

# **STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN PEMALANG**

Oleh :

Rafa' Fazlur Rahman, Ida Hayu Dwimawanti, Margaretha Suryaningsih \*)

## **JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS DIPONEGORO**

Jalan Profesor Haji Soedarto, Sarjana Hukum Tembalang Semarang

Kotak Pos 12693

Telepon (024)7465407 Faksimile (024)7465404

Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

Email: [Rafafazlur@gmail.com](mailto:Rafafazlur@gmail.com)

### **ABSTRACT**

Development Strategy of Tourism Research in Pemalang a qualitative descriptive study. This study uses strategic planning so that explains the strategic issues in the development of tourism overall. The focus of this research is that tourism development strategy on research using a SWOT analysis as the main tool to analyze and measure the environment in order to produce a strategy that is used for the preparation of the planning process of tourism development.

Informants in this study is from the Head of Culture and Tourism, Head of Product Development Tourism, Tourism Promotion Section Head, Chairman of the Regional Tourism Promotion Board, The Winner Hotel Manager, Deputy Manager attractions Zatobay, Community and Traders in Attractions Widuri. Process research begins analysis of the conditions tourism , the identification of external and internal environment that produces weaknesses, strengths, opportunities and threats. Furthermore, analyzing the strategies based on the identification of weaknesses, strengths, opportunities and threats in the SWOT analysis. After that produces strategy SO, WO, ST, and WT is then in the value of using a litmus test to determine alternative strategies. The highest value a strategic issue that can be applied to the conduct of tourism development in the district of Pemalang

**Keywords : Tourism Development , SWOT Analysis , Strategic Issues**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Kabupaten Pemalang berada diantara Kabupaten Tegal dan Kabupaten Pekalongan. Serta bagian selatan terdapat kabupaten purbalingga. Melihat kondisi geografis Kabupaten Pemalang di kelilingi oleh tempat-tempat wisata yang sebelumnya telah dikenal luas oleh wisatawan seperti Guci dari Kabupaten tegal, *Dupan square* dan museum batik dari Kota Pekalongan serta Owabong dari Kabupaten Purbalingga. Kabupaten Pemalang harus mengoptimalkan dalam pengembangan Pariwisata agar dapat di kenal dan tidak kalah saing dengan wilayah disekitar Kabupaten Pemalang.

Objek wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Pemalang banyak variasi, mulai daerah pegunungan, dataran tinggi, bukit hingga daerah pantai atau pesisir. Objek wisata yang berhubungan dengan spiritual dimiliki oleh kabupaten pemalang. namun dari sekian potensi pengembangan wisata yang ada tidak dimanfaatkan secara maksimal, bahkan cenderung terbengkalai dan hanya beberapa orang saja yang berkunjung di objek wisata yang belum dimanfaatkan tersebut sehingga dibutuhkan strategi pengembangan pariwisata yang baik.

Dengan menggunakan strategi pengembangan pariwisata, Kabupaten Pemalang dapat mengetahui potensi-

potensi yang tersembunyi yang ada sehingga dapat dioptimalkan untuk kebutuhan sektor pariwisata. Kemudian dapat mengetahui apa yang menjadi kendala dan kelemahan yang menghambat proses pengoptimalisasian sektor pariwisata. Lalu peluang yang muncul dari luar Kabupaten Pemalang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan sektor pariwisata menjadi lebih baik. Kabupaten Pemalang pun juga harus siap menghadapi ancaman yang sewaktu-waktu datang.

Kabupaten Pemalang adalah salah satu kabupaten yang berada di utara Jawa Tengah yang memiliki potensi wisata cukup berlimpah dan bervariasi. Obyek wisata di Pemalang dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori yaitu wisata alam, wisata buatan serta wisata budaya. Tapi wisata – wisata yang dimiliki Kabupaten Pemalang belum sepenuhnya optimal dan di kelola dengan baik.

