

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme.

Secara etimologis kata pariwisata berasal dari bahasa sansekerta. Kata ini terdiri dari dua suku kata, yaitu “Pari” dan “Wisata”. Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan Wisata berarti perjalanan atau berpegiان.¹ Dunia Pariwisata menjadi aspek penting bagi eksistensi suatu negara di dunia internasional. Pariwisata dapat juga menjadi suatu komoditi yang dapat dijual sehingga menghasilkan dan membawa kemajuan bagi suatu bangsa, bahkan dunia pariwisata dapat menjadi salah satu tolok ukur yang penting dalam menilai seberapa jauh perkembangan atau kemajuan suatu negara. Banyak negara yang bergantung banyak dari industri pariwisata sebagai sumber pajak dan pendapatan terutama untuk

¹Oka A Yoeti, *Pengantar ilmu Pariwisata*, Bandung, 1987, hal 103

perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu, pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh Organisasi Non-Pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang non-lokal. Menurut Undang Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.²

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Untuk menjamin supaya pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi manusia dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul maka pengembangan pariwisata perlu didahului dengan kajian yang mendalam, yakni dengan melakukan penelitian terhadap semua sumber daya pendukungnya (Wardiyanta, 2006:47)

Dari sudut sosial, kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan.

²<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pariwisata>

Pariwisata akan dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya, sehingga dapat memotivasi sikap toleransi dalam pergaulan yang merupakan kekuatan dalam pembangunan bangsa, selain itu juga pariwisata mampu memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan.

Dari sudut ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Selain bermanfaat untuk meningkatkan lapangan kerja perkembangan pariwisata juga bertujuan untuk memperkenalkan dan membudidayakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia serta bisa lebih mempererat persaudaran serta persahabatan nasional dan internasional (Oka A. Yoeti:1982).

Kabupaten Kebumen memiliki berbagai macam obyek wisata diantaranya wisata alam, wisata kesehatan, serta wisata sejarah atau pendidikan yang apabila dikelola dan dikembangkan dengan strategi pengembangan yang baik dan tepat maka akan menjadi daerah tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi. Selain itu, dengan meningkatnya wisatawan yang berkunjung maka secara langsung akan menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan pendapatan masyarakat sekitar obyek wisata.

Begitu banyak obyek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen, apabila dapat dikembangkan secara profesional dengan berbagai perencanaan strategi yang dikelola

Dinas Pariwisata setempat maka akan sangat memungkinkan jika Kabupaten Kebumen menjadi primadona kunjungan wisatawan baik secara lokal, regional, nasional maupun internasional dengan melihat pada potensi yang ada. Ada sekitar enam jenis wisata yang disuguhkan di Kabupaten Kebumen yaitu *pertama* wisata alam, terdapat sembilan obyek wisata antara lain goa jatijajar dan goa petruk, wisata alam jembatan, pantai logending, pantai karangbolong, pantai petanahan, dan pantai suwuk, waduk sempor dan waduk wadas lintang, *kedua* yaitu wisata kesehatan yang terdapat 1 obyek wisata yaitu pemandian air panas krakal, *ketiga* adalah wisata sejarah atau pendidikan, terdapat dua obyek wisata yaitu wisata sejarah benteng van der wijck dan balai informasi dan konservasi kebumian.

Banyak faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, diantaranya karena ingin melihat tempat-tempat baru yang belum pernah dikunjungi dan ingin belajar sesuatu, menghindari udara atau musim yang tidak menyenangkan, keinginan untuk melakukan sesuatu yang tidak bisa dilakukan di rumah, untuk sekedar rekreasi atau rilaks, dan lain-lain. Dalam hal ini faktor alam juga sangat berpengaruh seperti iklim, pemandangan alam, flora dan fauna, sumber air mineral, dan lain-lain. Selain itu, ada pula faktor yang merupakan hasil ciptaan manusia seperti kebudayaan, tradisi dan adat istiadat dari penduduk setempat, benda-benda bersejarah, serta taran tradisional masyarakat setempat.

Selain banyak faktor yang mendorong wisatawan untuk melakukan wisata, namun juga banyak hambatan dan rintangan yang harus dihadapi terutama oleh Dinas Pariwisata setempat. Salah satu faktor yang menghambat adalah jika tidak didukung

oleh masyarakat sekitar tempat wisata. Tapi, disinilah peran penting peraturan dan kesadaran dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kebumen untuk melaksanakan pembangunan di sektor pariwisata. Sektor pariwisata memerlukan suatu strategi dengan pengembangan yang terencana atau tersusun dengan benar agar potensi yang dimiliki bisa dikembangkan dengan optimal.

Salah satu tolok ukur perkembangan pariwisata adalah pertumbuhan kunjungan wisatawan karena dengan peningkatan jumlah wisatawan yang datang secara langsung akan diikuti oleh perkembangan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, pembangunan wilayah yang sesuai dengan kebutuhan pelayanan bagi wisatawan.

