

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki banyak keberagaman, baik dari segi adat istiadat, suku, budaya, maupun bahasa, sehingga Indonesia mempunyai banyak potensi yang bisa dikembangkan untuk kesejahteraan Indonesia. Bidang kepariwisataan merupakan salah satu bidang yang berpotensi tinggi untuk dikembangkan. Di era globalisasi sekarang ini, kemajuan bidang pariwisata sangatlah pesat, oleh karena itu banyak yang harus dilakukan untuk mengembangkan potensi-potensi wisata khususnya di Indonesia.

Dunia pariwisata menjadi aspek penting bagi eksistensi suatu negara di dunia internasional, pariwisata dapat juga menjadi suatu komoditi yang dapat dijual sehingga dapat menghasilkan dan membawa kemajuan bagi suatu negara. Pariwisata tidak hanya berpengaruh terhadap kondisi ekonomi dalam negara tersebut, akan tetapi juga sedikit banyak berdampak pada terjadinya pola hubungan antar bangsa yang kondusif dan berkesinambungan sehingga hubungan antara satu negara dengan negara lain akan tetap terjaga dan akan saling menguntungkan terutama dalam hubungan kepariwisataan.

Pariwisata juga mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan nasional, upaya pengembangan pariwisata diharapkan mampu

memberikan dampak ekonomi baik tingkat nasional maupun daerah. Bahkan pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat langsung kepada daerah dan masyarakat. Efektifitas pariwisata dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan pendapatan daerah harus menjadi acuan utama bagi pemerintah dalam mengembangkan semua sektor pariwisata secara maksimal.

Kepariwisataan di Indonesia mempunyai masa depan yang cerah, dengan banyaknya pulau, suku, budaya dan bahasa menjadikan Indonesia selalu ada di hati para penikmat pariwisata. Oleh karena itu hubungan pariwisata dengan aspek ekonomi sangatlah kuat dan dapat dikatakan sebagai industri pariwisata. Dalam industri pariwisata produk pariwisata itu adalah kepariwisataan itu sendiri, dan konsumen pariwisata adalah wisatawan. Wisatawan mempunyai permintaan dan kebutuhan yang harus dipenuhi dan pemenuhan kebutuhan tersebut dengan sarana prasarana dan infrastruktur yang memadai, hal ini harus diimbangi dengan dukungan pemerintah dan penyedia kepariwisataan melalui kebijakan dan anggaran yang memadai.

Pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu upaya dalam pengembangan dan pemanfaatan potensi daerah berupa kekayaan alam, peninggalan purbakala dan sejarah, seni dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana

terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mempertimbangkan hal tersebut maka penanganan yang baik sangat diperlukan dalam upaya pengembangan obyek-obyek wisata di Indonesia. Para pelaku pariwisata mulai melakukan tindakan pengembangan dengan penelitian, observasi terhadap obyek-obyek wisata di Indonesia. langkah tersebut dilakukan guna mengetahui potensi dan permasalahan yang ada pada setiap obyek untuk kemudian mencari solusinya. Langkah lainnya adalah promosi dengan media cetak, elektronik, maupun multimedia agar masyarakat juga mengetahui akan keberadaan obyek-obyek tersebut dan turut berpartisipasi dalam pengembangannya, (Salah Wahab, 1997).

Dengan berkembangnya pariwisata maka akan semakin banyak wisatawan baik nusantara maupun mancanegara yang datang berkunjung sehingga pada akhirnya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, perluasan kesempatan kerja dan berusaha, peningkatan kesejahteraan masyarakat, penciptaan nilai tambah pajak, meningkatkan pendapatan asli daerah serta dapat menumbuhkan sektor-sektor lainnya, seperti industri kerajinan, makanan atau kuliner dan lain-lain.

Potensi pariwisata dapat menjadi objek wisata andalan yang mampu berkembang, bertahan dan terpelihara dengan baik, hal ini sangat ditentukan oleh berbagai kebijakan yang diambil pemerintah terutama pemerintah

daerah sesuai dengan kewenangan otonomi yang dimiliki daerah masing-masing. Oleh karena itu daerah mempunyai kewenangan untuk mengelola dan meningkatkan potensi-potensi pada tiap daerah sesuai dengan potensi daerah yang dimiliki, sesuai dengan UU No 22 Tahun 1999 yang kemudian diganti dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah terkandung prinsip-prinsip demokratisasi dan memperhatikan keanekaragaman daerah.

Seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, bahwa otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonomi untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Kewenangan yang dimaksud adalah mencakup kewenangan dalam seluruh bidang pemerintahan kecuali dalam politik luar negeri, pertahanan keamanan, fiskal, agama serta kewenangan bidang lain. Kewenangan bidang lain tersebut meliputi kebijakan tentang perencanaan nasional dan pengendalian pembangunan nasional secara makro, dana perimbangan keuangan sistem administrasi dan lembaga perekonomian negara, pembinaan dan pemberdayaan sumber daya manusia, pendayaan sumber daya alam serta teknologi tinggi yang strategis, konservasi, dan standarisasi nasional. Dengan pemberian otonomi kepada daerah, maka memungkinkan kepada daerah yang bersangkutan mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri untuk meningkatkan pemberdayaan, daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintahan dalam rangka

pelayanan terhadap masyarakat. Untuk dapat menyelenggarakan otonomi daerah yang optimal maka diperlukan dana yang cukup. Sebagian dana tersebut diusahakan oleh daerah sendiri yaitu berupa Pendapatan Asli Daerah yang harus mencukupi bagi kepentingan rumah tangganya sendiri. Pendapatan Asli Daerah yang cukup, akan dengan mudah menyelenggarakan urusan rumah tangganya dan kemakmuran rakyat juga akan tercipta.

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Pembangunan Kepariwisataaan pada BAB IV Pemerintah Kabupaten/kota memiliki peran dan tugas yang cukup besar dalam pembangunan kepariwisataaan yaitu:

1. Industri kepariwisataaan.
2. Destinasi wisata.
3. Pemasaran.
4. Kelembagaan kepariwisataaan.

Kabupaten Jepara merupakan salah satu Kabupaten/Kota yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Secara geografis Kabupaten Jepara terletak pada posisi $110^{\circ} 9' 48,02''$ sampai $110^{\circ} 58' 37,40''$ Bujur Timur, $5^{\circ} 43' 20,67''$ sampai $6^{\circ} 47' 25,83''$ Lintang Selatan, sehingga merupakan daerah paling ujung sebelah utara dari Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Jepara merupakan daerah paling ujung sebelah utara dari provinsi Jawa Tengah, luas wilayah Kabupaten Jepara adalah 100.413.189 ha (1.004.132 km²) dengan panjang garis pantai 72 km.

Kabupaten Jepara yang berada di Pantai Utara Timur Jawa Tengah yang letaknya kurang strategis membuat Jepara tidak berada pada jalur lintas utama ekonomi yaitu jalan utama pantura. Namun potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Jepara dapat menjadikan Kabupaten Jepara sebagai tujuan utama pariwisata, mulai dari wisata alam, wisata buatan, wisata sejarah, wisata religi, wisata kuliner, wisata minat khusus serta potensi budaya.

Keberadaan Kabupaten Jepara yang bersinggungan langsung dengan Laut Jawa menjadikan Kabupaten Jepara mempunyai pesona alam yang indah, mulai dari Pantai Kartini, Pantai Tirta Samudra Bandengan, Pantai Empu Rancak, Pantai Blebak, Air Terjun Songgo Langit, Pulau Panjang, Taman Nasional Laut Karimunjawa dan lain sebagainya.

Sebagai contoh untuk Taman Nasional Laut karimunjawa sendiri sudah mempunyai banyak destinasi wisata yang dapat dinikmati, Taman Nasional Laut Karimunjawa merupakan kepulauan di Laut Jawa yang termasuk dalam Kabupaten Jepara. Dengan luas daratan kurang lebih 1.500 hektare dan perairan kurang lebih 110.000 hektare Taman Nasional Laut Karimunjawa adalah surga bagi terumbu karang, hutan bakau, dan hutan pantai. Taman Nasional Laut Karimunjawa merupakan habitat yang sangat baik bagi hampir 400 spesies fauna laut. Lingkungan ekologi di Karimunjawa hingga kini relatif masih terjaga, karena dari 27 pulau yang ada di Karimunjawa hanya 5 pulau yang berpenghuni. Melihat pesona, panorama, serta kekayaan alam yang dimiliki Taman Nasional Laut Karimunjawa sejak

15 Maret 2001, Karimunjawa telah ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Jepara sebagai Taman Nasional demi melindungi kekayaan alam yang ada di Taman Nasional Laut Karimunjawa

Taman Nasional Laut Karimunjawa mempunyai potensi wisata yang beragam mulai dari wisata alam, kuliner maupun religi. Wisata alam Taman Nasional Laut Karimunjawa antara lain, Kolam Penangkaran Hiu, Pantai Legon Lele, Gunung Gede, Gunung Maming, Lorong Cinta, Bukit Love, Bukit Joko Tuo, Bukit Nyamplungan, Air Terjun Nyamplungan, Kapal Batu, Goa Jepang, Goa Sarang, Goa Pertapaan, Tracking Hutan Mangrove dan masih banyak lagi. Untuk wisata kuliner Taman Nasional Laut Karimunjawa adalah makanan yang memakai bahan dari laut atau yang sering disebut *seafood* salah satunya adalah pindang serani. Sedangkan untuk wisata religi Taman Nasional Laut Karimunjawa salah satunya adalah makam Sunan Nyamplungan, Makam Sayid Kambang, Dan Makam Sayid Abdullah.