Berdasarkan Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tahun 2011-2016 permasalahan pada sektor pariwisata antara lain Adapun permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan pendapatan daerah melalui penggalan sumber pendapatan daerah secara optimal dari beberapa obyek wisata

2. Sumber daya aparatur dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Pemalang masih kurang
3. Sarana dan prasarana aparatur masih kurang
4. Kurangnya penggalan dan pembangunan obyek wisata unggulan
5. Kurangnya peningkatan sarana dan prasarana pariwisata
6. Kurangnya pemeliharaan prasarana dan sarana wisata, mengingat banyak diantaranya yang sudah mengalami kerusakan
7. Kurangnya tambahan peralatan dan perlengkapan kerja guna mendukung kelancaran pelayanan kepada pengunjung obyek wisata
8. Kurangnya perbaikan peralatan pendukung kinerja dalam pengelolaan obyek wisata
9. Kesadaran masyarakat dalam memelihara obyek wisata dan situs kuno masih rendah.
10. Perlunya menggandeng investor dalam pengembangan obyek wisata di kabupaten pemalang.

Pengembangan strategi kawasan wisata di Kabupaten Pemalang perlu di kelola dan di perhatikan lebih baik lagi yaitu dengan memaksimalkan kebutuhan akan perkembangan yang dialami wisatawan dan fasilitas sarana dan prasarana yang sesuai. Mekanisme pasar yang akan menentukan bagaimana produk pelayanan yang di

berikan pemerintah kepada wisatawan dalam pemberian pelayanan publik terbaik karena peran pemerintah dituntut kualitas dan mempunyai kemampuan untuk memuaskan wisatawan

Kemudian pemasaran destinasi wisata sangat penting agar informasi setiap kegiatan kepariwisataan di Kabupaten Pemalang dapat di ketahui oleh wisatawan baik itu wisatawan dari dalam Kabupaten Pemalang sendiri ataupun dari luar Kabupaten Pemalang.

Pemerintah selaku pejabat yang berwenang harus memberikan perhatian lebih pada objek wisata yang berpotensi menghasilkan pendapatan dan mengarahkan sektor ini sebagai investasi yang menguntungkan kedepanya serta memberikan asumsi yang baik bagi para wisatawan dalam kemudahan prosedur untuk mengikat daya tarik. Namun tidak hanya pendapatan bagi pemasukan pemerintah tapi juga kesejahteraan untuk masyarakat di sekitar objek wisata. Penanganan objek wisata pada peningkatan sumberdaya manusia yang memadai secara konsisten, menyeluruh, terpadu dan sistematis oleh Pemerintah kepada masyarakat perlu dilakukan karena keberhasilan upaya-upaya strategi pengembangan dan pengelolaan kegiatan pariwisata merupakan suatu tindakan, baik itu tindakan pemerintah, swasta maupun masyarakat sehingga terciptanya

kerjasama yang baik dan harmonis dan mewujudkan sapa pesona.

Melalui latar belakang permasalahan yang telah termuat, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pematang”**.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah penelitian yaitu:

Bagaimana strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Pematang sebagai daya tarik pariwisata?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi kondisi pariwisata dalam upaya pengembangan pariwisata di Kabupaten Pematang
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan pariwisata baik faktor pendukung serta faktor penghambat di Kabupaten Pematang
3. Melakukan identifikasi dan evaluasi isu-isu strategis dalam pengembangan pariwisata di kabupaten Pematang
4. Merumuskan Program strategi dalam pengembangan pariwisata kabupaten Pematang

## **D. KERANGKA PEMIKIRAN**

### **D.1 Administrasi Publik**

Administrasi Publik adalah sebuah ilmu yang mempelajari suatu hubungan antara Masyarakat dengan Pemerintah untuk mencapai tujuan. Administrasi Publik memuat aspek/dimensi strategis yaitu kebijakan publik dan manajemen publik. Dimensi kebijakan berkenaan dengan keputusan apa yang harus dikerjakan. Dan kebijakan publik adalah pemanfaatan yang strategis terhadap sumberdaya-sumberdaya yang ada untuk memecahkan masalah-masalah publik atau pemerintah (Keban, 2004:53). Dimensi manajemen berkenaan dengan bagaimana menerapkan prinsip-prinsip manajemen untuk mengimplementasikan kebijakan publik (Keban, 2004:83).