Tabel 1.1

Peningkatan Kunjungan Wisatawan Kabupaten Kebumen

Tahun 2011 – 2014

Tahun	Peningkatan Wisatawan
2011	246.652
2012	298.357
2013	805.619
2014	957.419

(Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen)

Dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa potensi obyek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen dapat berkembang sangat pesat dikarenakan

adanyaperkembangan jumlah pengunjung wisatanya yang selalu meningkat setiap tahunnya. Dilihat dari potensi daerah wisata yang ada di Kabupaten Kebumen, maka menurut peneliti penting untuk melihat seberapa besar efektifitas promosi dan pengembangan wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian tersebut diatas maka penulis menarik suatu perumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana strategi pengembangan kepariwisataan di kabupaten Kebumen tahun 2015?
2. Bagaimana kontribusi bidang kepariwisataan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Kebumen 2015?
3. Apa saja faktor-faktor pendorong dan penghambat pengembangan pariwisata di Kabupaten Kebumen?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi pengembangan apa sajakah yang perlu dilakukan pemerintah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen dalam pengembangan kepariwisataan.
2. Mengetahui bagaimana kontribusi kepariwisataan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Kebumen.
3. Mengetahui faktor pendorong dan penghambat dalam pengembangan

kepariwisataan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai penambah pengetahuan tentang pengembangan obyek wisata di Kabupaten Kebumen
- b. Memberikan sumbangan pemikiran untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian-penelitian lanjutan.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan evaluasi dari strategi promosi dan pengembangan wisata dan budaya yang kurang efektif.
- b. Penelitian ini dapat memberikan masukan pada semua pihak yang terkait dalam pengembangan obyek wisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.
- c. Penelitian ini bisa dijadikan acuan oleh daerah lain dalam melakukan pengembangan wisata dan budaya.

D. Kerangka Dasar Teori

1. Strategi

Pengertian “strategi” bersumber dari kata Yunani Klasik, yakni “strategos”(jenderal), yang pada dasarnya diambil dari pilahan kata-kata Yunani untuk “pasukan” dan “memimpin”. Penggunaan kata kerja Yunani yang berhubungandengan “strategos” ini dapat diartikan sebagai “perencanaan dan pemusnahan musuh-musuh dengan menggunakan cara yang efektif berlandaskan

sarana- sarana yang dimiliki” (Bracker: 1980) (dalam Heene dkk: 2010). Salusu dan Young (Salusu: 2015) menawarkan suatu definisi yang lebih sederhana, yaitu “Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan”.

Kenichi Ohmae (Kurniawan dan Hamdani: 2000) seorang pakar pemasaran sekaligus konsultan manajemen tersohor dan penulis buku *The End of Nation State* mengatakan “Strategi adalah “keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing melalui cara yang paling efisien”.

Adapun Benjamin Tregoe dan John William Zimmerman (Kurniawan dan Hamdani: 2000) mendefinisikan strategi sebagai “Kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan arah serta karakteristik suatu organisasi”.

Menurut Glueck dan Jauch (Sedarmayanti: 2014): “Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.”

James Brian Quinn (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal: 2003), analisis strategi militer diplomatik dan analogi-analogi yang serupa dalam bidang lain menyediakan beberapa wawasan penting ke dalam dimensi dasar, sifat dan desain

strategi formal.

Pertama, strategi efektif mengandung tiga unsur penting:

(1) Tujuan

Tujuan merupakan hasil yang ingin dicapai oleh suatu organisasi/instansi. Tujuan merupakan salah satu dimensi yang dapat menciptakan sebuah strategi karena penetapan tujuan sangat berkaitan langsung dengan strategi yang akan digunakan oleh sebuah organisasi atau instansi dalam pencapaian tujuannya dimana ketika tujuan sudah ditetapkan maka kita dapat mengetahui strategi yang akan digunakan.

(2) Kebijakan

Kebijakan merupakan rangkaian keputusan yang membimbing dan membatasi tindakan yang dilakukan. Kebijakan dibuat untuk menetapkan arah suatu tujuan yang ditetapkan sehingga pembuatan kebijakan lebih memudahkan untuk mengarahkan suatu organisasi atau instansi dalam menerapkan suatu strategi.

(3) Program

Program merupakan urutan-urutan tindakan yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Program dimaksudkan untuk mengatur segala tindakan-tindakan yang akan dilakukan sehingga strategi yang akan diterapkan dapat terlaksana dengan maksimal.

Strategi menentukan arah keseluruhan dan tindakan fokus organisasi, formulasinya tidak dapat dianggap sebagai generasi belaka dan

keselarasan program untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan pembangunan merupakan bagian integral dari strategi formulasi.

