



Pelaksanaan Prinsip-Prinsip *Good Governance* Pada Bidang Pemasaran Di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Garut

Marifa Alifah Oktafiani¹⁾, Rina Karlina²⁾, Akmal Kurniawan³⁾, Nurul Nurhaliza⁴⁾,
Lia Muliawaty⁵⁾

Universitas Pasundan, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

Corresponding author: lia.muliawaty@unpas.ac.id⁵⁾,
marifaalifah0987@gmail.com¹⁾, rinnakarlinaskss@gmail.com²⁾,
kurniawanakmal209@gmail.com³⁾, nurulnurhaliza10@gmail.com⁴⁾

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pelaksanaan prinsip *Good Governance* (Akuntabilitas, Transparansi, Partisipasi, dan Supremasi Hukum) pada Bidang Pemasaran Pariwisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Garut, serta mengidentifikasi hambatan yang menyebabkan pelaksanaannya belum optimal. Pariwisata di Garut diakui sebagai sektor strategis yang mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menuntut pengelolaan yang efektif dan bertanggung jawab. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan kerangka analisis *good governance* dan data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi di lapangan. Hasilnya menunjukkan bahwa Akuntabilitas formal (E-kinerja) dan Partisipasi (*bottom-up* melalui Musrenbang) telah berjalan baik. Namun, pelaksanaan keseluruhan belum optimal karena hambatan struktural, seperti praktik *double job* dan kesenjangan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM), keterbatasan fasilitas, serta ketiadaan regulasi baku formal untuk pemasaran digital dan kolaborasi publik. Disimpulkan bahwa kendala tersebut menyebabkan fokus kerja lebih condong pada kepatuhan administrasi daripada kinerja substantif. Direkomendasikan agar Disparbud melakukan penataan ulang jabatan, pelatihan SDM, dan menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) baku untuk pengelolaan media sosial dan kolaborasi eksternal guna memperkuat Supremasi Hukum dan Transparansi.

Kata kunci: Akuntabilitas, Garut, *Good Governance*, Partisipasi, Pariwisata

Abstract

This research examines the implementation of Good Governance principles (Accountability, Transparency, Participation, and Rule of Law) in the Tourism Marketing Division of the Garut Regency Tourism and Culture Agency (Disparbud), and identifies the obstacles hindering optimal implementation. Tourism in Garut is recognized as a strategic sector driving local economic growth, thus demanding effective and responsible management. The study employed a descriptive qualitative method, utilizing the Good Governance framework, with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The results indicate that formal Accountability (E-kinerja) and bottom-up Participation (via Musrenbang) are well-implemented. However, overall implementation remains suboptimal due to structural obstacles, such as the practice of double job and Human Resource (HR) competency gaps, facility limitations, and the absence of formal standard regulations for digital marketing and public collaboration. It is concluded that these constraints cause the work focus to shift towards administrative compliance over substantive performance. The study recommends that Disparbud restructure job positions, provide specialized HR training, and formulate formal Standard Operating Procedures (SOPs) for social media management and external collaborations to strengthen the Rule of Law and Transparency.

Keyword: Accountability, Garut, *Good Governance*, Participation, Tourism



PENDAHULUAN

Pariwisata di Kabupaten Garut diakui sebagai salah satu sektor strategis yang secara langsung mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan mampu meningkatkan penghasilan masyarakat lokal. Kekayaan alam, budaya, dan kuliner yang beragam menuntut pengelolaan yang efektif dan bertanggung jawab. Dalam konteks ini, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Garut, sebagai garda utama dalam pengembangan sektor ini, wajib menjadikan prinsip *good governance* sebagai fondasi kebijakannya.

Bank Dunia menjelaskan bahwa *good governance* merupakan pelaksanaan manajemen pembangunan yang kuat dan akuntabel, selaras dengan prinsip-prinsip demokrasi dan efisiensi pasar. Konsep ini juga menekankan pentingnya menghindari kesalahan dalam alokasi dana investasi, mencegah praktik korupsi—baik di ranah politik maupun administratif—menegakkan disiplin anggaran, serta membangun kerangka hukum dan politik yang mendukung pertumbuhan kegiatan ekonomi. (World Bank, 1992; Kharisma, & Pirmana, 2016).