### **D.2 Manajemen Publik**

Berdasarkan pendapat **Overman** tersebut, **OTT, Hyde** dan **Shafritz** 1991:xi (dalam Harbani Pasalong 2008:83), mengemukakan bahwa manajemen publik dan kebijakan publik merupakan dua bidang administrasi publik yang tumpang tindih. Tapi untuk memberdakan keduanya secara jelas maka dapat dikemukakan bahwa kebijakan publik merefleksikan sistem otak dan syaraf, sementara manajemen publik merepresentasikan sistem otak dan sirkulasi dalam tubuh manusia. Dengan kata lain manajemen publik merupakan

proses menggerakkan SDM dan non SDM sesuai perintah kebijakan publik.

### **D.3 Pengertian dan Pengembangan Pariwisata**

Menurut **Gamal Suwanto** (2004:3) Pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Menurut Cox,1985 dalam Downing dan Fennel,2003,2 (dalam I Gde Pitana dan I Ketut Surya Diarta, 2009:81), pengelolaan manajemen pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut:

1. pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal (*local wisdom*) dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
2. Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal

4. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.
5. Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan dan/atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas (*carrying capacity*) lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walaupun disisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

### **D.4 Manajemen Strategi**

**Olsen dan Eadie**,1982:4 (dalam John M. Bryson 2007:4) mendefinisikan manajemen strategis sebagai upaya yang didisiplinkan untuk membuat keputusan dan tindakan penting yang membentuk dan memandu bagaimana menjadi organisasi (atau entitas lainnya), apa yang dikerjakan organisasi (atau entitas lainnya), dan mengapa organisasi (atau entitas lainnya) mengerjakan hal seperti itu.

Manajemen strategi mencakup pula aliran keputusan (*stream of decision*), pengembangan strategi yang paling efektif, cara merumuskan strategi, bagaimana menentukan keputusan, dan rancangan program penting, demikian juga, berhubungan dengan penentuan keputusan pada

masa sekarang yang akan mampu mewarnai masa depan.

#### **D.5 Analisis SWOT**

Berkenaan dengan pilihan strategi dapat di kaji pada penentuan pilihan melalui matriks kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*strength, weakness, opportunity, and tread matrix*). Melalui alat bantu ini suatu organisasi perusahaan dapat juga memandang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai kesatuan yang integral dalam perumusan strategi. Hasil analisis SWOT yaitu SO, ST, WO, WT.

#### **D.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal.**

Menurut Salusu (2005: 326 – 334) terdapat beberapa faktor lingkungan eksternal dan faktor lingkungan internal yang mempengaruhi perencanaan strategi dalam organisasi. Lingkungan eksternal: lingkungan sosial budaya, lingkungan politik, lingkungan ekonomi, lingkungan teknologi. Sedangkan lingkungan internal: sumber daya (input), strategi yang telah dilakukan (proses), hasil kerja (output).

#### **E. OPERASIONALISASI KONSEP**

Melalui pendekatan langsung dari Bryson (2007:66-68), maka dibuatlah SWOT untuk mengetahui faktor eksternal dan faktor internal yang mempengaruhi organisasi khususnya organisasi publik.

1. Kondisi pariwisata di Kabupaten Pemalang
2. Lingkungan internal : yaitu lingkungan yang meliputi kekuatan dan kelemahan untuk mencapai tujuan yang telah dibuat.
  - 1) Sumber daya : sumber daya yang meliputi sumber daya manusia, anggaran, sarana prasarana dan fasilitas serta infrastruktur, produk yang ditawarkan.
  - 2) Strategi yang telah dilakukan : Strategi yang sebelumnya telah dilakukan dan digunakan sebagai bahan acuan untuk pembuatan strategi selanjutnya
  - 3) Hasil kerja : kemampuan dan etos kerja yang dihasilkan dari aparat.
3. Lingkungan eksternal : lingkungan luar yang mempengaruhi organisasi dari segi peluang dan ancaman.
  - 1) Faktor sosial budaya
  - 2) Faktor ekonomi
  - 3) Faktor teknologi
  - 4) Faktor politik
4. Identifikasi faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat pada pengembangan pariwisata di Kabupaten Pemalang.
5. Identifikasi isu-isu strategi (berasal dari interaksi dan diskripsi aspek-aspek eksternal dan internal dan evaluasi isu-isu
6. Perumusan program-program strategis.

