

NASKAH PUBLIKASI
STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH KABUPATEN
JEPARA TAHUN 2017

Disusun Oleh:

Muhammad Nur Ilhami Basor

20130520269

Telah disetujui dan disahkan pada:

Hari, Tanggal : Rabu, 15 Agustus 2018

Tempat : Ruang Ujian IP

Jam : 14.30 – 15.30 WIB

Dosen Pembimbing



Dr. Muchamad Zaenuri, M.Si.

Mengetahui,



**Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Politik**

Dr. Lita Purwaningsih, S.IP., M.Si.



**Ketua Program Studi Ilmu
Pemerintahan**

Dr. Muchamad Zaenuri, M.Si.

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH KABUPATEN JEPARA TAHUN 2017

Oleh : Muhammad Nur Ilhami Basor

(Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

ABSTRAK

Penelitian ini menarasikan mengenai strategi pengembangan kepariwisataan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam upayanya untuk mengembangkan kepariwisataan di Kabupaten Jepara.

Fokus dalam penelitian ini adalah strategi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara. Dalam upaya mencari strategi pengembangan kepariwisataan dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT, karena dengan menggunakan metode analisis SWOT dapat diketahui beberapa faktor dalam melakukan atau merencanakan strategi yang akan ditentukan yaitu terdiri dari identifikasi faktor internal dan identifikasi faktor eksternal. Identifikasi faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan sedangkan identifikasi faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman.

Hasil dari penelitian ini adalah diperolehnya 6 kekuatan, 3 kelemahan, 4 peluang, dan 3 ancaman yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam melakukan perencanaan strategi kepariwisataan. Setelah diperoleh beberapa indikator tersebut kemudian dilakukan perencanaan strategi menggunakan matriks analisis SWOT sesuai dengan metode yang berlaku yaitu menggunakan strategi S-O (Strengths/kekuatan-Opportunities/peluang), strategi S-T (Strengths/ kekuatan-Threats /ancaman), strategi W-O (weaknesses/ kelemahan-Opportunities/ peluang), dan strategi W-T (Weaknesses/ kelamahan-Treats/ ancaman). Setelah dilakukan beberapa metode tersebut diperoleh 11 strategi pengembangan kepariwisataan yang diambil oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam upaya melakukan pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Jepara.

Kata Kunci: Strategi, Manajemen Strategi, Analisis SWOT, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

A. Pendahuluan

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.

Kepariwisata di Indonesia mempunyai masa depan yang cerah, dengan banyaknya pulau, suku, budaya dan bahasa menjadikan Indonesia selalu ada di hati para penikmat pariwisata. 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.

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.

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.

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
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

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 penelitian 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. 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”.

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.

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: Strategi Pengembangan Produk Wisata, Strategi Pemasaran dan Promosi, Strategi Pengelolaan Lingkungan, Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), Strategi Pengembangan Investasi, 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 masyarakat 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 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 *strengths 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, keterampilan, 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 (Oppurtunity).
4. Strategi IV (W/T), meminimalkan kelemahan W (Weaknesses) secara maksimal untuk mengantisipasi dan menghadapi ancaman T (Threats).

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.

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 Strategi

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.

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.

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.

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.

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 nafkah 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 Kepariwisataan, 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.

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.

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.

E. Metode 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. 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.

F. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis perencanaan strategis merupakan salah satu bidang studi yang banyak dipelajari secara serius di bidang akademis. Hal ini disebabkan karena setiap saat terjadi perubahan, seperti persaingan yang semakin ketat, penurunan tingkat pertumbuhan ekonomi, perubahan teknologi yang semakin canggih, dan perubahan kondisi demografis, yang mengakibatkan berubahnya selera masyarakat secara cepat. Untuk memenuhi semua tantangan tersebut dibutuhkan analisis perencanaan strategis.

Analisis SWOT merupakan analisis kualitatif yang dilakukan dalam pengembangan pariwisata sebagai bagian dari pengembangan wilayah. Pada hakekatnya analisis SWOT dilaksanakan dengan mengkaji faktor internal dan

eksternal. Faktor internal dalam hal ini adalah *Strength* (kekuatan atau potensi) dan *Weakness* (kelemahan dan kendala). Sementara itu faktor eksternal terdiri atas *Opportunity* (peluang) dan *Treath* (ancaman). Analisis SWOT digunakan untuk memperoleh pandangan dasar tentang strategi yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan.

1. Analisis Faktor Internal

a. Kekuatan

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, keterampilan, produk, dan jasa andalan sehingga membuatnya lebih kuat dari pesaing dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan masyarakat di wilayah kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Kekuatan atau kompetensi khusus yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara diantaranya adalah:

- 1) Mempunyai Potensi yang Baik.
- 2) Terdapatnya acara-acara kebudayaan dan kesenian daerah yang menarik.
- 3) Memiliki nilai sejarah yang kuat.
- 4) Koordinasi antar stakeholder.
- 5) Adanya usaha-usaha pendukung kepariwisataan.
- 6) Adanya industri kerajinan rakyat.

b. Kelemahan

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

- 1) Kualitas dan kuantitas sumber daya manusia pada dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Jepara yang masih kurang.
- 2) Masih terdapat objek daya tarik wisata yang belum dikelola secara maksimal.
- 3) Sarana dan prasarana masih kurang.