Wisata sejarah tidak bisa dilepaskan dari Kabupaten Jepara , seperti yang kita ketahui Kabupaten Jepara merupakan tempat kelahiran tokoh sejarah wanita yang memperjuangkan emansipasi wanita yaitu R.A Kartini yang telah ditetapkan sebagai salah satu pahlawan nasional. R.A Kartini berusaha untuk memajukan perempuan pribumi sebab dalam pikirannya kedudukan wanita pribumi masih tertinggal jauh atau memiliki status sosial yang cukup rendah kala itu. Cita-cita luhur R.A Kartini adalah ingin melihat perempuan pribumi dapat menuntut ilmu pengetahuan seperti sekarang ini,

gagasan-gagasan baru mengenai emansipasi atau persamaan hak wanita pribumi oleh Kartini, dianggap sebagai hal baru yang dapat merubah pandangan masyarakat. Selain itu, tulisan-tulisan Kartini juga berisi tentang yaitu makna ketuhanan, kebijaksanaan dan keindahan, peri kemanusiaan, dan juga nasionalisme.

Selain itu, Kabupaten Jepara juga mempunyai wisata kerajinan ukir atau industri kerajinan ukir yang menjadi salah satu unggulan sektor ekonomi di Kabupaten Jepara. Seni ukir Jepara merupakan seni ukir khas yang berasal Jepara, Jepara yang terkenal dengan sebutan Kota Ukir, kini berubah menjadi kota ukir dunia. Setelah meningkatkan citra Jepara “*The World Carving Center*”, karena produk-produk ukir Jepara sangat terkenal dan sangat banyak peminat baik dalam negeri maupun luar negeri.

Selain contoh potensi wisata di atas, masih banyak lagi potensi wisata yang dapat dinikmati di Kabupaten Jepara, seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Daftar Objek Wisata
Kabupaten Jepara

NO	Objek/Event Wisata	
	Jenis Wisata	Nama Objek
1	Wisata Alam	Pantai Kartini
		Pantai Bandengan
		Air Terjun Songgolangit
		Benteng Portugis
		Taman Nasional Laut Karimunjawa
		Pulau Panjang
		Pantai Blebak
		Pantai Teluk Awur
2	Wisata Budaya Sejarah	Ari-ari Kartini
		Museum Kartini
		Makam Mantingan
		Perang Obor
		Jembul Tulakan
		Hari jadi Jepara
		Baratan
		Sonder
		Lomban
3	Wisata Buatan	KOP
		Pungkruk
		WB. Tiara Park
4	Lain-lain	Wisata Industri Mulyoharjo
		Gong Perdamaian-Desa Plajan

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara

Dengan lokasi Kabupaten Jepara yang kurang strategis karena tidak dilewati secara langsung oleh jalur utama pantura menyebabkan potensi pariwisata di Kabupaten Jepara kurang diketahui oleh masyarakat luas, namun wisatawan di Kabupaten Jepara bisa digolongkan lumayan banyak namun didominasi oleh wisatawan lokal. Untuk jumlah wisatawan di Kabupaten Jepara dapat dilihat dari tabel di bawah:

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung Wisata
Kabupaten Jepara

Tahun Anggaran	Jumlah Wisatawan		
	Domestik	Mancanegara	Total
2014	1.485.746	20.850	1.506.596
2015	1.636.874	21.114	1.657.988
2016	1.733.267	21.288	1.754.555
2017	2.118.199	28.021	2.146.220

Sumber: ticjepara.com

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pengunjung objek wisata di Kabupaten Jepara setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun kebanyakan jumlah pengunjung di Kabupaten Jepara didominasi oleh wisatawan lokal. Oleh karena itu pihak terkait dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara harus bekerja sama dengan pihak terkait untuk terus meningkatkan jumlah wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara agar potensi wisata di Kabupaten Jepara dapat dinikmati oleh masyarakat banyak dan agar dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar melalui industri wisata di kabupaten jepara.

Salah satu faktor pendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan adalah memiliki sarana dan prasarana pariwisata. Faktor tersebut dapat meningkatkan jumlah presentase kunjungan wisatawan. Tersedianya

sarana dan prasarana dapat menunjang daya saing industri pariwisata tersebut sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata di Jepara. Banyak pengunjung ini juga menjadi pemicu penambahan fasilitas atau sarana penunjang pariwisata yang memadai.

Selain itu, promosi objek pariwisata sangatlah penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sebaik apapun objek wisata ataupun sebaik apapun sarana dan prasarana objek wisata jika tanpa ada promosi ke pihak luar dalam hal ini konsumen pariwisata tidak mungkin objek pariwisata tersebut dapat diketahui. Dengan banyaknya objek wisata di Kabupaten Jepara membuat semakin banyaknya pilihan bagi para wisatawan domestik maupun manca negara untuk mengunjungi objek-objek wisata yang mereka inginkan. Dan untuk menarik minat wisatawan, maka pengelola wisata harus berlomba untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan bagi para wisatawan.

Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Jepara merupakan salah satu instansi pemerintah yang bergerak di bagian pengelolaan pariwisata yang berada di Kabupaten Jepara, Kabupaten Jepara sebagai sarana pemenuhan kebutuhan wisatawan, mempunyai kiat dalam penyediaan dan penyebarluasan informasi untuk dapat menarik wisatawan. Dalam kegiatannya, Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Jepara akan mengadakan promosi pariwisata yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menginformasikan tempat-tempat wisata sehingga

dapat menciptakan simpati dan daya tarik pengunjung agar kegiatan promosi tersebut efektif.

Salah satu hal terpenting bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara saat ini adalah masyarakat atau konsumen mengetahui keberadaan objek-objek wisata tersebut. Oleh karena itu sangat perlu untuk mengkomunikasikannya kepada khalayak banyak atau masyarakat. Hal ini dilakukan dengan berbagai macam bentuk promosi. Promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang untuk bertindak, (Tjiptono,2000: 200).

Dengan potensi yang dimiliki Kabupaten Jepara, pemerintah daerah harus mampu membuat strategi-strategi dan menangkap peluang yang ada dalam pengembangan dan pengelolaan di sektor pariwisata yang mana juga dapat menguntungkan sektor lainnya. Tujuan dari pengembangan pariwisata ini adalah penambahan devisa bagi daerah, peningkatan PAD, dan membuka lapangan pekerjaan baru yang mana masyarakat bisa berkesempatan berusaha sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat itu sendiri.

Dari pembahasan di atas, maka penulis merasa tertarik untuk menulis skripsi ini dengan judul: STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH KABUPATEN JEPARA TAHUN 2017.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi pengembangan pariwisata daerah Kabupaten Jepara tahun 2017?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pariwisata daerah Kabupaten Jepara tahun 2017?

D. MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat Praktis

1. Memberi masukan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara untuk melakukan kegiatan pengembangan pariwisata guna meningkatkan pariwisata di Kabupaten Jepara.
2. Menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai pariwisata khususnya pariwisata yang ada di Kabupaten Jepara.

b. Manfaat Teoritis

1. Sebagai bahan masukan untuk strategi pengembangan pariwisata guna meningkatkan pariwisata di Kabupaten Jepara.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi perkembangan penelitian dimasa yang akan datang.

E. KERANGKA DASAR TEORI

1. Manajemen Strategi

a. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan serangkaian perencanaan strategis yang dibuat oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mengatur dan merencanakan pergerakan organisasi atau perusahaan tersebut dalam jangka waktu yang panjang. Manajemen strategis juga bisa diartikan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategis (strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategis dan evaluasi pengendalian, (David Hunger: 2003).

Menurut Prof. Dr. Sondang P. Siagian, dalam bukunya “Manajemen Strategik” definisi manajemen strategik adalah:

“Serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut”.

Menurut Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck (1997), Manajemen Strategis dalam (Purwanto, 2007:75) adalah:

“Sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategis atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Proses manajemen strategis adalah cara dengan mana para pencari strategi menentukan sasaran dan pengambilan keputusan”.

(Olsen dan Eadie 1982) mendefinisikan perencanaan strategis sebagai upaya yang mendisiplinkan untuk membuat keputusan dan tindakan penting yang membentuk dan memandu bagaimana menjadi

organisasi, apa yang dikerjakan organisasi, dan mengapa organisasi mengerjakan hal seperti itu.

Menurut L.H. Walson dan Oey Lie dalam (Siagian:2003). Manajemen dikatakan sebagai ilmu dan seni. Sebagaimana ilmu karena manajemen merupakan suatu kumpulan pengetahuan yang sistematis dan telah diterima sebagai kebenaran-kebenaran yang universal. Sebagai ilmu, manajemen memiliki asas-asas seperti ilmu lainnya yang disebut asas manajemen. Manajemen dinyatakan sebagai seni karena keberhasilan pemimpin dalam usahanya mencapai tujuan dengan bantuan bawahan, selain itu diperlukan pemahaman dan pengalaman ilmu manajemen.

Strategi merupakan suatu rencana atau cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, sebuah perusahaan harus merencanakan langkah-langkah mereka untuk mencapai tujuan yang telah disepakati, dan rencana tersebut dipersiapkan dengan matang dan serius, strategi yang matang akan sangat mendukung tercapainya target perusahaan dan strategi juga akan sangat mempengaruhi efektifitas pemasaran. Untuk mencapai pemasaran yang efektif dan efisien maka diperlukan sebuah manajemen strategis untuk mengatur segala rencana yang akan dilakukan kedepan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka yang dimaksud dengan manajemen strategi adalah keputusan dan tindakan yang dapat digunakan untuk memformulasikan serta mengimplementasikan strategi

yang memiliki daya saing yang tinggi yang sesuai dengan perusahaan maupun lingkungan untuk mencapai target atau sasaran dari organisasi.

Manajemen strategis mempunyai empat proses di dalam aplikasinya, yaitu:

- 1) Pengamatan Lingkungan.
- 2) Perumusan Strategi.
- 3) Implementasi Strategi.
- 4) Evaluasi dan pengendalian.

b. Strategi Pengembangan Kepariwisata

Pengembangan pariwisata adalah segala usaha dan kegiatan yang terkoordinir untuk menarik para wisatawan, dalam hal ini menyediakan sarana dan prasarana, barang jasa, dan semua fasilitas yang menjadi kebutuhan para wisatawan selama berada di tempat wisata tersebut.

