

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN PATI

Heri, Larasati, Lituhayu

Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang,
Jl. Prof. Sudharto, SH, Tembalang Semarang Selatan/Tembalang

Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pati

Penelitian ini bertujuan untuk mencari alternatif strategi bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pati. Proses penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi dan menganalisis nilai-nilai strategis, lingkungan internal dan eksternal serta faktor-faktor pendukung dan penghambat. Proses selanjutnya yaitu menetapkan isu-isu strategis menggunakan teknik analisis SWOT dan merumuskan strategi pengembangan.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Peneliti akan menggambarkan tentang keadaan di lapangan dan mengajukan sebuah strategi pengembangan sebagai bahan rekomendasi bagi Pemerintah Daerah. Teknik yang diambil dalam penelitian ini adalah metodologi purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara mengambil beberapa obyek wisata, kemudian memasukkan unsur-unsur tertentu sehingga dapat memperoleh informasi yang benar dan mendalam. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Penentuan informan juga diperoleh dengan teknik purposive sampling, seperti wawancara kepada Kepala bidang pariwisata Disbudparpora, staf pengembangan dan staf promosi pariwisata, kemudian stakeholder dan pengunjung obyek wisata.

Strategi pengembangan wisata yang diperoleh dari hasil analisis SWOT yang terbagi dalam 3 tahapan yaitu rencana jangka pendek, menengah dan panjang. Pada rencana jangka pendek diperoleh beberapa strategi pengembangan yaitu: peningkatan kualitas SDM, peningkatan kerjasama dengan investor, pembenahan obyek wisata, peningkatan dan memperbanyak event-event wisata, merintis paguyuban kelompok sadar wisata dan menjalin kerjasama dengan pengusaha kuliner. Pada rencana jangka menengah yaitu: peningkatan fasilitas sarana dan prasarana obyek wisata, peningkatan SDM kepariwisataan, promosi dan pemasaran pariwisata melalui pengembangan jaringan. Pada rencana jangka panjang yaitu: peningkatan kelompok berdasarkan cakupan kewilayahan dan peningkatan kelompok pengembangan pariwisata berdasarkan jenis wisata.

Kata kunci: strategi, identifikasi lingkungan, pariwisata.

Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan perekonomian daerah, perubahan paradigma pembangunan dari era sentralisasi menuju desentralisasi yang tertuang dalam konsep otonomi daerah dengan landasan hukumnya pada UU No. 32 Tahun 2004, memberi konsekuensi pada daerah untuk dapat menggali dan memberdayakan seluruh potensi yang dimiliki sebagai penerimaan daerah yang dapat digunakan sebagai modal pembangunan tanpa harus bergantung pada pemerintah pusat. Dengan pemberian kewenangan yang luas kepada Kabupaten/Kota, maka Kabupaten/Kota dituntut harus benar-benar berpikiran jauh kedepan untuk dapat mengembangkan semua potensi sumber daya alam yang pada gilirannya akan bermuara kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kondisi obyek wisata di Kabupaten Pati baik obyek wisata alam, obyek wisata religi maupun obyek wisata minat khusus pada umumnya masih perlu perbaikan dan pengembangan lebih. Selain itu, kondisi obyek wisata di Kabupaten Pati juga kurang memadai yaitu kurang tersedianya fasilitas obyek wisata, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Hal tersebut terjadi karena kurangnya perawatan fasilitas obyek wisata khususnya pada wisata alam yang dilakukan oleh pemerintah, sehingga obyek-obyek wisata di Kabupaten Pati banyak yang tidak terawat dan menjadi terbengkalai.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa sumber daya manusia pendukung pada DISBUDPARPORA Kabupaten Pati tahun 2011 masih kurang potensial, karena jika dilihat dari tingkat pendidikan masih banyak tingkat SMA, SMP dan SD yang mencapai 13 orang. Jika ditinjau dari tingkat DIII, S1 dan S2 yang berjumlah 29 orang, namun dari tingkat lulusan tersebut pada DISBUDPARPORA khususnya bagian Pariwisata sebagian besar bukan merupakan lulusan bidang pariwisata. Jumlah pegawai yang bekerja pada bidang pariwisata adalah 14 orang, namun hanya 4 pegawai yang merupakan lulusan bidang pariwisata. Kondisi demikian merupakan suatu keadaan yang kurang memadai dalam pelaksanaan tugas kedinasan apabila ditinjau dari segi kualitas dan profesionalitas pegawai. Hal tersebut menjadi salah satu permasalahan dalam pengembangan sektor pariwisata karena sumber daya manusia yang bekerja tidak sesuai dengan bidangnya, sehingga mereka kurang mampu mengembangkan isu-isu strategis dan menangkap peluang-peluang dalam sektor pariwisata.

Kabupaten Pati memiliki potensi wisata yang cukup besar jika dilihat dari potensi yang ada. Cukup melimpahnya obyek wisata yang termasuk kategori wisata alam, wisata religi

maupun wisata minat khusus. Pada obyek wisata religi/ziarah sangat potensial untuk dikembangkan mengingat sedikitnya obyek wisata dengan kategori wisata religi dimana setiap tahun dan pada momen-momen tertentu dapat dipastikan adanya limpahan jumlah pengunjung terutama pada Makam Syeh Jangkung dan Makam Mutamakin. Disamping itu, terdapat 2 wisata alam yang cukup potensial untuk dikembangkan yaitu pada obyek wisata Gunung Rowo Indah dan obyek wisata Gua pancur.

Potensi pariwisata di Kabupaten Pati tergolong lengkap. Dari wisata alam, wisata religi, wisata budaya, dan lain-lain. Untuk wisata alam antara lain obyek wisata OW Gunung Rowo Indah, OW Air Terjun Grinjingan Sewu, OW Air Terjun tadah hujan, OW kebun kopi jolong, OW Bahari Banyutowo, OW Bahari Sambiroto, OW Sendang Tirta Marta Sani, OW Bahari Pelabuhan Juwana, OW Gua Pancur, OW Gua Wareh, OW Gua Larangan dan OW Waduk Seloromo Gembong. Wisata religi antara lain OW Makan Syeh Jangkung, OW Makam Sunan Prawoto, OW Makam Mutamakin, OW Makam Tabek Merto, OW Makam Hendro Kusumo, OW Nyai Ageng Ngerang, OW Ronggo Kusumo. Obyek wisata minat khusus antara lain: PT. Dua Kelinci, Sampurna kuningan, Krisna kuningan, batik bakaran, Simpang lima, Hutan Kota dan Ow. Budaya pintu gerbang majapahit.

Melihat banyaknya potensi wisata yang terdapat dikabupaten Pati, namun pemerintah belum bisa mengembangkan potensi-potensi pariwisata ini. Potensi wisata ini banyak yang terbengkalai sehingga jumlah pengunjung semakin lama mengalami penurunan. Hal tersebut terjadi karena keadaan sumber daya manusia yang masih rendah dalam hal menangkap peluang sektor pariwisata. Sehingga sektor pariwisata belum mampu diandalkan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Berikut adalah beberapa obyek wisata yang cukup potensial untuk dikembangkan di Kabupaten Pati dan menjadi bahan observasi peneliti: OW Makam Syeh Jangkung, OW makam Syeh Mutamakin, OW Kebun Kopi Jollong, OW Gunung Rowo dan OW Gowa Pancur

Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa kedatangan wisatawan tahun 2007 – 2010 mengalami penurunan. Pada tahun 2008 dibanding tahun sebelumnya mengalami penurunan jumlah pengunjung yaitu sebesar 17.792 pengunjung. Pada tahun 2009 terjadi peningkatan sebesar 64.646 pengunjung. Sedangkan pada tahun 2010 jumlah pengunjung mengalami penurunan yang cukup besar yaitu sebesar 132.788 pengunjung.

Kondisi ini diantaranya disebabkan oleh promosi pariwisata yang masih kurang oleh pemerintah Kabupaten Pati, sehingga masih banyak masyarakat Kabupaten Pati belum mengetahui potensi-potensi pariwisata yang terdapat di Kabupaten Pati sendiri.

Promosi pariwisata di Kabupaten Pati masih tergolong kurang efektif yang terlihat dari belum adanya peningkatan arus kunjungan wisatawan di Kabupaten Pati yang signifikan. Sistem promosi yang dijalankan pada kepariwisataan Kabupaten Pati ini sekarang hanya terbatas pada sistem promosi dengan menggunakan pamflet dan buket pada acara festival baik pada tingkat regional, provinsi maupun nasional.