## **F. METODOLOGI PENELITIAN**

### **F.1 Jenis Penelitian**

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dengan menggunakan metode penelitian secara kualitatif maka penelitian ini berupa kumpulan beberapa kalimat-kalimat, gambar, argumen dan bukan angka-angka yang dilakukan pada metode penelitian kuantitatif.

### **F.2 Subjek Penelitian**

Pada penelitian ini yang menjadi informan adalah

1. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang. Kepala Bidang Pengembangan Produk Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang, serta Kepala seksi Promosi Pariwisata Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang,
2. Ketua Badan Promosi Pariwisata Daerah, manajer hotel, manajer objek wisata swasta
3. Masyarakat yang mengunjung objek wisata serta masyarakat yang berada di sekitar objek wisata di Kabupaten Pemalang.

### **F.3 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Studi pustaka

### **F.4 Sumber Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data sebagai berikut:

1. Data Primer
2. Data sekunder

### **F.5 Analisis Interpretasi Data**

Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menelaah semua data-data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari wawancara mendalam, pengamatan dilapangan, dan dokumentasi. Data-data yang ada diproses melalui pengelompokkan data, klasifikasi menurut urutan permasalahan dan klasifikasi faktor-faktor internal dan eksternal.

Setelah itu melakukan penyusunan strategi dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan merumuskan suatu strategi. Analisis ini dilandasi keyakinan bahwa strategi efektif akan mampu memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisir kelemahan dan ancaman.

## **G. PEMBAHASAN**

### **G.1 Faktor-Faktor Penghambat dari Ancaman dan Kelemahan**

Faktor penghambat pada strategi pengembangan pariwisata di kabupaten Pemalang terdiri dari berbagai ancaman yang ada di lingkungan eksternal dan kelemahan yang ada di lingkungan

internal. Faktor penghambat strategi pengembangan pariwisata diidentifikasi sebagai berikut:

1. Peraturan pemerintah daerah yang belum mendukung kerjasama investasi pengelolaan objek wisata
2. Masyarakat memilih objek wisata lain sehingga mengurangi pendapatan
3. Belum maksimalnya pemberdayaan masyarakat di objek wisata
4. Belum maksimal penerapan sapa pesona pariwisata
5. Pemanfaatan teknologi yang belum optimal
6. Kualitas dan kuantitas SDM yang kurang memadai.
7. Keterbatasan dana/ anggaran dinas dari alokasi APBD.
8. Sarana dan prasarana penunjang kerja di objek wisata masih kurang.
9. Kondisi kantor dinas yang kurang memadai.
10. Daya tarik objek wisata yang belum merata.

## **G.2 Faktor-faktor Pendukung dari Peluang dan Ancaman**

Faktor-faktor pendukung bagi strategi pengembangan pariwisata di kabupaten Pematang Jaya yaitu berupa peluang-peluang berdasarkan lingkungan eksternal dan kekuatan-kekuatan yang terdapat pada lingkungan internal. Faktor-faktor

pendukung tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kondisi lingkungan politik yang stabil
2. Kerja sama ekonomi antara pemerintah dengan masyarakat maupun swasta berjalan baik
3. Adanya kelompok organisasi-organisasi kesenian dan budaya
4. Teknologi sebagai Media promosi pariwisata
5. Tersedia informasi objek wisata lain sebagai pembanding dan bahan perencanaan
6. Adanya pelatihan-pelatihan untuk pengembangan SDM
7. Peralatan dan perlengkapan penunjang kerja di kantor dinas yang mencukupi.
8. Adanya produk pariwisata hasil seni budaya khas daerah yang banyak diminati.
9. Tersedianya informasi kepariwisataan yang lengkap.
10. Komitmen budaya kerja yang diterapkan.

## **G.3 Hasil Analisis SWOT**

Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kemudian dilakukan analisis SWOT yang menghasilkan isu strategis berupa SO, ST, WO, WT. Isu-isu strategis tersebut yaitu:

