

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha dalam memperbesar pendapatan asli daerah, oleh sebab itu program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi.

Diakui bahwa sumbangan sector pariwisata terhadap perolehan devisa dan penciptaan lapangan kerja secara makro cukup signifikan¹. Sumbangan pariwisata yang secara signifikan pada perkembangan ekonomi suatu negara atau daerah tampak dalam bentuk perluasan kerja, peningkatan pendapatan (devisa) dan pemerataan pembangunan, berikut tabel penerimaan devisa dari sektor pariwisata tahun 2007-2013 :

Tabel 1.1
Penerimaan devisa Negara dari sector Pariwisata

No.	Tahun	Penerimaan devisa (milyar dolar)
1.	2007	5,3
2.	2008	7,4
3.	2009	6,3
4.	2010	7,6
5.	2011	8,6
6.	2012	10,9
7.	2013	10,1

Sumber: Badan Pusat Statistik Nasional

Penerimaan devisa dari sektor pariwisata dalam beberapa tahun tersebut adalah yang terbesar ketiga setelah dari sektor minyak dan gas serta kelapa sawit. Sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataaan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Selama berwisata, wisatawan akan

permintaan (*Demand side*) pasar barang dan jasa. Selanjutnya *Final Demand* (akhir) wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku (*Supply side*)² untuk memproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. Kepariwisataan dapat memberikan berpengaruh langsung terhadap kemajuan pembangunan seperti perbaikan pelabuhan (laut dan udara), jalan-jalan raya, pengakutan setempat, program kesehatan atau kebersihan, pilot proyek sasana budaya dan kelestarian lingkungan, dan sebagainya, yang kesemuanya memberikan keuntungan baik pada masyarakat dalam lingkungan daerah wilayah yang bersangkutan maupun bagi wisatawan pengunjung dari luar³.

Sejalan dengan hal tersebut dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal dikelompokkan menjadi delapan kelompok besar, yaitu:

1. Dampak terhadap penerimaan devisa,
2. Dampak terhadap pendapatan masyarakat,
3. Dampak terhadap kesempatan kerja,
4. Dampak terhadap harga-harga,
5. Dampak terhadap distribusi masyarakat atau keuntungan,

² Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media. Yogyakarta hal 24

³ S. Pedit, Nyoman. 2003. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan*

6. Dampak terhadap kepemilikan dan control,
7. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya, dan
8. Dampak terhadap pendapatan pemerintah.⁴

Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan dan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW) sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Negara Indonesia yang memiliki pemandangan alam yang indah sehingga sangat mendukung bagi berkembangnya sektor industri pariwisata di Indonesia. Sebagai negara kepulauan dan di anugerahi berbagai macam kekayaan wisata maka potensi Indonesia untuk mengembangkan industri pariwisata sangatlah besar.

Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah, setiap daerah diberi kewenangan untuk mengurus urusan rumah tangganya sendiri. Setiap daerah harus mampu untuk memanfaatkan segala potensi daerahnya, yang nantinya untuk kesejahteraan masyarakat daerah tersebut. Pengelolaan potensi daerah sendiri dapat dilakukan di Indonesia yang sangat terkenal dengan keindahan alamnya dan kaya akan budayanya, faktor tersebut sangat

⁴ Al Jufri, Muhajir. 2011. *Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Sleman dalam Pengembangan Wisata Merapi*. Program Studi Ilmu Pemerintahan. Fakultas Ilmu Sosial dan

berpotensi dibidang pariwisata untuk dapat dikembangkan. Selain itu sektor pariwisata merupakan komoditi andalan disamping migas sebagai komoditi pendukung pembangunan nasional.

Salah satu daerah di Indoneia yang memiliki potensi pariwisata yang banyak adalah Yogyakarta. Yogyakarta dikenal sebagai kota budaya, predikat ini menjadikan Yogyakarta menjadi kota tujuan wisata. Sebagai kota tujuan wisata, Yogyakarta telah sejajar dengan Bali meski menurut *Jogja-Tourism* Yogyakarta lebih merupakan destinasi wisata domestik. Namun demikian, pada tahun 2008, Yogyakarta terpilih sebagai kota “Destinasi Wisata Terbaik Luar Negeri 2008” atau tempat tujuan wisata luar negeri terbaik, mengungguli Bali⁵.

Salah satu wisata andalan yang ada di Yogyakarta adalah Candi Prambanan yang terletak di Kabupaten Sleman dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Klaten yang memiliki sejarah dan nilai *history* yang tinggi. Bagi kabupaten Sleman dan Klaten bahkan D.I Yogyakarta dan Jateng, Candi Prambanan menjadi ikon kepariwisataan selain candi Borobudur yang mampu membuat para wisatawan baik asing maupun dalam negeri tertarik untuk mengunjungi Yogyakarta. Candi Prambanan terletak di Desa Prambanan, yang wilayahnya dibagi antara Kabupaten Sleman dan Klaten, kurang lebih 20 kilo meter (km) kearah timur dari

kota Yogyakarta, 40 km Surakarta, dan 120 km selatan dari kota Semarang, persis diperbatasan antara propinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Letak Candi Prambanan yang tepat berbatasan antara Kabupaten Sleman dan Klaten ini menimbulkan masalah bagi kedua daerah karena masing-masing mengklaim berhak mendapatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari Candi Prambanan. Candi Prambanan terletak di Kabupaten Sleman, tetapi loket dan pintu masuknya berada di Kabupaten Klaten. Pemerintah Kabupaten Sleman sempat berniat untuk membuat loket tandingan di sebelah barat Candi Prambanan.⁶

Dasar berpikir Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dalam melakukan strategi pemasaran pariwisata adalah karena di wilayah Kabupaten Sleman banyak potensi wisata yang memang layak untuk dikembangkan. Selain itu menurut Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) 2006-2025, sektor pariwisata merupakan pembangunan daerah di bidang sarana dan prasarana ekonomi. Pembangunan daerah merupakan rangkaian upaya pembangunan yang berkesinambungan melalui pengembangan potensi yang dimiliki daerah. Program Rencana Pembangunan Jangka Panjang dalam menjaga keberlanjutan kegiatan perekonomian masyarakat adalah dengan meningkatkan sektor pariwisata dengan mengembangkan potensi dan peran serta masyarakat. Hal ini

⁶ Dikutip dari wawancara Wulan Wahyuningsih, SE, MM Kasubag Perencanaan dan Evaluasi

dilakukan melalui pengembangan objek dan daya tarik wisata dan pengembangan pemasaran pariwisata.