Selain pengadaan Pamflet dan Buket dalam promosi di Kabupaten Pati. Media telekomunikasi seperti pemanfaatan website juga telah dilakukan. Media promosi yang telah dilakukan oleh Disbudparpora bidang Pariwisata melalui situs internet saat ini dapat dilihat pada <http://disbudparpora.patikab.go.id/>.

Informasi yang diberikan melalui situs internet tersebut saat ini masih banyak keterbatasan informasi yang diberikan untuk mempromosikan dan mengenalkan pariwisata Kabupaten Pati kepada masyarakat luas. Banyak potensi-potensi pariwisata di Kabupaten Pati seperti yang termuat pada <http://disbudparpora.patikab.go.id/pariwisata/tempat-wisata.html> ternyata belum semua potensi yang terdapat di Kabupaten Pati dimasukkan kedalam promosi menggunakan *website* tersebut. Selain Informasi-informasi yang diberikan tersebut belum memasukkan semua potensi-potensi pariwisata di Kabupaten Pati, kurangnya inovasi penggunaan teknologi informasi seperti belum menggunakan video untuk mengenalkan pariwisata Kabupaten Pati juga masih merupakan bentuk kurangnya inovasi pariwisata yang telah dilakukan.

Secara Kewilayahan, potensi kepariwisataan Kabupaten Pati terbagi menjadi 4 kelompok, yang masing-masing kelompok mempunyai karakteristik tersendiri. Pembagian secara kelompok ini berdasarkan kedekatan antar obyek wisata. Sehingga dapat memberikan kemudahan dalam hal membagi dan mengelola paket-paket wisata, dan secara tidak langsung penentuan daerah wisata sendiri dapat memberikan nilai tambah bagi image tiap obyek wisata.

Jika ditinjau lebih jauh, pelaksanaan program yang ada dalam RIPP Kabupaten Pati yang telah dilaksanakan 3 tahun periode ini masih jauh dari maksimal. Banyak program pariwisata yang belum terealisasi dengan baik. Hal tersebut terlihat dari jumlah pengunjung obyek wisata yang tergolong masih rendah dan belum mengalami peningkatan yang signifikan. Indikator lain

yang menunjukkan bahwa program tersebut belum teralisasi dengan baik adalah masih terbatasnya sarana maupun prasarana obyek wisata di Kabupaten Pati.

Adanya beberapa kelemahan tersebut menjadi sebab munculnya permasalahan pokok dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Pati yaitu upaya pengembangan berbagai potensi pariwisata yang ada dengan beragam masalah yang berbeda satu sama lain belum sesuai dengan tujuan.

Hal ini seharusnya sudah menjadi perhatian utama bagi pemerintah Kabupaten Pati melalui DISBUDPARPORA bidang Pariwisata. Untuk itu, maka berbagai perubahan yang terjadi harus disikapi dan diantisipasi secara dini oleh pemerintah daerah dengan menerapkan strategi yang efektif guna memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki dan mempertimbangkan pengaruh eksternalnya. Atas dasar inilah perlu adanya kajian mengenai strategi yang tepat untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Pati.

Dengan demikian, untuk mencari alternatif strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pati, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN PATI.”

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Mengidentifikasi nilai-nilai strategis kepariwisataan Kabupaten Pati.
2. Mengidentifikasi lingkungan eksternal dan internal yang mempengaruhi pemerintah Kabupaten Pati dalam upaya pengembangan sektor pariwisata Kabupaten Pati
3. Mengidentifikasi isu-isu strategis untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Pati
4. Merumuskan strategi pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Pati.

Kerangka Teori

Dalam merumuskan strategi yang tepat bagi pengembangan pariwisata Kabupaten Pati, maka identifikasi ini meliputi analisis terhadap nilai-nilai strategis yang dimiliki oleh daerah, analisis terhadap faktor-faktor internal maupun eksternal. Faktor tersebut harus diidentifikasi dan diperhitungkan dengan melakukan analisis yang bersifat strategis yang kemudian menghasilkan

isu-isu strategis. Kemudian dari isu-isu inilah akan dilihat faktor-faktor kunci atau bidang-bidang strategis yang pada akhirnya akan dapat ditentukan suatu alternatif pilihan strategi yang diyakini merupakan keputusan yang tepat, maka upaya untuk memilih dan menentukan strategi yang efektif dan efisien membuahkan hasil yang diharapkan.

1. Definisi pariwisata

Suwantoro (2004:3) mendefinisikan istilah pariwisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya.

Potensi wisata adalah semua obyek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan (Janianton Damanik dan Helmut F. Weber, 2006 : 11)

2. Pengaruh positif kegiatan pariwisata

Secara mikro, aspek ekonomi dalam kepariwisataan dapat djelaskan bahwa dengan adanya perkembangan pariwisata akan memberi dampak positif bagi: pendapatan masyarakat sekitar daerah tujuan obyek wisata karena dengan meningkatnya arus wisatawan, masyarakat disekitar obyek wisata dapat memanfaatkan untuk membuka usaha yang kira-kira dibutuhkan oleh wisatawan. Dampak positif itu dirasakan, antara lain oleh pengusaha akomodasi, rumah makan, sampai dengan jasa-jasa lain seperti penyewaan peralatan untuk olah raga air, mobil, mesase, dan souvenir; pendapatan daerah setempat, dengan adanya perolehan masukan kas

daerah dari pungutan pajak dan retribusi; meningkatnya permintaan hasil daerah setempat dan meningkatnya permintaan barang-barang kerajinan, souvenir, handicraft, serta barang-barang yang khas dari suatu daerah.. (A. Hari karyono, 1997:10).

3. Pengaruh Lingkungan Eksternal Kepariwisata

Kebijakan publik akan ditentukan oleh lingkungan politik. Kinerja kebijakan akan dipengaruhi oleh konteks politik tempat dimana kebijakan tersebut diimplementasikan. Lingkungan kebijakan seperti adanya gejolak politik akan mempengaruhi dan memaksa pelaku atau aktor kebijakan publik meresponnya yakni memasukkannya kedalam agenda pemerintah dan selanjutnya melakukan kebijakan pulik untuk memecahkan masalah-masalah yang bersangkutan (Subarsono, 2005:14).

Selain faktor politik, faktor eksternal lain yang berpengaruh terhadap faktor ekonomi. Faktor biaya yang dikeluarkan wisatawan untuk berwisata disuatu obyek wisata merupakan suatu faktor pertimbangan bagi wisatawan.

Dalam usaha pembangunan daerah menjadi daerah tujuan pariwisata perlu diperlukan daya tarik dari obyek wisata. Dalam usahanya tesebut diperlukan suatu pemasaran untuk mempromosikan dan mengenalkan potensi wisata yang dimilikinya. Pemanfaatan teknologi informasi akan sangat membantu dalam mengenalkan potensi wisata kepada masyarakat luas dan mampu menarik investor untuk berinvestasi disuatu daerah wisata tersebut.

Faktor ekstenal lain yang sangat berperan dalam perkembangan wisata disuatu daerah adalah peran serta masyarakat disuatu daerah terhadap sektor wisata. Masyarakat didaerah wisata tersebut pemegang kunci berkembang atau tidaknya usaha pengembangan wisata disuatu daerah yang dilakukan oleh pemerintah atau pihak swasta.

4. Pengaruh Lingkungan Internal Kepariwisata

Fokus dalam studi kelayakan dalam potensi dan atraksi wisata adalah perlu diperhatikan sumber daya alam, seperti air, hutan, lahan terbuka, flora dan fauna yang beranekaragam dan gabungan semuanya. Untuk memudahkan analisis sebaiknya lebih dulu diidentifikasi potensi dan fakta atraksi itu secara spesifik. Misalnya jenis-jenis dan waktu penampakannya, penjang dan lebar sungai beserta potensinya, dan sebagainya. Potensi dan fakta atraksi alam ini harus diidentifikasi secara jelas dan spesifik karena akan menjadi salah satu kriteria dalam menentukan kelayakan proyek wisata (Janianton Damanik dan Helmut F. Weber, 2006 : 57)

Selain potensi wisata sebagai lingkungan internal yang berpengaruh terhadap sektor pariwisata, faktor SDM juga sangat berpengaruh terhadap usaha perkembangan sektor wisata. Faktor SDM ini memegang peranan penting yang menentukan berkembang atau tidaknya usaha perkembangan pariwisata disuatu daerah.

