

Jurnal Penelitian Ilmu Pemerintahan FISIP Undip  
**STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA KABUPATEN JEPARA**

Admesia Iyangjaya P.

**ABSTRACT**

Pariwisata merupakan sebuah industri jasa yang digunakan sebagai salah satu pendorong perekonomian dunia. Pariwisata merupakan industri dengan pertumbuhan yang cepat di dunia. Di Indonesia, pariwisata merupakan penghasil devisa negara nomor tiga setelah minyak dan tekstil. Kabupaten Jepara mempunyai potensi yang sampai saat ini belum dioptimalkan, yaitu potensi pariwisata. Kabupaten Jepara merupakan salah satu daerah yang mempunyai beberapa obyek wisata dan menjadi salah satu destinasi wisata di Prop. Jawa Tengah. Keberadaan Jepara yang bersinggungan dengan Laut Jawa menjadikan kabupaten ini mempunyai pesona alam pantai yang indah. Berkaitan dengan hal tersebut maka perlu diketahui strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam upayanya mengembangkan sektor kepariwisataan daerah dan mengetahui hambatan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan sektor kepariwisataan.

Metode penelitian ini adalah studi deskriptif dengan desain kualitatif. Penelitian ini menguraikan tentang strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Jepara. Banyaknya obyek wisata yang ada memerlukan strategi pemasaran dari semua pihak yaitu pemerintah, swasta dan andil dari masyarakat sekitar.

Hasil penelitian menemukan bahwa Kabupaten Jepara memiliki banyak keunggulan di bidang pariwisata dengan ditemukannya banyak obyek wisata yang dapat dikunjungi meliputi wisata alam, wisata sejarah, wisata religi, wisata keluarga, wisata budaya dan wisata belanja. Strategi pemasaran yang dilakukan meliputi keunggulan yang ada, dampak terhadap perekonomian masyarakat, kerjasama pemerintah dengan swasta serta melaksanakan festival tahunan di lokasi wisata sebagai ajang promosi. Hambatan yang ditemukan dalam pemasaran pariwisata meliputi terbatasnya sarana dan prasarana penunjang serta kurangnya ajang promosi yang dapat mendongkrak pariwisata di Kabupaten Jepara.

Berdasarkan hasil di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Jepara meliputi harga, kerja sama dengan pihak swasta dan festival tahunan sebagai ajang promosi.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Pariwisata

*Abstract*

*Tourism is a service industry that is used as one of the drivers of the economy in the world. Tourism is a rapidly growing industry in the world. In Indonesia, tourism is a third country foreign exchange earner after oil and textiles. Jepara regency has potential has yet to be optimized until now, the potential for tourism. Jepara regency is one of the few areas that have become a tourist attraction and one of the tourist destinations in Central Java Province. That intersect with the existence of Jepara Java Sea make this district has a natural charm beautiful beaches. In this regard it is necessary to know the strategy of Tourism and Culture of Jepara in its efforts to develop the tourism sector of the region and know the obstacles of Tourism and Culture of Jepara in improving the tourism sector.*

*Methods This study is a descriptive study with a qualitative design. This study describes the tourism marketing strategy in Jepara regency. Many existing attractions*

*require a marketing strategy of all parties, namely the government, private sector and the share of the local community.*

*The results found that Jepara regency has many advantages in the field of tourism with the discovery of many attractions that can be visited include natural attractions, historical tours, religious tours, family attractions, cultural tourism and shopping tourism. Marketing strategies was conducted on the existing advantages, the impact on the economy, public private partnership and conduct annual festival in the tourist as prmosi event. Barriers found in tourism marketing include limited facilities and infrastructure as well as the lack of a promotional event to boost tourism in the district of Jepara.*

*Based on the results above it can be concluded that the tourism marketing strategy covering by price, cooperation with the private sector and the annual festival as a promotional event in Jepara.*

*Keywords: Strategy, Marketing, Tourism*

## **Pendahuluan**

Pariwisata merupakan sebuah industri jasa yang digunakan sebagai salah satu pendorong perekonomian dunia. Pariwisata merupakan industri dengan pertumbuhan yang cepat di dunia. Karena itu banyak Negara berlomba-lomba menjadikan negerinya sebagai obyek yang kaya daya tarik kepariwisataan. Pariwisata juga merupakan sektor yang sangat kompleks karena pariwisata bersifat multidimensi, baik fisik, social budaya, ekonomi dan politik. Selain itu kegiatan pariwisata sebagai kegiatan mata rantai yang akan melibatkan berbagai sektor dan lembaga yang terkait. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu Negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja dan sebagainya.