Kompleks bangunan Candi Prambanan terdiri dari 3 candi utama berketinggian 47 meter. Ketiga candi tersebut yaitu Candi Siwa, Candi Brahma, dan Candi Wisnu (lambang trimurti dalam kepercayaan Hindu). Letaknya tepat di sebelah utara jalan raya Jogja – Solo, sehingga transportasi disana sangat mudah untuk dijangkau. Dalam kompleks Candi Prambanan juga didukung fasilitas museum arkeologi, audio visual, wartel, warnet, hotel, restoran, toko-toko cinderamata, Teman Bermain, dan sebagainya. Sehingga sangat wajar kalau kompleks Candi Prambanan ini merupakan kekayaan arkeologi dunia yang menjadi salah satu tujuan pariwisata. Candi yang sejak tahun 1991 ditetapkan UNESCO sebagai cagar budaya dunia (*World Wonder Heritage*) ini menempati kompleks seluas 39,8 hektar, menjulang setinggi 5 meter, bahkan lebih tinggi dari candi Borobudur, dan kelihatan perkasa serta kokoh, sehingga sangat menunjukkan kejayaan peradaban Hindu di tanah Jawa⁷.

Sektor pariwisata menjadi unggulan ekonomi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Oleh karena itu banyak masyarakat yang menggantungkan kehidupannya dalam sektor pariwisata, mulai usaha akomodasi, rumah makan, transportasi, pemandu wisata dan kerajinan tangan, berikut table

biro perjalanan, hotel, restoran, industri kerajinan dan *cafe* yang ada di Yogyakarta:

Tabel 1.2
Jenis Usaha Penunjang Pariwisata di Yogyakarta

No	Jenis Usaha	Jumlah
1.	Biro Perjalanan dan agen wisata	427
2.	Restoran Talam Gangsa dan Talam Selaka	59
3.	Restoran tipe A,B,C	631
4.	Cafe	20
5.	Hotel Bintang 5	4 (939 kamar)
6.	Hotel Bintang 4	9 (1.444 kamar)
7.	Hotel Bintang 3	14 (1.024 kamar)
8.	Hotel Bintang 2	8 (332 kamar)
9.	Hotel Bintang 1	10 (451 kamar)
10.	Hotel Melati	447 (8.230 kamar)
11.	Industri Kerajinan	450

Sumber: *Buku Statistik Kepariwisataaan DIY 2013*

Dari data diatas dapat dilihat bahwa dari sektor pariwisata dapat menjadi motor penggerak roda ekonomi bagi masyarakat Yogyakarta dikarenakan sector pariwisata dapat memperbanyak dan memperluas kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan. Akan tetapi bencana gempa bumi 2006 yang sempat melumpuhkan pariwisata Yogyakarta harus segera di bangkitkan kembali.

Untuk mengembalikan roda perekonomian dan pemberdayaan masyarakat lokal pasca gempa 27 Mei 2006 lalu, sektor pariwisata Yogyakarta harus segera bangkit. Dampak gempa juga sangat mempengaruhi kehadiran wisatawan mancanegara yang membatalkan

dan lain-lain. Tetapi sesungguhnya ketakutan itu bukan hanya karena gempa saja. Isu teror flu burung yang telah marak sebelum bencana gempa dan erupsi merapi telah menyurutkan kedatangan wisatawan ke Indonesia. Namun, Yogyakarta sebagai salah satu destinasi utama pariwisata di Indonesia selama ini sudah memiliki kemampuan untuk bertahan karena memiliki potensi Sumber Daya Manusia (SDM), keindahan alam dan seni budaya. Kunjungan langsung wisatawan ke tempat wisata Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2006 merupakan tahun yang sulit bagi perkembangan wisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu kerusakan yang amat parah dari Candi Pambanan akibat bencana gempa bumi 2006 yaitu struktur Candi Prambanan bergeser dan sejumlah batu runtuh yang mengakibatkan jumlah kunjungan langsung wisatawan ke Candi Prambanan mengalami penurunan. Pemerintah dan pelaku pariwisata di Yogyakarta sangat berharap kunjungan langsung wisatawan khususnya untuk berkunjung ke Candi Prambanan dapat meningkat lebih besar.

Akan tetapi akibat dari gempa 2006 kunjungan wisatawan yang datang ke Kabupaten Sleman sempat mengalami penurunan yang cukup signifikan terutama wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata candi.