Adapun pengembangan kepariwisataan meliputi:

- 1) Strategi Pengembangan Produk Wisata.
- 2) Strategi Pemasaran dan Promosi.
- 3) Strategi Pengelolaan Lingkungan.
- 4) Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM).
- 5) Strategi Pengembangan Investasi.
- 6) Strategi Pengembangan Aksesibilitas.

c. Tujuan dan Manfaat Manajemen Strategi

Menurut Suwandiyanto (2010), terdapat empat tujuan manajemen strategi, yaitu:

- 1) Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi. Dalam hal ini, manajer strategi harus mampu menunjukkan kepada semua pihak kemana arah tujuan organisasi. Karena arah yang jelas akan dapat dijadikan landasan untuk pengendalian dan mengevaluasi keberhasilan.
- 2) Membantu memikirkan kepentingan berbagai pihak. Organisasi harus mempertemukan kebutuhan berbagai pihak, pemasok, karyawan, pemegang saham, pihak perbankan, dan asyarakat luas lainnya yang memegang peranan terhadap sukses atau gagalnya perusahaan.
- 3) Mengantisipasi setiap perubahan kembali secara merata. Manajemen strategi memungkinkan eksekutif puncak untuk mengantisipasi perubahan dan menyiapkan pedoman dan pengendalian, sehingga dapat memperluas kerangka waktu/berpikir mereka secara perspektif dan memahami kontribusi yang baik untuk hari ini dan hari esok.
- 4) Berhubungan dengan efisiensi dan efektivitas. Tanggung jawab seorang manajer bukan hanya mengonsentrasikan terhadap kemampuan atas kepentingan efisiensi, akan tetapi hendaknya juga mempunyai perhatian yang serius agar bekerja keras melakukan sesuatu secara lebih baik dan efektif.

Manfaat manajemen strategi adalah:

- 1) Dapat membantu perusahaan melihat lebih dulu peluang dan ancaman masa depan.
- 2) Manajemen strategi menyediakan sasaran yang jelas serta arah untuk masa depan perusahaan.
- 3) Riset dalam manajemen strategi dapat membantu para manajer pada keberhasilan.

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Menurut Rangkuti (2001;19), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Menurut Jogiyanto (2005;46), SWOT adalah akronim untuk kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities). Dan ancaman (Threats) dari lingkungan eksternal perusahaan. SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Menurut Irham Fahmi (2013:260), untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strenghts and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini ikut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

1) Kekuatan (Strength)

Kekuatan adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, sehingga Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memiliki keunggulan kompetitif. Hal ini disebabkan karena Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memiliki sumberdaya, ilkketerampilan, produk, dan jasa andalan sehingga membuatnya lebih kuat dari pesaing dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan masyarakat di wilayah kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

2) Kelemahan (weakness)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi kinerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

Faktor eksternal:

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini menyangkut lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

1) Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

2) Ancaman (*threat*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

Strategi pengembangan analisis SWOT :

1. Strategi I (S/O), memanfaatkan kekuatan S (Strength) secara maksimal untuk meraih peluang O (Opportunity).

2. Strategi II (S/T), memanfaatkan kekuatan S (Strength) secara maksimal untuk mengantisipasi dan menghadapi ancaman T (Threats).
3. Strategi III (W/O), meminimalkan kelemahan W (Weaknesses) secara maksimal untuk meraih peluang O (Opportunity).
4. Strategi IV (W/T), meminimalkan kelemahan W (Weaknesses) secara maksimal untuk mengantisipasi dan menghadapi ancaman T (Threats).

Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka/panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

Menurut Rangkuti (2006), matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimilikinya. SWOT adalah singkatan yang diambil dari huruf depan kata Strength,

Weakness, Opportunities, dan Threats. Metode analisa SWOT bisa dianggap sebagai metode analisa yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisa biasanya adalah arahan/rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisa SWOT akan membantu perusahaan untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat oleh perusahaan itu sendiri.

Analisis yang dipakai untuk mengidentifikasi isu-isu strategi pengembangan dapat dilihat seperti pada matrik berikut ini.

Tabel 1.3
Matriks Analisis SWOT

Analisis SWOT		Faktor Internal	
		Kekuatan (Strength-S)	Kelemahan (Weaknesses-W)
Faktor Eksternal	Peluang	Skenario I	Skenario II
	(Opportunity-O)	(S dikembangkan untuk meraih peluang O)	(W diminimalkan untuk meraih peluang O)
	Ancaman	Skenario III	Skenario IV
	(Threats-T)	(S dikembangkan untuk mengatasi ancaman T)	(W diminimalkan untuk menghindari ancaman T)

2. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Menurut Darminta (2002:474) pengembangan adalah suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna, dan berguna. Pengembangan pariwisata menurut Pearce (1981:12) dapat mendefinisikan sebagai usaha untuk melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat.