1. Pengembangan dan peningkatan kualitas objek wisata Kabupaten Pematang Jaya mempunyai berbagai potensi

pariwisata yang dapat dikembangkan sehingga perlu upaya-upaya untuk pengembangan pariwisata agar nanti menjadi daya dukung bagi pembangunan daerah kabupaten Pematang Jaya. Banyak objek wisata yang berpotensi untuk pengembangan pariwisata namun masih belum digali secara mendalam oleh pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Dengan upaya-upaya yang dilakukan terus menerus dan mendapat dukungan baik itu dari pemerintah daerah, masyarakat, dan swasta pengembangan pariwisata akan menjadi lebih baik dan potensi-potensi wisata baru akan muncul dan menjadi peluang bagi daerah kabupaten Pematang Jaya. pariwisata mempunyai sifat *Multiplayer effect* yaitu mempunyai banyak efek di berbagai bidang seperti bidang ekonomi, sosial budaya, dan sebagainya. sehingga dengan kekuatan pada pengembangan potensi objek wisata di kabupaten Pematang Jaya dapat memberikan efek bagi semua bidang berhubungan dengan pariwisata

## 2. Peningkatan promosi pariwisata

Promosi yaitu bentuk komunikasi antara pihak yang memasarkan seperti pemerintah daerah, masyarakat, pengusaha swasta, dan sebagainya dengan

pihak yang mempunyai kepentingan seperti stakeholder dari investor atau masyarakat sendiri. promosi menjadi hal yang strategis karena dapat memasarkan produk-produk yang atau potensi yang dimiliki untuk dapat diketahui masyarakat. promosi dapat dikatakan sebagai investasi jangka panjang sehingga anggaran yang disediakan tidak terbuang percuma. Promosi pariwisata dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung karena wisatawan dapat mengetahui dan memperhitungkan apa yang akan dilakukan serta membuat keputusan untuk perjalanan wisata tersebut.

## 3. Peningkatan kerjasama dengan investor

Kabupaten Pematang Jaya terdapat banyak perusahaan besar dan pemilik modal yang memiliki potensi untuk bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam pengembangan sektor pariwisata. potensi-potensi pariwisata yang tersebar di wilayah kabupaten Pematang Jaya sangat perlu dimanfaatkan secara maksimal untuk dikelola dengan investor. Kerjasama dengan investor perlu ditingkatkan karena akan mempermudah bagi pemerintah daerah pada pengelolaan yang profesional dan modern yang akan

mempengaruhi pembangunan daerah dan kemajuan di sektor pariwisata

4. Peningkatan pemanfaatan teknologi informasi

Pemanfaatan teknologi di kabupaten Pemalang oleh masyarakat terbilang cukup baik walaupun terkadang masyarakat masih belum terlalu mencari informasi lebih mendalam tentang pariwisata di kabupaten Pemalang. Pada pemerintah daerah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pemanfaatan teknologi informasi masih sangat terbatas. Masih belum maksimalnya internet menjadikan pemanfaatan teknologi internet tidak diperhatikan secara serius oleh dinas. Teknologi informasi diharapkan kedepan dimanfaatkan sebaik mungkin karena tawaran kemudahan yang diberikan teknologi informasi pada pengembangan pariwisata di kabupaten Pemalang.

5. Peningkatan kualitas SDM

Peningkatan kualitas sumber daya manusia maka situasi kerja akan tercipta secara efektif dan efisien. Pemanfaatan peluang yang ada dari lingkungan eksternal seperti kemajuan teknologi dan kondisi politik yang stabil memberikan dukungan akan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang

profesional dan handal dapat melihat peluang-peluang yang ada untuk pengembangan pariwisata menjadi lebih baik

6. Peningkatan kualitas kantor dinas dan sarana prasarana di UPTD

Kondisi kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang masih kurang mendukung. Ini dibuktikan dengan sempitnya ruangan pada bidang pengembangan produk pariwisata dan bidang sarana prasarana dibandingkan dengan ruangan lain. Serta tidak adanya ruangan rapat khusus yang disediakan. Sehingga rapat diadakan di ruangan terbuka, dimana orang-orang yang tidak terlibat rapat dapat melihat dan mengganggu konsentrasi rapat. Tidak hanya kondisi kantor dinas yang harus segera di benahi namun juga sarana dan prasarana penunjang kerja pada unsur pelaksana tugas dinas (UPTD) yang berada di objek wisata juga perlu mendapat perhatian khusus dengan peningkatan kualitas sarana dan prasarana serta fasilitas. Hal ini penting dikarenakan UPTD merupakan bagian dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang berada langsung di objek wisata