Tabel 1.3
Tabel Prosentase Kunjungan Dibanding Daya Tarik Wisata Lain

Tahun	Daya Tarik Wisata	Wisatawan Lokal	Wisatawan Asing	Jumlah	Persentase
2005	Wisata Alam	992.282	3.295	995.577	40,65%
	Candi	921.321	76.549	997.870	40,75%
	Museum	368.966	1.156	370.122	15,11%
	Atraksi Kesenian	34.928	7.904	42.832	1,75%
	Desa Wisata	42.271	384	426.271	1,74%
2006	Wisata Alam	594.39	2.108	596.498	42,14%
	Candi	482.603	44.849	527.452	37,26%
	Museum	228.17	1.011	229.181	16,19%
	Atraksi Kesenian	20.719	4.79	25.509	1,80%
	Desa Wisata	34.914	1.895	36.809	1,75%
2007	Wisata Alam	746.972	8.35	755.322	42,95%
	Candi	589.644	76.133	665.777	37,86%
	Museum	267.945	2.225	270.170	15,36%
	Atraksi Kesenian	28.778	7.331	36.109	2,05%
	Desa Wisata	30.557	607	637.557	1,77%
2008	Wisata Alam	803.541	9.553	813.094	35,07%
	Candi	906.629	117.195	1.023.824	44,16%
	Museum	352.251	5.423	357.674	15,47%
	Atraksi Kesenian	63.491	836	899.491	2,77%
	Desa Wisata	58.227	377	435.227	2,53%
2009	Wisata Alam	1.165.169	12.125	1.177.394	32,74%
	Candi	1.327.432	398.237	1.725.669	47,99%
	Museum	464.565	23.233	487.798	13,57%
	Atraksi Kesenian	151.081	13.819	164.900	4,59%
	Desa Wisata	36.82	3.343	40.163	2,77%

Sumber: Data Statistik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman Tahun 2005-2009

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa sebelum terjadinya gempa bumi 2006 yakni pada tahun 2005 kunjungan wisatawan ke wisata candi yang ada di Kabupaten Sleman masih sangat tinggi akan tetapi setelah

hingga akhirnya meningkat lagi pada tahun 2008, tentu peningkatan jumlah pengunjung wisatawan yang terjadi tak lepas dari strategi yang dilakukan oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko yang berkoordinasi dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Sleman dan Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) Yogyakarta dalam memperbaiki dan merevitalisasi obyek-obyek wisata yang terkena dampak dari gempa 2006.

Dan untuk pengunjung Candi Prambanan sendiri secara keseluruhan mengalami penurunan yang cukup signifikan pasca gempa 2006. Berikut adalah tabel pengunjung Candi Prambanan sebelum Gempa dan pasca gempa 2006 terjadi:

Tabel 1.4
Data Pengunjung Candi Prambanan

Tahun	Wisnus	Wisman	Paket Prambanan Boko	Total
2000	1.017.400	91.975		1.109.375
2001	1.049.699	95.287		1.144.986
2002	899.463	86.616		986.079
2003	915.383	48.357		963.740
2004	908.276	77.417		985.693
2005	888.687	65.637		964.324
2006	451.987	44.073		496.060
2007	549.997	74.590		624.587
2008	856.029	114.951		970.980
2009	922.967	130.395	12.009	1.065.371
2010	944.711	133.191	21.700	1.099.602
2011	934.071	142.983	59.791	1.1376.845
2012	690.205	110.715	36.880	837.800
Jumlah	11.028.875	1.226.187	130.380	12.394.905

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa gempa yang terjadi pada 2006 di Yogyakarta dan Jateng sangat mempengaruhi terjadinya penurunan jumlah wisatawan baik asing maupun domestik yang berkunjung ke Candi Prambanan. Jika di rata-rata maka setiap tahun pengunjung Candi Prambanan dari periode tahun 2000-2012 adalah 953.454 pengunjung setiap tahunnya maka yang terjadi pada tahun 2006 hanya 496.060 atau hanya sekitar 51 % dari rata-rata pengunjung setiap tahunnya. Dan penurunan jumlah pengunjung juga sangat berimbas bagi pemasukan baik itu dari karcis masuk, parkir, penjualan *souvenir* khas Candi Prambanan maupun penyedia jasa *tour* dan *guide*. Akan tetapi perlahan-lahan dengan segala upaya dan jerih payah PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko berkoordinasi dengan semua *stakeholders* baik itu internal maupun external berupaya meningkatkan pengunjung untuk datang ke Candi Prambanan berhasil meningkatkan pengunjung per tahunnya. Upaya meningkatkan pengunjung Candi Prambanan baik itu dengan promosi wisata menggunakan promosi media cetak, elektronik, maupun website dan bekerja sama dengan semua *stakeholders* terbukti ampuh untuk meningkatkan minat pengunjung untuk mengunjungi Candi Prambanan.⁸

⁸ Dikutip dari wawancara Priyo Santoso SH pimpinan kantor unit Taman Wisata Candi

Letak Candi Prambanan yang strategis dan berbatasan dengan DIY dan Jawa Tengah menjadikan peluang untuk mengembangkan potensi wisata yang ada di sekitar daerah Candi Prambanan. Dengan berkembangnya potensi wisata, hal ini dapat menarik wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan asing untuk berkunjung ke objek-objek wisata di wilayah Candi Prambanan dan sekitarnya. Hal ini secara tidak langsung dapat memberdayakan masyarakat di sekitar daerah wisata, sehingga meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan dapat memutar roda perekonomian masyarakat sekitar, akan tetapi masalah letak Candi Prambanan yang berada diantara Kabupaten Sleman dan Klaten menjadikan masalah bagi kedua belah pihak dalam mengelola Candi Prambanan, sehingga untuk menengahi di tunjuklah PT. Taman wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko sebagai Pengelola candi Prambanan. Dengan di tunjuknya PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko mempunyai maksud dan tujuan yakni melakukan pengelolaan, pemanfaatan dan pemeliharaan ketertiban serta kebersihan kawasan beserta candinya sebagai obyek dan daya tarik wisata berdasarkan petunjuk teknis Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala, Kementrian Budaya dan Pariwisata.⁹

Dengan adanya bencana gempa bumi 2006 yang terjadi di Yogyakarta dan Jateng secara keseluruhan maka sangat mempengaruhi pengunjung atau wisatawan asing maupun domestik ke Candi Prambanan dan secara otomatis mempengaruhi Pendapatan sector pariwisata yang ada di daerah Prambanan yang merupakan modal dasar bagi penyelenggaraan pembangunan, apalagi di Era Otonomi daerah seperti sekarang ini, Hancurnya potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Sleman dan Klaten pasca gempa Yogyakarta secara otomatis juga menghancurkan potensi bidang yang lainnya dikawasan ini seperti perdagangan, perhotelan, pertanian, perkebunan, peternakan, dan kegiatan industri lainnya.