Sementara itu, Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG, 2010) menekankan bahwa *good governance* bertindak sebagai rambu-rambu untuk menjalankan pemerintahan secara jujur dan adil guna mencegah praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN) (Khairudin & Soewito, 2021). Tata kelola yang baik menciptakan sistem kerja yang jelas, meminimalisir tumpang tindih kebijakan, dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat.

Fokus penelitian ini adalah bidang pemasaran pariwisata, yang berperan penting dalam mempromosikan destinasi unggulan seperti Wisata Pemandian Air Panas dan melestarikan tradisi lokal seperti “*Nyaneut*”. Kinerja bidang ini krusial dalam membangun citra daerah dan menarik investor, sehingga pengelolaan yang mengutamakan keterbukaan dan keadilan adalah keharusan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep *good governance* dengan praktik di lapangan. Kajian mengenai reformasi manajemen di Kantor Pertanahan Kota Semarang, misalnya, menemukan bahwa Akuntabilitas, Partisipasi, dan Supremasi Hukum sudah berjalan baik, tetapi Transparansi terhambat oleh keterbatasan SDM dan kualitas sistem (Istiqomah et al., 2022). Hal serupa ditemukan dalam studi di tingkat desa yang menyoroti kurangnya transparansi dan dokumentasi kegiatan (Lutfian et al., 2023). Namun, berbeda dengan studi-studi terdahulu yang umumnya berfokus pada pelayanan administratif, penelitian ini secara spesifik mengkaji penerapan *good governance* dalam konteks sektor pariwisata yang sangat dinamis dan berorientasi pasar (*market-oriented*), menyoroti interaksi antara tata kelola publik dan strategi *digital marketing*.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis kesenjangan (*gap analysis*) antara Akuntabilitas yang terinstitusionalisasi secara hierarkis (melalui sistem E-kinerja ketat) dengan tantangan sosial yang ditimbulkan oleh praktik *double job* dan ketiadaan regulasi formal (SOP) untuk Transparansi digital dan kolaborasi publik. Penelitian ini menjustifikasi bahwa meskipun sistem Akuntabilitas formal telah kuat, ketiadaan standar kompetensi SDM dan kebijakan teknis digital justru menjadi hambatan utama dalam mewujudkan tata kelola yang substantif dan partisipatif. Dalam konteks global, tata kelola pariwisata yang baik sangat dikaitkan dengan *well-being lens* dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Kallmuenzer et al., 2021), di mana tata kelola yang transparan dan partisipatif menjadi prasyarat strategis bagi *brand awareness* destinasi (Kim & Lee, 2022).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan prinsip-prinsip *Good governance* (Akuntabilitas, Transparansi, Partisipasi, dan Supremasi Hukum) dan mengidentifikasi hambatan-hambatan yang menyebabkan pelaksanaannya belum optimal pada Bidang Pemasaran Pariwisata di Disparbud Kabupaten Garut.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena sosial dalam sudut pandang partisipan implementor, yang memungkinkan kajian mendalam terhadap permasalahan yang

aktual dan kontekstual di lapangan (Moleong, 2010).

Penelitian ini bersifat deskriptif untuk menggambarkan fenomena yang ada secara terperinci. Kerangka analisis *Good governance* didasarkan pada empat prinsip utama menurut Sedarmayanti (2013: 289), yaitu Akuntabilitas, Transparansi, Partisipasi, dan Supremasi Hukum.

Sumber data primer diperoleh melalui Studi Lapangan. Meskipun tidak ada rincian populasi dan sampel yang disebutkan, sumber data utama (informan) dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, Staff Pranata Komputer Ahli Pertama (merangkap Humas), dan perwakilan masyarakat umum.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi studi literatur, studi deskriptif, dan studi lapangan (Observasi, Wawancara mendalam, dan Dokumentasi) (Sugiyono, 2017). Keabsahan data dijamin melalui metode triangulasi, yaitu membandingkan informasi dari berbagai sumber data dan pendekatan pengumpulan data (Triangulasi Metode dan Triangulasi Sumber Data) (Sugiyono, 2017).