2. Analisis Faktor eksternal

a. Peluang

Peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Peluang – peluang yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara diantaranya adalah:

- 1) Implementasi otonomi daerah.
- 2) Teknologi dalam promosi.
- 3) Kelompok kesenian dan kebudayaan.
- 4) Munculnya objek wisata milik swasta.

b. Ancaman

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Ancaman – ancaman yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara diantaranya adalah:

- 1) Kurangnya peran serta masyarakat.
- 2) Persaingan dunia usaha.
- 3) Letak geografis Kabupaten Jepara.

Sehubungan dengan hal tersebut, tujuan dari langkah ini adalah untuk mengidentifikasi persoalan pokok yang harus dihadapi oleh pemerintah Kabupaten Jepara dalam mengembangkan pariwisata dan untuk menentukan strategi yang akan diambil. Isu-isu strategis merupakan refleksi dari masalah mendasar yang dihadapi oleh pemerintah Kabupaten Jepara.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui strategi yang akan diambil oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Jepara guna melakukan pengembangan pariwisata seperti pada tabel matriks hasil analisis SWOT dibawah ini:

Tabel 3.8
Matrix analisis SWOT dan Identifikasi Alternatif Strategi Pengembangan
Pariwisata Kabupaten Jepara

Eksternal \Rightarrow Internal \Downarrow	Peluang (Opportunity) 1. Implementasi otonomi daerah 2. Teknologi dalam promosi 3. Kelompok kesenian dan kebudayaan 4. Munculnya objek wisata milik swasta	Ancaman (Threats) 1. Kurangnya peran serta masyarakat 2. Persaingan dunia usaha 3. Letak geografis Kabupaten Jepara
Kekuatan (Strengths) 1. Mempunyai potensi wisata yang baik 2. Terdapatnya acara-acara kebudayaan dan kesenian daerah yang menarik 3. Memiliki nilai sejarah yang kuat 4. Koordinasi antar stakeholder 5. Adanya usaha-usaha pendukung kepariwisataan 6. Adanya industri kerajinan rakyat	A. Strategi S-O 1. Meningkatkan kualitas objek wisata melalui pemeliharaan dan pembangunan sarana/prasarana. 2. Meningkatkan kualitas kegiatan/ <i>event</i> wisata yang berkaitan dengan budaya. 3. Pengembangan sentra industri kerajinan rakyat. 4. Pembinaan seni/budaya lokal. 5. Mengoptimalkan peranan usaha/jasa wisata.	B. Strategi S-T 1. Menambah objek wisata dan <i>event</i> wisata baru. 2. Merangkul investor untuk ikut mengembangkan kepariwisataan.
Kelemahan (Weaknesses) 1. Kualitas dan kuantitas sumber daya manusia pada dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten jepara yang masih kurang 2. Masih terdapat daya tarik wisata yang belum terkelola secara maksimal 3. Sarana dan prasarana masih kurang	C. Strategi W-O 1. Meningkatkan promosi melalui media cetak, media elektronik, <i>website</i> , dan pameran. 2. Melaksanakan pelatihan untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia sektor pariwisata.	D. Strategi W-T 1. Membangun sarana transportasi dan komunikasi untuk menjangkau lokasi potensial. 2. Pengembangan kerjasama kepariwisataan antardaerah.

Sumber: RENSTRA SKPD DISPARBUD Jepara 2012-2017

Mengacu pada hasil analisis SWOT di atas, diperoleh beberapa isu strategis yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Isu Strategi S-O (Kekuatan-Peluang)

Strategi yang bersumber dari Strengths dan Opportunities ini merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan menggunakan kekuatan yang bersumber dari lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Jepara. Strategi yang diambil adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Kualitas Objek Wisata Melalui Pemeliharaan dan Pembangunan Sarana/Prasarana.
- b. Meningkatkan Kualitas Kegiatan/*event* Wisata yang Berkaitan Dengan Budaya.
- c. Pengembangan Sentra Industri Kerajinan Rakyat.
- d. Pembinaan Seni/Budaya Lokal.
- e. Mengoptimalkan Peranan Usaha/Jasa Wisata.

2. Isu Strategi S-T (Kekuatan-Ancaman)

Strategi yang bersumber dari Strengths dan Threats ini merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan menggunakan kekuatan yang bersumber dari lingkungan internal untuk mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Jepara. Strategi yang diambil adalah sebagai berikut:

- a. Menambah Objek Wisata Dan Event Wisata Baru.
- b. Merangkul Investor Untuk Ikut Mengembangkan Kepariwisataaan.