Di Indonesia, pariwisata merupakan penghasil devisa negara nomor tiga setelah minyak dan tekstil sebelum terjadinya ledakan bom Legian, Kuta, Bali. Hal ini membuktikan bahwa bahwa industri jasa bidang pariwisata memiliki potensi cukup besar untuk menjadi tulang punggung perekonomian di masa mendatang. Upaya pemerintah menjangkau wisatawan baik asing maupun domestik dilakukan dengan berbagai konsep yang disebut dengan trilogy menciptakan pariwisata yang meliputi produk, pemasaran dan kelembagaan.

Salah satu obyek wisata penting di Jawa Tengah adalah Kabupaten Jepara secara administratif terletak di Propinsi Jawa Tengah. Kabupaten Jepara terletak 5°43'20,67"-6°47'25,83" Lintang Selatan dan 110°9'48,02" - 110°58'37,40" Bujur Timur. Sebagai sebuah daerah agraris yang secara geografis terletak di pesisir pantai utara (Pantura) Pulau Jawa, tentu kabupaten ini mempunyai pelbagai potensi yang layak untuk

dikembangkan. Dengan semboyan *Trus Karya Tataning Bumi*. Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Jepara berusaha mengembangkan potensi yang dimiliki daerah. Beberapa potensi di beberapa sektor, seperti sektor industri, pertanian, serta pariwisata, mendapatkan prioritas utama untuk dikembangkan.

Kabupaten Jepara mempunyai potensi yang sampai saat ini belum dioptimalkan, yaitu potensi pariwisata. Kabupaten Jepara merupakan salah satu daerah yang mempunyai beberapa obyek wisata dan menjadi salah satu destinasi wisata di Prop. Jawa Tengah. Keberadaan Jepara yang bersinggungan dengan Laut Jawa menjadikan kabupaten ini mempunyai pesona alam pantai yang indah. Hal ini ditunjang dengan hamparan pasir putih yang tersebar luas serta gugusan pulau yang tak kalah indahnya. Lagipula letak Jepara yang mudah dijangkau dengan berbagai jenis kendaraan menjadikan obyek wisata di daerah ini mudah untuk diakses (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jepara.2009).

Daerah otonom (Kab./Kota) dapat melakukan promosi dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerahnya. Untuk melakukan promosi tersebut, diperlukan adanya pemahaman tentang pasar yang nantinya akan dijadikan acuan dalam penyusunan strategi dan program promosi. Adapun upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jepara sejauh ini adalah penataan tata ruang untuk mengefektifkan pengembangan maupun pengelolaan kawasan wisata di Kabupaten Jepara.

Dalam upaya untuk mengembangkan sektor pariwisata, maka pihak pemerintah daerah memberikan peluang kepada pihak swasta untuk turut serta mengembangkan sektor pariwisata dengan bentuk kemitraan untuk melayani kebutuhan wisatawan asing maupun domestik seperti jasa transportasi pariwisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultasi pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, spa dan lainnya.

Dengan adanya upaya penataan tata ruang di sektor kepariwisataan, diharapkan kebijakan publik beserta konsep pengembangannya dapat direncanakan secara menyeluruh dan tepat sasaran. Sesuai dengan visi, misi, dan motto “Intanpari” (Industri, Pertanian dan Pariwisata) yang telah dicanangkan oleh Pemerintah Kabupaten Jepara.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif/studi kasus/*case study* sebagai metodenya. Penggunaan penelitian kualitatif lebih disebabkan keberadaan teori

yang telah dipaparkan pada landasan teori tidak secara tegas mengikat dalam proses penelitian, konsep-konsep yang ada pada teori tersebut bersifat fleksibel hanya bersifat mengarahkan (Sarantakos, Sotirios 1993). Secara definitif, studi kasus adalah pendekatan penelitian terhadap satu kasus yang dilakukan secara intensif dan mendalam (Narbuko, Cholid 2003). Selain itu studi kasus mempunyai kelebihan pada pendekatan yang dilakukan terhadap sebuah kasus/fenomena. Pendekatannya pada sebuah kasus lebih menyeluruh dan mendalam. Selain itu, studi kasus digunakan untuk menjawab pertanyaan *why* (mengapa) dan *how* (bagaimana) dalam sebuah perangkat peristiwa yang diteliti (Yin, Robert K 2006). Maka rumusan pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan “bagaimana”. Dengan pelbagai alasan tersebut, peneliti berkeyakinan bahwa studi kasus menjadi salah satu metode yang tepat di dalam penelitian ini.