Untuk itu dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu PT. Taman wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko untuk gambaran dan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan untuk pengembangan pariwisata khususnya pariwisata candi Prambanan, agar dapat mengembalikan image dan citra wisata Candi Prambanan masih indah dan layak untuk dikunjungi wisatawan dan juga perlu melakukan pemulihan dan pengembangan Wisata Candi Prambanan dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat, dalam upaya mewujudkan azas pemerataan dalam pembangunan, penciptaan lapangan kerja, dan memperluas kesempatan berusaha dalam upaya mewujudkan

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan tersebut maka dapat diambil suatu rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

Bagaimana strategi dari PT. Taman wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko untuk mengembangkan pariwisata Candi Prambanan pasca Gempa Yogyakarta tahun 2006?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjawab apa saja yang telah dilakukan PT. Taman wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko dalam pengembangan pariwisata Candi Prambanan pasca gempa Yogyakarta 2006.
2. Untuk mengetahui Strategi yang dilakukan PT. Taman wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko dalam pengembangan Candi Prambanan pasca gempa 2006?

D. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan saran bagi PT. Taman wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko sehingga dapat

.....

2. Dapat menemukan permasalahan Kepariwisataaan yang dihadapi dalam proses pembangunan dan mengembalikan citra pariwisata Candi Prambanan.

E. Karangka Dasar Teori

Keberadaan teori sebagai unsur dalam penelitian sangat di perlukan, mengingat fungsinya sebagai pedoman dan landasan untuk memahami berbagai permasalahan atau fenomena yang menjadi kajian. Melalui teori akan dapat di jelaskan secara sistematis mengenai hubungan antar konsep/variabel yang satu dengan yang lainnya dalam sebuah penelitian.

“Menurut Sopian Effendi, teori adalah serangkaian asumsi, konsep, kontrak, definisi dan proposisi untuk menerangkan fenomena social secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antar konsep.”¹⁰

Sedangkan menurut Koentjaraningrat, teori merupakan pengaturan mengenai sebab akibat atau mengenai suatu hubungan positif antara gejala-gejala yang diteliti disatu atau beberapa factor tertentu dalam masyarakat”¹¹

Bahwa dalam kajian penulisan ini pengembangan pariwisata candi Prambanan pasca gempa 2006 menggunakan teori menurut Koentjaraningrat *“Teori merupakan pengaturan mengenai sebab akibat*

¹⁰ Masrin Singarium dan Sopian Effendi, *“metode penelitian survei “*,Pustaka LP3ES, 1989, hal. 37

atau mengenai suatu hubungan positif antara gejala-gejala yang diteliti disatu atau beberapa faktor tertentu dalam masyarakat”, hal tersebut dikarenakan pengembangan pariwisata candi prambanan yang penulis lakukan disini dilakukan setelah adanya gempa Yogyakarta dan Jateng 2006 yang berari bahwa pengembangan tersebut dilakukan karena sebelumnya telah terjadi sebabnya yakni gempa Yogyakarta 2006.

1. Pemerintah Daerah

Menurut Undang-Undang Otonomi Daerah No 32 Tahun 2004 Pasal 1 Ayat 3, Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati, atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggaraan Pemerintah Daerah. Apa yang dimaksud dengan pemerintah daerah seperti yang termuat dalam pasal 1 dan 2 yaitu penyelenggara urusan pemerintah oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dengan system dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemerintah daerah merupakan pelaksana dan penanggung jawab segala kegiatan pemerintahan yang ada didaerah otonom. Yang menjadi kegiatan utama pemerintah daerah adalah melaksanakan

dan melaksanakan pembangunan sebagai usaha untuk memajukan daerah otonom.

Pada dasarnya pemerintah daerah pelayan kepada masyarakat, ia diadakan untuk melayani masyarakat serta menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap anggota masyarakat mengembangkan kemampuan dan kreatifitas demi mencapai kemajuan bersama, bukan diadakan untuk melayani diri sendiri. Yang menjadi tugas dan fungsi utama dari pemerintah daerah adalah mengoptimisasi pelayanan dan pembangunan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah.

Dalam hal pengaturan PAD selain UU otonomi daerah no 32 tahun 2004 terdapat beberapa UU dan PP yang menjadi dasar hukum dalam pembagiannya yakni:

- a. UU No 33/2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah.
- b. UU No.34/2004 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- c. PP No. 65/2000 tentang Pajak Daerah.
- d. PP No. 66/2000 tentang Retribusi Daerah.
- e. Permendagri No.59/2007 tentang Sistem Pengelolaan Keuangan Daerah.

Dalam Permendagri No.59/2007 tentang system pengelolaan keuangan daerah terdapat 5 poin penting, yaitu:

- a. Hak daerah memungut pajak daerah, retribusi daerah, melakukan pinjaman.
- b. Kewajiban daerah dalam hal keuangan, membayar tagihan pihak ketiga.
- c. Penerimaan dan pengeluaran daerah.
- d. Kekayaan yang dikelola sendiri atau pihak lain (surat berharga, piutang, barang, kekayaan yang dipisahkan dari BUMD).
- e. Kekayaan pihak lain yang dikuasai pemda dalam penyelenggaraan tugas pemda dan kepentingan umum.