7. Peningkatan pemberdayaan dan keterlibatan masyarakat

Pengembangan pariwisata di kabupaten Pemalang belum

sepenuhnya memberdayakan masyarakat lokal. Masyarakat lokal belum menjadi subyek pada proses pengembangan tetapi menjadi objek pengembangan pariwisata. seperti halnya pada peningkatan pengunjung objek wisata, koordinasi pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan masyarakat lokal belum terkoordinir dengan baik. Sehingga masyarakat lokal cenderung tidak mengikuti keinginan dari dinas dan hanya mencari keuntungan ekonomi semata. Untuk itu harus dipersiapkan sumber daya masyarakat lokal yang berkompeten dan selalu sejalan dengan dinas agar selalu terlibat dalam proses pengembangan pariwisata.

8. Pembuatan paket wisata.

Paket wisata ialah rangkaian kegiatan kunjungan di beberapa objek wisata dalam waktu tertentu dengan tujuan untuk mengetahui dan mengenal berbagai objek wisata yang ada. Baik itu objek wisata alam, buatan, maupun wisata kuliner sehingga semua produk wisata yang ditawarkan oleh pemerintah daerah, masyarakat, dan usaha pariwisata dapat dinikmati oleh wisatawan yang menggunakan kegiatan paket wisata tersebut.

#### **G.4 Evaluasi dan Klasifikasi Isu-Isu Strategis**

Setelah dilakukannya identifikasi pada isu-isu strategis tahap selanjutnya yaitu pengujian isu strategi dengan mengukur tingkat kestrategisan isu-isu tersebut dengan menggunakan litmus tes yaitu mengajukan 13 pertanyaan pada isu-isu strategis yang telah diidentifikasi. Pada setiap pertanyaan mendapat skor dari 1-3. Isu yang memiliki skor yang paling tinggi merupakan isu yang sangat strategis dan memerlukan prioritas pemecahan.

Pemberian skor dan penilaian pada penelitian ini dilakukan dengan melibatkan aparatur yang mempunyai posisi kunci dalam pengambilan keputusan pengembangan pariwisata. Kemudian setelah di dapat skor dilakukan klasifikasi berdasarkan ranking urutan prioritas. Skor yang paling tertinggi untuk dijadikan prioritas yang bersifat strategis dengan perumusan klasifikasi sebagai berikut : (1) isu yang bersifat strategis mempunyai skor diantara 27 – 39, (2) isu yang bersifat moderat memiliki skor diantara 14 – 26, (3) isu yang bersifat operasional yang penyelesaian masalahnya dilakukan dengan kegiatan rutin, memiliki skor antara 1-13.

**TABEL G.1**  
**Klasifikasi Isu-Isu Strategis**

No.	Isu Strategis	Total Skor	Sifat Isu
1.	Pengembangan dan peningkatan kualitas objek wisata	34	Strategis
2.	Peningkatan kualitas SDM	33	Strategis
3.	Peningkatan promosi pariwisata	27	Strategis
4.	Peningkatan kerjasama dengan investor	25	Moderat
5.	Peningkatan pemanfaatan teknologi informasi	24	Moderat
6.	Peningkatan pemberdayaan dan keterlibatan masyarakat	23	Moderat
7.	Peningkatan kualitas kantor dinas dan UPTD	22	Moderat
8.	Pembuatan paket wisata.	21	Moderat

*Sumber: Pengolahan data penelitian*

### **G.5 Perumusan Program-program Strategis**

Dari hasil klasifikasi isu strategis menunjukkan prioritas isu strategis adalah pengembangan dan peningkatan kualitas objek wisata yang harus diselesaikan melalui program-program strategis. Fokus pengembangan dan peningkatan kualitas objek wisata yaitu objek wisata kawasan Pantai Widuri. Karena masih menjadi andalan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mendapatkan pendapatan dari sektor pariwisata, kemudian jumlah pengunjung objek wisata di Pantai Widuri dan Widuri *Water Park* paling tinggi diantara objek wisata lain di Kabupaten Pemalang.

Program-program pengembangan dan peningkatan kualitas objek wisata pada objek wisata Pantai Widuri dan Widuri *Water Park* yaitu:

1. Peningkatan kualitas Widuri *Water Park*.
2. Pembuatan kolam renang berstandar nasional di Pantai Widuri.
3. Peningkatan fasilitas bermain anak di Pantai Widuri.
4. Peningkatan pelestarian lingkungan di Pantai Widuri.
5. Penataan tempat parkir.