Penelitian ini menguraikan tentang strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Jepara. Kabupaten Jepara selama ini memiliki berbagai macam bentuk pariwisata meliputi wisata alam, wisata budaya, wisata religi, wisata sejarah, wisata kuliner dan sebagainya. Banyaknya obyek wisata yang dapat dikunjungi ini memerlukan strategi pemasaran dari semua pihak yaitu pemerintah, swasta dan andil dari masyarakat sekitar.

Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini terbagi dalam dua jenis, yaitu sumber data primer dan sekunder. Yang dimaksud dengan sumber data primer adalah data-data yang sifatnya utama. Sedangkan data sekunder adalah data yang sifatnya pendamping/pendukung, dan diperoleh dari pelbagai literatur buku, artikel koran/kliping koran, tinjauan pustaka, serta referensi dari internet.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Jepara, Kabid Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Jepara pelaku bisnis pariwisata termasuk pemilik perhotelan restoran serta masyarakat sekitar objek pariwisata.

Data sekunder didapatkan dari Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Jepara seperti data kunjungan wisatawan, data *stakeholder* pariwisata termasuk biro perjalanan, hotel dan rumah makan, serta dari web yang dimiliki Dinas Pariwisata Kabupaten Jepara.

## **Hasil Penelitian**

### **A. Strategi pemasaran**

Strategi pemasaran pada upaya pemerintah Kabupaten Jepara melalui Penataan ulang obyek-obyek wisata. Penyediaan fasilitas pendukung serta infrastruktur lainnya, seperti pelebaran jalan, aksesabilitas moda transportasi ke tempat wisata. Memperluas

area pemasaran, seperti memasang spanduk/baliho berisikan tentang informasi obyek wisata. Mendirikan Center of Tourism yang memberikan informasi tentang kepariwisataan. Restrukturisasi manajemen kepariwisataan. Penyediaan SDM di bidang kepariwisataan.

Capaian yang didapatkan meliputi peningkatan kunjungan wisata dari tahun ke tahun, kontribusi sektor pariwisata pada PAD ditemukan bahwa pariwisata pada tahun 2012 memberikan sumbangan pendapatan asli daerah (PAD) ke Kabupaten Jepara terbesar kedua setelah sektor industri perdagangan. Besarnya sumbangan sektor pariwisata ke PAD maka Pemkab Jepara harus memiliki regulasi yang jelas berkaitan dengan perkembangan sektor pariwisata di Jepara

Tantangan pengembangan Pariwisata di jepara yang dihadapi disamping letak geografis juga finansial yang kurang mendukung, tidak kalah pentingnya adalah kesiapan sumber daya manusia. Dimana SDM adalah salah satu faktor penentu juga dalam keberhasilan menjawab tantangan pengembangan pariwisata di Jepara. Terkait hal ini pemerintah kabupaten juga harus menyiapkan sumber daya manusia yang mumpuni baik dalam upaya menjawab tantangan pengembangan pariwisata maupun dalam menggaet investor. Sebagaimana dahulu telah dilaksanakan dalam pengembangan pantai kartini dengan Kura-Kura Ocean park dengan segenap fasilitasnya. Namun sangat disayangkan di tengah jalan harus terhenti dan akhirnya diteruskan secara bertahap oleh pemerintah Kabupaten Jepara. Kedepan sangatlah diperlukan terobosan-terobosan inovatif untuk menjawab tantangan pengembangan pariwisata jepara. Dengan adanya sumber daya manusia yang mumpuni diharapkan muncul interpreneur-interpreneur baru yang kedepan dapat menangkap peluang kerjasama dan harapan pengembangan pariwisata untuk menjawab peluang dan tantangan pengembangan pariwisata di jepara.. Apalagi di jepara juga banyak sekali sentra-sentra kerajinan yang diharapkan pula mampu menambah daya tarik untuk berkunjung di Jepara. Bagaimanapun kerajinan, kesenian dan budaya tidak dapat dipisahkan dari dunia pariwisata. Dengan demikian Jepara tidak hanya identik dengan ukiran saja yang mendunia api juga dunia pariwisata yang didukung berbagai aspeknya.