Analisis data menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang mencakup tiga tahap utama: Reduksi Data, Penyajian Data (*Display*), dan Penarikan Kesimpulan (Sugiyono, 2017). Proses ini memungkinkan peneliti untuk menemukan tren, pola, atau hubungan dalam data yang dikumpulkan (Qomusuddin & Romlah, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Prinsip-Prinsip *Good governance*

Pelaksanaan prinsip *good governance* pada Bidang Pemasaran Pariwisata di Disparbud Garut sejauh ini dinilai sudah berjalan baik, namun masih menghadapi kendala sumber daya dan fasilitas. Berikut adalah analisis temuan berdasarkan empat pilar *good governance* (Sedarmayanti, 2013):

1. Akuntabilitas

Implementasi Akuntabilitas diwujudkan secara sistematis melalui mekanisme evaluasi kinerja rutin (bulanan, semesteran, dan tahunan) yang mengacu pada Perjanjian Kinerja (Perkin) dan dilaksanakan melalui sistem E-kinerja. Penerapan sistem E-kinerja dan absensi online menuntut setiap pegawai untuk melaporkan capaian kerjanya secara terukur, di mana kegagalan mencapai target berdampak pada sanksi pemotongan Tunjangan Kinerja Daerah (TKD). Digitalisasi ini memaksa peningkatan disiplin dan tanggung jawab kerja, berbeda dengan sistem sebelumnya yang kurang mengikat.

Meskipun Akuntabilitas hierarkis (akuntabilitas vertikal) ini kuat dalam menegakkan disiplin, efektivitas Akuntabilitas substantif terancam oleh masalah internal, seperti koordinasi yang belum optimal dalam penyusunan kalender event dan tumpang tindih jabatan. Kondisi ini menciptakan risiko pegawai lebih fokus pada pemenuhan laporan administratif untuk menghindari sanksi TKD, dibandingkan mencapai kinerja substantif yang berkualitas (Aleksowska, 2021).

2. Transparansi

Transparansi dinilai cukup baik, ditunjukkan dengan kemudahan masyarakat dalam mengakses informasi melalui website dan akun media sosial yang dikelola dinas. Digitalisasi memudahkan aduan atau keluhan masyarakat tersampaikan. Disparbud bahkan pernah meraih penghargaan sebagai pengelola media sosial terbaik se-Jawa Barat pada tahun 2023.

Namun, meskipun dinas terbuka terhadap kolaborasi promosi dari pihak luar (masyarakat, UMKM), prosedur untuk mengakomodasi inisiatif tersebut belum memiliki panduan baku atau aturan formal. Proses kolaborasi saat ini masih bersifat ad-hoc atau memerlukan pengajuan birokrasi, atau melalui *co-posting* media sosial. Ketiadaan aturan baku ini menciptakan tantangan dalam hal Supremasi Hukum, meskipun Transparansi berjalan baik, prosedurnya belum institusional (Hidayatullah et al., 2022).

3. Partisipasi

Prinsip Partisipasi menunjukkan implementasi yang paling positif dan inklusif. Inklusif ialah

sebagai sistem yang mempromosikan kesetaraan, partisipasi, dan toleransi, dengan melibatkan berbagai kelompok melalui lingkungan yang ditandai dengan keterlibatan, rasa hormat, dan koneksi yang kuat pada berbagai kelompok (Andrianita et al., 2024). Disparbud secara konsisten membuka ruang kolaborasi dan melibatkan masyarakat serta stakeholder (asosiasi travel, pemandu wisata, hotel, media, influencer, dan komunitas) melalui agenda Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang) yang dilaksanakan rutin setiap tahun (Oktober-November).

Pendekatan *bottom-up* ini berlandaskan pemikiran bahwa stakeholder di lapangan adalah yang paling memahami kebutuhan pariwisata, sehingga program yang dirumuskan melalui musyawarah akan lebih relevan dan efektif dalam pelaksanaannya. Pelibatan aktif ini berperan sebagai mekanisme penting yang mengompensasi keterbatasan internal Disparbud (SDM), sekaligus menjamin *brand awareness* destinasi (Kim & Lee, 2022).