### **H. PENUTUP**

#### **H.I Kesimpulan**

1. Strategi pengembangan pariwisata kabupaten Pemalang dimulai dari

analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal yaitu sumber daya manusia, sumber dana, sarana dan prasarana penunjang kerja, produk pariwisata, informasi, dan budaya kerja. Kemudian pada lingkungan eksternal yaitu diantaranya faktor politik, faktor ekonomi, faktor sosial budaya, faktor teknologi.

2. Terdapat faktor penghambat berupa ancaman dan kelemahan yang berasal dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal antara lain sebagai berikut: 1). Peraturan pemerintah daerah yang belum mendukung kerjasama investasi pengelolaan objek wisata. 2). Masyarakat memilih objek wisata daerah lain sehingga mengurangi pendapatan. 3). Belum maksimal pemberdayaan masyarakat di objek wisata. 4). Belum maksimal penerapan sapa pesona pariwisata. 5). Pemanfaatan teknologi yang belum optimal. 6) Kualitas dan kuantitas SDM yang kurang memadai. 7). Keterbatasan anggaran/dana dinas dari alokasi APBD. 8) Sarana dan prasarana penunjang di objek wisata masih kurang. 9). Kondisi kantor yang kurang memadai. 10). Daya tarik objek wisata yang belum merata

Terdapat faktor pendukung berupa peluang dan kekuatan yang berasal dari lingkungan eksternal

dan lingkungan internal antara lain sebagai berikut: 1). Kondisi lingkungan politik yang stabil. 2). Kerjasama ekonomi antara pemerintah dengan masyarakat maupun swasta berjalan baik. 3). Adanya kelompok organisasi-organisasi kesenian dan budaya. 4). Teknologi sebagai promosi pariwisata daerah. 5). Tersedia informasi objek wisata lain sebagai pembanding dan bahan perencanaan. 6). Adanya pelatihan-pelatihan untuk pengembangan SDM. 7). Peralatan dan perlengkapan penunjang kerja di kantor dinas yang mencukupi. 8). Adanya produk pariwisata hasil seni budaya khas daerah yang banyak diminati. 9). Tersedianya informasi kepariwisataan yang lengkap. 10). Komitmen budaya kerja yang diterapkan.

3. Identifikasi dan evaluasi isu-isu strategis menghasilkan delapan isu strategis diantaranya: Pengembangan dan peningkatan kualitas objek wisata, peningkatan promosi pariwisata, peningkatan kerjasama dengan investor, peningkatan pemanfaatan teknologi informasi, peningkatan kualitas SDM, peningkatan kualitas kantor dinas dan UPTD, peningkatan pemberdayaan dan keterlibatan masyarakat, pembuatan paket wisata

4. Dalam upaya pengembangan dan peningkatan kualitas objek wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang berfokus pada pengembangan dan peningkatan objek wisata kawasan Pantai Widuri yang meliputi Pantai Widuri, Widuri *Water Park*. Program-program pengembangan dan peningkatan kualitas objek wisata di kawasan Pantai Widuri sebagai berikut : 1) peningkatan kualitas Widuri *Water Park*, 2) pembuatan kolam renang berstandar nasional di Pantai Widuri, 3) peningkatan fasilitas bermain anak di Pantai Widuri, 4) peningkatan pelestarian lingkungan di Pantai Widuri, 5) penataan tempat parkir.

## H.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Lebih memperhatikan pada objek wisata yang berpotensi dan mempunyai daya tarik selain objek wisata Pantai Widuri.
2. Promosi pariwisata melalui iklan-iklan di media baik media massa maupun media elektronik sehingga wisatawan dapat mengetahui serta tertarik berkunjung.
3. Peraturan daerah tentang kerjasama dengan investor harus dipermudah.