Kedua, strategi efektif mengembangkan beberapa konsep, kunci dan dorongan yang memberi mereka kohesi, keseimbangan, dan fokus. Beberapa tekanan bersifat sementara: lain yang dilakukan melalui strategi tahap akhir. Sumber daya harus dialokasikan dalam pola-pola yang menyediakan sumber daya yang cukup untuk setiap dorongan untuk berhasil terlepas dari rasio biaya relatif/keuntungannya. Unit organisasi harus terkoordinasi dan tindakan-tindakan yang dikendalikan untuk mendukung pola dorong yang dimaksudkan atau strategi total.

Ketiga, strategi berkaitan tidak hanya dengan tak terduga, tetapi juga dengan tidak dapat diketahui. Menurut Braybrooke dan Lindblom, (1963) (dalam Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal :2003) untuk strategi perusahaan, analisis tidak bisa meramalkan cara yang tepat di mana semua kekuatan bisa berinteraksi satu sama lain, terdistorsi oleh sifat atau emosi manusia, atau dimodifikasi oleh imajinasi dan tujuan aksi balasan lawan cerdas. Tindakan rasional atau bagaimana rangkaian acara yang tampaknya aneh dapat berkonspirasi untuk mencegah atau membantu keberhasilan (White, 1978; Lindblom, 1959 [dalam Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal :2003]). Akibatnya, esensi dari strategi apakah militer, diplomatik, Bisnis, olahraga, (atau) politik. -adalah untuk membangun postur yang begitu kuat (dan berpotensi fleksibel) cara selektif bahwa organisasi dapat mencapai

tujuan meskipun cara-cara tidak terduga, kekuatan-kekuatan eksternal benar-benar dapat berinteraksi ketika saannya tiba.

Keempat, hanya sebuah organisasi militer yang memiliki berbagai eselon grand, teater, daerah, pertempuran, Infantri dan artileri strategi, jadi kompleks organisasi harus lain yang memiliki sejumlah hirarki terkait dan saling mendukung strategi (Vancil dan Lorange, 1975 [dalam Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal :2003]). Setiap strategi harus lebih atau kurang lengkap dalam dirinya sendiri, selaras dengan tingkat desentralisasi yang dimaksudkan. Namun masing-masing harus dibentuk sebagai elemen kohesif tingkat strategi yang lebih tinggi. Meskipun, mencapai total kohesi antara semua organisasi yang besar, strategi akan menjadi tugas yang luar biasa untuk setiap petugas kepala executive, sangat penting bahwa ada satu wadah yang sistematis untuk pengujian setiap komponen strategi dan melihat bahwa itu memenuhi prinsip-prinsip utama dari strategi dibentuk (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal :2003).

Menurut *Henry Mintzberg, Joseph Lampel, James Brian Quinn, dan Sumantra Ghoshal*(2003) dalam buku *The Strategy Process*, menyajikan lima definisi strategi yaitu :

A. STRATEGI SEBAGAI RENCANA

Strategi adalah rencana, semacam sadar dimaksudkan yang meliputi tindakan, pedoman (atau pedoman yang ditetapkan) untuk menangani situasi. Dengan definisi ini, strategi memiliki dua karakteristik penting: mereka dibuat

sebelum tindakan yang menerapkan, dan mereka dikembangkan secara sadar dan sengaja. Sebagai rencana, strategi berkaitan dengan bagaimana pemimpin mencoba untuk menetapkan arah untuk organisasi, untuk mengatur mereka pada tindakan yang telah ditentukan. Dalam mempelajari strategi sebagai rencana, kita harus entah bagaimana masuk ke dalam pikiran strategi, untuk mencari tahu apa yang benar-benar dimaksudkan.

B. STRATEGI SEBAGAI TAKTIK

Sebagai taktik, strategi membawa kita ke dalam wilayah persaingan langsung, dimana ancaman dan feints dan berbagai manuver lain bekerja untuk mendapatkan keuntungan. Tempat ini proses pembentukan strategi dalam pengaturan yang paling dinamis, dengan gerakan memprovokasi dan seterusnya. Namun Ironisnya, strategi itu sendiri adalah sebuah konsep yang berakar tidak dalam perubahan tetapi dalam stabilitas dalam mengatur rencana dan pola didirikan.

C. STRATEGI SEBAGAI POLA

Tetapi jika strategi dapat dimaksudkan (apakah sebagai rencana umum atau khusus *ploys*), tapi mereka juga dapat terwujud. Dengan kata lain, menentukan strategi sebagai rencana ini tidak cukup; kita juga perlu definisi yang meliputi perilaku yang dihasilkan. Dengan demikian, definisi ketiga diusulkan: strategi adalah pola-khususnya, pola dalam aliran tindakan (Mintzberg dan Waters: 1985 [dalam Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal: 2003]). Menurut definisi ini strategi adalah konsistensi dalam perilaku,

apakah atau tidak dimaksudkan. Hal ini mungkin terdengar aneh definisi untuk kata yang telah begitu terikat dengan kehendak bebas. Tetapi faktanya adalah bahwa sementara hampir tidak ada yang mendefinisikan strategi dalam cara ini, banyak orang tampak pada suatu waktu menggunakannya. Quinn (1980:35) dalam *Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal (2003)* mengatakan, pertimbangkan ini kutipan dari seorang eksekutif bisnis; “Secara bertahap pendekatan yang sukses menggabungkan ke dalam pola tindakan yang menjadi strategi kami. Kita tidak memiliki strategi keseluruhan.”