4. Supremasi Hukum

Penerapan Supremasi Hukum, yang menuntut adanya aturan dan prosedur yang jelas, telah diupayakan melalui landasan peraturan daerah dan kebijakan internal, dengan SOP sebagai pedoman teknis, misalnya dalam penyusunan Kalender Event. Mekanisme reward and punishment (seperti sanksi TKD) juga diterapkan untuk menumbuhkan kedisiplinan.

Namun, SOP yang ada menghadapi kendala teknis dan keterbatasan SDM, misalnya, standar operasional untuk frekuensi unggahan konten di media sosial terkadang terlewat karena kesibukan pegawai yang memiliki tugas ganda. Ketidadaan regulasi baku formal untuk digital marketing dan kolaborasi publik juga menciptakan ketidakpastian prosedur, yang menghambat implementasi penuh Supremasi Hukum dalam aspek pemasaran yang paling dinamis (Hidayatullah et al., 2022).

Table 1. Analisis Komparatif Prinsip *Good Governance* Bidang Pemasaran Garut

Prinsip <i>good governance</i>	Indikator Kunci (Penelitian)	Status Implementasi (Kinerja Disparbud)	Analisis Nuansa dan Kesenjangan
Akuntabilitas	Evaluasi Kinerja (E-kinerja, Perkin), Prosedural, Disiplin	Baik dan Sistematis	Kuat secara formal, namun rentan terhadap efektivitas kinerja substantif karena beban kerja <i>double job</i> dan <i>mismatch</i> SDM.
Transparansi	Akses Informasi Digital, Prosedur Pengaduan	Cukup Baik/Perlu Ditingkatkan	Keunggulan di media sosial tidak didukung oleh regulasi formal yang jelas (<i>digital policy vacuum</i>), membuat prosedur kolaborasi bersifat tentatif.
Partisipasi	Musrenbang, Pelibatan Stakeholder (Asosiasi, UMKM), Kritik & Saran	Sangat Positif dan Relevan	Pendekatan <i>bottom-up</i> berhasil menghasilkan mengkompensasi kelemahan internal dan menjamin relevansi program dengan kebutuhan lapangan.



Supremasi Hukum	SOP, Aturan Baku, <i>Reward and Punishment</i>	Baik, namun Terdapat Kendala Teknis	Aturan dasar ditaati; kendala muncul di SOP teknis yang tidak didukung oleh kapasitas SDM yang memadai.
--------------------	---	--	---

Hambatan yang Menyebabkan Pelaksanaan Belum Optimal

Berdasarkan analisis, hambatan utama yang menyebabkan pelaksanaan prinsip-prinsip *good governance* pada Bidang Pemasaran Pariwisata belum optimal meliputi:

1. Kesenjangan Kapasitas SDM.

Temuan lapangan secara konsisten menyoroti Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai hambatan sentral. Masih banyak pegawai yang mengalami double job atau tumpang tindih jabatan, dan penempatan pekerja seringkali didasarkan pada pengalaman masa lalu, bukan pada kompetensi spesifik yang dibutuhkan untuk tugas modern seperti pemasaran digital. Dampak dari kesenjangan ini adalah terciptanya siklus inoptimalitas: ketika pegawai dipaksa memenuhi target Akuntabilitas ketat (E-kinerja) tanpa dukungan kompetensi dan fokus tugas yang memadai, mereka cenderung memprioritaskan kepatuhan administratif (laporan) di atas kinerja substantif (dampak promosi nyata) (Aleksovska, 2021). Oleh karena itu Kurangnya pelatihan bagi pegawai, terutama di bidang analisis dan manajemen digital, mengakibatkan potensi SDM tidak termanfaatkan secara maksimal (Marwansyah, 2010) akan berujung pada kinerja yang inoptimal dan penurunan kualitas pelayanan, yang mendesak perlunya evaluasi menyeluruh.