Faktor lain yang sangat berperan adalah promosi atau pemasaran yang telah dilakukan. Pemasaran ini sangat penting untuk dilakukan sebagai usaha mengenalkan produk wisata yang dimiliki suatu daerah kepada masyarakat luas. Perlunya pemasaran dengan memaksimalkan inovasi-inovasi promosi dimaksudkan supaya mampu member daya tarik terhadap produk wisata yang dipromosikan kepada masyarakat luas tersebut.

5. Strategi dalam manajemen

Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (*goal*) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya (Coulter, 2002: 7 dalam Kuncoro,2005: 12). Dengan demikian beberapa ciri strategi yang utama adalah: (1) *goal-directed actions*, yaitu aktivitas yang menunjukkan apa yang diinginkan dan bagaimana mengimplementasikanya; (2)

mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta memperhatikan peluang dan tantangan.

6. *Proses Manajemen Strategis*

Manajemen strategi sebagai suatu proses meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Tahapan utama proses manajemen strategi, dan evaluasi kinerja menurut Pearce & Robbins, (2003:11-16) dalam Kuncoro (2005: 13). Memperlihatkan tahapan proses manajemen strategi, yaitu:

- Analisis lingkungan, meliputi deteksi dan evaluasi konteks organisasi, lingkungan eksternal dan internal organisasi
- Formulasi strategi, mencakup desain dan pilihan strategi yang sesuai.
- Implementasi strategi, adalah proses bagaimana melaksanakan strategi yang telah diformulasikan dengan tindakan nyata.
- Evaluasi strategi, adalah proses mengevaluasi bagaimana strategi diimplementasikan dan sejauh mana mempengaruhi kinerja.

7. *Perumusan strategi*

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi. Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan. (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003: 12)

8. *Implementasi strategi*

Implementasi strategi (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003:17) adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijaksanaan dalam tindakan melalui

pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses tersebut meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau system manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Sebagai perencanaan operasional, implementasi strategi sering melibatkan keputusan sehari-hari dalam alokasi sumber daya.

9. Evaluasi dan pengendalian

Evaluasi dan pengendalian (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003:19) adalah proses yang melaluinya aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil kerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Walaupun evaluasi dan pengendalian merupakan elemen akhir yang utama dari manajemen strategis, elemen itu juga dapat menunjukkan secara tepat kelemahan-kelemahan dalam implementasi strategi sebelumnya dan mendorong proses keseluruhannya untuk dimulai kembali.

10. Perumusan Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap.

Langkah pokok dalam strategi pengembangan kepariwisataan (Suwantoro, 2004 : 55)

Dalam jangka pendek dititikberatkan pada optimasi, terutama untuk: Memertajam dan memantapkan citra kepariwisataan, Meningkatkan mutu tenaga kerja, Meningkatkan mutu pengelolaan, Memanfaatkan produk yang ada, Memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada

Dalam jangka menengah dititik-beratkan pada konsolidasi, terutama dalam: Mementapkan cara kepariwisataan Indonesia, Mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan, Mengembangkan dan diversifikasi produk, Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja

Dalam jangka panjang dititik-beratkan pada pengembangan dan penyebaran dalam: Pengembangan kemampuan pengelolaan, Pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan, Pengembangan pasar pariwisata baru, Pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja.

Metode Penelitian

Penelitian merupakan proses atau langkah-langkah yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk memperoleh jawaban atas pemecahan masalah atau pertanyaan dari fenomena-fenomena yang ada. Dalam sebuah penelitian sangat diperlukan suatu metode agar tujuan yang diinginkan berhasil.

1. Tipe penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tipe deskriptif. Penelitian deskriptif adalah langkah-langkah melakukan re-interpretasi obyek tentang keadaan fenomena sosial yang terdapat pada permasalahan yang diteliti. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu gejala sosial tertentu dengan cara membandingkan gejala yang ditemukan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode manajemen strategik untuk mengungkapkan isu-isu strategi yang tepat bagi pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Pati dengan menggunakan matriks SWOT.

2. Fenomena penelitian

Pada penelitian ini fenomena yang ditemukan adalah eksplorasi terhadap kondisi lingkungan strategis pariwisata Kabupaten Pati, karena dari langkah environmental scanning ini akan ditemukan berbagai faktor yang dapat memenuhi tujuan penelitian yaitu: nilai strategis pariwisata Kabupaten Pati, faktor lingkungan internal dan eksternal pariwisata Kabupaten Pati,

yang akhirnya dapat diformulasikan dalam bentuk isu strategis terpilih dalam rangka perumusan strategi pariwisata Kabupaten Pati.

Tabel fenomena Penelitian

No.	Fenomena	Asumsi
1.	Nilai – nilai Strategis Sektor pariwisata Kabupaten Pati	<ul style="list-style-type: none"> • Potensi wisata unggulan • Arus kunjungan wisatawan
2.	Forces/Trend (gejala yang berkembang pada pariwisata di Kabupaten Pati)	<ul style="list-style-type: none"> • Aspek ekonomi • Aspek sosial budaya • Aspek teknologi informasi
3.	Key Resources Controller (kunci pengontrol kepariwisataan Kabupaten Pati)	<ul style="list-style-type: none"> • Perhatian pemerintah daerah dalam bidang pariwisata
4.	Competitor / Collaboration (keterkaitan terhadap pihak-pihak lain dalam sektor pariwisata Kabupaten Pati)	<ul style="list-style-type: none"> • Kerjasamadengan stakeholders bidangpariwisata • Peranserta masyarakat dalam bidang pariwisata
5.	Resources (sumber pengembangan sektor pariwisata)	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas sumber daya manusia • Sarana dan prasarana kerja dikantor dan obyek wisata.
6.	Present Strategy (program-program yang dilaksanakan dalam kepariwisataan Kabupaten Pati)	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian visi, misi dan tujuan organisasi • Promosi dan inovasi kegiatan pariwisata. • Pelaksanaan program pengembangan pariwisata.
7.	Performance (output/hasil pelaksanaan kepariwisataan di KabupatenPati)	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas sektor pariwisata di Kabupaten Pati.

3. Jenis dan sumber data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data sebagai berikut:

- data primer, sumber data langsung dengan menggunakan wawancara secara mendalam kepada narasumber yang dapat dipercaya dalam penelitian.
- Data sekunder, sumber data diperoleh secara tidak langsung dari studi pustaka berupa buku-buku literatur, brosur-brosur dan laporan data statistic dari dinas pariwisata kabupaten Pati, dll.

4. Instrumen penelitian

- Peneliti sebagai instrument penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berkedudukan sebagai perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya. Pengertian instrument atau alat penelitian ini karena peneliti menjadi segalanya dari keseluruhan proses penelitian ini (Moleong, 2002:121)

- Pedoman wawancara

Salah satu teknik pengumpulan data kualitatif adalah wawancara mendalam (Moleong, 2002:135). Instrument yang digunakan disini adalah pedoman wawancara (*Interview Guide*)

- Recorder untuk merekam hasil wawancara

5. Informan Penelitian

Dalam memilih informan penelitian digunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel dalam hal ini informan kunci yang dilakukan secara sengaja untuk memperoleh *key informan* yakni orang-orang yang mengetahui dengan benar tentang masalah yang dikaji. Menurut Zuriah (2006), sampel disini tidak mewakili populasi dengan dikaitkan pada generalisasi, tetapi lebih mewakili informasi untuk memperoleh kedalaman studi pada konteksnya.

6. Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data ini, maka peneliti akan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- Wawancara mendalam
- Observasi
- Dokumentasi

7. Teknik Analisis Data.

Melalui penelitian ini akan diperoleh data kemudian dianalisis berdasarkan kajian teoritis dengan mempertimbangkan pendapat, pemikiran, persepsi dan interpretasi dari pihak-pihak yang berkompeten dengan masalah penelitian, kemudian kajian dilanjutkan dengan melakukan analisis dengan pendekatan manajemen strategis. Analisis data merupakan tindak lanjut setelah melakukan pengumpulan data.