2. Manajemen Strategis

2.1. Pengertian Manajemen Strategis

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan sumber daya organisasi dalam rangka mencapai sasarannya. Strategi adalah penentuan dan sasaran jangka panjang perusahaan ditetapkan aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tanpa strategi, sebuah organisasi seperti sebuah kapal tanpa kemudi, bergerak berputar dalam lingkaran, organisasi yang demikian

menajemen strategis itu sendiri adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.¹²

2.2. Manfaat Manajemen Strategis

Manfaat dari manajemen strategis adalah membantu organisasi untuk :

1. Berfikir secara strategis dan mengembangkan strategi yang efektif.
2. Memperjelas arah masa depan.
3. Menciptakan prioritas.
4. Membuat keputusan sekarang dengan mengingat konsekuensi masa depan.
5. Mengembangkan landasan yang koheren dan kokoh bagi pembuatan keputusan.
6. Menggunakan keleluasaan yang maksimum dalam bidang-bidang yang berada di bawah control organisasi.
7. Membuat keputusan yang melintasi tugas dan fungsi.
8. Memecahkan masalah utama organisasi.

9. Memperbaiki kinerja organisasi.

10. Menangani keadaan yang berubah dengan cepat secara efektif.

11. Membangun kerja kelompok dan keahlian.¹³

2.3. Perumusan Strategi

Menurut Bryson suatu strategi yang efektif itu harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu:

- a. Strategi secara teknis harus dapat dijalankan.
- b. Strategi secara politis harus dapat diterima oleh para *key stakeholders*.
- c. Strategi harus sesuai dengan filosofi dan nilai-nilai organisasi.
- d. Strategi harus sesuai dengan isu strategis yang hendak dipecahkan.¹⁴

2.4. Tahap-tahap Perumusan Manajemen Strategis

- a. Identifikasi mandat dan misi organisasi

Identifikasi mandat yang dihadapi organisasi dan klarifikasi misi yang ingin dikejar organisasi. Mandat dipaksakan dari luar dan boleh jadi dipandang sebagai

¹³ Bryson, J. M. 1999. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial*. Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI). Yogyakarta. Hal. 12-13

¹⁴ Sutami, Tri. 2005. *Strategi Pemerintahan Kabupaten Bantul Dalam Mengembangkan Kepariwisata Daerah Periode 2003-2004*. Skripsi. Program Studi Ilmu Pemerintahan.

kewajiban sehingga organisasi diharapkan melaksanakannya, sedangkan misi lebih banyak dikembangkan dari dalam dan mengidentifikasi tujuan yang hendak dikejar oleh organisasi.¹⁵

Misi dipandang sebagai apa yang ingin dilakukan oleh organisasi. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengenali dan memperjelas sifat dan makna mandat yang dipaksakan secara eksternal, baik formal maupun non formal, yang mempengaruhi organisasi, serta menetapkan tujuan organisasi maupun filosofi dan nilai yang menjadi panduan organisasi.¹⁶

b. Analisis lingkungan

Analisis berdasarkan lingkungan adalah proses monitoring lingkungan organisasi untuk mengidentifikasi ancaman dan kesempatan baik sekarang maupun yang akan datang yang mungkin dapat mempengaruhi perilaku organisasi dalam mencapai tujuan dan lingkungan organisasi itu adalah rangkaian dari keseluruhan factor baik di dalam maupun di luar organisasi yang dapat mempengaruhi kemajuan pencapaian

¹⁵ Bryson, J. M. 1999. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial*. Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI). Yogyakarta. Hal 56-57

¹⁶ Ibid.

tujuan. Peran analisa berdasarkan lingkungan itu sendiri adalah¹⁷:

- 1) Peran berorientasi pada kebijakan (untuk meningkatkan performa organisasi hanya dengan menjaga manajemen puncak dalam menginformasikan tren terkini yang muncul dalam lingkungan).
- 2) Peran perencanaan strategis terintegrasi (untuk meningkatkan performa organisasi untuk membuat manajer puncak dan manajer divisi agar menyadari akan permasalahan-permasalahan yang muncul dalam lingkungan organisasi, baik dengan dampak langsung pada perencanaan maupun dengan menghubungkan antara perencanaan perusahaan dan divisi).
- 3) Peran berorientasi pada fungsi (untuk meningkatkan performa organisasi dengan menyediakan informasi mengenai lingkungan kaitannya dengan performa efektif fungsi khusus sebuah organisasi).

Dalam analisis lingkungan itu sendiri terbagi atas dua lingkungan analisis, yaitu analisis lingkungan internal yang digunakan untuk *Strength* (Kekuatan) dan *Weaknes*

(Kelemahan) dan analisis lingkungan eksternal yang berguna untuk mengetahui *Opportunity* (Kesempatan) dan *Threat* (Ancaman) yang dimiliki organisasi tersebut, yang mana sering digunakan pada analisis SWOT. Analisis SWOT itu sendiri dilakukan setelah tujuan strategis ditetapkan, dan proses ini mencakup nilai *Strength* dan *Weaknesses* organisasi serta *Opportunity* dan *Threat*. Cara merumuskan strategi, mereka berupaya mengandalkan kekuatan organisasi dan memanfaatkan peluang lingkungan. Selama proses yang sama mereka bisa mencari cara untuk mengatasi dan menutup kelemahan organisasi dan mencegah atau menangkis ancaman lingkungan.¹⁸

a) Analisis Lingkungan Internal

Dalam analisis lingkungan internal ini ada beberapa aspek penting, yaitu:

1) Aspek organisasi

Jaringan komunikasi, struktur organisasi, sejarah keberhasilan organisasi, hirarki sasaran, kebijakan, prosedur, aturan, kebiasaan tim manajemen.