2. Keterbatasan Fasilitas Sarana dan Prasarana.

Meskipun Bidang Pemasaran secara strategis mengedepankan promosi digital (Pengembangan Website, Kolaborasi *Influencer*), ketersediaan fasilitas penunjang, seperti komputer, printer, dan alat tulis yang memadai, masih menjadi hambatan. Kekurangan infrastruktur dasar ini secara langsung menghambat upaya Transparansi dan Efisiensi operasional. Di era di mana kecepatan penyebaran informasi sangat krusial, ketiadaan peralatan yang memadai menjadi batas atas bagi potensi inovasi digital. Meskipun strategi pemasaran sudah berorientasi teknologi, realitas operasional terhalang oleh keterbatasan fisik, yang pada akhirnya memperlambat penyebaran informasi dan tanggapan terhadap publik.

3. Ketiadaan Regulasi Teknis Formal.

Koordinasi yang belum optimal masih menjadi tantangan dalam pelaksanaan program lintas sektor, termasuk penyusunan *Calendar of Event* (COE). Selain itu, Bidang Pemasaran belum memiliki panduan atau regulasi formal yang baku untuk pengelolaan media sosial dan kegiatan promosi digital, termasuk tata cara kolaborasi dengan *influencer* (Hidayatullah et al., 2022). Ketiadaan regulasi baku ini menciptakan kekosongan kebijakan (*policy vacuum*), yang menghambat implementasi penuh Supremasi Hukum dan Transparansi dalam kolaborasi publik-swasta (Hidayatullah et al., 2022). Meskipun kolaborasi itu sendiri penting untuk menjangkau target pasar (Musa, et al, 2024), ketidakpastian prosedur dapat menimbulkan keraguan mengenai akuntabilitas penggunaan sumber daya publik.

Tabel 2. Hambatan Kunci dan Dampaknya pada Tata Kelola

Dimensi Hambatan	Deskripsi Spesifik	Dampak Kritis pada Prinsip <i>Good Governance</i>	Rekomendasi Aksi Mendatang
Kapasitas SDM	<i>Double job</i> , bekerja berdasarkan pengalaman, kurangnya pelatihan, <i>mismatch</i> kompetensi.	Akuntabilitas: Fokus pada kepatuhan administratif, bukan kinerja substantif. Efisiensi: Birokrasi dan pelayanan menjadi lambat.	Penataan ulang jabatan dan Pelatihan Khusus (Marwansyah, 2010).



Dimensi Hambatan	Deskripsi Spesifik	Dampak Kritis pada Prinsip <i>Good Governance</i>	Rekomendasi Aksi Mendatang
Infrastruktur	Kurangnya fasilitas sarana dan prasarana (komputer, printer).	Transparansi & Efisiensi: Menghambat kecepatan promosi digital dan aksesibilitas informasi.	Alokasi anggaran untuk inventarisasi dan modernisasi alat kerja.
Regulasi Teknis	Belum adanya aturan baku/panduan SOP formal untuk pengelolaan media sosial dan kolaborasi (Hidayatullah et al., 2022).	Supremasi Hukum & Transparansi: Prosedur kolaborasi bersifat tentatif dan tidak institusional.	Perumusan Pedoman Baku Digital Marketing dan Pengaduan Publik (Hidayatullah et al., 2022).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pelaksanaan prinsip-prinsip *good governance* pada Bidang Pemasaran Pariwisata di Disparbud Kabupaten Garut telah menunjukkan keberhasilan dalam aspek Akuntabilitas formal (E-kinerja) dan Partisipasi *bottom-up* (Musrenbang). Namun, implementasi keseluruhan *good governance* masih belum optimal karena adanya disparitas struktural dan operasional. Kinerja formal yang ketat terhambat oleh keterbatasan kapasitas SDM (praktik *double job*) dan minimnya infrastruktur (sarana/prasarana), yang menyebabkan fokus kerja lebih condong pada kepatuhan administrasi daripada kinerja substantif. Selain itu, ketiadaan regulasi baku untuk pengelolaan media sosial merupakan tantangan serius bagi Supremasi Hukum dan Transparansi yang berkelanjutan.

