

**MANAJEMEN STRATEGI DINAS PARIWISATA KOTA
PADANG DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Administrasi
Publik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas*

OLEH:

AHSANUZ ZIKRI

2010842038



Dosen Pembimbing:

- 1. Muhammad Ichsan Kabullah, S.IP., M.PA.**
- 2. Dr. Malse Yulivestra, S.Sos., M.AP.**

DEPARTEMEN ADMINISTRASI PUBLIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2026

ABSTRAK

Ahsanuz Zikri, NIM 2010842038, Manajemen Strategi Dinas Pariwisata Kota Padang dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif, Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang, 2026. Dibimbing oleh: Muhammad Ichsan Kabullah, S.IP., M.PA., dan Dr. Malse Yulivestra, S.Sos., M.AP. Skripsi ini terdiri dari 169 halaman dengan referensi 10 buku teori, 7 buku metode, 4 skripsi, 20 jurnal, 1 Peraturan Wali Kota, 1 Undang-Undang, 11 laporan, dan 9 situs web internet.

Penelitian ini diarahkan untuk mengkaji dan memaparkan manajemen strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Padang dalam pengembangan ekonomi kreatif. Dasar penelitian ini adalah adanya peluang yang sangat besar dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kota Padang, tetapi setiap tahunnya terjadi naik turunnya jumlah pelaku ekonomi kreatif terdata dan memperoleh pembimbingan dari Dinas Pariwisata Kota Padang. Selain itu, masih terungkap sejumlah hambatan serta persoalan yang dialami oleh pelaku ekonomi kreatif dalam menjalankan bisnisnya. Oleh karena itu, manajemen strategi diperlukan untuk merespons hambatan yang dijumpai oleh Dinas Pariwisata Kota Padang dalam pengembangan ekonomi kreatif secara efektif dan berkesinambungan.

Penelitian ini berlandaskan kerangka teori manajemen strategis yang dikemukakan oleh J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, yang mencakup empat komponen utama, yaitu analisis lingkungan, perumusan strategi, pelaksanaan strategi, serta evaluasi dan pengendalian. Pendekatan penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara, dan telaah dokumentasi. Informan penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Selanjutnya, analisis data dilakukan melalui tahapan pengelompokan data, reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan, sedangkan uji keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kota Padang telah melaksanakan seluruh tahapan manajemen strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif. Pada tahap pemindaian lingkungan, organisasi telah mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal. Pada tahap perumusan strategi, visi, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan telah disusun selaras dengan arah pembangunan daerah. Implementasi strategi diwujudkan melalui berbagai program pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi bagi pelaku ekonomi kreatif, tetapi belum sepenuhnya optimal karena keterbatasan anggaran, belum meratanya tindak lanjut pascapelatihan, serta lemahnya monitoring. Evaluasi dan pengendalian telah dilakukan melalui pengukuran capaian kinerja, tetapi masih bersifat umum dan belum sepenuhnya berbasis kinerja dan dampak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen strategi oleh Dinas Pariwisata Kota Padang telah berjalan cukup baik, tetapi masih memerlukan

penguatan pada aspek implementasi dan evaluasi agar pengembangan ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: Manajemen Strategi, Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata



ABSTRACT

Ahsanuz Zikri, Student ID Number 2010842038, Strategic Management of the Padang City Tourism Office in Creative Economy Development, Department of Public Administration, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Padang, 2026. Supervised by: Muhammad Ichsan Kabullah, S.IP., M.PA., and Dr. Malse Yulivestra, S.Sos., M.AP. This thesis consists of 169 pages with references from 10 theory books, 7 method books, 4 theses, 20 journals, 1 Mayoral Regulation, 1 Law, 11 reports, and 9 websites.

This study is intended to examine and describe the strategic management implemented by the Padang City Tourism Office in the development of the creative economy. The study is grounded in the existence of considerable potential for creative economic development in Padang City; however, the number of registered creative economy actors who receive guidance from the Padang City Tourism Office has fluctuated from year to year. In addition, a number of obstacles and challenges faced by creative economy actors in operating their businesses have been identified. Therefore, strategic management is required to address the constraints encountered by the Padang City Tourism Office in fostering creative economic development in an effective and sustainable manner.

This research is based on the strategic management framework proposed by J. David Hunger and Thomas L. Wheelen, which consists of four main components: environmental analysis, strategy formulation, strategy implementation, and evaluation and control. The research employs a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and document review. Research informants were selected using a purposive sampling technique. Furthermore, data analysis was conducted through data classification, data reduction, data presentation, and conclusion drawing, while data validity was ensured through source triangulation.

The findings indicate that the Padang City Tourism Office has implemented all stages of strategic management in developing the creative economy. At the environmental scanning stage, the organization has identified external opportunities and threats as well as internal strengths and weaknesses. At the strategy formulation stage, the vision, mission, objectives, strategies, and policies have been formulated in alignment with regional development directions. Strategy implementation has been realized through various coaching, training, and facilitation programs for creative economy actors; however, it has not yet been fully optimal due to budget constraints, uneven post-training follow-up, and weak monitoring mechanisms. Evaluation and control have been conducted through performance measurement, but they remain general in nature and have not been fully based on performance and impact. Thus, it can be concluded that the implementation of strategic management by the Padang City Tourism Office has been relatively effective, yet it still requires strengthening in the aspects of implementation and evaluation to ensure that

creative economy development contributes more significantly to regional economic growth and community welfare.

Keywords: Strategic Management, Creative Economy, Tourism Office

