlu perbaikan dalam hal penguatan SDM, penyesuaian strategi berbasis kebutuhan pasar, dan peningkatan kolaborasi dengan komunitas lokal dan sektor swasta. Dengan perbaikan pada aspek-aspek ini, efektivitas program di masa depan diharapkan dapat semakin meningkat, sejalan dengan tujuan pengembangan pariwisata Kabupaten Sumedang secara berkelanjutan.

Dengan mengukur keefektifan suatu program, maka dapat diketahui sejauh mana program tersebut memberikan pengaruh terhadap pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas program, menurut Gibson dalam Tangkilisan (2005:141), dapat diukur melalui beberapa indikator penting yang saling berkaitan. Pertama-tama, diperlukan kejelasan mengenai tujuan yang hendak dicapai agar arah pelaksanaan program tidak menyimpang. Kejelasan tujuan ini harus diikuti oleh strategi pencapaian yang tepat dan terencana, sehingga langkah-langkah yang diambil dalam pelaksanaan program benar-benar selaras dengan hasil yang diinginkan.

Selain itu, efektivitas juga ditentukan oleh proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, di mana kebijakan dirancang berdasarkan kebutuhan nyata dan melalui pertimbangan yang matang. Perencanaan yang dilakukan harus terstruktur dan menyeluruh, mencakup seluruh aspek teknis maupun administratif, guna mendukung implementasi yang efisien. Tidak kalah penting, tersedianya sarana dan prasarana yang memadai menjadi penunjang utama dalam menjalankan program secara optimal. Terakhir, sistem pengawasan dan pengendalian yang efektif dibutuhkan untuk memastikan bahwa setiap tahapan program berjalan sesuai rencana serta mampu mengantisipasi dan mengatasi potensi penyimpangan yang dapat menghambat

pencapaian tujuan program. Jika di dalam program pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata telah sesuai dengan ke enam dimensi tersebut maka program pemasaran pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang dikatakan efektif dan efisien dalam menjalankan programnya.

4. CONCLUSION

Program pemasaran pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang terbukti cukup efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan daerah. Program ini dirancang dengan tujuan yang jelas, melibatkan berbagai pihak, serta dievaluasi secara rutin dan relevan dengan kebutuhan di lapangan. Meskipun demikian, pelaksanaan program masih menghadapi sejumlah hambatan, seperti keterbatasan anggaran, sumber daya manusia, waktu, serta kendala dalam koordinasi dan komunikasi antar pihak terkait. Hambatan-hambatan ini coba diatasi melalui berbagai upaya, seperti peningkatan efektivitas koordinasi tim, pemanfaatan teknologi, serta pelatihan SDM untuk meningkatkan kapasitas pelaksana program. Sosialisasi kebijakan juga dilakukan melalui berbagai media, baik daring maupun luring, untuk mengatasi miskomunikasi dan keterbatasan pemahaman. Selain itu, kolaborasi dengan influencer, pelaku usaha lokal, akademisi, dan komunitas terus diperkuat guna meningkatkan partisipasi dan dukungan terhadap program. Perencanaan dan pelaksanaan kegiatan promosi yang berbasis media sosial serta pemeliharaan sarana pariwisata juga terus dioptimalkan meskipun masih terkendala distribusi sarana yang belum merata dan anggaran yang terbatas. Dengan berbagai upaya tersebut, program pemasaran pariwisata di Kabupaten Sumedang tetap mampu menunjukkan hasil yang positif meskipun masih memerlukan perbaikan di beberapa aspek untuk mencapai efektivitas yang lebih maksimal.

REFERENCES

- Akadun, (2019). *Administrasi Perusahaan Negara*. Bandung: Alfabeta
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumedang. (2023). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Sumedang Menurut Lapangan Usaha Tahun 2018-2022*.
- Budiani, N. W. (2007). Efektivitas Program Penanggulangan Pengangguran Karang Taruna "Eka Taruna Bhakti" Desa Sumerta Kelod Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar. *Ekonomi dan Sosial*.
- Diarsyah, A. K. (2023). PERANCANGAN PROMOSI WISATA SEJARAH DAN BUDAYA KABUPATEN SUMEDANG. *eProceedings of Art & Design*, 10(5).
- Djuwendah, E., Tuhpawana, P. S., Yosini, D., Fatimah, S., & Lucyana, T. (2018). Kajian Potensi Ekowisata dalam Menunjang Pengembangan Wilayah pada Sub DAS Cikandung dan Kawasan Gunung Tampomas Kabupaten Sumedang. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 11(1), 1-14.
- Hasibuan, Malayu (2019). *Manajemen*. Bandung : Bumi Aksara
- Ikeu Kania, Erna Rustiana, & Heni Nugrahawati. (2023). Efektivitas Promosi Produk Wisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. *Jurnal Pembangunan dan Kebijakan Publik*, 14(1).
- Iskandar (2016). *Teori Administrasi*. Bandung : Puspa
- Kartika, N., & Utomo, P. (2019). Efektivitas Program Promosi Wisata Religi di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(1), 50-62.
- Mei Shinta Sihombing, Yudhanto Satyagraha Adiputra, & Uly Sophia. (2024). Strategi Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Karimun. *Terang: Jurnal Kajian Ilmu Sosial, Politik dan Hukum*, 1(4).
- Ruhyana, N. F., & Ferdiansyah, H. (2023). Pengaruh Jalan Tol Cisumdawu pada Kunjungan Wisata di Kabupaten Sumedang. In *Proceedings of National Conference West Java Economic Society (WJES)* (Vol. 1, No. 01, pp. 252-252).
- Setiawan, E., & Nurhayati, T. (2020). Efektivitas Program Promosi Wisata Berbasis Digital oleh Dinas Pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 233-240.
- Siagian, Sondang P. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Silalahi, Ulbert (2009). *Studi tentang Ilmu Administrasi : Sinar Baru Algensindo*
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suryani, A. I. (2017). Strategi pengembangan pariwisata lokal. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi*, 3(1).