Selanjutnya alat yang dipakai dalam analisis data pada penelitian ini adalah Analisis SWOT. Analisis ini dilandasi oleh keyakinan terhadap asumsi bahwa strategi efektif akan mampu memaksimalkan kekuatan dan mengeksploitasi peluang serta disaat bersamaan mampu memaksimalkan kelemahan dan meminimalisir berbagai ancaman.

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis SWOT, yang meliputi:

1. Strategi SO (*Strngth Opportunity Strategy*), yaitu analisis strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mendapatkan dan memanfaatkan peluang yang ada dilingkungan eksternal dengan sebesar-besarnya.

2. Strategi WO (*Weakness Opportunity Strategy*), yaitu analisis strategi yang diterapkan untuk memperbaiki kelemahan lingkungan internal dengan memanfaatkan peluang yang ada dari lingkungan eksternal.
3. Strategi ST (*Strength Threat Strategy*), yaitu analisis dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari atau mengatasi ancaman yang datang dari lingkungan eksternal.
4. Strategi WT (*Weakness Threat Strategy*), yaitu analisis strategi yang didasarkan pada kegiatan yang berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis Nilai-Nilai Strategis Pariwisata Kabupaten Pati

Karakteristik Kabupaten Pati yang memiliki potensi wisata yang cukup besar dan masing-masing mempunyai karakteristik sendiri-sendiri. Pada wisata religi yaitu obyek wisata makam Syeh Jangkung dan Syeh Mutamakin yang selalu ramai dikunjungi para peziarah dan mampu memberikan banyak peluang kepada masyarakat sekitar obyek wisata tersebut untuk membuka usaha di sekitar obyek wisata tersebut. Kemudian pada wisata alam yaitu pada obyek wisata gunung rawa dan kebun kopi jollong yang mempunyai keindahan alam yang mendukung bagi pariwisata Kabupaten Pati.

Obyek wisata religi di Kabupaten Pati merupakan obyek wisata yang mempunyai jumlah arus kunjungan yang lebih ramai dari pada obyek wisata lain di Kabupaten Pati. Obyek wisata religi tersebut adalah obyek wisata makam Syeh Jangkung dan obyek wisata Syeh Mutamakin. Pada obyek wisata religi/ziarah tersebut sangat potensial untuk dikembangkan karena kondisi masyarakat Kabupaten Pati yang agamis. Hal tersebut terbukti dengan selalu ramainya arus

kunjungan pada obyek wisata Syeh Jangkung dan Syeh Mutamakin ketika terdapat acara Haul pada kedua obyek wisata tersebut. Hal itu mampu memberikan peluang kepada masyarakat untuk membuka usaha untuk kebutuhan wisatawan baik pada Obyek Wisata Syeh Jangkung maupun Syeh Mutamakin.

Potensi wisata adalah semua obyek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan. Potensi wisata alam di Kabupaten Pati pada umumnya masih perlu perbaikan dan pengembangan lebih lanjut karena masih belum optimalnya pengelolaan untuk mengembangkan potensi-potensi obyek wisata di Kabupaten Pati. Sebagai contoh adalah masih minimnya pengelolaan obyek wisata alam yang dilakukan oleh DISBUDPARPORA Bidang Pariwisata karena pengelolaan yang dilakukan hanya pada obyek wisata Gunung Rawa namun masih banyak sarana dan prasarana yang rusak, tidak terawat dan hilang. Banyak fasilitas pariwisata di obyek wisata tersebut seperti rusaknya bangunan untuk wisatawan beristirahat dan hilangnya fasilitas pariwisata seperti bebek air dan perahu air.

2. Analisis Lingkungan Eksternal Pariwisata Kabupaten Pati

2.1. *Forces/Trend (gejala yang berpengaruh pada pariwisata Kabupaten Pati)*

- *Aspek Ekonomi*

Besarnya biaya untuk berwisata di Kabupaten Pati seperti loket masuk yang menurut pengunjung wisata masih murah dan oleh-oleh yang dijual pedagang di sekitar obyek wisata juga tergolong murah ternyata belum mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sektor pariwisata Kabupaten pati. Hal tersebut terjadi karena kurangnya fasilitas penunjang obyek-obyek wisata sehingga kualitas pariwisata di Kabupaten Pati belum mengalami pertumbuhan.

Fasilitas yang tersedia pada suatu obyek wisata merupakan faktor pendukung terhadap daya tarik wisata yang dimiliki dalam peningkatan kualitas pariwisata. Pengelolaan yang baik pada tiap obyek wisata sangat diperlukan untuk mengidentifikasi dan meningkatkan kualitas sarana dan prasarana yang diperlukan pada tiap obyek wisata. Dengan peningkatan kualitas sarana dan prasarana tersebut diharapkan dapat meningkatkan arus kunjungan wisatawan sehingga sektor pariwisata mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat.

- *Aspek sosial budaya*

Aspek sosial budaya ini cukup berpengaruh bagi pariwisata Kabupaten Pati. Aspek sosial budaya yakni terkait dengan tradisi, seni, budaya dan nilai-nilai sosial kemasyarakatan yang berkembang dimasyarakat.

Aspek sosial budaya seperti tradisi seni, budaya dan nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat cukup berpengaruh dalam kegiatan pariwisata di Kabupaten Pati. Dari analisis aspek sosial budaya dapat diketahui bahwa masyarakat Kabupaten Pati memiliki tradisi seni dan kebudayaan yang bagus seperti terdapat beberapa tradisi kebudayaan seperti adat meron, tradisi lomban, haul Syeh Jangkung, dan Haul Syeh Mutamakin yang selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan. Namun dalam keterlibatan sosial masyarakat terhadap industri pariwisata dan pelestarian obyek wisata masih dinilai kurang karena banyak fasilitas obyek wisata seperti pada obyek wisata Gunung Rawa dan Gua Pancur yang rusak akibat pengunjung dan masyarakat sekitar obyek wisata. Hal tersebut terjadi karena kurangnya peran serta masyarakat untuk menjaga kebersihan dan malah mencoret-coret bangunan obyek wisata tersebut.

- *Aspek teknologi informasi*

Pemanfaatan teknologi informasi dalam industri pariwisata di Kabupaten Pati ternyata sangat mendukung dalam pengembangan pariwisata khususnya dalam mempromosikan pariwisata. Temuan teknologi juga dapat mempunyai dampak yang signifikan dapat menciptakan daya tarik produk yang semakin kuat serta dapat menciptakan pangsa pasar yang semakin meningkat. Penyebaran informasi yang semakin cepat dan mudah didapatkan dapat memudahkan dalam kinerja industri pariwisata. Hal tersebut terlihat dari informasi-informasi dan gambaran yang diberikan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk wisata kepada masyarakat luas.

Pemanfaatan teknologi informasi sangat diperlukan untuk mengenalkan dan mempromosikan potensi-potensi wisata kepada masyarakat luas. Selain mengenalkan kepada masyarakat luas, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menarik investor-investor untuk berkontribusi aktif dalam usaha peningkatan pariwisata Kabupaten Pati. Namun penggunaan teknologi informasi tersebut melalui *website* yang telah disediakan pemerintah daerah ternyata belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk mempromosikan potensi pariwisata Kabupaten Pati. Hal tersebut terbukti dengan belum adanya pembaharuan informasi dan kurang adanya gambaran secara riil tentang potensi wisata Kabupaten Pati yang digambarkan. Jadi peningkatan penggunaan teknologi informasi dari segi kualitas maupun kuantitas untuk usaha pengembangan pariwisata di Kabupaten Pati masih perlu ditingkatkan.