Sektor pariwisata di Indonesia merupakan suatu usaha industri yang perlu dikembangkan, sejalan dengan besarnya pendapatan atau devisa Negara yang diperoleh dari sektor satu ini. Pendapatan diatas apabila kita analisis lebih jauh tertuang pada Inpres No. 9 tahun 1969 pasal 3. Adapun isinya sebagai berikut, usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara.

Menurut Muchamad Zaenuri (2002:6), hal yang patut dicermati dalam komponen pembangunan kepariwisataan di Indonesia yaitu:

- a) Destinasi pariwisata meliputi pembangunan daya tarik wisata, pembangunan aksesibilitas pariwisata, pembangunan prasarana umum,

fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata, pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan, dan pengembangan investasi di bidang pariwisata.

- b) Pemasaran pariwisata meliputi pengembangan pasar wisatawan, pengembangan citra pariwisata, pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata, dan pengembangan promosi pariwisata.
- c) Industri pariwisata meliputi penguatan struktur industri pariwisata, peningkatan daya saing produk pariwisata, pengembangan kemitraan pemasaran usaha pariwisata, penciptaan kredibilitas bisnis, pengembangan tanggungjawab terhadap lingkungan.
- d) Kelembagaan kepariwisataan meliputi penguatan organisasi kepariwisataan, pembangunan sumber daya manusia pariwisata dan penyelenggaraan penelitian dan pengembangan.

Seluruh komponen pembangunan kepariwisataan tersebut sangat tepat sekali dalam pengembangan pariwisata. Namun disini kita juga mengetahui mengenai makna dari pengembangan objek wisata. Pengembangan sektor yang satu ini khususnya di negara Indonesia tidak hanya pemerintah saja yang dapat menjalankan dengan sendirinya akan tetapi pemerintahpun harus berusaha memberikan motivasi, rangsangan maupun *support* dalam mewujudkan peran masyarakat secara aktif. Implementasi yaitu proses pengembangan pariwisata tersebut dapat dilaksanakan dan membuahkan hasil secara menyeluruh, tidak hanya dirasakan juga oleh masyarakat.

Menurut Gamal Suwartoro (1997:59) pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata meliputi perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangan terhadap lima unsur, yaitu:

- a) Objek dan daya tarik wisata
- b) Prasarana wisata
- c) Sarana wisata
- d) Tata laksana/infrastruktur
- e) Masyarakat/lingkungan

Berbekal dari penjelasan di atas mengenai pengembangan objek wisata terlihat tampak dengan jelas pengembangan melalui dua segi dapat memberikan dorongan yang amat menjanjikan sebagai strategi perwujudan pengembangan pariwisata ke arah yang lebih baik. Disamping itu juga usaha untuk mengembangkan objek wisata, pemerintah daerah dapat melakukan langkah-langkah kongkrit yang pasti berguna memperkenalkan pada masyarakat mengenai keberadaan objek wisata tersebut. Adapun bentuk unik pelaksanaan teknis tersebut dinamakan Pusat Informasi dan Promosi. Dengan adanya promosi seperti ini maka daerah tersebut dapat dikenal secara luas, baik tentang keindahannya, kebudayaan maupun khasnya ditunjang dengan fasilitas-fasilitas yang ada di objek wisata tersebut.

Pada bagian terakhir sejalan dengan konsep pariwisata yang penulis ambil, maka disini dapat kita cermati mengenai faktor-faktor yang

mempengaruhi kegiatan pariwisata bersumber dari beberapa para ahli yaitu:

Menurut Samsuridjal (1997:11), diantaranya adalah:

a) Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi memungkinkan sebagian masyarakat untuk menabung dan menikmati hari libur dengan berwisata.

b) Kemudahan Transportasi

Transportasi yang dimaksud disini dapat dilakukan melalui darat, laut, dan udara. Adanya kemudahan transportasi memungkinkan para wisatawan untuk mengunjungi daerah-daerah wisata yang jauh.

c) Faktor Komunikasi

Adanya informasi media cetak maupun elektronik mempunyai peran untuk menumbuhkan kegiatan pariwisata sehingga informasi mengenai tempat-tempat yang menarik dapat dilakukan oleh siapapun.

Manurut Mc Intosh (1980:8), diantaranya adalah:

a) Sumber Alam, merupakan faktor penilaian utama bagi suatu lokasi daya tarik wisata.

b) Prasarana yang terdiri dari semua jenis pembangunan.

c) Transportasi, termasuk di dalamnya kapal, kereta api, bus dan fasilitas transportasi lainnya.

d) Saran, seperti fasilitas seperti hotel, pembangunan pelabuhan, restoran, pusat belanja dan tempat hiburan.

- e) Sifat Pelaksana, mencakup sikap dari penduduk yang juga dapat sebagai sumber budaya (keramah-tamahan).