diversifikasi/penganekaragaman produk, diversifikasi pasar, diversifikasi teknologi.

b) Analisis Lingkungan Eksternal

Kecenderungan lingkungan eksternal yang paling penting diikuti organisasi, yaitu: Isu yang berkaitan dengan pajak, perubahan nilai social dan politik, kecenderungan komputasi, komunikasi dan informasi, peningkatan dalam beban tanggung jawab dan manajemen resiko, perawatan kesehatan.¹⁹

c. Analisis Isu Strategis

Analisis isu-isu strategis adalah salah satu langkah penting supaya suatu organisasi mampu untuk bertahan dan menjadi lebih baik. Dua hasil pokok harus dicari dari tahap ini, yang pertama adalah daftar isu strategis yang dihadapi oleh organisasi dan yang kedua adalah penyusunan isu-isu dalam suatu daftar berdasarkan urutan tertentu: prioritas, logis, atau temporal. Tujuan dari langkah ini adalah untuk mengidentifikasi pilihan kebijakan pokok yang dihadapi organisasi, sesuai pengelompokan isu-isu sesuai urutan prioritas.²⁰

¹⁹ Bryson, J. M. Op.Cit. Hal. 143

3. Pariwisata

Di Indonesia pariwisata telah menampilkan peranannya dengan nyata dalam memberikan kontribusinya terhadap kehidupan ekonomi, sosial dan budaya bangsa. Kesempatan kerja bagi orang-orang terampil dibidang ini semakin bertambah jumlahnya, pendapatan Negara dari sector pajak dan devisa semakin bertambah, keadaan sosial masyarakat yang terlibat dalam sector ini semakin baik, kebudayaan bangsa semakin mendapatkan apresiasi. Pertumbuhan pariwisata sebagai industry semakin terlihat dan batas batas antar Negara mulai menjadi batas yang tak terlihat lagi, terbukti dengan makin banyaknya hotel dibangun dan makin banyaknya orang-orang terampil terdidik untuk keperluan itu, makin banyaknya alat transportasi dengan teknologi yang makin canggih yang menjadikan pariwisata telah menuju ke arah globalisasi.²¹

3.1. Pengertian Pariwisata

Menurut Richard Sihite dalam Marpaung dan Bahar (2000:46-47), Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau

²¹ Bambang Sunaryo. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan*

mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamsyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Sedangkan menurut Menurut pendapat dari *James J. Spillane* (1982:20) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.

Sebagai antisipasi perkembangan dunia pariwisata yang telah mengglobal sifatnya, Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan yang terdiri atas tujuh belas bab dan tujuh puluh pasal yang mengandung ketentuan umum meliputi:

- a. 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.

- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
- d. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
- e. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- f. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan

- g. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- h. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- i. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
- j. Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.
- k. Kompetensi adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh ... untuk mengembangkan profesionalitas

- l. Sertifikasi adalah prosēs pemberian sertiŕikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan, dan pengelolaan kepariwisataan.
- m. Pemerintah Pusat, selanjutnya disebut Pemerintah, adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- n. Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.
- o. Menteri adalah menteri yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang pemerintahan.
- p. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.
- q. Menteri adalah menteri yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang kepariwisataan.²²

Selain itu terdapat sepuluh prinsip dasar dalam industry pariwisata, yaitu:

- 1) Politik pemerintah

Sikap pemerintah terhadap kunjungan wisatawan ke negeri itu.

2) Perasaan ingin tahu

Adanya perasaan manusia yang terpendam dalam-dalam di hatinuraninya, yang pada hakekatnya serba ingin mengetahui segala sesuatu selama hidupnya di dunia ini.

3) Sifat ramah tamah

Menurut hasil penelitian dan peninjauan PATA (*Pacific Area Travel Association*) menyatakan bahwa rakyat Indonesia yang memiliki kebudayaan yang tinggi dan anggun merupakan bangsa yang sangat ramah sehingga menjadi modal potensial dalam bidang pariwisata.

4) Jarak dan waktu (Aksesibilitas)

Pada masa sekarang ini jarak tidak menjadi soal untuk mengadakan perjalanan kemana saja. Karena kecanggihan alat transportasi dan biaya perjalanan yang semakin murah.

5) Atraksi

Dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat disebut "atraksi", atau lazim pula dinamakan "objek wisata" baik natural maupun yang biasa berlangsung tiap harinya serta khusus diadakan

6) Akomodasi

Akomodasi sangat penting karena merupakan rumah sementara bagi wisatawan yang membutuhkan kenyamanan dan pelayanan yang baik.

7) Pengangkutan

Dalam hal ini yang dimaksud adalah akomodasi pengangkutan dalam dunia pariwisata membutuhkan jalan-jalan yang baik, lalu lintas yang lancar, alat pengangkutan yang cepat.

8) Harga-harga

Wisatawan pada umumnya menginginkan segala sesuatu yang hendak dibeli berharga murah.

9) Publisitas dan promosi

Publisitas dan promosi yang dimaksudkan disini adalah tiada lain dari pada kampanye atau propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara berkelanjutan.