2.2. Key Resources Controller (kunci pengontrol pariwisata Kabupaten Pati)

- *Perhatian pemerintah daerah dalam bidang pariwisata*

Kebijakan Pemerintah Kabupaten Pati sangat berpengaruh terhadap perkembangan pariwisata daerah. Kebijakan pemerintah kabupaten adalah faktor yang paling menentukan

perkembangan pariwisata di daerah ini. Kontribusi bidang pariwisata Kabupaten Pati terhadap daerah yang masih relatif kecil jika dibandingkan dengan daerah sekitar seperti Kabupaten Kudus, Kabupaten Jepara, dan Kabupaten Rembang disebabkan karena kurangnya prioritas Pemerintah Kabupaten Pati terhadap bidang pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan bahwa penempatan prioritas pembangunan dari Pemerintah Kabupaten Pati terhadap bidang pariwisata masih relatif kecil dan masih jauh dibawah jika dibandingkan dengan bidang lain seperti pendidikan dan kesehatan. Belum ditematkannya sektor pariwisata sebagai salah satu prioritas pembangunan daerah menjadikan banyak usulan program yang telah direncanakan menjadi sulit terealisasi. Salah satu program tersebut adalah program pengembangan potensi wisata berdasarkan cakupan kawasan wisata. Program tersebut membagi potensi wisata menjadi 4 kawasan wisata yaitu kawasan wisata perkotaan, Gembong, Kayen, dan Kajen. Namun dalam pelaksanaannya banyak progam yang termuat didalamnya sampai saat ini belum terealisasi seperti pengembangan wisata pendidikan, hiburan, petualangan, taman bermain, rest area, olah raga, kuliner ; penambahan street furniture, fasilitas rest area, pusat jajan, oleh-oleh dan tempat rekreasi; pengembangan kawasan agrowisata; pengembangan kawasan wisata konvensi; pengelolaan secara terstruktur, baik dan berbasis kinerja.

2.3. Competitor/Collaboration (keterkaitan terhadap pihak-pihak lain dalam bidang Pariwisata Kabupaten Pati)

- *kerjasama dengan Stakeholders bidang pariwisata*

Dalam usaha peningkatan kualitas pariwisata di Kabupaten Pati diperlukan kerjasama yang baik dengan para stakeholder bidang pariwisata seperti dengan biro perjalanan, perhotelan, dan juga dengan pihak ketiga yang lain. Kerjasama ini sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas pariwisata di Kabupaten Pati karena dalam usaha pengembangan pariwisata diperlukan

kerjasama dengan berbagai pihak dan termasuk juga dengan pemangku kepentingan bidang pariwisata atau stakeholder bidang pariwisata.

Menurut salah satu staff DISBUDPARPORA bidang pariwisata bahwa kerjasama yang baik dengan para stakeholder sudah dilakukan seperti dengan membuka komunikasi dan membuka kerjasama serta melibatkan mereka dalam penyusunan program pengembangan pariwisata maupun promosinya.

- *Peran serta masyarakat dalam bidang pariwisata.*

Dalam usaha pengembangan pariwisata, selain kesatuan langkah dari pemerintah, dinas terkait dan para stakeholder, peran serta atau dukungan masyarakat juga sangat diperlukan dalam pencapaian usaha pengembangan sektor pariwisata.

Kurangnya kesadaran masyarakat tersebut terlihat dari rusaknya fasilitas pariwisata di Gua Pancur dan Gunung Rawa yang diakibatkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat sekitar obyek wisata dan pengunjung. Banyak sarana dan prasarana obyek wisata yang rusak dan tercoret-coret akibat pengunjung dan masyarakat sekitar obyek wisata. Peran serta masyarakat sangat diperlukan untuk mendukung pengembangan pariwisata. Diperlukan kerjasama yang baik antara pemerintah dengan masyarakat sekitar obyek wisata supaya masyarakat ikut serta menjaga maupun melestarikan potensi wisata.

3. Analisis Lingkungan Internal Pariwisata Kabupaten Pati

a. *Resources (sumber pengembangan sektor pariwisata)*

- *Sumber Daya Manusia*

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pegawai DISBUDPARPORA bidang pariwisata mayoritas adalah bukan dari lulusan studi bidang kepariwisataan. Selain itu, sumber daya manusia yang bekerja pada DISBUDPARPORA bidang Pariwisata menurut pengakuan kepala

bidang pariwisata Kabupaten Pati juga kekurangan pegawai, sehingga hal tersebut mampu mengganggu pelaksanaan program-program yang telah disusun. Maka, penambahan pegawai yang sesuai bidang yang ditekuni melalui institusi pendidikan sangat diperlukan dalam upaya peningkatan kualitas dan jumlah SDM supaya tujuan program-program yang telah disusun dapat tercapai.

Hal lain yang dapat dilakukan untuk mendukung peningkatan kualitas SDM adalah melalui pelaksanaan program-program peningkatan kualitas SDM. Pelaksanaan program tersebut sangat bermanfaat untuk melatih SDM dalam melaksanakan kewajiban dan tugas-tugas kedinasan. Selain SDM pada dinas, pelatihan SDM yang bekerja pada obyek wisata juga perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja dalam pekerjaan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengunjung sehingga wisatawan dapat merasa puas berada di obyek wisata tersebut.

- *Sarana dan prasarana kerja dikantor dan obyek*

Sarana dan prasarana kerja merupakan faktor yang penting yang harus diperhatikan, karena sarana dan prasarana ini merupakan sumber daya yang terkait dengan penyediaan kenyamanan kerja dan mendukung efektivitas serta efisiensi pegawai dalam bekerja. Untuk di lingkungan kantor DISBUDPARPORA Bidang Pariwisata, sarana dan prasarana kerja di kantor sudah memadai, namun sarana dan prasarana kerja di obyek masih banyak keterbatasan dan masih perlu dikembangkan.

Mengenai sarana dan prasarana kerja pada obyek wisata khususnya pada obyek wisata alam di Kabupaten Pati dinilai masih sangat terbatas. Keterbatasan sarana dan prasarana kerja dikantor tersebut diakibatkan karena belum adanya anggaran dana yang digunakan untuk meningkatkan kualitas obyek wisata. Selain anggaran dana belum terdapatnya pengelolaan

secara maksimal yang terdapat pada obyek-obyek wisata alam di Kabupaten Pati merupakan penyebab keterbatasan sarana dan prasarana kerja pada obyek wisata.

b. Present Strategy (program-program yang dilaksanakan dalam sektor pariwisata Kabupaten Pati)

▪ *Visi, misi dan tujuan organisasi*

Otonomi daerah membawa daerah untuk merumuskan visi, misi dan tujuan daerah agar seluruh kebijakan yang telah dan akan diambil dapat terarah. Visi, misi dan tujuan organisasi merupakan sesuatu yang penting karena merupakan pandangan bagi sebuah organisasi untuk merumuskan segala sesuatu yang tertuang dalam mencapai sasaran. Visi organisasi memberikan gambaran menyeluruh tentang kemana organisasi akan dibawa kedepan, sedangkan misi merupakan satu pernyataan apa yang dilakukan oleh berbagai unit organisasi dan apa yang mereka harapkan untuk mencapai visi organisasi.

Disbudparpora Kabupaten Pati sudah merumuskan visi, misi dan tujuan organisasi guna mengembangkan potensi pariwisata, tetapi tidak cukup hanya dalam bentuk visi dan misi saja namun untuk mencapai visi, misi dan tujuan organisasi harus dijabarkan dalam bentuk rencana strategis agar apa yang menjadi visi, misi dan tujuan tersebut dapat tercapai.

▪ *Promosi dan inovasi kegiatan pariwisata.*

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pariwisata di Kabupaten Pati masih dinilai kurang promosi dan inovasi-inovasi yang diharapkan mampu menambah arus kunjungan wisatawan untuk datang berwisata di Kabupaten Pati. Belum terdapatnya sistem promosi yang menarik seperti menggunakan spanduk, baliho atau media promosi yang lain menyebabkan pariwisata di Kabupaten Pati belum dikenal di masyarakat luas. Masih kurangnya promosi dan inovasi pariwisata di Kabupaten Pati disebabkan belum ditematkannya pariwisata sebagai salah satu prioritas pembangunan dari pemerintah daerah sehingga dana yang dianggarkan masih belum

mencukupi untuk mengembangkan produk-produk wisata yang akan dipasarkan atau dipromosikan.

Pemasaran atau promosi dan inovasi kegiatan-kegiatan pariwisata penting untuk dilakukan karena hal tersebut dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Dalam promosi dan inovasi pariwisata harus didukung dengan ketersediaan sarana dan prasarana yang menarik dalam obyek wisata, sehingga mampu mempengaruhi pengunjung untuk datang.

- *Pelaksanaan strategi/program pengembangan pariwisata.*

Pelaksanaan strategi atau program pengembangan pariwisata merupakan berbagai gambaran strategi untuk pengembangan potensi pariwisata yang telah diterapkan di Kabupaten Pati. Strategi atau program tersebut terbentuk dengan memanfaatkan sumber daya, dana/anggaran, sumber daya manusia, dan sarana dan prasarana yang dimiliki untuk melaksanakan pengembangan potensi pariwisata.