Hambatan yang lain terletak pada sarana dan prasarana pendukung yang masih kurang. Sarana dan prasarana pendukung ini berupa kemudahan-kemudahan untuk mengunjungi tempat wisata dengan mudah. Sarana jalan terutama yang selama ini jalan yang masih sempit serta petunjuk jalan harus diperjelas.

Hambatan juga ditemukan pada sarana promosi, dimana selama ini promosi hanya berupa website serta pengalaman pengunjung yang ditularkan kepada temannya. Pemerintah belum melakukan event khusus untuk mempromosikan pariwisata di Kabupaten Jepara ini.

Keberadaan para investor meubel asing di Jepara pada umumnya adalah pintu masuk dan sarana promosi untuk menjawab tantangan pengembangan pariwisata di Jepara. Melalui merekalah sebenarnya dunia pariwisata dan segenap potensi investasi dunia pariwisata di Jepara dari waktu ke waktu dapat di sebarluaskan. Dengan catatan obyek-obyek wisata yang ada juga harus berbenah dan ditata sedemikian rupa, sehingga terlihat nyaman dan asri bagi para pengunjung domestik maupun turis asing. Dalam hal ini sebenarnya tidak ada kata terlambat untuk memulai dan membenahi sesuatu menuju kemajuan dan kebaikan. Tantangan pengembangan pariwisata di jepara dengan segenap potensi yang ada ini sudah seharusnya ditangkap sebagai peluang bisnis sekaligus pendongkrak pendapatan daerah kabupaten Jepara. Di sisi lain bagi investor merupakan wahana yang tepat bagi pengembangan investasinya. Kuncinya hanya satu, semua pihak terkait mulai dari pemerintah kabupaten, dinas terkait dan seluruh masyarakat maupun investor harus bekerja keras dan saling bersinergi, berkolaborasi dan berpartisipasi mewujudkan pariwisata Jepara yang mendunia sebagaimana keberadaan meubel ukir. Termasuk didalamnya menjaga persatuan, kesatuan dan kondusifitas daerah.

Jaminan kondusifitas daerah serta keamanan tentunya sangat utama dalam berinvestasi. Iklim kesejukan yang telah berlangsung di jepara Bumi Kartini, harapannya dapat membangkitkan gairah para Investor dan pengembang dunia pariwisata untuk menanamkan usahanya dibidang pariwisata. Dilain pihak pemerintah kabupaten dengan dana APBD yang ada juga harus terus menerus mengembangkan semaksimal mungkin sarana dan prasarana pariwisata maupun transportasi yang ada, guna mendukung peningkatan dan pengembangan dunia pariwisata di daerah Jepara. Sebagaimana yang telah dibangunnya Kura-Kura raksasa dipantai Kartini, mempercantik lokasi benteng VOC di Kompleks Taman makam pahlawan, pengadaan kapal cepat maupun pesawat ke Pulau Karimunjawa serta pembangunan sarana wisata lain-lainnya. dengan demikian harapannya tantangan pengembangan pariwisata di Jepara kedepan ditangkap sebagai peluang baik oleh masyarakat,pemerintah maupun investor. Dimana pada dasarnya keberhasilan menjawab tantangan pengembangan pariwisata di jepara tidak hanya untuk peningkatan pendapatan Asli daerah saja, akan tetapi juga meningkatkan kesejahteraan

segenap pelaku dunia usaha pariwisata maupun masyarakat Jepara Bumi Kartini pada umumnya.

Berkaitan dengan pengembangan sarana dan prasarana pemerintah merencanakan bahwa setiap tahunnya akan dibangun satu wahana baru, dan yang telah dicapai adalah pengadaan taman baca, gazebo, tulisan besar Pantai Kartini, kolam kecek, dan patung kepala R.A Kartini.