10) Kesempatan berbelanja

Kesempatan berbelanja atau *shopping* adalah kesempatan untuk membeli barang oleh-oleh atau souvenir untuk dibawa pulang.²³

3.2. Manfaat Pariwisata

Manfaat pariwisata di dalam pembangunan mencakup beberapa segi, yaitu:

a. Segi ekonomi

Bahwa perkembangan pariwisata dapat merangsang tumbuhnya beberapa usaha-usaha ekonomi tertentu yang saling menunjang, dalam istilah teknisnya hal tersebut memperluas dasar perekonomian suatu Negara.

b. Segi budaya

Salah satu dorongan kebutuhan manusia untuk mengunjungi suatu daerah adalah untuk memenuhi rasa keingintahuan, mengagumi atau menyelami seni budaya yang dikunjungi.

c. Segi pemeliharaan dan pemanfaatan lingkungan hidup

Pengembangan pariwisata yang tidak teratur dapat merusak lingkungan hidup, sebaliknya apabila dikembangkan secara benar dan melihat efek terhadap lingkungan supaya menimbulkan efek yang positif bagi lingkungan itu sendiri maka lingkungan atau daerah pariwisata tersebut dapat menjadi objek wisata yang benar-benar ramah lingkungan akan

menginginkan daerah dengan suasana baru dan lingkungan yang bersih dan sehat.

d. **Memperluas nilai-nilai pergaulan hidup dan pengetahuan**

Hubungan yang terjalin antara wisatawan dengan masyarakat sekitar objek wisata sedikit banyak akan menimpa nilai-nilai baru dalam arti memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan lain, serta penyerapan pengetahuan baru.

e. **Memperluas kompetisi kerja**

Industri pariwisata merupakan industri yang sifatnya menyerap kebutuhan tenaga kerja, tidak hanya mementingkan mesin-mesin saja. Sebagai industri yang sifatnya melayani, maka disamping membutuhkan unsure cepat, murah, mudan dan nikmat juga ramah. Apabila rangkaian tenaga kerja pada industri penunjang pariwisata seperti industri penunjang pariwisata seperti industri kerajinan, hotel, toko-toko souvenir, dan sebagainya, maka jumlah tenaga kerja yang diserap semakin banyak.

f. **Menunjang perbaikan kesehatan dan prestasi kerja**

Manusia selalu ingin terlepas dari kejenuhan, kesibukan sehari-

... .. dengan mendambakan suasana baru

lingkungan baru, lingkungan baru walaupun hanya untuk sementara.²⁴

3.3. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata itu juga merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah, yaitu berupa flora, fauna, alam sekitar, serta adat budaya yang dimiliki, kemudian kekayaan alam yang tersebut dioptimalkan untuk menjadi suatu daya tarik wisata atau objek wisata. Garis-garis Besar Haluan Negara (GBHN) menetapkan bahwa pengembangan pariwisata merupakan pengenalan nilai budaya bangsa dan meningkatkan kualitas budaya nasional dengan memperhatikan tetap terpeliharanya kebudayaan bangsa, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta merupakan pembangunan pariwisata yang dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dengan sector lain serta antar pengusaha pariwisata supaya dapat saling menunjang.²⁵

Pengembangan pariwisata tersebut dapat dilakukan dari dua segi, yaitu:

a. Dari segi fisik

²⁴ Sutami, Tri. 2005. *Strategi Pemerintahan Kabupaten Bantul Dalam Mengembangkan Kepariwisata Daerah Periode 2003-2004*. Skripsi. Program Studi Ilmu Pemerintahan. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta. Hal.

- 1) Membangun sarana dan pra sarana pariwisata di lokasi objek wisata.
- 2) Melengkapi sarana pra sarana yang sudah ada di lokasi objek wisata.

b. Dari segi nonfisik

- 1) Meningkatkan pelayanan (*service*) kepada para pengunjung dengan meningkatkan daya manusia sebagai pengelola objek wisata.
- 2) Memunculkan kebudayaan-kebudayaan yang ada di daerah sehingga dapat dinikmati oleh para pengunjung.
- 3) Memperhatikan sesuatu yang khas yang ada di daerah seperti: makanan khas, kerajinan-kerajinan, dan sebagainya.

Adanya pengembangan ini juga mendorong timbulnya industri-industri pariwisata yang dapat menunjang kenyamanan bagi para pengunjung seperti berdirinya tempat-tempat hiburan, restoran-restoran, biro-biro perjalanan, yang mana hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar lokasi objek wisata karena tenaganya terserap oleh industri pariwisata tersebut.²⁶ Setelah dilakukan pengembangan tentu diharapkan pendapatan dari sector pariwisata meningkat dan dapat menambah Pendapatan

Asli Daerah (PAD), yang mana dimana kita ketahui sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), terdiri atas²⁷:

- 1) Hasil pajak daerah.
- 2) Hasil retribusi daerah.
- 3) Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya yang dipisahkan,
- 4) Lain-lain dari pendapatan yang sah.

Dari sektor Pariwisata Pemerintah Daerah dapat memperoleh kemasukan dari:

- 1) Tiket masuk pengunjung.
- 2) Retribusi parkir wisata.

F. Definisi Konseptual

Defenisi konseptual adalah suatu usaha untuk menjelaskan pembatasan pengertian antara konsep satu dengan konsep dengan yang lain, supaya tidak terjadi kesalahpahaman. Berdasarkan penjelasan di atas ada beberapa penjelasan defenisi konseptual yang dapat kami berikan antara lain:

1. Manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan

oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

2. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut.
3. Pengembangan pariwisata adalah pengenalan nilai budaya bangsa dan meningkatkan kualitas budaya nasional dengan memperhatikan tetap terpeliharanya kebudayaan bangsa, kelestarian, dan mutu lingkungan hidup serta merupakan pembangunan pariwisata yang dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dengan sector lain serta antar pengusaha pariwisata supaya mereka dapat saling menunjang.

G. Definisi Operasional

Defenisi operasional dibutuhkan untuk membatasi parameter atau indikator yang diinginkan peneliti dalam penelitian yang digunakan maka semuanya hanya muncul dari konsep tersebut. Dalam penelitian ini defenisi operasionalnya adalah:

1. Analisis SWOT

a. Faktor Lingkungan Internal

- 1) Kekuatan (*Strenght*) bagaimanapun keunggulan sumber daya

..... kelua teradi dengan optimal sehingga memberikan

kemungkinan dalam hal ini PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko untuk meningkatkan kinerjanya.