Komentar ini tidak konsisten hanya jika kita membatasi diri untuk salah satu definisi strategi, apa yang orang ini tampaknya katakan adalah bahwa perusahaan memiliki strategi sebagai pola, tapi bukan sebagai rencana.

Dengan demikian, definisi strategi sebagai rencana dan pola dapat cukup independen satu sama lain: rencana saya belum direalisasi, sementara pola mungkin muncul tanpa prasangka. Sebagai pola, bertitik berat pada tindakan. Strategi sebagai pola juga memperkenalkan gagasan tentang konvergensi, pencapaian konsistensi dalam perilaku organisasi. Menyadari strategi dimaksudkan, mendorong kita untuk mempertimbangkan gagasan bahwa strategi dapat muncul serta sengaja dikenakan

D. STRATEGI SEBAGAI POSISI

Definisi keempat adalah strategi sebagai posisi—secara khusus, cara untuk menemukan sebuah organisasi, di teori organisasi suka menyebutnya

"lingkungan". Dengan definisi ini, strategi menjadi mediasi antara organisasi dan lingkungan dalam konteks internal dan eksternal. Definisi strategi sebagai posisi dapat kompatibel dengan baik (atau semua) dari yang sebelumnya, posisi dapat dicentang dan bercita-cita untuk memikirkan rencana (atau taktik) atau dapat dicapai, mungkin bahkan melalui pola perilaku.

Sebagai posisi, strategi ini mendorong kita untuk melihat organisasi dalam lingkungan kompetitif mereka, bagaimana mereka menemukan posisi mereka dan melindungi mereka untuk memenuhi persaingan, menghindarinya, atau menumbangkannya. Hal ini memungkinkan kita untuk berpikir organisasi secara ekologis, sebagai organisme dalam ceruk yang berjuang untuk bertahan hidup di dunia permusuhan dan ketidakpastian serta simbiosis.

E. STRATEGI SEBAGAI PERSPEKTIF

Sementara definisi keempat strategi terlihat keluar, mencari untuk menemukan organisasi dalam lingkungan eksternal, dan turun ke posisi kelima terlihat di dalam organisasi, memang dalam kepala strategi kolektif, tetapi sampai dengan pandangan yang lebih luas. Di sini, strategi adalah perspektif, bukan hanya terdiri dari posisi pilihan, tetapi cara yang tertanam memahami dunia.

Definisi kelima ini menunjukkan bahwa semua konsep strategi memiliki satu implikasi penting, yaitu bahwa semua strategi adalah abstraksi yang hanya ada di pikiran pihak yang berkepentingan. Hal ini penting untuk diingat bahwa tidak ada yang pernah melihat atau menyentuh strategi, setiap

strategi adalah sebuah penemuan, khayalan dari imajinasi seseorang, apakah dirumuskan sebagai niat untuk mengatur perilaku itu berlangsung atau disimpulkan sebagai pola untuk menggambarkan perilaku yang telah terjadi.

Sebagai perspektif, strategi menimbulkan pertanyaan menarik tentang niat dan perilaku dalam konteks kolektif. Jika kita mendefinisikan organisasi sebagai tindakan kolektif dalam mengejar misi umum, kemudian strategi sebagai perspektif memunculkan masalah bagaimana menyebar niat melalui sekelompok orang untuk menjadi bersama sebagai norma-norma dan nilai-nilai, dan bagaimana pola perilaku menjadi sangat tertanam dalam kelompok.

Seperti yang disarankan di atas, strategi sebagai posisi dan perspektif dapat kompatibel dengan strategi sebagai rencana dan/atau pola. Tapi, pada kenyataannya, hubungan antara definisi yang berbeda ini bisa lebih terlibat, tapi konsep strategi yang muncul adalah bahwa pola yang dapat muncul dan diakui menimbulkan sebuah rencana resmi, mungkin dalam perspektif keseluruhan.

Sementara berbagai hubungan yang ada antara definisi yang berbeda, satu hubungan, atau satu definisi diutamakan dibanding yang lain. Dalam beberapa hal, definisi ini bersaing (dalam artian bahwa mereka dapat menggantikan satu sama lain), tetapi mungkin cara yang lebih penting, mereka saling melengkapi. Masing-masing definisi menambahkan elemen penting untuk pemahaman kita tentang strategi, mendorong kita untuk mengatasi pertanyaan mendasar mengenai organisasi secara umum

(Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal:2003).

2. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata disuatu daerah tujuan wisata sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian suatu daerah atau Negara. Pengembangan pariwisata akan selalu memperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak. Alasan pengembangan pariwisata tersebut sebagaimana dikemukakan oleh Yoeti yaitu “Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata baik secara lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu Negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau Negara tersebut. Dengan perkataan lain, pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak.”

Pengembangan pariwisata itu lebih banyak bersifat non ekonomis. Wisatawan yang datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata salah satu motivasinya adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam dan termasuk didalamnya cagar alam, kebun raya, tempat bersejarah dan candi-candi, bangunan-bangunan kuno, perkebunan dan sawah ladang.

Pariwisata perlu dikembangkan untuk menghilangkan kepicikan berfikir, mengurangi salah pengertian, dapat mengetahui tingkah laku orang lain yang datang berkunjung, terutama bagi masyarakat dimana proyek kepariwisataan dibangun.

Dengan alasan pembangunan pariwisata pada suatu daerah tertentu

tersebut diharapkan pada pengambil kebijakan hendaklah sebelum melakukan penelitian atau pengkajian terhadap semua aspek yang berkaitan dengan pariwisata tersebut. Mulai dari potensi yang dimiliki daerah tersebut, kebiasaan hidup masyarakat disekitarnya, kepercayaan yang dianut, sampai dengan tingkah laku atau kebiasaan wisatawan yang direncanakan akan ditarik untuk berkunjung ke daerah tersebut.³

Pengembangan pariwisata ini dapat dilakukan dengan:

a. Pengembangan obyek-obyek wisata

Pengembangan obyek wisata ini dapat dilakukan pada dua segi, yaitu:⁴

1. Dari segi fisik

- a. Membangun sarana dan prasarana pariwisata dilokasi obyek wisata.
- b. Melengkapi sarana dan prasarana wisata yang sudah ada di lokasi obyekwisata.

2. Dari segi non fisik

- a. Meningkatkan pelayanan kepada para pengunjung, dengan meningkatkansumber daya manusia sebagai pengelola obyek wisata.
- b. Memunculkan kebudayaan-kebudayaan yang ada didaerah sehingga dapatdinikmati oleh para pengunjung.Memperhatikan

³Oka A. Yoety, *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta

⁴Oka A Yoety, *pemasaran pariwisata*, Angkasa, Bandung, 1985, hal 46

sesuatu yang khas yang ada di daerah, seperti makanankhas dan kerajinan khas daerah.

. b. Promosi

Disamping melalui pengembangan obyek-obyek wisata, dalam pengembangan kepariwisataan, pemerintah daerah juga perlu melakukan promosi-promosi tentang pariwisata yang ada di daerahnya. Dengan adanya promosi, maka orang-orang atau wisatawan akan mengetahui dengan jelas tentang obyek-obyek wisata yang ada pada suatu daerah atau Negara, juga tentang kelebihan-kelebihan suatu daerah. Jadi, dengan adanya promosi, diharapkan daerah tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas, baik tentang keindahan, kebudayaan maupun kekhasannya.⁵

3. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah

Menurut Abdul Halim (2004) Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber asli daerah.⁶ Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah daerah, menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan: “Pendapatan Daerah adalah hak Pemerintah daerah yang diakui sebagai penambahan nilai kekayaan bersih dalam periode tahun bersangkutan. Pendapatan asli daerah, selanjutnya disebut PAD adalah

⁵Ibid. hal 48.

⁶Abdul Halim, 2004, *Manajemen Keuangan Daerah, Salemba Empat, Yogyakarta*, hal.67

pendapatan yang diperoleh Daerah yang dipungut berdasarkan peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.”

Menurut Mardiasmo (2002) pendapatan asli daerah adalah penerimaan yang diperoleh dari sektor pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.⁷

Selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah Nomor 105 Tahun 2000 tentang Pengelolaan dan pertanggung jawaban Keuangan Daerah, dinyatakan bahwa yang dimaksud Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang murni bersumber dari wilayah daerah sendiri sebagai penambah kekayaan bersih daerah yang dipungut berdasarkan peraturan.

Menurut Doli D. Siregar (2004) ada 2 cara strategi meningkatkan pendapatan asli daerah diantaranya adalah sebagai berikut:⁸

a. Cara Intensifikasi

Yaitu mengefektifkan pemungutan pajak atau retribusi dan mengefisiensikan pemungutannya dengan cara memperhatikan obyek pungutan tersebut. Upaya-upaya yang dapat dilakukan dalam rangka intensifikasi adalah :

1. Melakukan perhitungan potensi penerimaan.

⁷Mardiasmo, 2002, *Perpajakan, Edisi Revisi, Andi Offset , Yogyakarta*, hal. 132

⁸ Doli D. Siregar, *Manajemen Aset*, Jakarta : Satyatama Graha Tara, 2004, hal. 372-374

Pada penyusunan RAPBD banyak terjadi target penerimaan dan pajak misalnya, dihitung dari realisasi penerimaan pajak tahun anggaran sebelumnya. Kemudian ditambah sekian persen tanpa mempertimbangkan berapa potensi sebenarnya dari penerimaan tersebut. Akibat yang mungkin terjadi adalah target dengan mudah dicapai karena potensinya jauh melebihi targetnya. Atau sebaliknya target tidak tercapai karena targetnya melebihi potensinya. Mengukur potensi bukanlah pekerjaan mudah. Beberapa sumber penerimaan mungkin tidak bisa diketahui dengan tepat potensinya. Akan tetapi bila potensi pajak dan retribusi bisa diketahui dengan akurat, realisasi penerimaannya bisa mendekati potensi.