Berdasarkan analisis data di atas maka analisis SWOT dalam penelitian ini ditemukan sebagai berikut:

1. Kekuatan ( *Strengths* )
  - a. Memiliki sumber daya manusia yang menunjang
  - b. Memiliki keindahan alami
  - c. Memiliki kawasan yang strategis, sebagai jalur transportasi laut menuju wisata Taman Laut Nasional Karimunjawa dan Pulau Panjang
2. Kelemahan ( *Weaknesses* )
  - a. Kurangnya kerjasama antara pengelola, pemerintah daerah maupun dengan masyarakat
  - b. Tidak adanya investor yang bekerjasama
3. Peluang ( *Opportunities* )
  - a. Sumber pendapatan dan usaha masyarakat sekitar
  - b. Memiliki sarana transportasi yang menunjang
4. Ancaman ( *Threads* )
  - a. Aktifitas masyarakat dan wisatawan yang dapat merusak kawasan wisata Pantai Kartini
  - b. Terjadinya kompetisi tempat wisata di Kabupaten Jepara

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan sektor pariwisata ini meliputi banyaknya keunggulan dalam bidang pariwisata yaitu banyaknya lokasi wisata yang dapat dikunjungi, biaya yang relatif lebih murah, kerjasama pemerintah dengan pihak swasta dan melakukan festival tahunan untuk menarik wisatawan.
2. Hambatan dan solusi yang ditemukan untuk meningkatkan sektor pariwisata di Kabupaten Jepara adalah berkaitan dengan sumber daya manusia, sarana dan

prasarana dan kurangnya promosi untuk memperkenalkan pariwisata di Kabupaten Jepara. Solusi yang diberikan adalah berkaitan dengan sumber daya manusia dilakukan peningkatan kemampuan sumber daya manusia di sektor pariwisata, peningkatan sarana dan prasarana termasuk menambah fasilitas di lokasi obyek wisata serta melakukan promosi dengan diadakannya festival tahunan.

3. Peran yang sudah dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Budaya untuk meningkatkan pariwisata di Kabupaten Jepara terangkum dalam rencana strategi atau RENSTRA yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara yang berhasil direalisasikan yaitu strategi pengembangan obyek dan daya tarik dan strategi pengembangan sarana dan prasarana pendukung.

### **Saran**

1. Hasil penelitian ditemukan bahwa obyek pariwisata yang ada di Kabupaten Jepara tergolong banyak, namun hanya sebagian kecil yang sudah terkenal dan menjadi favorit, oleh karena itu Pemerintah Kabupaten Jepara melalui Dinas Pariwisata dan Budaya diharapkan dapat lebih mempromosikan obyek wisata di Kabupaten Jepara dengan membuat paket wisata yang dapat mencakup banyak obyek untuk memperkenalkan obyek-obyek tersebut kepada wisatawan.
2. Pemerintah Kabupaten Jepara diharapkan menindaklanjuti tahun kunjungan wisata di Kabupaten Jepara yang dicanangkan pada tahun 2011 dengan membuat promosi lebih gencar dengan bekerja sama dengan berbagai pihak terutama investor swasta dan para seniman daerah untuk memperkenalkan obyek wisata di Jepara lebih luas.

### **Daftar Acuan**

- Gromang, Frans. 2003. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Perca.
- Harikaryono, A. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia.
- J Moelong, Lexi. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kartajaya, Hermawan Y. 2005. *Attracting Tourist Traders Investors; Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasiyanto, M.J.1994.*Masalah dan Strategi Pembangunan Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.



- Narbuko, Cholid. 2003. *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Semarang
- Oka A, Yoeti. 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Sarantakos, Sotirios. 1993. *Social Research*, Mac Milan Education Australia Pty Ltd, South Moulbourne
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wiwoho, B, Ratna Pudjowati, Yulia Himawati. 1990. *Pariwisata Citra dan Manfaatnya*. Jakarta: Bina Rena Pariwisata.
- Yin, Prof. Robert K. 2006. *Studi Kasus: Desain dan Metode*, PT Raja Grafindo Persada, Bandung
- Lekkerkerker, C. 1932. *Javaansche geographies namen as Spiegel va de omgeving en de denkwijze van het volk*, I. de indische Gids.