- 2) Kelemahan (*Weakness*) bagaimana keterbatasan dalam sumber daya yang dibutuhkan organisasi sehingga menghalangi kinerja PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko.

b. Faktor Lingkungan Eksternal

- 1) Peluang (*Opportunity*) apa saja peluang faktor-faktor lingkungan luar (politik, ekonomi, sosial, IPTEK) positif yang memberi kesempatan dan mendukung keberadaan organisasi.
- 2) Ancaman (*Threats*) apa saja faktor lingkungan luar yang negatif dan menghambat kegiatan organisasi.

c. Strategi Pemecahan Masalah

- 1) Sistematis analisis SWOT
 - 2) Identifikasi SWOT dan skenario strategi
2. ***Faktor apa saja yang menghambat keberhasilan atau kegagalan***

3. Strategi PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko

- a. Strategi Pengembangan Pariwisata di Candi Prambanan
- b. Peningkatan Kunjungan Wisatawan.
- c. Manajemen Krisis

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif, dimana penelitian deskriptif itu adalah suatu metode penelitian yang terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar mengungkapkan fakta (*fact finding*). Hasil penelitian ini bertujuan menghasilkan gambaran akurat tentang sebuah kelompok, menggambarkan mekanisme sebuah proses atau hubungan, memberikan gambaran lengkap baik berupa verbal maupun numerikal, menyajikan informasi dasar akan suatu hubungan, menciptakan seperangkat kategori dan mengklasifikasikan subyek penelitian, menjelaskan suatu tahapan atau proses, serta untuk menyimpan suatu informasi bersifat kontradiktif mengenai subyek penelitian.²⁸

2. Unit Analisis

Dalam penelitian ini, unit analisis dapat diartikan sebagai objek nyata yang diteliti, yaitu untuk mengetahui bagaimana Upaya PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko Dalam Pengembangan Wisata Candi Prambanan pasca gempa 2006, maka unit analisis dalam penelitian ini adalah PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko.

3. Jenis Data

3.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui interview dengan pihak-pihak yang terkait dengan obyek yang di teliti.

Tabel 1.5
Data Primer

No.	Data	Sumber
1.	Statistik pengunjung Candi	PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko
2.	Event	PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko
3.	Data Pegawai	PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko
5.	Wisatawan di Kab.Sleman	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupten Sleman

Sumber : Penulis, 2014

3.2. Data Sekunder

Pemakaian data sekunder dalam penelitian merupakan keperluan utama, karena penelitian ini berkaitan dengan data

undangan, literatur-literatur, dokumen-dokumen yang dikeluarkan oleh pemerintah dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Tabel 1.6
Data Sekunder

No.	Data	Sumber
1.	Data Aneka Usaha Penunjang Pariwisata	Buku Statistik Kepariwisataaan DIY 2013
2.	Informasi Parwisata	Undang-Undang
3.	Data Wisata Candi Alternatif	http://www.tourismsleman.com
4.	Data Penerimaan Devisa	Badan Pusat Statistik Nasional

Sumber : Penulis, 2014

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data-data untuk penelitian penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

4.1. Interview atau wawancara

Interview atau wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam. Dalam penelitian ini narasumber untuk pengumpulan data secara interview atau wawancara adalah Bapak Priyo Santoso SH Selaku Pimpinan PT. Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko unit Wisata Candi Prambanan dan beberapa staff

Boko yakni Bapak Wiharjanto selaku Kabid. Operasional dan Bapak Wahyudi A selaku Bagian Operasional dan juga Ibu Wahyuningsih, S.E., M.M. selaku Kasubag Perencanaan dan Evaluasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta beberapa pengunjung Candi Prambanan yakni Mas Iwan dan Mbak Ani dan juga Mas Anto salah satu pegawai yang membersihkan Candi Prambanan dari abu Gunung Kelud.

4.2. Studi dokumentasi

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil, hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.

4.3. Observasi

Disamping wawancara, penelitian ini juga melakukan metode observasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.

Dalam penelitian ini observasi dibutuhkan untuk dapat mengetahui hal-hal apa saja yang peneliti ingin ketahui secara langsung di tempat obyek penelitian dengan mengamati secara

dipahami dalam konteksnya. Observasi yang akan dilakukan adalah observasi terhadap subjek, perilaku subjek selama wawancara, interaksi subjek dengan peneliti dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara.

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisa kualitatif, dimana data yang terkumpul akan diinterpretasikan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan. Analisa ini memperoleh data dari studi lapangan yang kemudian dilakukan proses penganalisaan berdasarkan kemampuan analisis peneliti dalam menghubungkan fakta data-data untuk menghasilkan suatu teori.

Terhadap tahap-tahap analisis data, secara umum kegiatan analisis data meliputi rangkaian kegiatan sebagai berikut:

a. Mengedit data

Mengedit data adalah kegiatan memperbaiki kualitas data, tujuan adalah menghilangkan keraguan akan kebenaran yang mungkin timbul setelah membaca data tersebut.

b. Mengkode data

Mengkode data adalah upaya mengklarifikasi jawaban responden

Untuk dapat mengkode data dengan cermat, langkah pertama perlu tidaknya jawaban tersebut dikategorikan terlebih dulu. Selanjutnya, member kode pada jawaban yang ada sesuai dengan kategori yang telah ditentukan.

c. Mengolah data

Mengolah data merupakan tahapan yang sangat penting, pada tahap ini data diolah sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan berupa kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai sebagai jawaban atas permasalahan-permasalahan yang diajukan