Sedangkan menurut Direktorat Jendral Pariwisata Republik Indonesia (2008), menyebutkan berkembangnya pariwisata sangat tergantung pada empat faktor, yaitu:

- a) *Attractions* (daya tarik)
 - 1) Site attractions (tempat-tempat bersejarah, tempat dengan iklim yang baik, pemandangan indah).
 - 2) Event attractions (kejadian atau peristiwa) misalnya kongres, pameran atau peristiwa lainnya.
- b) *Amenities* (fasilitas)
- c) Aksesibilitas adalah tempatnya tidak terlampau jauh, tersedianya transportasi ke lokasi tersebut secara teratur, sering, murah, aman, dan nyaman.
- d) *Tourist organization* untuk menyusun suatu kerangka pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata serta mempromosikan daerah sehingga dikenal orang.

Menurut Oka A. Youti, pengembangan pariwisata ini ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a) Wisatawan (*Tourist*) harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pula musim apa mereka melakukan perjalanan.

- b) Transportasi harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.
- c) Atraksi/objek wisata, bagaimana objek wisata dan atraksi yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat berikut, apa yang dapat dilihat, apa yang dilakukan, dan apa yang dapat dibeli di ODTW yang akan dikunjungi wisatawan.
- d) Fasilitas pelayanan, fasilitas apa saja yang tersedia di ODTW tersebut, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, restoran, pelayanan umum seperti Bank/ *money changers*, kartor pos, telepon di ODTW yang akan dikunjungi wisatawan.
- e) Informasi dan promosi diperlukan publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana leaflets/brosur disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan.

3. Pariwisata

Secara umum pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkan di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati

kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, memberikan batasan yang jelas mengenai pengertian wisata, pariwisata, sebagai berikut, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Oka A. Yoeti (1990:109). mendefinisikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (bisnis) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memnuhi keinginan yang beraneka ragam.

Pariwisata menurut Prof. Salah Wahab (dalam Yoeti, 1982:107) yaitu:

“Pariwisata adlah suatu aktifitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri (meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain) untuk mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap”.

Adapun definisi pariwisata lain yang diungkapkan oleh ahli pariwisata. Menurut Hunziker dan Kraft (dalam Muljadi, 2009) mengungkapkan bahwa pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah. Sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Definisi pariwisata memang tidak dapat persis sama diantara para ahli, meskipun ada variasi pengertian mengenai pariwisata, ada beberapa komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata. Semua definisi yang dikemukakan selalu mengandung beberapa unsur pokok, menurut Richardsodson dan Fluker, (dalam Pitana, 2009:46) yaitu:

- a. Adanya unsur *travel* (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari suatu tempat ke tempat lain.
- b. Adanya unsur “tinggal sementara” di tempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya.
- c. Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju.

Berdasarkan dari beberapa penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu

dalam suatu tempat ke tempat yang lain yang bertujuan untuk mencari kesenangan atau hiburan.

Sebagai antisipasi perkembangan dunia pariwisata yang telah mengglobal sifatnya, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataaan, terdiri atas sembilan bab dan empat puluh pasal yang mengandung ketentuan meliputi delapan hal, yaitu:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
- c. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha terkait dibidang tersebut.
- d. Kepariwisataaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
- e. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.
- f. Objek dan daya tarik adalah segala sesuatu yang menjadi sarana wisata.

- g. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.
- h. Menteri pariwisata adalah menteri yang bertanggung jawab di bidang pariwisata.

F. DEFINISI KONSEPTUAL

Definisi konseptual merupakan definisi dari konsep-konsep yang dipakai dan menjadi pokok perhatian pada penelitian, yang dimaksudkan sebagai gambaran, guna menghindari kesalah pahaman terhadap pengertian konsep-konsep yang digunakan dalam sebuah penelitian dan untuk mengetahui batasan tentang istilah yang ada dalam pokok bahasan. Adapun batas bahasan pengertian konsepsional dalam penelitian ini adalah:

1. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah keputusan dan tindakan yang dapat digunakan untuk memformulasikan serta mengimplementasikan strategi yang memiliki daya saing yang tinggi yang sesuai dengan perusahaan maupun lingkungan untuk mencapai target atau sasaran dari organisasi.

2. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

3. Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu dalam suatu tempat ke tempat yang lain yang bertujuan untuk mencari kesenangan atau hiburan.

G. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional merupakan suatu usaha untuk menjelaskan suatu konsep yang masih berbentuk konstruk menjadi kata-kata yang bisa menggambarkan bentuk dan perilaku dari fokus penelitian yang dapat diuji kebenarannya. Definisi operasional ini dimaksudkan untuk memperjelas konsep-konsep dari penelitian ini, antara lain:

1. Manajemen Strategi.
 - a. Proses Manajemen Strategis.
 - b. Pengembangan Strategi.
 - c. Tujuan dan Manfaat Manajemen Strategi.
 - d. Analisis SWOT.
2. Pengembangan Pariwisata.
 - a. Wisatawan.
 - b. Alat Transportasi.
 - c. Atraksi/ Objek Wisata.
 - d. Fasilitas.
 - e. Informasi dan Promosi.

H. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Pertimbangan pemilihan metode kualitatif sebagai alat pegangan bagi penelitian ini dalam melihat realitas adalah untuk dapat menggali secara mendalam sebuah fenomena yang ada.

Denzin dan Lincoln (Moleong,2007), Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan metode yang ada. Pengertian lain, penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendiskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah (Satori & Aan,2012).

Penelitian kualitatif yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif biasanya dilakukan peneliti untuk menjawab sebuah atau beberapa pertanyaan mengenai keadaan objek atau subjek amatan secara rinci (Suryanto,2011). Metode deskriptif dapat diartikan sebagai suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, situasi kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Natsir,1998). Penelitian deskriptif bertujuan membuat percandaan

(deskripsi) secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Suryabrata,2003).

Jadi penelitian kualitatif-deskriptif adalah metode penelitian yang menafsirkan fenomena yang terjadi, mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendiskripsikan kenyataan secara benar data yang sudah diperoleh untuk menjawab pertanyaan mengenai keadaan objek atau subjek amatan secara rinci dan membuat (deskripsi) secara sistematis, faktual, dan akurat sesuai fakta-fakta yang ada.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jepara, khususnya pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara. Lokasi ini dipilih karena peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam mempromosikan potensi pariwisata untuk meningkatkan wisatawan di Kabupaten Jepara.

3. Jenis Data

Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah semua informasi mengenai konsep penelitian yang diperoleh secara langsung dari unit analisa yang dijadikan objek

penelitian (Koentjaraningrat,1993). Dalam penelitian ini data primer bersumber dari hasil wawancara dengan informan.

Untuk mendapatkan data primer, penulis mengklasifikasikan aktor-aktor yang potensial untuk dijadikan sebagai narasumber atau informan. Aktor yang potensial untuk dijadikan sebagai narasumber atau informan dalam penelitian adalah aktor-aktor yang terlibat langsung dalam Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah semua informasi yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen-dokumen yang mencatat keadaan konsep penelitian di dalam unit analisa yang dijadikan objek penelitian (Koentjaraningrat,1993). Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah peraturan, buku, dokumen hasil penelitian. Informasi dari media massa dan lain sebagainya.

Peraturan dan buku yang digunakan dalam penelitian ini adalah peraturan dan buku-buku mengenai manajemen strategi dalam pariwisata untuk memperkuat data primer, selain itu data sekunder lainnya adalah informasi dari media massa, di dalam media massa penulis akan mendapatkan informasi mengenai data yang diperlukan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digalui dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab (Satori & Aan,2012).

Dalam penelitian ini, penulis mengklasifikasikan aktor-aktor yang potensial untuk dijadikan sebagai narasumber atau informan. Aktor yang potensial untuk dijadikan sebagai narasumber atau informan dalam penelitian adalah aktor-aktor yang terlibat langsung dalam Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan kejadian yang sudah lampau yang dinyatakan dalam bentuk lisan, tulisan dan karya bentuk. Dengan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi bukan dari orang sebagai narasumber, tapi memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan dalam bentuk peninggalan, budaya, karya seni dan karya pikir (Satori & Aan,2012).

Dalam teknik ini, peneliti berusaha mengumpulkan sumber-sumber data yang berasal dari berbagai sumber, diantaranya adalah buku-buku, arsip-arsip, agenda, catatan-catatan maupun melalui media online lainnya yang dianggap relevan dengan permasalahan penelitian. Dokumentasi yang peneliti maksud adalah data-data yang terkait dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penafsiran hasil penelitian, penafsiran meliputi perbandingan antara apa yang diprediksi di awal penelitian dan hasil yang diperoleh sesudah penelitian. Dalam proses penafsiran data biasanya berlangsung dalam tiga tahap. Tahap pertama, peneliti menafsirkan teks yang disampaikan oleh partisipan. Kedua, peneliti menyusun kembali hasil penelitian tingkat pertama dan mendapatkan tema-temanya. Ketiga, menghubungkan tema-tema tersebut sehingga membentuk teori, gagasan dan pemikiran baru (Raco,2010).

Berdasarkan uraian diatas maka teknik analisis data pada penelitian ini melewati tahapan-tahapan sebagai berikut :

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dihasilkan dari proses studi pustaka, *interview* (wawancara) dan observasi.

b. Penilaian Data

Data yang telah didapatkan kemudian dikaji dan dinilai untuk mendalami dan mengetahui keabsahan dan kesesuaian dari data primer dan data sekunder.

c. Interpretasi Data

Data yang sudah dikaji dan dinilai kemudian diinterpretasikan lewat reduksi pada penelitian ini yang disesuaikan dengan teori-teori yang dijadikan landasan penelitian.

d. Generalisasi

Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dengan cara menghubungkan hasil penelitian dari proses penelitian, bertolak dari fenomena yang terjadi di lapangan menuju kesimpulan umum. Dengan harapan dapat menambah wawasan secara teoritis yang sesuai dengan tujuan penelitian.