2. Meningkatkan penyuluhan.

Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak, retribusi dan pungutan lainnya. Tujuan ini dapat pula dicapai melalui kerja sama dengan organisasi masyarakat, organisasi profesi, pemuka agama, kalangan universitas dan masyarakat. Salah satu indikator keberhasilan dari penyuluhan adalah penurunannya tunggakan dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar kewajibannya.

3. Meningkatkan Pengawasan

Pengawasan disini dimaksudkan agar penerimaan dari pajak retribusi dapat lebih berdaya guna. Upaya yang dilakukan adalah menguji laporan,

meningkatkan kegiatan penagihan dan perencanaan. Pengawasan akan lebih mudah dilakukan bila ada prosedur yang menyulitkan wajib bayar untuk menyembunyikan kewajibannya.

b. Cara Ekstensifikasi

Ini dilakukan dengan menjarang wajib pajak yang baru dan dapat juga dengan mengenakan jenis pajak atau retribusi baru. Dari segi teori, suatu pajak daerah baru yang diciptakan sebaiknya mempunyai karakteristik yang biasanya dinilai dengan menggunakan tolak ukur sebagai berikut :

1. Hasil

- a. Penerimaan pajak/retribusi harus memadai dalam arti cukup besar dan dengan pungutan biaya rendah
- b. Hasil yang diharapkan mudah diperkirakan dan tidak berfluktuasi dari waktu ke waktu.
- c. Penerimaan dari pajak dan retribusi harus bersifat elastis terhadap pertumbuhan penduduk, inflansi dan PDRB. Artinya laju pertumbuhan dari penerimaan pajak ataupun retribusi harus lebih tinggi dari laju pertumbuhan penduduk, tingkat inflansi dan laju pertumbuhan PDRB.

2. Keadilan

- a. Dasar pengenaan pajak dan retribusi serta kewajiban membayarnya harus jelas dan tidak mengesankan sebagai tindakan sewenang-wenang.

- b. Harus adil secara horisontal. Artinya beban pajak harus sama meskipun dikenakan pada berbagai kelompok yang kedudukan ekonomi sama.
- c. Harus adil secara vertikal, yaitu kelompok yang kemampuan ekonominya tinggi lebih banyak membayar dibandingkan dengan yang kemampuan ekonomi lebih kecil.
- d. Harus adil dari tempat yang satu ke tempat yang lain. Perbedaan tarif antar tempat jangan berbeda terlalu jauh, kecuali layanan yang diberikan berbeda.

3. Daya guna ekonomi

Pajak jangan menghambat penggunaan sumber daya, misalnya membuat orang malas bekerja, tidak suka menabung.

4. Kemampuan melaksanakan

- a. Kejelasan peraturan penetapan jenis pajak atau retribusi baru.
- b. Kemampuan Sumber Daya Manusia

Pendapat Doli D. Siregar (2004) menekankan dari aspek bahwa strategi meningkatkan pendapatan asli daerah ada dua yaitu dengan cara intensifikasi dan ekstensifikasi. Intensifikasi adalah mengefisienkan pajak dan retribusi sesuai dengan objek pajaknya. Yaitu dengan tiga upaya antara lain. Pertama, mengaktualisasikan potensi perhitungan penerimaan. Kedua,

Frekuensi penyuluhan. Ketiga, Frekuensi penerimaan. Sementara itu Ekstensifikasi menjangkau wajib pajak baru dengan tolak ukur antara lain. Pertama, Hasil pajak dan retribusi. Kedua, keadilan maksudnya adalah ketidak sewenang-wenangan dalam memungut pajak. Ketiga, daya guna ekonomi maksudnya adalah dengan adanya pajak jangan menjadikan orang malas. Keempat, kejelasan penetapan pajak atau retribusi baru.

Dari pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa strategi peningkatan asli daerah adalah upaya-upaya untuk meningkatkan pendapatan asli daerah melalui dua cara yaitu intensifikasi dan ekstensifikasi. Intensifikasi adalah upaya pengawasan agar tidak terjadi manipulasi dalam pelaporan hasil pajak. Sementara itu, ekstensifikasi adalah upaya untuk menambah wajib pajak baru, dan menambah objek pajak baru dan wajib pajak baru.