Rekomendasi

1. Disparbud perlu segera melakukan evaluasi struktural untuk menghilangkan praktik tumpang tindih jabatan dan mengadakan pelatihan yang terstruktur untuk meningkatkan kompetensi spesifik pegawai, misalnya *Digital Marketing Analytics* dan *Service Excellence*.
2. Bidang Pemasaran Pariwisata wajib menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) dan pedoman formal yang mengatur standar konten, frekuensi unggahan, dan prosedur formal untuk pengajuan kolaborasi promosi oleh pihak eksternal, guna memperkuat Supremasi Hukum dan Transparansi.
3. Disparbud perlu mendorong Partisipasi masyarakat dari peran pasif menjadi inisiator dan pengelola program (*Regenerative Tourism*), misalnya dengan melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan warisan budaya "*Nyaneut*".
4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, dan peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan variabel atau indikator lain (misalnya kualitas layanan pariwisata atau dampak kebijakan pada pendapatan daerah) untuk memperoleh perspektif yang lebih luas dan komprehensif, sekaligus memperdalam studi pada bidang tata kelola publik dan *destination marketing*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. Aam Pathulloh, S.I.P., M.Si., M.I.Kom, selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, seluruh staf Bidang Pemasaran, dan seluruh jajaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut atas bantuan dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan Riset dan Praktik.



DAFTAR PUSTAKA

- Aleksovskaja, M. (2021). Accountable for what? The effect of accountability standard specification on decision-making behavior in the public sector. *Public Performance & Management Review*, 44(4), 707-734. <https://doi.org/10.1080/15309576.2021.1900880>.
- Andrianita, C., Yudi, H. T. B., & Hilman, M. (2024). Penerapan Prinsip *Good governance* Dalam Pengelolaan Dana Desa (Studi Kasus di Desa Jayanti Kabupaten). *PUBLIKA : Jurnal Ilmu Administrasi Publik*. 10(2), 234-246. <https://doi.org/10.25299/jiap.2023.13501>.
- Musa, H. G., Garad, A., & Mussa, M. (2024). Trends and Innovations in Tourism Marketing Within Government Policy. *JIAN (Jurnal Ilmiah Administrasi Negara)*, 8(1), 182-201. <https://doi.org/10.56071/jian.v8i2.886>.
- Hidayatullah, F., Farid, M., & Afifah, N. N. (2022). Pemanfaatan influencer sebagai media promosi pariwisata Sulawesi Selatan pada akun Instagram @Visitsulsel.Id. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 272-284. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i2.2086>.
- Istiqomah, I. P., Djumiarti, T., & Afrizal, T. (2022). Analisis praktik good governance dalam reformasi manajemen pelayanan pertanahan pada Kantor Pertanahan Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 11(4), 314-334. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v11i4.36173>.
- Kallmuenzer, A., Lorenzo, D., Siller, E., Rojas, Á., & Kraus, S. (2021). Antecedents of good governance of hospitality family firms. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(3), 177-190. <https://doi.org/10.1177/1465750320981593>.
- Khairudin., Soewito., dan Aminah. (2021). Potret Kepercayaan Publik, *Good Governance* dan *E-Government* di Indonesia. Banyumas: CV. Amerta Media.
- Kharisma, B., & Pirmana, V. (2016). The role of government and its provision on the quality of education: The case of public junior high schools among provinces in Indonesia period 2000-2004. *Buletin Studi Ekonomi*, 19(1), 1-117. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/4463>.
- Kim, J.-J., & Lee, C.-J. (2022). A tourist's gaze on local tourism governance: The relationship among local tourism governance and brand equity, tourism attachment for sustainable tourism. *Sustainability*, 14(24), 16477. <https://doi.org/10.3390/su142416477>.
- Lutfianti, E. N., Wilujeng, S., & Hentika, N. P. (2023). Implementasi *Good Governance* Dalam Pelayanan Publik Di Kantor Desa Wringinrejo Kecamatan Gambiran Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 216-223. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.5379>.
- Marwansyah. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: CV. Alfabeta.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2021). Analisis Data Kuantitatif dengan. Program IBM SPSS Statistic 20.0. Yogyakarta: Deepublish.
- Sedarmayanti. (2013). Reformasi Administrasi Publik, Reformasi Birokrasi Dan Kepemimpinan Masa Depan (Mewujudkan Pelayanan Prima Dan Pemerintahan Yang Baik). PT. Refika Aditama.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- World Bank. (1992). *Governance and Development*. Washington, DC.