Menurut pendapat salah satu staff DISBUDPARPORA bidang Pariwisata bahwa strategi yang telah dilakukan lebih terfokus pada dua program yaitu destinasi pariwisata dan pemasarannya. Perencanaan dan pelaksanaan strategi atau program-program yang ditempuh terpengaruh pada dana yang dianggarkan oleh pemerintah daerah.

c. Performance (output/hasil dari pelaksanaan sektor pariwisata di Kabupaten Pati)

- *Kualitas sektor pariwisata di Kabupaten Pati*

Secara umum Kabupaten Pati memiliki wisata alam, wisata religi, dan wisata minat khusus. Dari semua kategori obyek wisata tersebut masing-masing memiliki karakteristik tersendiri. Hal tersebut tidak terlepas dari Kabupaten Pati yang memiliki potensi wisata yang cukup melimpah yang meliputi wisata alam, wisata religi maupun wisata minat khusus, namun

belum ditematkannya prioritas pembangunan pemerintah daerah untuk sektor pariwisata menyebabkan banyak keterbatasan fasilitas pariwisata.

Beberapa permasalahan yang menyebabkan kurangnya daya tarik wisata obyek wisata yang ada di Kabupaten Pati adalah belum tertatanya dengan baik berbagai macam potensi wisata maupun sarana dan prasarana obyek wisata di Kabupaten. Banyak fasilitas penunjang obyek wisata di Kabupaten Pati seperti pada Gua Pancur yang tidak terawat, terbengkalai, dan bahkan hilang. Fasilitas obyek wisata tersebut seperti kolam apung dan berbagai macam permainan air yang diakibatkan kurangnya pengelolaan dan perawatan sehingga obyek wisata tersebut menjadi rusak dan terbengkalai. Hal yang sama juga dialami oleh obyek wisata Gunung Rawa yang merupakan satu-satunya obyek wisata yang dikelola oleh dinas, beberapa fasilitas pariwisata yang terdapat di obyek wisata tersebut seperti becak air dan perahu wisata menjadi rusak dan hilang.

Masih rendahnya kualitas pariwisata di Kabupaten Pati diakibatkan karena kurangnya pengembangan, pengelolaan, dan perawatan terhadap potensi wisata. Keterbatasan sarana dan prasarana penunjang pariwisata juga merupakan masih rendahnya kualitas pariwisata di Kabupaten Pati. Hal tersebut merupakan dampak dari kurangnya alokasi anggaran dana yang diperuntukan bagi pengembangan sektor pariwisata. Kurangnya perhatian pemerintah Kabupaten untuk mengembangkan potensi wisata dan belum ditematkannya prioritas Pemerintah Kabupaten Pati terhadap pengembangan sektor pariwisata merupakan beberapa penyebab masih belum optimalnya usaha peningkatan kualitas pariwisata di Kabupaten Pati.

4. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan proses identifikasi dan analisis yang telah dikemukakan, maka dapat tergambar mana saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Setiap ancaman

dan kelemahan menjadi factor penghambat dalam pelaksanaan strategi sedangkan untuk peluang dan kekuatan merupakan factor pendukung dalam implementasi strategi

6.1. Faktor-Faktor Penghambat

- *Kurangnya peran serta masyarakat dalam sektor pariwisata*
- *Kurangnya prioritas pembangunan Pemerintah Kabupaten dari sektor pariwisata*
- *Kurangnya kuantitas dan spesialisasi SDM pada dinas*
- *Kurangnya kerjasama dengan investor*
- *Belum terdapatnya sistem promosi yang menarik*
- *Keterbatasan sarana dan prasarana kerja kerja pada dinas dan obyek wisata.*
- *Keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang obyek wisata*

6.2. Faktor-Faktor Pendukung

- Otonomi daerah
- Letak geografis Kabupaten Pati yang berada pada jalur pantura
- Mempunyai beberapa obyek wisata yang berada pada cakupan kawasan
- Mempunyai beberapa potensi wisata unggulan
- Terdapatnya pemanfaatan teknologi informasi dalam sektor pariwisata
- Terjalannya kerjasama dengan stakeholders
- Terdapatnya acara-acara kebudayaan dan kesenian daerah yang selalu menarik banyak pengunjung

7. Analisis Isu-Isu Strategis

Mengacu pada analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal yang telah dikemukakan, selanjutnya proses analisis isu strategisnya dengan menggunakan matriks SWOT seperti pada tabel berikut ini :

Matriks Swot Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati

<p>INTERNAL</p> <p>EKSTERNAL</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai beberapa potensi wisata unggulan • Mempunyai beberapa obyek wisata yang berada pada cakupan kawasan • Terdapatnya acara-acara kebudayaan dan kesenian daerah yang selalu menarik banyak pengunjung • Terjalannya kerjasama dengan stakeholders 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang obyek wisata • Keterbatasan sarana dan prasarana kerja kerja pada dinas dan obyek wisata. • Belum terdapatnya sistem promosi yang menarik • Kurangnya kuantitas dan spesialisasi SDM pada dinas
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Otonomi daerah • Letak geografis Kabupaten Pati yang berada pada jalur pantura • Terdapatnya pemanfaatan teknologi informasi dalam sektor pariwisata 	<p style="text-align: center;">STRATEGI S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan dan peningkatan kualitas produk wisata. • Peningkatan promosi pariwisata 	<p style="text-align: center;">STRATEGI W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan kepengelolaan obyek wisata • Peningkatan kualitas SDM kepariwisataan.
<p style="text-align: center;">THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya prioritas pembangunan Pemerintah Kabupaten terhadap sektor pariwisata • Kurangnya kerjasama dengan investor • Kurangnya peran serta masyarakat dalam sektor pariwisata 	<p style="text-align: center;">STRATEGI S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan kerjasama dengan dengan berbagai sektor usaha dalam mengatasi minimnya anggaran dan kekurangan dana 	<p style="text-align: center;">STRATEGI W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan pemberdayaan dalam keterlibatan masyarakat

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

7.1. Isu Strategis 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 Pati. Strategi yang diambil adalah sebagai berikut:

- *Pengembangan dan peningkatan kualitas produk wisata.*

Kabupaten Pati memiliki beberapa potensi wisata unggulan yaitu obyek wisata Syeh Jangkung dan Syeh Mutamakin serta obyek wisata Gunung Rawa dan Kebun Kopi Jollong. Selain itu Kabupaten Pati juga memiliki beberapa obyek wisata yang berada pada cakupan kawasan serta terdapatnya acara-acara kebudayaan dan kesenian daerah yang selalu menarik banyak pengunjung merupakan kekuatan yang dimiliki kepariwisataan Kabupaten Pati yaitu dengan kerjasama dengan stakeholders kepariwisataan untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk wisata Kabupaten Pati. Untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk wisata tersebut diperlukan sebuah upaya terus-menerus guna mengembangkan dan pemeliharaan obyek wisata. Pengembangan obyek wisata ini selain menjadi keperluan sektor pariwisata itu sendiri tentunya terintegrasi dengan pembangunan daerah pada umumnya yang bersifat lintas sektoral. Pada akhirnya diupayakan terus pengembangannya guna meraih semaksimal mungkin peluang-peluang yang dimiliki Kabupaten Pati untuk lebih mengembangkan pariwisata.

Kebijakan otonomi daerah memberikan kewenangan kepada daerah untuk menggali potensi sumber daya alam yang ada. Dengan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi serta letak geografis Kabupaten Pati yang berada pada jalur pantura memberi pengaruh yang signifikan untuk pengembangan pariwisata sebagai peluang untuk lebih mengembangkan pariwisata di Kabupaten Pati.

Untuk menambah daya tarik obyek wisata dibutuhkan pengembangan obyek wisata yaitu peningkatan fasilitas obyek wisata yang mampu merangsang wisatawan untuk berkunjung. Peningkatan fasilitas tersebut meliputi perbaikan fasilitas umum pada obyek wisata seperti WC umum, tempat beristirahat dan musholla.

Selain peningkatan fasilitas umum, peningkatan area berwisata juga dianggap perlu untuk meningkatkan kualitas obyek wisata karena banyak obyek wisata di Kabupaten Pati yang kurang adanya area pariwisata. Pengembangan area berwisata tersebut harus sesuai dengan karakteristik masing-masing obyek wisata seperti peningkatan fasilitas obyek wisata Gunung Rawa dan Gua Pancur dengan menambahkan fasilitas permainan air dan wisata outbound.