1. Cara Intensifikasi :

a. Perhitungan penerimaan potensi daerah.

Perhitungan target penerimaan pajak, jika dibandingkan dengan anggaran tahun sebelumnya.

b. Adanya perhitungan pajak.

Perhitungan pajak tiap tahunnya dibandingkan dengan anggaran tahun sebelumnya.

c. Adanya perhitungan retribusi.

Perhitungan retribusi tiap tahunnya dibandingkan dengan anggaran tahun sebelumnya.

d. Frekuensi penyuluhan.

Seberapa besar tingkat kesadaran masyarakat akan pembayaran pajak, retribusi dan pungutan lainnya.

e. Frekuensi pengawasan.

Pengawasan terhadap pajak, retribusi dan pungutan lainnya agar lebih berdaya guna.

2. Cara Ekstensifikasi

a. Adanya objek pajak baru

Adanya penerimaan objek pajak baru.

b. Adanya retribusi.

Adanya penerimaan retribusi

c. Internalisasi pengawasan.

Adanya pengawasan dalam pungutan pajak dan retribusi dari internal pegawai Dinas pendapatan asli daerah.

4. Faktor yang mempengaruhi Pengembangan Pariwisata

Menurut Poerwadarminta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (2003:556) pengembangan merupakan perbuatan (hal, cara, usaha) mengembangkan.

Menurut Nyoman S. Pendit (2002:67) mengemukakan bahwa persyaratan yang menjadi faktor penentu pengembangan daerah tujuan wisata yaitu :⁹

⁹Pendit, Nyoman S, 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.

a. Faktor alam

Potensi alam yang menjadi faktor dalam keputusan pengembangan daerah tujuan wisata yaitu :

1. Keindahan alam; antara lain topografi umum seperti flora dan fauna disekitar danau, sungai, pantai, laut, pulau, mata air panas, sumber mineral, teluk, goa, air terjun, cagar alam, hutan dan sebagainya.
2. Iklim; antara lain sinar matahari, suhu udara, cuaca, angin, hujan, panas, kelembaban dan sebagainya.

b. Sosial budaya

Daya tarik sosial budaya antara lain :

1. Adat istiadat; yaitu pakaian, makanan dan tatacara hidup daerah, pesta rakyat, kerajinan tangan dan produk local lainnya.
2. Seni bangunan; yaitu arsitektur setempat seperti candi, pura, masjid, gereja, monumen, bangunan adat dan sebagainya.
3. Pentas dan pagelaran, festival; yaitu gamelan, musik, seni tari, pecan olah raga, kompetisi dan pertandingan dan sebagainya.
4. Pameran, pecan raya; pecan raya-pekan raya bersifat industry komersial.

c. Sejarah

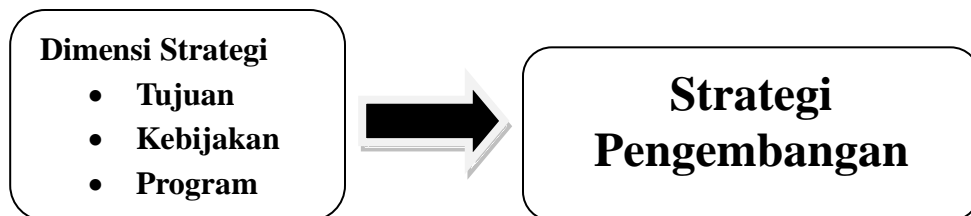
Adanya peninggalan sejarah di suatu daerah dapat menjadi daya tarik yang potensial untuk dikembangkan seperti, bekas istana, tempat peribadatan, kota tua dan bangunan-bangunan purbakala peninggalan sejarah, legenda dan sebagainya.

d. Agama

Daya tarik yang berasal dari agama tercermin dalam kegiatan masyarakat atau penduduk setempat berkaitan dengan masalah keagamaan seperti upacara peribadatan, kegiatan penduduk sehari-hari dan sebagainya.

Kerangka dasar teori digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka dasar teori merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Strategi pengembangan disusun atas dasar analisa lingkungan serta visi, misi, dan tujuan organisasi/perusahaan dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kebumen dengan menggunakan beberapa penjelasan tentang dimensi strategi yang dikemukakan oleh *Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal* dalam buku *The Strategy Process* yaitu: Tujuan, Kebijakan dan Program. Untuk lebih memperjelas kerangka pikir ini, akan penulis sajikan dalam bentuk gambar di bawah ini:

Gambar 1. Kerangka Dasar Teori



Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal (2003)

E. Definisi Konseptual

Konsep adalah istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak suatu kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. (Singarimbun: 2006).

Definisi Konseptual yaitu suatu definisi yang masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak walaupun secara intuitif masih bisa dipahami maksudnya (Azwar, 2007:72).