4. Teknologi informasi seperti website internet harus dimanfaatkan sebaik mungkin
5. Upaya peningkatan kualitas SDM harus dilaksanakan secara rutin bagi pegawai-pegawai dengan menyelenggarakan pelatihan-pelatihan pariwisata
6. Perlu mempertimbangkan peningkatan kualitas kantor dan UPTD dengan peningkatan sarana dan prasarana penunjang kerja di objek wisata secara bertahap
7. Dilakukan pemberdayaan masyarakat dengan pelatihan dan pembinaan serta melibatkan masyarakat pada pengembangan pariwisata.
8. Pembuatan paket wisata dapat menguntungkan objek wisata yang potensial yang belum memiliki daya tarik

## I. DAFTAR PUSTAKA

- Bryson, John M.(2007).*Perencanaan Strategi bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Hutabarat, Jemsly. dan Huseini, Martani.(2006).*Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer Strategi ditengah Operasional*.Penerbit. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Handoko, T. Hani.(2011).*Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit BPFE-Yogyakarta.

- Keban, Yeremias T.(2004). *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik:Konsep,Teori dan isu*.Yogyakarta:Gava Media
- Pitani, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya.(2009).*Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suwantoro, Gamal.(2004).*Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lukiastuti, Fitri dan Hamdani, Mulyawan.(2011).*Manajemen Strategik dalam Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Tripomo, Tedjo dan Udan.(2005).*Manajemen Strategi*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Hadari Nawawi.(2003). *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*.Yogyakarta:Gajah Mada University Press.
- Gaspersz, Vincent.(2004). *Perencanaan strategic untuk peningkatan kinerja sektor publik:suatu petunjuk praktek*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Pasolong, Harbani.(2008).*Teori Adiministrasi Publik*. Bandung: Penerbit AlfaBeta.
- Suryani, Irma.(2009).*Analisis Strategi Peningkatan Pendapatan Retribusi Pasar di Kabupaten Pekalongan*.Tesis.Universitas Diponegoro
- Salim, Achmad agus. (2009). *Strategi pengembangan potensi pariwisata di kabupaten kudus*.Skripsi.Univessitas Diponegoro
- Alastri, Putri. (2012).*Strategi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Pengembangan Pariwisata Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singigi*.Skripsi.Universitas Riau.
- Antariksa,basuki.(2011).*Peluang dan tantangan Pengembangangan Kepariwisataan Indonesia*.Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisataan, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Soebagyo.(2012).Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal liquidity*,1 (2) : 153-158.
- Suradnya,I Made. (2011). Strategi Pemasaran Destinasi Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & akuntansi STIE Triatma Mulya*. 16 (2): 42 -53

- Nandi.(2008).Pariwisata dan Pengembangan Sumberdaya Manusia. *Jurnal GEA Jurusan Pendidikan Geografi*. 8 (1)
- Prayogi,Putu Agus.(2011).Dampak Perkembangan Pariwisata di Objek Wisata Penglipuran.*Jurnal Perhotelan dan Pariwisata* .1 (1): 64 -79
- Kusworo,Hendrie Adji dan Damanik, Janianton.(2012).Pengembangan SDM Pariwisata Daerah: Agenda Kebijakan untuk Pembuatan Kebijakan.*Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* .6 (1): 105
- Pattipawae, Dezonda. R. 2011. Penerapan Nilai-Nilai Dasar Budaya Kerja dan Prinsip-Prinsip Organisasi Budaya Kerja Pemerintah dengan Baik dan Benar. *Jurnal Sasi*.17(3): 31-44
- Syarifuddin.2003.Model-Model Anggaran Pada Organisasi Sektor Publik dan Perkembangannya. Makassar.Universitas Hasanuddin
- Salusu, J. editor A. Ariobimo Nusantara.( 2005). *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: Grasindo.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Strauss, anselm & corbin, Juliet.(2003).*Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Singarimbun,Masri dan Effendi,Sofian.(2011).*Metode Penelitian Survai*.Jakarta. Penerbit LP3ES
- Usman,Husaini dan Akbar, Purnomo Setiady.(2008).metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Dokumen-Dokumen**
- Dokumen Rencana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tahun 2011-2016
- Laporan Akuntabilitas Instansi Pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tahun 2014
- Buku Profil Pariwisata Kabupaten Pemalang  
<http://pariwisatapemalang.com/article/115207/urun-rembug-bagi-perkembangan-pariwisata-di-kab-pemalang.html>, Urun rembug bagi perkembangan pariwisata di kabupaten Pemalang. From 8 desember 2013