3. Isu Strategi W-O (Kelemahan-Peluang)

Strategi yang bersumber dari Weakness dan Opportunities ini merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal untuk mengambil peluang dari lingkungan eksternal dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Jepara. Strategi yang diambil adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Promosi Melalui Media Cetak, Media Elektronik, Website, dan Pameran.
- b. Melaksanakan Pelatihan Untuk Meningkatkan Kuantitas dan Kualitas Sumber Daya Manusia Sektor Pariwisata.

4. Isu Strategi W-T (Kelemahan-Ancaman)

Strategi yang bersumber dari Weakness dan Threats ini merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalisir kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal dan juga digunakan untuk menghindari ancaman dari lingkungan eksternal dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Jepara. strategi yang diambil adalah:

- a. Membangun Sarana Transportasi dan Komunikasi Untuk Menjangkau Lokasi Potensial.
- b. Pengembangan Kerjasama Kepariwisata Antar Daerah.

Setelah melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan stakeholders maka kebijakan pembangunan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara diarahkan pada:

1. Peningkatan sarana dan prasarana objek wisata
2. Pengembangan daerah tujuan wisata
3. Peningkatan manajemen pariwisata
4. Pengembangan kawasan wisata di Karimunjawa
5. Peningkatan iklim yang kondusif bagi investor bidang pariwisata, dan
6. Pengembangan sumber daya manusia sektor pariwisata.

G. Penutup

1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pariwisata yang di ambil oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam upaya pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Jepara.

Dalam upaya pengembangan pariwisata di Kabupaten Jepara, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara menggunakan metode analisis SWOT dalam mencari faktor-faktor internal dan eksternal yang terkait bidang pariwisata di Kabupaten Jepara.

Dari berbagai faktor internal dan eksternal yang telah diketahui tersebut lalu dilakukan perencanaan strategis dengan menggunakan metode analisis SWOT, dari metode analisis SWOT tersebut terdapat beberapa strategi pengembangan yaitu, Strategi I (S/O), memanfaatkan kekuatan S (Strength) secara maksimal untuk meraih peluang O (Opportunity) strateginya adalah meningkatkan kualitas objek wisata melalui pemeliharaan dan pembangunan sarana/prasarana, meningkatkan kualitas kegiatan event wisata yang berkaitan dengan budaya, pengembangan sentra industri kerajinan rakyat, pembinaan seni atau budaya lokal, mengoptimalkan peranan usaha/jasa wisata. Strategi II (S/T), memanfaatkan kekuatan S (Strength) secara maksimal untuk mengantisipasi dan menghadapi ancaman T (Threats), strateginya adalah menambah objek dan event wisata baru, dan merangkul investor untuk ikut mengembangkan kepariwisataan. Strategi III (W/O), meminimalkan kelemahan W (Weaknesses) secara maksimal untuk meraih peluang O (Opportunity), strateginya adalah meningkatkan promosi melalui media cetak, media elektronik, website, dan pameran. Strategi IV (W/T), meminimalkan kelemahan W (Weaknesses) secara maksimal untuk mengantisipasi dan menghadapi ancaman T (Threats), strateginya adalah membangun sarana transportasi dan komunikasi untuk menjangkau lokasi potensial, pengembangan kerjasama kepariwisataan antar daerah.

Oleh karena itu kebijakan pembangunan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara diarahkan pada peningkatan sarana dan prasarana objek wisata, pengembangan daerah tujuan wisata, peningkatan manajemen pariwisata, pengembangan kawasan wisata di Karimunjawa, peningkatan iklim yang kondusif bagi investor bidang pariwisata, dan pengembangan sumber daya manusia pariwisata.

2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam upaya pengembangan pariwisata adalah dengan mengikut sertakan masyarakat secara lebih intensif lagi dengan cara melakukan pembinaan terutama masyarakat sekitar ODTW agar lebih ikut berpartisipasi menjaga dan melestarikan ODTW yang ada di sekitar mereka, karena untuk sekarang ini kebersihan lingkungan ODTW masih seringkali diabaikan baik pengunjung maupun masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

- Darminta, Poerwa. (2002). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fafmi, Irham. (2013). *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Hunger, David J and Wheelen Thomas L. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Muljadi. (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Natsir, M. (1998). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Purwanto, Iwan. (2007). *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya. Hal: 75.
- Rangkuti, Freddy. (2001). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan 8. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Siagian, Sondang P. (2003). *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryabrata, S. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suryanto, B. (2011). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Suwandiyanto, M. (2010). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Online.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti, Oka A. (1990). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa. Hal: 109.
- Zanuri, Muchamad. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah Konsep dan Aplikasi: e-Gov Publishing Yogyakarta*. Hal 6.

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Pembangunan Kepariwisata.
- Rencana Strategis Satuan Kerja Perangkat Daerah Dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Jepara Tahun 2012-2017

Referensi Internet

jeparakab.bps.go.id (diakses tanggal 18 Januari 2018, jam 20.50 WIB)

ticjepara.com (diakses tanggal 4 Maret 2018, jam 22.10 WIB)