Definisi Konseptual dalam penelitian ini adalah pariwisata di Kabupaten Kebumen. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan. Konsep pada penelitian ini adalah :

1) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Merupakan salah satu lembaga yang berperan dalam memfasilitasi kegiatan pariwisata serta berfungsi sebagai wadah informasi yang bertujuan untuk meningkatkan sektor pariwisata daerah dan menciptakan suatu iklim dimana kegiatan pariwisata akan dikembangkan untuk memulihkan citra Indonesia di dunia Internasional.

2) Strategi Pengembangan Pariwisata

Adalah suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata (Swarbrooke, 1996:99). Penelitian tentang strategi pengembangan pariwisata ini dapat memberikan

masukannya yang bisa dipertanggungjawabkan dalam mengelola sektor pariwisata pada Rencana Pembangunan Jangka Panjang dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah.

3) Sektor Pariwisata

Sektor pariwisata adalah sekumpulan unit produksi dalam industri berbeda yang menyediakan barang dan jasa yang khususnya diperlukan para pengunjung. Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah.

F. Definisi Operasional

Untuk memberi suatu pemahaman agar memudahkan penelitian, maka perlu adanya beberapa batasan penelitian dan fokus penelitian ini yang dioperasionalkan melalui indikator sebagai berikut :

- 1) Upaya pemerintah daerah dalam strategi pengembangan pariwisata, indikatornya:
 - a) mensosialisasikan tujuan dibidang pariwisata
 - b) mengeluarkan kebijakan-kebijakan dibidang pariwisata
 - b) program-program penunjang pariwisata.
- 2) Pendapatan Asli Daerah adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Besarnya kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD Kabupaten Kebumen diukur melalui indikator:
 - a) Pendapatan dari retribusi objek wisata

- b) Pendapatan dari retribusi izin usaha kepariwisataan
- 3) Faktor yang mempengaruhi pengelolaan pariwisata, indikatornya adalah:
- a) Faktor pendukung
 - b) Faktor penghambat

G. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah menggunakan metode analisis kualitatif dengan cara deskriptif. Metode analisis kualitatif dilakukan karena permasalahan yang diangkat adalah permasalahan yang tidak terungkap melalui data-data statistik, sehingga perlu pendekatan tertentu untuk memahaminya serta metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Tipe penelitian *deskriptif* dimaksudkan untuk menggambarkan suatu fenomena atau kenyataan sosial, yang berkenaan dengan masalah yang diteliti, khususnya peran pemerintah daerah dalam pengelolaan pariwisata. Jenis penelitian data yang akan digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif.

1. Unit Analisis

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.

2. Sumber Data

Data merupakan gambaran tentang suatu keadaan, peristiwa atau persoalan yang berhubungan dengan tempat dan waktu, yang merupakan dasar suatu perencanaan dan merupakan alat bantu dalam pengambilan keputusan.

Adi (2004), menyebutkan bahwa sumber data dibedakan atas sumber data primer dan sumber data sekunder.

a) Data primer

Data primer adalah data asli yang diperoleh langsung oleh peneliti dari objek yang diteliti, dengan memaknai teknik pengumpulan data berupa interview (wawancara), serta melakukan observasi (pengamatan langsung terhadap penelitian). Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah jawaban dari interview guide yang dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, maka data primer dalam penelitian ini bersumber dari responden (narasumber) penelitian.

b) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui arsip, laporan, peraturan perundang-undangan, dokumen-dokumen dari pihak terkait dan buku-buku yang berkaitan serta relevan dalam melengkapi data *primer* penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha pengumpulan data yang diperlukan dalam objek penelitiannya maka penulis menggunakan teknik-teknik pengumpulan data yang sesuai dengan jenis penelitian yaitu:

a. Dokumentasi

Merupakan langkah yang ditempuh untuk mengumpulkan data-data melalui dokumen, catatan-catatan, atau arsip-arsip yang terdapat dilokasi penelitian.

Dokumentasi yang dimaksud disini adalah penyesuaian data yang diperoleh dari hasil observasi agar data-data yang didapatkan dari hasil observasi sesuai dengan dokumentasi yang ada di Dinas setempat dan data yang diberikan lebih valid.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung, baik lisan maupun tulisan tentang masalah yang dibahas, kepada instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Metode wawancara dilakukan untuk menambah data-data yang dibutuhkan oleh peneliti atau untuk melengkapi data yang tidak didapatkan dari hasil observasi dan dokumentasi, dalam hal ini yang akan diwawancarai peneliti adalah para kepala bidang yang ada di dinas terkait.

c. Penelusuran data online atau dengan menggunakan fasilitas internet.

4. Teknik Analisis Data

Analisis yang akan digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif.

Analisis dilakukan dengan menggambarkan atau menjelaskan data yang

diteliti atau didapatkan dari lapangan kemudian dilakukan proses editing, klasifikasi data, tabulasi data, dan interpretasi data yang kemudian menjadi kesimpulan untuk menjawab masalah yang akan diteliti.