- *Peningkatan promosi pariwisata*

Letak geografis Kabupaten Pati yang berada di Jalur pantura merupakan letak yang cukup strategis yang dapat mempermudah masuknya wisatawan ke Kabupaten Pati. Selain itu letak Kabupaten pati yang dilalui jalan pantura juga dapat mempunyai dampak positif terhadap promosi yang dapat dilakukan untuk mengenalkan pariwisata Kabupaten Pati. Upaya tersebut dapat dilakukan seperti memasang spanduk dan baliho di Jalur pantura untuk mengenalkan pariwisata Kabupaten Pati. Namun sampai saat ini hal tersebut belum dilakukan, untuk itu perlu memanfaatkan letak geografis yang berada pada jalur pantura untuk mengenalkan dan mempromosikan pariwisata Kabupaten Pati.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa sistem promosi pariwisata di Kabupaten Pati masih terbatas pada pembuatan leaflet dan booklet serta keikutsertaan dalam pameran-pameran kebudayaan dan pariwisata baik ditingkat provinsi maupun tingkat nasional. Upaya promosi melalui teknologi informasi juga telah dilakukan, walaupun promosi tersebut masih terdapat beberapa kelemahan dalam penggunaan website yang disediakan oleh pemerintah, namun

penggunaan teknologi informasi yang telah dilakukan telah memuat beberapa potensi wisata di Kabupaten Pati sehingga masyarakat dapat mengetahui potensi wisata di Kabupaten Pati dengan membuka website tersebut. Sebagai usaha meningkatkan kualitas promosi yang menarik, maka perlu adanya inovasi-inovasi dalam sistem promosi dengan peningkatan pemanfaatan teknologi informasi dan pemanfaatan letak geografis Kabupaten Pati yang berada pada jalur pantura untuk mempromosikan potensi wisata yang dimiliki.

7.2. Isu Strategis 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 Pati. Strategi yang diambil adalah sebagai berikut:

- *Peningkatan kerjasama dengan dengan berbagai sektor usaha dalam mengatasi minimnya anggaran dan kekurangan dana*

Pembangunan sektor agar mampu melaju pesat tidak bisa hanya mengandalkan pendanaan dari pemerintah saja, untuk itu perlu kerjasama dengan berbagai sektor usaha atau kerjasama dengan investor. Di Kabupaten Pati sendiri terdapat beberapa perusahaan-perusahaan besar yang potensial untuk dirangkul pemerintah daerah dalam rangka mengembangkan sektor pariwisata. Oleh sebab itu, beragam keunggulan-keunggulan daerah yang dimiliki perlu dimanfaatkan secara optimal dan terbuka untuk dikelola dengan berbagai sektor usaha khususnya yang terdapat di Kabupaten Pati sendiri. Peningkatan kerjasama dengan berbagai sektor usaha akan memberikan kemudahan-kemudahan tersendiri bagi pemerintah daerah dalam membangun dan memajukan sektor pariwisata.

Selama ini belum ditematkannya sektor pariwisata di Kabupaten Pati sebagai salah satu prioritas pembangunan dan kurangnya kerjasama dengan investor menjadi ancaman tersendiri

bagi upaya pengembangan pariwisata di Kabupaten Pati yang menyebabkan kurangnya anggaran dana untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Pati. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah daerah perlu memperhatikan sektor pariwisata dan mendorong investor serta berbagai sektor usaha khususnya di Kabupaten Pati sendiri maupun dari luar daerah guna mendukung pembangunan sektor pariwisata.

7.3. *Isu Strategis 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 Pati. Strategi yang diambil adalah sebagai berikut:

- *Peningkatan kepengelolaan obyek wisata*

Kabupaten Pati mempunyai karakteristik obyek wisata yang terbagi menjadi obyek wisata religi, obyek wisata alam, dan obyek wisata minat khusus. Pada obyek wisata religi sistem pengelolaannya dikelola oleh yayasan, pada obyek wisata alam saat ini yang dikelola oleh dinas adalah pada hanya obyek wisata gunung rawa, kemudian obyek wisata minat khusus dikelola oleh swasta dan pemerintah.

Potensi pariwisata di Kabupaten Pati yang mempunyai banyak obyek wisata alam cukup besar untuk dikembangkan. Namun potensi-potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Belum terdapatnya pengelolaan yang maksimal mengakibatkan obyek-obyek wisata alam menjadi tidak terawat dan terbengkalai.

Saat ini kepariwisataan Kabupaten Pati pengelolaan pada wisata alam hanya terdapat pada obyek wisata Gunung Rawa namun belum optimalnya pengelolaan tersebut mengakibatkan obyek wisata Gunung Rawa mengalami kerusakan. Beberapa kerusakan tersebut diakibatkan

oleh pengunjung dan masyarakat lokal yang kurang adanya kesadaran untuk merawat obyek wisata sehingga pengelolaan juga harus melibatkan penduduk sekitar obyek wisata.

- *Peningkatan kualitas SDM*

Dengan adanya otonomi daerah mampu memberikan peluang bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas SDM kepariwisataan. Peningkatan kualitas aparatur merupakan suatu hal yang harus dilakukan dalam menghadapi arus perubahan yang semakin cepat dan untuk menciptakan efektivitas dan evisiensi kerja guna penunjang keberhasilan program pengembangan kepariwistaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa sektor pariwisata di Kabupaten Pati mengalami beberapa kelemahan, diantaranya adalah keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang obyek wisata, keterbatasan sarana dan prasarana kerja kerja pada dinas dan obyek wisata dan belum terdapatnya sistem promosi yang menarik. Salah satu penyebab beberapa kelemahan tersebut adalah masih kurangnya kuantitas dan spesialisasi SDM pada dinas, Dalam mengelola potensi pariwisata tersebut diperlukan tenaga-tenaga khusus yang ahli dibidang kepariwisataan. Saat ini terdapat pelatihan-pelatihan pengembangan SDM yang dilakukan oleh dinas pariwisata propinsi Jawa tengah, namun hal tersebut dinilai masih kurang untuk meningkatkan kualitas SDM kepariwisataan karena pemerintah Kabupaten Pati sendiri belum mengadakan peningkatan kualitas SDM kepariwisataan.

Peningkatan kualitas SDM sangat bermanfaat dalam untuk peningkatan kinerja pada dinas yaitu membantu peningkatan kinerja dalam pelaksanaan program-program pengembangan pariwisata yang telah disusun. Selain peningkatan SDM pada dinas, peningkatan SDM bagi karyawan pada obyek wisata juga sangat diperlukan. Peningkatan SDM karyawan obyek wisata

tersebut dapat membantu untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengunjung sehingga wisatawan dapat merasa puas berada di obyek wisata.

7.4. Isu Strategis 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 Pati. Strategi yang diambil adalah sebagai berikut:

- *Peningkatan pemberdayaan dalam keterlibatan masyarakat*

Pada pengembangan pariwisata di Kabupaten Pati belum sepenuhnya memberdayakan keterlibatan masyarakat lokal. Salah satu penyebab kegagalan program-program yang telah dilaksanakan sebelumnya adalah belum adanya keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Kurangnya pelibatan masyarakat tersebut mengakibatkan banyak fasilitas pariwisata yang rusak seperti pada obyek wisata Gunung Rawa dan Gua Pancur akibat pengunjung atau masyarakat sekitar obyek wisata.

Untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat perlu diciptakan suasana kondusif yakni situasi yang menggerakkan masyarakat untuk menaruh perhatian dan kepedulian pada kegiatan wisata dan kesediaan untuk bekerjasama secara aktif dan berlanjut.

Melihat begitu pentingnya pelibatan masyarakat lokal dalam usaha pengembangan pariwisata yang dilihat sebagai usaha meminimalisir kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal yaitu banyak fasilitas obyek wisata di Kabupaten Pati yang rusak dan tidak terawat juga digunakan untuk menghindari ancaman dari lingkungan eksternal yaitu masih kurangnya peran serta masyarakat dalam sektor pariwisata.

8. Perumusan Program-Program Strategis

Dari identifikasi isu-isu strategis, terlihat beberapa strategi yang akan dijalankan. Strategi-strategi tersebut akan diimplementasikan dalam sebuah proses perencanaan strategis yang akan dilaksanakan dalam kurun waktu 10 tahun, tahun tersebut dibagi dalam tiga tahap yaitu rencana jangka pendek, rencana jangka menengah dan rencana jangka panjang.

Pertimbangan yang mendasari adanya pentahapan pelaksanaan selama 10 tahun yang terbagi menjadi 3 sistem tahapan yakni: terdapat tingkat kepentingan yang berbeda pada setiap program pembangunan dan perlu ada prioritas pelaksanaan sesuai dengan tingkat kepentingan, jenis program diprioritaskan pada sektor-sektor yang memiliki kaitan arah dengan sasaran pengembangan pariwisata, adanya keterbatasan dana dan kriteria pendanaan sesuai dengan pelaksanaan, sumber dana, kemampuan pendanaan, pengelolaan dan pembinaan.

8.1. Rencana Jangka Pendek

Tahapan ini dilaksanakan tiap 1 tahun, dan selalu dilakukan evaluasi pada tiap tahunnya untuk mengambil keputusan dan arahan tahapan berikutnya. Strategi-strategi yang dilaksanakan adalah:

- a. Peningkatan kualitas SDM
- b. Peningkatan kerjasama dengan investor
- c. Pembenahan obyek wisata
- d. Peningkatan dan memperbanyak event-event wisata yang lebih bervariasi dan kreatif
- e. Merintis paguyuban kelompok sadar wisata disekitar obyek wisata dan melakukan pembinaan bagi masyarakat dilingkungan sentra wisata dan kawasan wisata
- f. Menjalin kerjasama dengan pengusaha kuliner

8.2. Rencana Jangka Menengah

Tahapan ini dilaksanakan tiap 2 tahun, dan selalu dilakukan evaluasi pada tiap tahunnya untuk mengambil keputusan dan arahan tahapan berikutnya. Strategi-strategi yang dilaksanakan adalah:

- a. Peningkatan fasilitas sarana dan prasarana pada obyek wisata
- b. Peningkatan SDM kepariwisataan
- c. Meningkatkan promosi dan pemasaran pariwisata melalui pengembangan jaringan

8.3. Rencana Jangka Panjang

Tahapan ini dilaksanakan tiap 5 tahun, dan selalu dilakukan evaluasi pada tiap tahunnya untuk mengambil keputusan dan arahan tahapan berikutnya. Strategi-strategi yang dilaksanakan adalah:

- a. Peningkatan kelompok berdasarkan cakupan kewilayahan.

Peningkatan pengembangannya adalah:

- Peningkatan kepengelolaan pada setiap obyek wisata yang tergabung dalam cakupan wilayah masing-masing.
- Pembenahan dan peningkatan kualitas sarana dan prasarana obyek wisata.
- Penataan jalur aksesibilitas obyek wisata dan pemberian papan penunjuk jalan ke obyek wisata.

- b. Peningkatan Kelompok Berdasarkan Jenis Wisata.

1. Kelompok Wisata Kota.

Obyek wisata Kota ini lebih menekankan Obyek Wisata Buatan yang mempunyai fasilitas yang cukup lengkap. Obyek Wisata yang termasuk dalam cakupan Kelompok Wisata Kota adalah : Sendang Tirta Marta Sani, Hutan Kota dan Rest Area.

2. Kelompok Wisata Alam

Pembagian menurut kelompok wisata alam merupakan kelompok wisata dengan potensi keindahan alam. Obyek wisata yang masuk dalam kategori kelompok wisata alam ini adalah : Obyek Wisata Waduk Gunung Rowo, Obyek Wisata Perkebunan Jollong, Obyek Wisata Waduk Seloromo gembong, Obyek Wisata Gua Pancur dan Obyek Wisata Gua Wareh.

3. Kelompok Wisata Religius.

Kelompok Obyek Wisata di Kabupaten Pati yang masuk dalam kategori ini adalah : Obyek Wisata Makam K.H. Mutamakkin, Obyek Wisata Makam Syeh Jangkung dan Obyek Wisata Sendang Sani.

4. Kelompok Wisata Budaya.

Pengkategorian kelompok wisata ini berdasarkan kelompok wisata dengan potensi seni dan budaya. Obyek Wisata yang masuk dalam kategori ini adalah :Upacara adat Meron, Tradisi Budaya Lomban, Prosesi Sendang Sani, Haul Syeh Jangkung dan Haul Syeh Mutamakin.

KESIMPULAN

Sebagaimana telah ditelaah dan pembahasan di dalam penelitian ini maka telah diperoleh gambaran yang jelas mengenai potensi dan kendala yang ada didalam upaya pengembangan sektor pariwisata Kabupaten Pati. Menemukan permasalahan yang ada sehingga pada akhirnya menemukan strategi yang tepat demi masa depan dan pengembangan pariwisata Kabupaten Pati agar menjadi lebih baik.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa peranan pemerintah daerah, swasta dan masyarakat masih rendah dalam upaya pengembangan pariwisata di Kabupaten Pati. Kurangnya komitmen bersama untuk mengembangkan pariwisata sektor pariwisata dan kurangnya pengelolaan obyek wisata mengakibatkan beberapa obyek wisata di Kabupaten Pati seperti pada obyek wisata Gua Pancur dan Gunung Rawa maupun Kebun Kopi Jollong menjadi tidak terawat dan terbengkalai.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang seharusnya dapat dijadikan pemerintah Kabupaten Pati untuk menambah penerimaan daerah yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat sekitar obyek wisata. Peranan pariwisata juga begitu besar terhadap bidang-bidang strategis daerah diantaranya adalah:

- a. Menciptakan dan memperluas lapangan kerja
- b. Meningkatkan pendapatan pemerintah daerah
- c. Memperluas bidang usaha guna meningkatkan pendapatan masyarakat
- d. Mendorong pembangunan daerah
- e. Mendorong pelestarian lingkungan hidup
- f. Mendorong pelestarian dan pengembangan budaya lokal.

Untuk mewujudkan dampak positif dari sektor pariwisata tersebut tidak terlepas dari adanya dukungan strategi yang tepat. Dalam penelitian ini didapat alternatif strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Pati yaitu dengan membenahi dan mengoptimalkan potensi dan pengelolaan serta mempromosikan potensi wisata yang ada. Kemudian strategi tersebut dijabarkan dalam sebuah rencana jangka pendek, menengah dan panjang.

Pada rencana jangka panjang, tahapan ini dilaksanakan tiap 5 tahun, dan selalu dilakukan evaluasi pada tiap tahunnya untuk mengambil keputusan dan arahan tahapan berikutnya.

Strategi-strategi yang dilaksanakan adalah: peningkatan kualitas obyek wisata berdasarkan kewilayahan dan pengembangan kelompok berdasarkan jenis wisata.

Pada rencana jangka menengah, tahapan ini dilaksanakan tiap 2 tahun, dan selalu dilakukan evaluasi pada tiap tahunnya untuk mengambil keputusan dan arahan tahapan berikutnya. Strategi-strategi yang dilaksanakan adalah: peningkatan SDM kepariwisataan serta peningkatan fasilitas sarana dan prasarana pada obyek wisata, meningkatkan promosi dan pemasaran pariwisata melalui pengembangan jaringan.

Pada rencana jangka pendek, tahapan ini dilaksanakan tiap 1 tahun, dan selalu dilakukan evaluasi pada tiap tahunnya untuk mengambil keputusan dan arahan tahapan berikutnya. Strategi-strategi yang dilaksanakan adalah: peningkatan kualitas SDM, peningkatan kerjasama dengan investor, membenahan obyek wisata, peningkatan dan memperbanyak event-event wisata yang lebih bervariasi dan kreatif, merintis paguyuban kelompok sadar wisata disekitar obyek wisata dan melakukan pembinaan bagi masyarakat dilingkungan sentra wisata dan kawasan wisata, menjalin kerjasama dengan pengusaha kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Damanik, Janianton dan Helmut F Weber. (2006). *Perencanaan Ekowisata: dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hunger, J David dan Thomas L Wheelen. (2001). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Karyono, A. Hari. (1997). *Kepariwisataan*. Jakarta: Grasindo
- Kuncoro, Mudrajad. (2006). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga
- Suwantoro, Gamal. (2005). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset
- Subarsono. (2005). *Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar