

**PERENCANAAN STRATEGIS DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN KARANGANYAR DALAM
PENGEMBANGAN PARIWISATA**



SKRIPSI

Oleh:

EKA YULIANA

D 0106010

**Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Syarat – syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2010

commit to user

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'aalamiin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PERENCANAAN STRATEGIS DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KARANGANYAR DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA**. Penulis menyadari bahwa sejak awal penulisan hingga selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Retno Suryawati, M.Si selaku pembimbing, atas bimbingannya, arahan, dan motivasi serta kesabarannya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sukadi, M.Si selaku pembimbing akademis, atas bimbingan akademis yang telah diberikan selama ini.
3. Bapak Drs. Sudarto, M.Si dan Bapak Agung Priyono, M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Bapak Drs. Supriyadi SN, SU selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Segenap dosen pengajar Program studi Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah membimbing dan memberikan ilmu bermanfaat.
6. Bapak Drs. Sutarno BE, M.Pd selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar yang telah memberikan kemudahan perijinan penelitian.
7. Bapak Ir. Sukarno, MT selaku Kasubbag Perencanaan yang telah memberikan arahan serta kemudahan dalam memberikan informasi data-data untuk melengkapi penyusunan skripsi ini.

commit to user

8. Ibu Yartini, SH, MM selaku Kasubbag Umum dan Kepegawaian, Bapak Drs. Iskam, MM selaku Kasi Obyek Wisata dan Daya Tarik, Bapak Wiji Sunarto, S.Sos selaku Kasi Peningkatan Peran Serta Masyarakat dan Kemitraan, Bapak Suripto, SE selaku Kasi Promosi, Bapak Drs. Agus Sujianto, Ibu Melania Kusprihatin, SE, Bapak Sriyanto, A.Md, Bapak Joko Budi Santoso, S.ST. Par, serta seluruh jajaran pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bimbingan dan bantuan dalam penyediaan data yang penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang menuju kearah perbaikan sangat penulis harapkan. Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan awal bagi penelitian selanjutnya.

Surakarta, Juli 2010

Penulis

ABSTRAK

Eka Yuliana, D 0106010, Perencanaan Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam Pengembangan Pariwisata, Skripsi, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010, 140 halaman

Pariwisata menjadi kekuatan dalam negeri sebagai penghasil devisa negara disamping sektor migas, pengembangan pariwisata dapat memperluas kesempatan lapangan kerja dan mendorong perkembangan wilayah. Keberhasilan pengembangan pariwisata nasional harus didukung oleh pengembangan pariwisata daerah. Karanganyar merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak potensi wisata tetapi pengembangannya belum merata dan masih terfokus pada Daerah Tujuan Wisata unggulan saja sehingga perlu disusun suatu perencanaan strategis di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar secara sistematis sebagai acuan kerja untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan.

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana perencanaan strategis yang dapat dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran perencanaan strategis yang dapat disusun untuk mengembangkan pariwisata di Karanganyar.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer yang diperoleh dari 1) observasi lapangan 2) wawancara mendalam dengan informan 3) teknik dokumentasi, sumber data sekunder yang diperoleh dari arsip dan dokumen resmi seperti peraturan dan LAKIP. Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling dan snowball sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi, dan telaah dokumen. Analisis data pada penelitian ini dengan menggunakan model analisis interaktif. Validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data.

Hasil penelitian dari perencanaan strategis yang dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam pengembangan pariwisata dilaksanakan melalui tiga langkah pokok yaitu **1. Identifikasi lingkungan internal dan eksternal**, dari lingkungan internal diperoleh kekuatan berupa etos kerja dan budaya organisasi yang baik, banyak terdapat potensi pariwisata, sumber daya manusia yang sudah memadai dari segi kuantitas maupun kualitas; namun terdapat beberapa kelemahan berupa terbatasnya dana pengembangan, kurangnya event untuk menyajikan atraksi wisata, media promosi dan kemajuan teknologi kurang dimanfaatkan secara optimal. Hasil dari identifikasi faktor lingkungan eksternal terdapat beberapa peluang yaitu diberlakukannya UU No 32 tahun 2004, UU No 10 tahun 2009 dan perda No.7 tahun 2008, tingginya tingkat partisipasi masyarakat, terbukanya peluang kerjasama dengan instansi terkait, terdapat perubahan pola minat wisatawan yang cenderung menyukai hal-hal yang masih alamiah, pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, dan terdapat ancaman/tantangan yaitu munculnya tawaran paket-paket wisata dari daerah lain dengan pelayanan yang lebih baik. **2. Mengidentifikasi isu-isu Strategis** dengan menggunakan Analisis SWOT

didapat 12 isu strategis yang muncul yaitu 1) Memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan kerjasama lintas daerah; 2) Menerapkan sistem Informasi secara efektif dan produktif ; 3) Peningkatan kapasitas SDM di bidang pariwisata dengan mengacu pada peningkatan keahlian masyarakat dalam bidang pengelolaan pariwisata; 4) Pengembangan potensi wisata dengan memanfaatkan partisipasi masyarakat; 5) Memilih program yang efektif sesuai dana yang ada ; 6) Kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata; 7) Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta pengadaan event untuk sajian atraksi wisata ; 8) Memperkuat kualitas SDM di bidang Teknologi Informasi; 9) Mengembangkan sistem pelayanan pariwisata yang aman dan nyaman kepada wisatawan; 10) Memaksimalkan promosi melalui Media yang ada ; 11) Memaksimalkan dana, sarana prasarana dan SDM yang ada untuk mendukung pengembangan pariwisata; 12) Mengupayakan dana mandiri dan mencari sponsor pendukung. dari Isu strategis yang muncul akan dinilai tingkat kesrategisan masing-masing isu menggunakan Test Litmust, 3. **Merumuskan Strategi untuk mengelola Isu**, dari hasil analisis tersebut akan diperoleh isu-isu yang paling strategis untuk dijadikan sebagai strategi yang dapat diambil. Dari tahapan diatas diperoleh empat isu yang paling strategis yaitu 1. Mengadakan kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata, 2. Memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan perluasan kerjasama lintas daerah, 3. Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta mengadakan event-event untuk menyajikan atraksi wisata, 4. Memperkuat SDM bidang Teknologi Informasi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya dan keindahan alam yang sangat menarik untuk dikembangkan. Keragaman budaya ini dilatar belakangi oleh adanya agama, adat istiadat yang unik dan kesenian yang dimiliki oleh setiap suku yang ada di Indonesia. Potensi tersebut merupakan aset yang harus dimanfaatkan secara optimal melalui pengembangan kepariwisataan di Indonesia untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan usaha dan lapangan kerja.

Dalam Undang-Undang No.25 tahun 2000 tentang Program Perencanaan Nasional dan INPRES No. 16 tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata, sektor pariwisata mendapat tugas baru untuk ikut mempercepat pemulihan ekonomi Nasional dan memulihkan citra Indonesia di dunia Internasional agar dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata dengan dukungan dari lembaga terkait.

Berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan World Tourism Organization (WTO), telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Keterpukuran ekonomi nasional sejak krisis tahun 1997/1998 terutama akibat beratnya beban utang luar negeri menjadikan usaha ekonomi berbasis kekuatan dalam negeri menjadi andalan. Pariwisata merupakan

commit to user

salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah Indonesia khususnya sebagai penghasil devisa negara di samping sektor migas.

Sementara itu untuk mengukur prestasi pariwisata di suatu negara masyarakat dunia telah menggunakan standar yang telah dibakukan dalam The Travel dan Tourism Competitiveness Index (TTCI) yang meliputi sekitar empat belas kriteria antara lain menyangkut masalah kebijakan, infrastruktur, lingkungan hidup, sumberdaya manusia, serta pemberdayaan masyarakat lokal (*community development*) dalam mengembangkan pariwisata. World Economic Forum (WEF) dalam laporannya tahun 2009, berdasarkan kriteria TTCI menempatkan Indonesia pada rangking 81 dengan skor 3,79 atau turun satu peringkat dibandingkan tahun 2008. Posisi ini dibawah negara-negara tetangga yang memiliki kemiripan kondisi sosial-ekonomi seperti Thailand (rangking 39) dan India (rangking 62).
<http://www.antaraneews.com> diakses tanggal 5 maret 2010

Usaha pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata tertuang dalam UU No. 25 Tahun 2000 tentang Program Perencanaan Nasional dan INPRES No.16 Tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata, yaitu :

1. meningkatkan kualitas pelayanan kepada publik dalam bentuk jasa atau kemudahan-kemudahan yang diperlukan bagi wisatawan mancanegara yang hendak berkunjung ke Indonesia dan kemudahan bagi wisatawan nusantara dalam melakukan perjalanan untuk mengenali dan mencintai alam dan ragam budaya Indonesia.
2. Mengambil langkah-langkah nyata guna mengoptimalkan akselerasi pembangunan kebudayaan dan pariwisata nasional dalam upaya menyejahterakan masyarakat, membuka lapangan kerja, memberantas

- kemiskinan dan pemerataan pembangunan.
3. Secara proaktif melakukan upaya perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan sumber daya alam dan budaya untuk pembangunan kebudayaan dan pariwisata.
 4. Menggunakan tema "*Indonesia Ultimate in Diversity*" dalam setiap kegiatan yang dilakukan di luar negeri dan tema "Kenali Negerimu Cintai Negerimu Ayo Tamasya Jelajahi Nusantara" dalam setiap kegiatan promosi di dalam negeri.

Tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia terlihat dengan jelas dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969 Pasal 2, yang menyebutkan pengembangan pariwisata di Indonesia meliputi :

1. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja, dan mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya.
2. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
3. Meningkatkan persaudaraan/persahabatan nasional dan internasional. (Yoeti, 1997:35)

Namun permasalahan yang banyak muncul akhir-akhir ini sangat mempengaruhi perkembangan pariwisata di Indonesia. Munculnya berbagai peristiwa dan musibah selama tahun 2005 hingga awal tahun 2007 berpengaruh cukup besar terhadap kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia. Musibah bencana alam tsunami di Aceh, wabah flu burung, munculnya Bom Bali 2 menjadikan kunjungan wisman pada 2005 menurun menjadi 5 juta dari posisi sebelumnya 5,3 juta pada tahun 2004. Kondisi tahun 2005 berdampak terhadap

target kunjungan tahun 2006 yang tercapai 4,8 juta wisman. Pada tahun 2006 masih muncul sejumlah peristiwa besar antara lain bencana gempa bumi di Yogyakarta serta tsunami di kawasan wisata pantai Selatan Jawa. Musibah berlanjut pada awal tahun 2007 Jakarta lumpuh karena banjir. Kemudian disusul dengan kejadian peristiwa kecelakaan transportasi darat, laut, dan udara. *www.setneg.go.id Sekretariat Negara Republik Indonesia 5 March, 2010, 19:16*

Kondisi tersebut merupakan ancaman yang berdampak negatif bagi perkembangan pariwisata ditambah masih terdapat kelemahan menyangkut masalah manajemen produk, kurangnya sajian atraksi pariwisata dan budaya, kondisi infrastruktur, sumber daya manusia, pengelolaan destinasi wisata, pemasaran dan regulasi. Berkurangnya minat generasi muda untuk mengerti, memahami, melestarikan dan mengembangkan seni serta kebudayaan daerah dan kurangnya perhatian terhadap kelestarian benda-benda bersejarah dan purbakala. Hal tersebut diperparah dengan adanya Isu *travel warning* (larangan berkunjung) dari beberapa negara seperti Amerika, Australia, Singapura yang semakin menyudutkan posisi pariwisata di Indonesia. Kondisi ini merupakan ancaman yang dapat menghambat perkembangan pariwisata, terutama kelangsungan pariwisata daerah.

Ancaman yang dihadapi disebabkan karena lemahnya riset penelitian sebagai prakondisi implementasi promosi pariwisata di dalam dan luar negeri. Terbatasnya jumlah sumber daya manusia (SDM) secara kuantitas maupun kualitas yang mempunyai daya saing tinggi. Terutama kurangnya SDM di bidang

promosi pemasaran pariwisata yang memiliki pemikiran strategis dan visioner. Kondisi ini dapat menghambat kualitas dari segala aktivitas kegiatan pemasaran dan promosi Indonesia. Hal tersebut memberikan implikasi pada kualitas output promosi pariwisata Luar Negeri Indonesia, yang dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. <http://www.pewarta-kabarindonesia.blogspot.com>.

Kondisi kepariwisataan nasional ikut mempengaruhi perkembangan pariwisata di tingkat daerah. Keberhasilan pengembangan pariwisata Indonesia harus didukung oleh perkembangan pariwisata dari masing-masing daerah. Dengan diberlakukannya undang-undang otonomi daerah No. 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dimana pemerintah pusat memberi wewenang kepada pemerintah Kabupaten/Kota untuk menggali, mengolah dan mengelola potensi yang ada di daerah dan memanfaatkannya untuk kepentingan masyarakat setempat dengan memberdayakan masyarakat dalam pengambilan kebijakan, implementasi dan evaluasi kinerja pemerintah daerah.

Daerah dituntut mampu memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada serta meminimalisir kelemahan, berhati-hati dan selalu waspada dalam mengkombinasikan kemampuan daerah dengan kebutuhan wisatawan. Kepentingan wisatawan tidak boleh diabaikan, namun tuntutan dan minat wisatawan tidak boleh merusak daya tarik utama daerah tujuan wisata di Kabupaten Karanganyar dalam bentuk perusakan ekologi, obyek-obyek wisata (termasuk peninggalan sejarah), adat-istiadat serta kesenian khas daerah setempat.

Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu daerah yang banyak memiliki aset wisata baik alam, wisata budaya, wisata sejarah. Dengan identitas

INTANPARI (Industri, Pertanian dan Pariwisata) Kabupaten Karanganyar mengembangkan sektor perekonomian melalui tiga sektor unggulan tersebut. Berbagai potensi wisata tersebar di beberapa kecamatan dan mempunyai karakteristik yang khas, banyak wisatawan mencari kesenangan di alam terbuka (*out door recreation*) dengan menikmati udara segar, pemandangan indah dan suasana alam yang nyaman, serta menikmati bentang alam yang mempesona dengan mengutamakan agro wisata, alam, wisata ziarah dan wisata sejarah budaya. Potensi yang ada dapat mendukung perkembangan tren pariwisata yang mempengaruhi perkembangan *consumer behaviour pattern* atau pola konsumsi para wisatawan ke jenis wisata yang lebih tinggi. Wisatawan lebih tertarik menikmati produk atau kreasi budaya (*culture*) dan peninggalan sejarah (*heritage*), serta *nature* atau agrowisata dari suatu daerah.

Kondisi pengembangan pariwisata di Karanganyar sudah dilengkapi dengan sarana dan prasarana pendukung serta penambahan wahana yang ditawarkan seperti arena bermain anak, outbond, sarana transportasi yang mudah untuk mencapai obyek wisata, sarana komunikasi yang memadai, serta sarana wisata pendukung yang lain seperti rumah makan dan hotel yang menjadi kekuatan pengembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar. Hawa yang sejuk serta masyarakat yang ramah menjadi daya tarik tersendiri. Keberadaan bandara Adi Sumarmo yang memungkinkan meningkatnya akses wisata berskala Internasional menjadi peluang pariwisata Karanganyar untuk dapat menarik lebih banyak wisatawan yang berkunjung.

Kendala yang masih dihadapi dalam pengembangan pariwisata Karanganyar adalah belum meratanya pembangunan pariwisata. Perkembangan pariwisata masih bertumpu pada daerah tujuan wisata (DTW) unggulan saja. Hal ini disebabkan karena terkendala masalah dana pengembangan yang masih mengandalkan dari APBD. Karanganyar membutuhkan kerjasama dengan investor sebagai penyandang dana untuk mengelola dan mengembangkan pariwisata di Karanganyar. Selain itu kekhasan dan keunikan atraksi dan aktivitas wisata yang ditawarkan masih belum menjadi suatu daya tarik bagi kedatangan wisatawan, karena produk yang ditawarkan belum dikemas dengan baik dan menarik. Jika hal ini tidak segera diatasi akan terjadi ketimpangan antar obyek wisata dan menjadi ancaman bagi perkembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar.

Untuk mengembangkan Pariwisata di Kabupaten Karanganyar selaras dengan Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar *“Menjadikan Kabupaten Karanganyar sebagai Daerah Tujuan Utama Wisata Tahun 2013”* pemerintah daerah telah melakukan beberapa program kebijakan yang mendukung seperti memfasilitasi penyelenggaraan upacara adat budaya, mengikuti festival, gelar seni dan gelar budaya nusantara, menyelenggarakan beberapa atraksi seni, mengadakan travel dialog, optimalisasi promosi dan penambahan sarana prasarana di obyek wisata. Namun dari upaya tersebut masih terdapat beberapa kelemahan seperti kurangnya diversifikasi produk yang ditawarkan serta kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan seperti pelayanan informasi kepariwisataan. Para pelaku kepariwisataan kurang

commit to user

memberikan perhatian yang cukup untuk mengembangkan produk baru yang lebih kompetitif dan sesuai dengan selera pasar.

Untuk mewujudkan pertumbuhan dan perkembangan sektor pariwisata, dibutuhkan dukungan peran dari berbagai pihak khususnya pemerintah, swasta dan masyarakat. Diharapkan kebijakan dan konsep-konsep pengembangan dapat direncanakan secara holistik, terarah, mempunyai target yang jelas dengan visi dan misi yang dijadikan paradigma pembangunan termasuk pengembangan kawasan wisata. Menanggapi kondisi tersebut, tentunya akan menimbulkan konsekuensi logis bahwa setiap kebijakan dan langkah-langkah yang diambil harus dapat mengakomodasi dari aspek-aspek yang bersinggungan langsung dengan tugas-tugas bidang Pariwisata dan Kebudayaan sehingga dapat menghasilkan kondusifitas dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran yang diharapkan.

Dengan kata lain pengembangan pariwisata yang tidak direncanakan akan menimbulkan masalah sosial dan budaya terutama di daerah atau tempat di mana terdapat perbedaan tingkat sosial antara pendatang dan penduduk sekitar. Selain itu juga dapat terjadi ketimpangan pembangunan dan pengembangan pariwisata antara obyek wisata unggulan dan obyek wisata yang belum unggulan. Oleh karena itu keberadaan obyek-obyek wisata yang ada di daerah perlu diperhatikan dengan serius dan di kelola dengan profesional agar sektor pariwisata menjadi sektor unggulan yang dapat meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) dan mampu menggerakkan perekonomian masyarakat dan perkembangan wilayah.

Sejalan dengan kedudukan, tugas pokok dan fungsi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar maka perlu disusun suatu Perencanaan Strategis SKPD/Dinas yang sistematis, komprehensif dan aspiratif. Sebagai pedoman dan acuan kerja untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan yang sesuai dengan visi misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar untuk mengefektifkan pengelolaan dan pengembangan kawasan-kawasan wisata di Kabupaten Karanganyar. Perencanaan Strategis ini dilakukan untuk mengantisipasi berbagai perkembangan lingkungan internal dan eksternal yang ada seperti yang telah disebutkan diatas, termasuk di dalamnya kecenderungan maupun tren perkembangan pariwisata yang ramah lingkungan dan berskala global.

Untuk menanggapi masalah yang mempengaruhi pengembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar maka dalam penelitian ini peneliti mengambil judul **“Perencanaan Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam Pengembangan Pariwisata”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas telah diberikan penjelasan mengenai peranan pengembangan pariwisata sebagai katalisator pembangunan dan pentingnya perencanaan strategis dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan perumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana Perencanaan Strategis yang dapat dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam pengembangan pariwisata?

C. TUJUAN

Untuk menggambarkan perencanaan strategis yang dapat disusun untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Karanganyar.

D. MANFAAT

1. Sebagai kajian ilmiah untuk memberikan gambaran tentang kondisi kepariwisataan di Kabupaten Karanganyar sebagai acuan untuk menyusun perencanaan strategis.
2. Untuk mengasah kemampuan penulis dalam merespon suatu masalah, pengumpulan data dan informasi kemudian menganalisis secara ilmiah.
3. Dalam kajian teoritis diharapkan dapat menjadi acuan identifikasi variabel-variabel yang telah diteliti dan memberikan peluang bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. TINJAUAN PUSTAKA

1. Perencanaan Strategis

a. Pengertian Perencanaan Strategis

Agar setiap kegiatan atau program dapat mencapai tujuan yang diharapkan perlu disusun rencana kerja yang baik dan matang. Rencana kerja yang baik biasa disebut 'Perencanaan Strategis, dimana terdapat proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, program-program strategi, dan penetapan metoda-metoda yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijakan telah diimplementasikan. Perencanaan strategi juga merupakan proses perencanaan jangka panjang yang disusun untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Olse dan Eadie dalam Bryson, 2005 : 4

“Perencanaan Strategis sebagai upaya membuat keputusan dan tindakan penting yang membentuk dan memandu bagaimana menjadi organisasi, apa yang akan dikerjakan organisasi dan mengapa organisasi tersebut mengerjakannya”.

Perencanaan Strategis mensyaratkan pengumpulan informasi secara luas, eksplorasi alternatif, dan keputusan sekarang menekankan implikasi masa depan. Perencanaan strategis dapat memfasilitasi komunikasi dan partisipasi, mengakomodasi kepentingan dan nilai yang berbeda dan membantu pembuatan keputusan secara tertib

maupun keberhasilan implementasi keputusan. Perencanaan Strategi dapat membantu pemerintah, lembaga publik dan organisasi nirlaba menghadapi perubahan yang terjadi, dengan meningkatkan kemampuan untuk berfikir dan bertindak strategis.

Perencanaan Strategis menurut Michael Allison dan Jude Kaye (2005:1) adalah :

“Proses sistematis yang disepakati organisasi dan membangun keterlibatan di antara *stakeholder* utama tentang prioritas yang hakiki bagi misinya dan tanggapan terhadap lingkungan”.

Menurut Bryson, Perencanaan Strategis adalah inovasi manajemen yang dapat bertahan lama, karena perencanaan strategis dibangun diatas pembuat keputusan politik. Memunculkan dan memecahkan isu-isu penting adalah inti pembuatan perencanaan strategis. Perencanaan Strategis berkaitan dengan pencarian kesesuaian yang terbaik dan paling menguntungkan antara organisasi dan lingkunganya yang didasarkan pada pemahaman mendalam. Dengan memaksimalkan kekuatan internal dan meminimalkan atau mengatasi kelemahan internal untuk mendapatkan keuntungan dari peluang eksternal dan meminimalkan atau mengatasi ancaman eksternal. (Bryson, 2005:138)

Perencanaan Strategis khususnya digunakan untuk mempertajam fokus organisasi, agar semua sumber organisasi digunakan secara optimal untuk melayani misi organisasi. Perencanaan strategis pengembangan pariwisata dimaksudkan agar

commit to user

aktivitas pariwisata dapat menghasilkan keuntungan atau manfaat sebesar-besarnya, menghilangkan atau menekan dampak negatifnya seminimal mungkin.

Menurut Allison dan Jude Kaye, jika dirumuskan secara sederhana, perencanaan strategis adalah

“Sebuah alat manajemen, dan sama dengan setiap alat manajemen, alat itu hanya digunakan untuk satu maksud saja untuk menolong organisasi melakukan tugasnya dengan lebih baik. Perencanaan strategis dapat membantu organisasi memfokuskan misi dan prioritasnya sebagai jawaban terhadap lingkungan yang berubah dan untuk memastikan agar anggota-anggota organisasi itu bekerja ke arah yang sama. (Allison dan Jude Kaye, 2005: 1)

b. Manfaat/ pentingnya Perencanaan Strategis

Ada tiga alasan yang menunjukkan pentingnya perencanaan strategis. Pertama, perencanaan strategis memberikan kerangka dasar bagi perencanaan-perencanaan lainnya. Kedua, pemahaman terhadap perencanaan strategis akan mempermudah pemahaman dalam bentuk perencanaan lainnya. Ketiga, perencanaan strategis merupakan titik permulaan bagi penilaian kegiatan manajer dan organisasi. Pentingnya perencanaan strategis bagi pemerintah daerah sangat menonjol karena disana terlihat dengan jelas peranan dari pemerintah daerah dalam mengkoordinasikan semua unit kerja.

Menurut Bryson Tujuan perencanaan Strategis adalah

“untuk menghasilkan keputusan dan tindakan pokok yang menegaskan bagaimana suatu organisasi (atau entitas lainnya), apa yang dilakukan organisasi, dan mengapa organisasi melakukan hal itu”. (Bryson, 2005:14)

commit to user

Pendapat Bryson diperkuat dengan pernyataan Michael Allison dan Jude Kaye (2005:9)

“Jika hanya rencana-rencana saja tidak akan membuahkan hasil. Tetapi rencana yang disusun dengan baik meningkatkan peluang bahwa kegiatan organisasi sehari-hari akan menjerumuskan ke hasil yang dikehendaki. Perencanaan menolong anggota organisasi untuk memfokuskan perhatian pada prioritas yang tepat dan akan memperbaiki proses kerjasama saat mengerjakan prioritas ini”.

Pada umumnya organisasi yang berskala besar, seorang pemimpin tidak memiliki informasi yang sangat mendetail, mengingat besarnya sumber daya yang dikelolanya. Sehingga ia membutuhkan rencana untuk menjalankan organisasinya. Namun perencanaan strategis bukan tujuan dalam perencanaan strategis itu sendiri, tetapi semata-mata merupakan kumpulan konsep untuk membantu para pemimpin membuat keputusan penting dan melakukan tindakan penting. Bahkan jika suatu proses perencanaan strategis menimbulkan kesulitan dalam cara berfikir dan bertindak strategis, proses perencanaan harus dikesampingkan bukan pemikiran dan tindakannya (Bryson, 2005:54).

Dari pernyataan di atas perencanaan strategis mempertegas pentingnya pemikiran dan tindakan strategis. Perencanaan Strategis digunakan untuk menyiapkan suatu organisasi terhadap berbagai ancaman dan peluang eksternal yang mungkin membutuhkan tanggapan di masa mendatang yang dapat di duga. Dengan kata lain menurut Bryson tujuan utama dari perencanaan strategis adalah *commit to user*

mempersiapkan organisasi memberi tanggapan secara efektif kepada dunia luar sebelum muncul krisis. Bisa saja sebuah organisasi tidak memiliki rencana strategis sebab memiliki pimpinan yang mampu berfikir dan bertindak strategis

Menurut Bryson Perencanaan Strategis penting karena dapat membantu organisasi :

- 1) Berfikir secara strategis dan mengembangkan strategi-strategi yang efektif.
- 2) Memeperjelas arah masa depan.
- 3) Menciptakan prioritas.
- 4) Membuat keputusan sekarang dengan mengingat konsekuensi masa depan.
- 5) Mengembangkan landasan yang koheren (berkesinambungan) dan kokoh bagi pembuat keputusan.
- 6) Menggunakan keleluasaan yang maksimum dalam bidang-bidang yang berada di bawah kontrol organisasi.
- 7) Membuat keputusan yang melintasi tingkat dan fungsi.
- 8) Memecahkan masalah utama organisasi.
- 9) Memperbaiki kinerja organisasi.
- 10) Menangani keadaan yang berubah dengan cepat secara efektif.
- 11) Membangun kerja kelompok dan keahlian.
(Steiner, 1979; Barry,1986; Bryson, Freem dan Roering, 1986; Bryson, Van de Ven, dan Roering,1987 dalam Bryson 2005:12-13)

Meskipun perencanaan strategis dapat memberikan manfaat diatas tetapi tidak ada jaminan semua akan tersedia. Perencanaan strategis hanyalah kumpulan konsep, prosedur, dan alat. Para perencana harus berhati-hati karena tidak semua pendekatan memiliki keunggulan yang sama, beberapa syarat mempengaruhi keberhasilan penggunaan masing-masing pendekatan.

c. Tahapan Perumusan Perencanaan Strategis

Menurut Bryson proses perencanaan strategi terdiri dari beberapa tahapan yang dapat membantu organisasi berfikir dan bertindak secara strategis. Langkah-langkah/proses Perencanaan Startegis, menurut Bryson (2005:55-112) adalah :

1. Memrakarsai dan menyepakati suatu proses perencanaan strategis
2. Mengidentifikasi mandat organisasi
3. Memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi
4. Menilai lingkungan eksternal : peluang dan ancaman
5. Menilai lingkungan internal : kekuatan dan kelemahan
6. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi
7. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu
8. Menciptakan visi organisasi yang efektif bagi masa depan.

Delapan langkah ini harus mengarah pada tindakan, hasil dan evaluasi. Dan setiap tindakan, hasil dan evaluasi tersebut harus ada pada setiap langkah, dengan kata lain implementasi dan evaluasi tidak harus menunggu sampai akhir namun menjadi bagian yang menyatu dari proses dan terus menerus (Bryson, 2005:55).

Langkah pertama, Memrakarsai dan menyepakati suatu proses Perencanaan Strategis. Menurut Bryson tujuan dari langkah pertama dalam proses ini adalah mengembangkan kesepakatan awal tentang upaya perencanaan strategis dan langkah-langkah perencanaan utama diantara pembuat keputusan (*decision makers*) atau pembentuk opini internal dan mungkin eksternal jika dukungan mereka dibutuhkan untuk keberhasilan upaya ini. Siapa yang harus dilibatkan, kapan keputusan kunci akan dilakukan dan mereka dapat

commit to user

menyediakan sumber daya kritis seperti legitimasi, penugasan staf, anggaran.

Secara ideal langkah ini akan menghasilkan kesepakatan mengenai empat isu :

- a. Manfaat upaya perencanaan strategis
- b. Organisasi, unit, kelompok, atau orang yang dilibatkan atau diberitahu
- c. Langkah-langkah khusus untuk diakui
- d. Bentuk dan waktu pembuatan laporan

Langkah kedua, Memperjelas Mandat Organisasi. Tujuan dari langkah ini adalah mengenali dan memperjelas sifat dan makna mandat yang dipaksakan secara eksternal, baik formal maupun informal, yang mempengaruhi organisasi. Manfaat dari mandat ini adalah adanya kejelasan mengenai apa yang dimandatkan akan meningkatkan kemungkinan bahwa mandat itu akan benar-benar dijalankan. Selanjutnya ada kemungkinan untuk mengembangkan misi yang tidak terbatas pada mandat.

Langkah Ketiga, Memperjelas Misi dan Nilai –nilai Organisasi. Misi menjelaskan tujuan organisasi, atau mengapa organisasi harus melakukan apa yang harus dilakukannya. Visi memperjelas harus menyerupai apa tujuan itu dan bagaimana tujuan harus berjalan agar bisa memenuhi misinya.

Langkah keempat, menilai lingkungan eksternal dimaksudkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam mengembangkan pariwisata.

Langkah kelima, menilai lingkungan internal. Dapat dilakukan dengan memonitor kondisi sumber daya yang dimiliki, strategi mana yang digunakan sekarang dan bagaimana kinerja pegawainya.

Langkah keenam, mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi. Suatu pernyataan mengenai permasalahan strategis harus memuat tiga elemen yaitu metode pengungkapan yang singkat, pentabulasian faktor-faktor penyebab permasalahan strategis, dan penentuan konsekuensi kegagalan dalam mengatasi permasalahan strategi tersebut.

Langkah ketujuh, merumuskan strategi untuk mengelola isu. Merancang strategi yang dihadapi. Sebuah strategi yang efektif harus memenuhi beberapa kriteria berikut : secara teknis dapat dilaksanakan, secara politis dapat diterima, strategi tersebut harus terkait dengan permasalahan yang akan diatasi.

Langkah kedelapan : menciptakan visi organisasi yang efektif bagi masa depan. Langkah ini merupakan langkah terakhir dalam proses perencanaan strategi. Visi efektif merupakan petunjuk bagi segenap jajaran dalam lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar untuk menyongsong masa depan. Visi tersebut

disosialisasikan secara efektif, dapat menumbuhkan komitmen dan percaya diri pada setiap jajaran dalam lingkungan organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar.

Selanjutnya penelitian ini dalam merumuskan perencanaan strategis untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar, penulis mengacu pada langkah-langkah Bryson diatas. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar sudah memiliki visi, misi dan mandat sehingga penelitian Perencanaan Srategis ini menggunakan tiga langkah pokok yaitu :

1. Pengumpulan data melalui analisis faktor lingkungan internal (kekuatan/kelemahan) dan eksternal (peluang/ancaman)
2. Mengidentifikasi isu-isu Strategis menggunakan analisis Strenght, Weaknees, Opportunity, Threat (SWOT)
3. Merumuskan Strategi untuk mengelola Isu menggunakan uji Test Litmus

1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Untuk merespon secara efektif perubahan dalam lingkungannya, organisasi atau komunitas harus terus mencermati lingkungan eksternal dan internalnya. Pengamatan lingkungan internal dan eksternal merupakan proses perencanaan strategis yang menyediakan informasi tentang kekuatan dan kelemahan internal organisasi sehubungan dengan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya.

commit to user

Penilaian lingkungan internal dan eksternal digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu strategis.

a) Faktor lingkungan Internal : kekuatan dan kelemahan

Lingkungan internal terdiri dari variabel-variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada dalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Menurut Bryson (2005:145) tujuan penilain lingkungan internal organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, aspek-aspek yang mendorong atau menghambat pencapaian misi organisasi dan pemenuhan mandatnya. Variabel-variabel yang mempengaruhi suasana dimana pekerjaan dilakukan meliputi :

- a) Struktur, yaitu cara bagaimana organisasi diorganisasikan, berkaitan dengan komunikasi, wewenang, dan arus.
- b) Budaya, yaitu pola keyakinan, pengharapan, dan nilai-nilai yang dibagikan oleh anggota organisasi.
- c) Sumber Daya organisasi, yaitu aset yang merupakan bahan baku bagi produksi barang dan jasa organisasi.

(Fredy Rangkuti,2006:26)

Sumber daya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Karanganyar, Sumber Daya Manusia, Sumber dana Keuangan, Sarana/fasilitas.

Keberhasilan perencanaan pengembangan pariwisata dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung antara lain Sumber Daya

manusia (SDM), dana, bahan baku, transportasi dan sarana wisata sebagai penunjang kenyamanan wisatawan. Seperti yang terdapat pada Jurnal Internasional “Sustainable Tourism: A Case of Destination Competitiveness in South Asia 2009, Vol.2, No.1

“Support activities include human resource development (human resources is a central factor in achieving competitiveness and important for consumer loyalty – Bueno, 1999), Infrastructure (accessibility of the destination - Dwyer 2001), physical support, policies (Crouch et al 2000), capacity, personal safety & security, culture, climate, events, linkage, channels, network, community involvement, benchmarking, environment development (Mihalic, T. 2000) and other which directly support the key drivers to achieve the competitiveness and are crucial for many forms of tourism and visitor satisfaction (Buckley, 1994). Support activities also affect both the volume and pattern of tourism flows throughout the world (Dwyer, 2001). Supporting factor provide necessary foundation for a strong tourism sector (Crouch and Ritchie, 1995).” Kegiatan penunjang termasuk pengembangan sumber daya manusia (sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam mencapai daya saing dan penting untuk loyalitas konsumen - Bueno, 1999), Infrastruktur (aksesibilitas dari tujuan - Dwyer 2001), dukungan fisik, kebijakan (Crouch et al 2000), kapasitas, keselamatan pribadi & keamanan, budaya, iklim, peristiwa, penghubung, saluran, jaringan, keterlibatan masyarakat, benchmarking lingkungan pengembangan (Mihalic, T. 2000) dan lainnya yang secara langsung mendukung pemimpin kunci mencapai daya saing dan sangat penting bagi bentuk pariwisata dan kepuasan pengunjung (Buckley, 1994). Kegiatan dukungan juga mempengaruhi volume dan pola arus pariwisata seluruh dunia (Dwyer, 2001). Faktor pendukung yang diperlukan untuk memberikan dasar yang kuat sektor pariwisata (Crouch dan Ritchie, 1995). Driver dan kegiatan dukungan digabungkan bersama yang secara langsung mempengaruhi proses dan pelayanan.

Tujuan utama dari perencanaan strategis adalah agar organisasi mampu melihat secara obyektif kondisi-kondisi eksternal dan internalnya, sehingga organisasi tersebut dapat mengantisipasi

perubahan lingkungannya. Perencanaan Strategis penting untuk mendapatkan keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada. Oleh karena itu strategi yang dibuat perlu bersifat konsisten dan realistis sesuai dengan situasi dan kondisinya. Berdasarkan pemahaman internal ini hendaknya kelemahan dan juga kekuatan yang dimiliki dapat diketahui. Selain mengetahui kekuatan dan kelemahan, organisasi perlu mencermati peluang yang ada dan memanfaatkannya agar perusahaan memiliki keunggulan kompetitif. Perlu diingat jika peluang disia-siakan dapat berbalik menjadi ancaman bagi organisasi karena peluang tersebut akan dimanfaatkan oleh pesaing.

b) Faktor Lingkungan Eksternal

Penilaian Lingkungan Eksternal adalah faktor dari luar yang tidak bisa dikontrol oleh organisasi (Preffer dan Salancik,1978 dalam Bryson 2005:62). Penilaian lingkungan eksternal bertujuan menggali lingkungan diluar organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapinya. Peluang dan ancaman dapat diketahui dengan mengidentifikasi tiga kategori penting yang dapat dipantau yaitu:

a) Kondisi : politik, ekonomi, sosial, teknologi

Mengidentifikasi perkembangan politik, ekonomi, sosial dan teknologi yang mempengaruhi perkembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar. Kondisi politik, ekonomi, sosial dan teknologi yang berada di luar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak.

b) Pelanggan/klien

Pelanggan yang dimaksud disini adalah wisatawan yang menjadi sasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar. Sehingga penting bagi organisasi untuk mengetahui karakteristik wisatawan yang berkunjung dan minat/selera wisatawan.

c) Para pesaing dan kolaborator yang aktual dan potensial.

Pesaing : merupakan kompetitor yang dapat menjadi ancaman bagi organisasi dalam melaksanakan tugasnya.

Kolaborator : pihak –pihak yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar. (Bryson,2005:142)

Hasil identifikasi terhadap lingkungan internal dan lingkungan eksternal memberikan gambaran mengenai kekuatan (strenght), kelemahan (weakness), peluang (opportunity) dan ancaman (Threath) atau sering disebut dengan SWOT. Secara lebih jelas dapat dilihat dari penjelasan berikut ini :

commit to user

- a. Kekuatan (*Strenght*) adalah keunggulan dalam sumber daya, ketrampilan atau keunggulan lain yang diinginkan konsumen dan tidak dimiliki oleh pesaing
- b. Kelemahan (*Weaknees*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber daya, ketrampilan dan kemampuan yang dapat menghambat pelaksanaan aktivitas organisasi
- c. Peluang (*Opportunity*) adalah kondisi yang menguntungkan organisasi, seperti perubahan peraturan pendukung, perkembangan teknologi, dan perubahan tingkat minat konsumen.
- d. Ancaman (*Threath*) adalah kondisi yang tidak menguntungkan organisasi dan merupakan pengganggu dalam kelancaran aktivitas organisasi, seperti perubahan kondisi politik, ekonomi, keamanan.

Manfaat menggunakan SWOT adalah a) membantu berfikir logis yaitu dalam memilih alternatif strategi, b) Dengan pendekatan ini akan diperoleh gambaran mengenai posisi organisasi/perusahaan yaitu dengan melihat perbandingan antara kekuatan dan peluang yang dimiliki juga kelemahan dan ancaman di masa depan. Diperkuat dengan jurnal internasional tahun 2009 "*The Impact of SWOT Analysis on Achieving a Competitive Advantage: Evidence from Jordanian Banking Industry:*

"One can assume that organizational environment is composed of many elements which organizations deal with and form complex cause-and-effect type of relationships with. Environment can also be divided into two categories. The first category implies the external environment which contains all changes that take place outside the organization's boundary

such as economic, political, cultural, and technological changes upon which organizations have little impact. The second category has to do with internal factors within an organization in various areas such as management, culture, finance, research and development, staff, operational efficiency and capacity, technical frameworks, and organizational structure. SWOT analysis refers to the process through which decision makers develop their awareness of organizational environments so as to influence performance now and in the future (Naryanan & Nath, 1993: 197). SWOT analysis can help organizations develop an early alarming system that take into considerations all necessary preparations before possible threats rise, and implement capable strategies to face such threats and minimize their negative consequences. Lingkungan organisasi terdiri dari banyak unsur organisasi yang kompleks dengan faktor lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan eksternal merupakan semua perubahan yang terjadi di luar batas organisasi seperti ekonomi, politik, budaya, dan teknologi perubahan pada organisasi yang berdampak kecil. Sedangkan faktor lingkungan internal dalam sebuah organisasi di berbagai daerah seperti manajemen, budaya, keuangan, penelitian dan pengembangan, staf, efisiensi operasional dan kapasitas, kerangka kerja teknis, dan struktur organisasi. Analisis SWOT dapat membantu organisasi memprediksi ancaman yang mungkin terjadi dan mampu menerapkan strategi menghadapi ancaman tersebut dan meminimalkan ancaman tersebut.

Menurut Bryson (2003: 147), analisis ini merupakan analisis faktor internal yaitu *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan), serta analisis faktor eksternal yaitu *Opportunity* (kesempatan) dan *Threats* (ancaman) yang mana akan diajukan empat pertanyaan sebagai berikut:

- i. Peluang eksternal terpenting apakah yang kita miliki?
- ii. Ancaman eksternal terpenting apakah yang kita hadapi?
- iii. Apa kekuatan internal terpenting kita?
- iv. Apa kelemahan internal terpenting kita?

2. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi

Setelah melakukan pengamatan lingkungan dan mengidentifikasi faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal, langkah selanjutnya adalah identifikasi isu strategis. Langkah ini adalah langkah yang paling menentukan dalam proses perencanaan strategis, yang mempengaruhi mandat, misi dan nilai-nilai, tingkat dan campuran produk atau pelayanan, klien atau pengguna, biaya keuangan atau manajemen organisasi. Perencanaan Strategi fokus pada tercapainya “percampuran” yang terbaik antara organisasi dan lingkungannya. Lingkungan eksternal dipandang sebagai perencanaan dari luar ke dalam (*the outsider in*), misi dan nilai-nilai maupun lingkungan internal dianggap sebagai perencanaan dari dalam ke luar (*the inside out*). (Bryson, 2005: 64)

Alat yang dipakai untuk mengidentifikasi isu –isu strategis adalah matriks SWOT yaitu tabulasi antara faktor Eksternal: *opportunity* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) dengan faktor Internal: *Strenghts* (kekuatan) dan *Weaknesses* (Kelemahan). Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi suatu organisaisi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Matrik Analisis SWOT

Faktor Internal	STRENGTH (S) Kekuatan 1. 2.	WEAKNESSES (W) Kelemahan 1. 2.
Faktor Eksternal		
OPPORTUNITY (O) Peluang 1. 2.	STRATEGI SO Memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang	STRATEGI WO Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREAT (T) 1. 2.	STRATEGI ST Memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI WT Meminimalkan kelemahan sambil menghindari ancaman

Gambar II.1: Matrik analisis SWOT

Sumber : Hadari Nawawi, 2005

Hasil akhir identifikasi Isu Strategis disusun berdasarkan pada prioritas, urutan logika atau urutan waktu agar memudahkan rumusan strategi. Selanjutnya Isu strategi tersebut di evaluasi untuk mengetahui tingkat strategis masing-masing isu. Evaluasi Isu strategis dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Test Litmus (*Litmus Test*)

Test Litmus digunakan untuk mengembangkan beberapa ukuran tentang bagaimana tingkat kesrategisan suatu isu. Setiap isu strategis yang telah teridentifikasi diberikan 13 pertanyaan yang kemudian diberi penilaian. Isu yang memiliki skor tertinggi adalah Isu yang paling strategis dan Isu yang Operasional adalah Isu yang memiliki skor terendah.

Penilaian skornya adalah sebagai berikut :

- Skor 1 = untuk isu yang bersifat operasional
- Skor 2 = untuk isu yang cukup strategis
commit to user
- Skor 3 = untuk isu yang sangat strategis

Jika skor itu dikalikan dengan jumlah pertanyaan, maka total skor yang dihasilkan akan membentuk interval, sebagai berikut :

- Jika total skor antara 13-21 -----Isu kurang strategis
- Jika Total skor antara 22-30-----Isu cukup strategis
- Jika total skor antara 31-39-----Isu sangat strategis

Utuk lebih memperjelas akan disajikan dalam bentuk lembar kerja berikut ini



Test Litmus untuk Isu Strategis

Pertanyaan	Nilai		
	1	2	3
1. Kapan tantangan peluang isu strategis ada di hadapan anda?	Sekarang	Tahun Depan	Dua Tahun atau lebih
2. Seberapa luas suatu isu akan berpengaruh pada departemen anda?	Unit/divisi tunggal	Beberapa divisi	Seluruh departemen
3. Seberapa banyak resiko/peluang keuangan organisasi anda?	Kecil (10% dari anggaran)	Sedang (10%-25% dari anggaran)	Besar Lebih dari 25% dari anggaran
4. Apakah strategi bagi pemecahan isu membutuhkan : a. Pengembangan sasaran dan program pelayanan baru? b. Perubahan signifikan dalam sumber-sumber atau jumlah pajak? c. Perubahan signifikan dalam ketetapan/peratura? d. Penambahan atau modifikasi fasilitas? e. Penambahan staff yang signifikan?	Tidak Tidak Tidak Tidak Tidak		Ya Ya Ya Ya Ya
5. Bagaimana pendekatan terbaik bagi pemecahan isu ?	Jelas, siap di implementasikan	Parameter luas agak terperinci	Terbuka luas
6. Tingkat manajemen manakah yang dapat menetapkan bagaimana menaggulangi isu?	Pengawasan staf lini	Kepala divisi	Kepala Departemen
7. Konsekuensi apakah yang mungkin terjadi bila isu tidak diselesaikan?	Ada gangguan, inefisiensi	Kekacauan pelayanan kehilangan sumber dana	Kekacauan pelayanan biaya besar penghasilan turun
8. seberapa banyak departemen lain dipengaruhi oleh isu ini dan harus dilibatkan dalam pemecahan?	Tidak ada	Satu sampai tiga	Empat atau lebih
9. Bagaimana sensitifitas isu ini terhadap nilai sosial, politik, religius dan kultural?	Lunak	Sedang	Keras

Gambar II.2 : Test Litmus untuk Isu Strategis

Sumber : Bryson, 2005 hal 184-185

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam menentukan isu mana yang paling prioritas (isu paling strategis) menggunakan alat Analisis USG dimana U adalah *Urgency* yaitu sejauh mana pentingnya isu ini diangkat sebagai isu yang penting, kedua S adalah *Seriously* yaitu setinggi apa tingkat keseriusan isu ini dan yang terakhir adalah G (*Growth*) yaitu bagaimana pertumbuhan isu ini apabila tidak segera diselesaikan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Gambar II.3
Analysis Urgency, Seriously dan Growth (USG)

No	Tolok Ukur	Pertanyaan Penguji	Penilaian Isu
1.	Urgency	1. Apakah isu ini sedang jadi pusat perhatian? 2. Apakah isu ini mendesak? 3. Apakah isu ini sesuai kebutuhan stakeholder?	
2.	Seriously	1. Apakah isu ini jika dibahas membantu stakeholder? 2. Apakah isu ini sesuai dengan visi & misi kita?	
3.	Growth	1. Dapatkah stakeholder kita berpartisipasi dalam isu ini? 2. Apakah isu ini aman dari dampak sampingan?	
	Total		
	Uraian		

Keterangan :

Angka 1 untuk penilaian rendah (memiliki tingkat keterkaitan tidak kuat)

Angka 2 untuk penilaian sedang (memiliki tingkat keterkaitan kurang kuat)

Angka 3 untuk penilaian cukup (mewakili tingkat keterkaitan cukup kuat)

Angka 4 untuk penilaian tinggi (mewakili tingkat keterkaitan kuat)

Angka 5 untuk penilaian sangat tinggi (mewakili tingkat keterkaitan sangat kuat)

Alat yang digunakan untuk menilai isu strategis dalam penelitian ini adalah dengan mengkombinasikan alat analisis Test Litmus yang dikemukakan oleh Bryson dengan model Analysis Urgency, Seriously and Growth (Analisis USG) yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar. Penggabungan metode ini diharapkan dapat membantu mempermudah dalam penilaian isu strategis. Tingkat penilaian yang digunakan yaitu :

- Skor 1 untuk isu yang memiliki tingkat keterkaitan tidak kuat (rendah)
- Skor 2 untuk isu yang memiliki tingkat keterkaitan yang cukup kuat (sedang)
- Skor 3 untuk isu yang memiliki tingkat keterkaitan yang sangat kuat (tinggi)

Analisis menggunakan Test Litmus Jika skor itu dikalikan dengan jumlah pertanyaan, maka total skor yang dihasilkan akan membentuk interval, sebagai berikut :

- Jika total skor antara 13-21 -----Isu kurang strategis
- Jika Total skor antara 22-30-----Isu cukup strategis
- Jika total skor antara 31-39-----Isu sangat strategis

Sedangkan Analisis USG dari 3 kategori pertanyaan tersebut akan dipilih pertanyaan yang disesuaikan dengan pertanyaan dari uji Test Litmus. Dalam penelitian ini menggunakan 16 pertanyaan dari analisis USG, jika Skor dikalikan dengan jumlah pertanyaan maka total skor yang dihasilkan akan membentuk interval sebagai berikut :

- Jika total skor 16-26-----Isu kurang strategis
- Jika total skor 27-37-----Isu cukup strategis
- Jika total skor 38-48-----Isu sangat strategis

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini

Pertanyaan		Nilai		
		1	2	3
1.	Test Litmus Kapan tantangan peluang isu strategis ada di hadapan anda?	Dua tahun atau lebih	Tahun Depan	Sekarang
	USG a. Apakah isu ini sedang jadi pusat perhatian? b. Apakah isu ini mendesak?			
2.	Test Litmus Seberapa luas suatu isu akan berpengaruh pada departemen anda?	Unit/divisi tunggal	Beberapa divisi	Seluruh departemen
	USG a. Apakah isu ini sesuai kebutuhan stakeholder? b. Apakah isu ini jika dibahas membantu stakeholder? c. Apakah isu ini sesuai dengan visi & misi kita?			
3.	Test Litmus Seberapa banyak resiko/peluang keuangan organisasi anda?	Kecil (10% dari anggaran)	Sedang (10%-25% dari anggaran)	Besar Lebih dari 25% dari anggaran
	USG a. Apakah isu ini aman dari dampak sampingan?			
4.	Test Litmus Apakah strategi bagi pemecahan isu membutuhkan:			
	a. Pengembangan sasaran dan program pelayanan baru?	Tidak		Ya
	b. Perubahan signifikan dalam sumber-sumber atau jumlah pajak?	Tidak		Ya
	c. Perubahan signifikan dalam ketentuan/peraturan?	Tidak		Ya
	d. Penambahan atau modifikasi fasilitas?	Tidak		Ya
	e. Penambahan staff yang signifikan?	Tidak		Ya

	USG a. Apakah isu ini jika dibahas membantu stakeholder? b. Apakah isu ini sesuai dengan visi & misi kita? c. Dapatkah stakeholder kita berpartisipasi dalam isu ini?	Tidak Tidak		Ya Ya
5.	Test Litmus Bagaimana pendekatan terbaik bagi pemecahan isu?	Jelas, siap di implementasikan	Parameter luas agak terperinci	Terbuka luas
	USG a. Dapatkah stakeholder kita berpartisipasi dalam isu ini? b. Apakah isu ini sesuai dengan visi & misi kita?			
6.	Test Litmus Tingkat manajemen manakah yang dapat menetapkan bagaimana menaggulangi isu?	Pengawasan staf lini	Kepala divisi	Kepala Departemen
	USG a. Dapatkah stakeholder kita berpartisipasi dalam isu ini?			
7.	Test Litmus Konsekuensi apakah yang mungkin terjadi bila isu tidak diselesaikan?	Ada gangguan, inefisiensi	Kekacauan pelayanan kehilangan sumber dana	Kekacauan pelayanan biaya besar penghasilan turun
	USG a. Apakah isu ini aman dari dampak sampingan?			
8.	Test Litmus Seberapa banyak departemen lain dipengaruhi oleh isu ini dan harus dilibatkan dalam pemecahan?	Tidak ada	Satu sampai tiga	Empat atau lebih
	USG a. Dapatkah stakeholder kita berpartisipasi dalam isu ini?			
9.	Test Litmus Bagaimana sensitifitas isu ini terhadap nilai sosial, politik, religius dan kultural?	Lunak	Sedang	Keras
	USG a. Apakah isu ini sedang jadi pusat perhatian? b. Apakah isu ini aman dari dampak sampingan?			

Gambar II.4 Gabungan Uji Test Litmus dan Analisis USG

3. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu

Setelah dilakukan evaluasi Isu-isu strategis langkah selanjutnya dirumuskan strategi-strategi untuk mengelola isu strategi dan menjalankan misi dengan mengacu pada hasil evaluasi yang telah dilakukan. Strategi dipilih harus yang paling sesuai berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan internal.

“Strategi dapat dipandang sebagai pola tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan atau alokasi sumber daya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang dilakukan, dan mengapa organisasi itu melakukannya” (Bryson, 2005: 189)

Menurut Michael Allison dan Jude Kaye, strategi adalah

“Prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi : strategi adalah pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi. Merumuskan strategi adalah merumuskan program-program strategis atau alternative kebijakan mendasar yang akan dilakukan organisasi untuk mengelola isu. Pada tahap ini dirumuskan program-program strategis, alternatif-alternatif kebijakan mendasar yang akan dilakukan organisasi untuk menanggapi isu strategis yang berada pada tahap sebelumnya.

Untuk merumuskan strategi dapat dilihat dari hasil analisis SWOT dengan melihat hasil perpaduan antara faktor lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Dengan menggunakan analisis SWOT tersebut akan diperoleh kemungkinan alternatif strateginya. Berikut ini Matrix Analisis SWOT

Matrik Analisis SWOT

EFAS	IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
	OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi peluang eksternal	STRATEGI (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar II.5 : Matrik Analisis SWOT (Freedy Rangkuti, 2006:31)

a) Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran organisasi, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) Strategi ST

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman

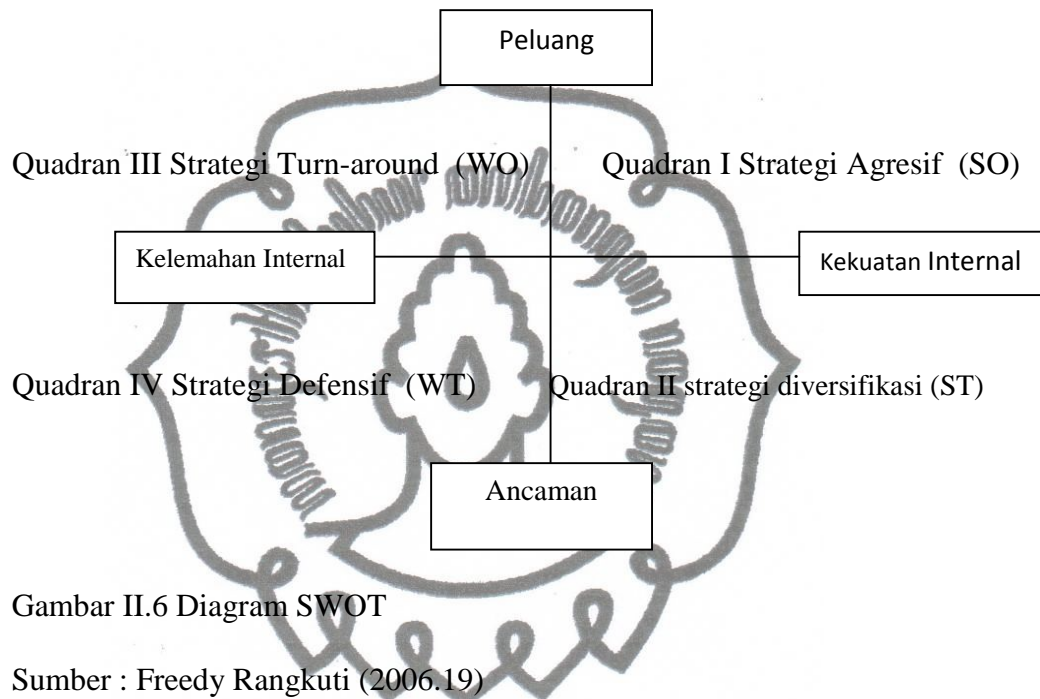
c) Strategi WO

Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d) Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Macam-macam strategi merupakan gabungan dari beberapa faktor, dan akan membentuk quadran-quadran. Menurut Freddy Rangkuti dari matrik SWOT diatas dapat digambarkan dalam diagram SWOT sebagai berikut



Gambar II.6 Diagram SWOT

Sumber : Freddy Rangkuti (2006.19)

- Kuadran 1

Merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan/Organisasi tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*)

- Kuadran 2

Walaupun perusahaan/Organisasi menghadapi berbagai ancaman, tetapi organisasi masih memiliki kekuatan dari segi internal.

Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara menggunakan strategi diversifikasi (produk/pasar)

- Kuadaran 3

Perusahaan/Organisasi menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, organisasi menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan/organisasi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan/organisasi sehingga dapat merebut peluang.

- Kuadaran 4

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Strategi yang dapat dipilih untuk menentukan atau menyusun strategi menurut Hadari Nawawi (2005, 176-177), antara lain :

- a. Strategi Agresif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau tindakan mendobrak penghalang, rintangan atau ancaman untuk mencapai keunggulan/prestasi yang ditargetkan.

b. Strategi Konserpatif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau tindakan dengan cara yang sangat hati-hati disesuaikan dengan kebiasaan yang berlaku.

c. Strategi Difensif (Strategi Bertahan)

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program langkah-langkah atau tindakan untuk mempertahankan kondisi keunggulan atau prestasi yang sudah dicapai.

d. Strategi Kompetitif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau tindakan untuk mewujudkan keunggulan yang melebihi organisasi non profit lainnya yang sama posisi dan jenjangnya sebagai aparatur pemerintah.

e. Strategi Inovatif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program, proyek dan mengatur langkah-langkah atau tindakan agar organisasi non profit selalu tampil sebagai pelopor pembaharuan dalam bidang pemerintahan khususnya di bidang tugas pokok masing-masing, sebagai keunggulan atau prestasi.

f. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program, proyek dan mengatur langkah-langkah atau tindakan berbeda dari strategi yang biasa dilakukan sebelumnya, atau berbeda dari strategi

yang dipergunakan organisasi profit lainnya di bidang pemerintah dalam memberikan pelayanan umum dan melaksanakan pembangunan.

g. Strategi Preventif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program, proyek dan mengatur langkah-langkah atau tindakan untuk mengoreksi dan memperbaiki kekeliruan, baik yang dilakukan oleh organisasi sendiri maupun yang diperintahkan organisasi sasaran.

2. Pengembangan Pariwisata

a) Pengembangan

Pengembangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah :

“Pengembangan merupakan proses, cara, perbuatan mengembangkan, sedangkan mengembangkan merupakan perintah selalu berusaha di pembangunan secara bertahap dan teratur yang menjurus pada sasaran yang dikehendakai” (Dikutip dari KBBRI, 1989;414)

Pengembangan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18

Tahun 2002 adalah

“Kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru”.

b) Pariwisata

Menurut Soekadijo, 1996 Pariwisata adalah

“Segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Semua kegiatan pembangunan hotel, pemugaran obyek budaya, pembuatan pusat rekreasi, penyelenggaraan pekan pariwisata, penyediaan angkutan dsb. Semua itu dapat disebut sebagai kegiatan kepariwisataan sepanjang dengan kegiatan-kegiatan itu diharapkan dapat mendatangkan para wisatawan”.

Sedangkan definisi pariwisata menurut A. Hari Karyono, 1997:15

“Pariwisata secara umum dapat diartikan keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat unik untuk mengatur, mengurus, dan melayani kebutuhan wisatawan”.

Definisi pariwisata secara lebih teknis, pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau di negara lain. Kegiatan tersebut dengan menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Menurut Nyoman S. Pendit pariwisata adalah

“Salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standart hidup serta menstimulasi sektor-sektor produkdi lainnya.”.(Nyoman S. Pendit, 1999:35)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan memberikan batasan yang jelas mengenai pengertian wisata, wisatawan, pariwisata dan kepariwisataan, sebagai berikut :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Kemudahan dalam batasan pariwisata antara lain berupa fasilitas yang memperlancar arus kunjungan wisatawan. Seperti dengan memberikan bebas visa, prosedur pelayanan yang cepat di pintu masuk maupun pintu keluar, tersedianya transportasi dan akomodasi yang cukup. Faktor penunjang dengan adanya prasarana dan sarana umum seperti tempat penukaran uang, pos dan telekomunikasi.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain untuk sementara waktu dengan tujuan rekreasi dan bukan untuk mencari nafkah. Jadi, tujuan utama perjalanan itu adalah berhubungan dengan pertamayaan. Di samping itu, dari pengertian itu juga diketahui bahwa orang yang melakukan perjalanan akan memerlukan berbagai barang dan jasa sejak mereka pergi dari tempat asalnya sampai di tempat tujuan dan kembali lagi ke tempat asalnya.

Dari definisi diatas **Pengembangan Pariwisata** dapat diartikan sebagai suatu upaya mengembangkan atau memajukan obyek wisata agar menjadi lebih baik, menciptakan lingkungan yang dapat dimanfaatkan, menyenangkan, aman dan menarik ditinjau dari segi tempat maupun barang, jasa dan fasilitas yang terapat di dalamnya guna menarik minat para wisatawan untuk berkunjung.

Menurut Muljadi.A.J (2009,70-72) pengembangan kepariwisataan pada dasarnya ditujukan untuk :

1. Persatuan dan kesatuan bangsa

Pariwisata mampu menumbuhkan perasaan bangga dan cinta terhadap negara, dengan mengadakan kunjungan wisata ke wilayahwilayah lain akan timbul rasa persaudaraan dan meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan

2. Penghapusan kemiskinan

Pembangunan pariwisata mampu memberikan kesempatan bekerja bagi masyarakat sekitar untuk meningkatkan kesejahteraan yang akan mampu mengurangi tingkat kemiskinan bagi daerah yang minim potensi ekonomi.

3. Pembangunan berkesinambungan

Pengembangan pariwisata yang baik dari suatu daerah akan memberikan dampak positif bagi kondisi lingkungan alam dan masyarakat.

4. Pelestarian budaya

Pembangunan kepariwisataan mampu memberikan kontribusi nyata dalam upaya-upaya pelestarian budaya suatu negara atau daerah yang meliputi perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan budaya.

5. Pemenuhan kebutuhan hidup dan hak asasi manusia

Pariwisata telah menjadi kebutuhan dasar kehidupan masyarakat modern. Pada beberapa kelompok kegiatan perjalanan wisata diartikan sebagai hak asasi manusia khususnya pemberian waktu libur yang lebih panjang.

6. Peningkatan Ekonomi dan Industri

Pengelolaan kepariwisataan yang baik dan berkelanjutan akan mendorong tumbuhnya ekonomi di suatu destinasi pariwisata. Penggunaan bahan dan produk lokal yang berkualitas dalam proses pelayanan di bidang pariwisata akan memberikan kesempatan bagi industri lokal untuk menyediakan barang dan jasa

7. Pengembangan Teknologi

Semakin kompleks dan tingginya persaingan dalam menandatangani wisatawan akan mendorong destinasi pariwisata untuk menerapkan teknologi yang tepat guna yang akan mampu memberikan dukungan bagi kegiatan ekonomi lainnya.

Dalam Jurnal Internasional “Sustainable Tourism: A Case of Destination Competitiveness in South Asia 2009, Vol.2, No.1 Pariwisata dianggap sebagai bidang pekerjaan yang menghasilkan pertumbuhan tercepat langsung dan tidak langsung dengan pertumbuhan industri lain.

“The focus on the tourism sector has been regarded as the fastest growing generating employment directly and indirectly with the growth in other related industries”.

Dari upaya Pengembangan pariwisata akan muncul produk barang dan jasa yang disebabkan adanya aktivitas rekreasi yang dilakukan oleh wisatawan yang jauh dari tempat tinggalnya. Dalam hal ini mereka membutuhkan pelayanan transportasi, akomodasi, catering, hiburan, dan pelayanan lainnya. Jadi, produk industri pariwisata adalah keseluruhan pelayanan yang diterima oleh wisatawan, mulai meninggalkan tempat tinggalnya (asal wisatawan) sampai pada tujuan (daerah tujuan wisata) dan kembali lagi ke daerah asalnya.

Pariwisata dikatakan sebagai industri, karena di dalamnya terdapat berbagai aktivitas yang bisa menghasilkan produk berupa barang dan jasa. Uraian di atas sejalan dengan konsep industri pariwisata yang dikemukakan oleh Yoeti (1996: 153) yang menyatakan:

“Industri pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama-sama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa (goods and service) yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan traveller pada umumnya, selama dalam perjalanannya”.

Keberadaan industri pariwisata tersebut harus didukung dengan sistem pelayanan yang berkualitas, karena kurangnya layanan dalam memfasilitasi perjalanan seperti akomodasi, hiburan mempengaruhi pengalaman wisata dan kesan wisatawan. Seperti yang disampaikan Murphy dalam Jurnal Internasional “Sustainable Tourism: A Case of Destination Competitiveness in South Asia 2009, Vol.2, No.1

“ Murphy et al (2000) explained that the lack of appropriate service which facilitate the travel like accommodation, entertainment affect tourist experiences and that the availability is an important predictor of both destination ‘quality’ and perceived trip ‘value’.

Suatu perjalanan wisata yang baik akan memberikan kenangan bagi wisatawan yang berkunjung dan dapat mempromosikan kepada wisatawan lain.

a. Bentuk dan jenis Pariwisata

Bentuk Pariwisata Menurut Nyoman S. Pendit (1999:40) dapat dibagi menurut kategori sebagai berikut :

1. Menurut Asal Wisatawan
 - a) Dari dalam negeri disebut pariwisata domestik atau pariwisata nusantara.
 - b) Dari luar negeri disebut pariwisata Internasional atau pariwisata mancanegara.
2. Menurut Akibatnya terhadap Neraca pembayaran
 - a) Kedatangan wisatawan ke dalam negeri memberi efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri. Pariwisata ini disebut sebagai pariwisata aktif.
 - b) Sebaliknya warga negara yang ke luar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca luar negeri atau disebut pariwisata pasif

3. Menurut Jangka Waktu (Berdasar lama tinggal)

- a) Pariwisata jangka pendek, apabila wisatawan yang berkunjung ke suatu DTW hanya beberapa hari saja.
- b) Pariwisata jangka panjang, apabila wisatawan yang berkunjung ke DTW waktunya sampai berbulan-bulan.

4. Menurut Jumlah wisatawan

- a) Disebut pariwisata tunggal, apabila wisatawan yang bepergian hanya seorang atau satu keluarga.
- b) Disebut pariwisata rombongan apabila wisatawan yang bepergian satu kelompok atau rombongan yang berjumlah 15 sampai dengan 20 orang atau lebih.

5. Menurut Alat angkut yang digunakan

- a) Pariwisata udara
- b) Pariwisata laut
- c) Pariwisata kereta api
- d) Pariwisata mobil

Dipandang dari sektor ekonomi pembagian kategori tersebut sangat penting karena klasifikasi ini menentukan sistem statistik perpajakan dan perhitungan pendapatan industri pariwisata. (Nyoman S Pendit 1999: 42)

b. Jenis Pariwisata

Di Kabupaten Karanganyar terdapat potensi wisata yang dapat di kelompokkan dalam 3 sektor pariwisata, yaitu :

Commit to user

a) Wisata Alam

Air terjun grojogan sewu, air terjun jumog, air terjun parang ijo, Wana wisata gunung bromo, Puncak Lawu, Kamping Lawu Resort, Wana Wisata dan Bumi Perkemahan Sekipan, Taman Semar, Taman Ria Balekambang, Taman Hutan Raya, Waduk Delingan Tirtomarto, Kebun The Kemuning, Agro Wisata Sondokoro, Griyo Kulo, Sirkuit Balap Remote Control,

b) Wisata Sejarah

Candi Suku, Candi Cetho, Guo Nipon, Monumen Tanah Kritis, Sapta Tirta Pablengan, Situs Purbakala Watu Kandang, Situs Purbakala Palanggatan, Situs Purbakala Giyanti, Situs Purbakala Menggung.

c) Wisata Ziarah

Astana Giribangun, Astana Girilayu, Ki Ageng Pamacekan, Alas Krendo Wahono . Sumber : Bappeda Kabupaten Karangayar.

c. Objek dan Atraksi Wisata

1. Objek Wisata (Tourist object) Menurut M.Ngafenan, 1991 dalam

A.Hari Karyono 1997: 27

“Segala objek yang dapat menimbulkan daya tarik bagi para wisatawan untuk dapat mengunjunginya. Misalnya keadaan alam, bangunan bersejarah, kebudayaan dan pusat-pusat rekreasi modern”.

2. Atraksi Wisata

Atraksi wisata dapat berupa Atraksi wisata seni, budaya, warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam, hiburan, jasa, kejadian-

commit to user

kejadian tradisioanal, kejadian-kejadian yang tidak tetap, misalnya upacara adat yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung. Ciri khas objek wisata yang mampu menarik wisatawan adalah : 1)Keindahan alam, 2) Iklim dan cuaca, 3) Kebudayaan, 4)Sejarah, 5) *Ethnicity* atau sifat kesukuan, 6) *Accessibility* atau kemampuan dan kemudahan berjalan ke tempat tertentu. Secara umum modal atraksi yang menarik wisatawan itu ada tiga yaitu kebudayaan, alam, dan manusia.

Menurut R.G Soekadijo (1997,50) atraksi wisata dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu a) **atraksi penahan** yaitu pengembangan atraksi sehingga dapat menahan wisatawan sehari-hari dan dapat-berkali-kali dinikmati, bahkan pada kesempatan yang lain wisatawan datang berkunjung kembali, misalnya wisatawan yang ingin menikmati udara sejuk pegunungan, bertahan tinggal di penginapan untuk menikmati kehidupan pedesaan, hamparan alam dan perkebunan teh,perkebunan sayur-mayur; b) **atraksi penangkap wisatawan** yang hanya sekali dinikmati kemudian ditinggalkan lagi oleh wisatawan. Grojogan Sewu di Tawangmangu adalah atraksi penangkap wisatawan, orang tidak hanya berkunjung ke Tawangmangu saja tetapi akan berkunjung ke obyek disekitarnya.

Agar suatu daerah tujuan wisata mempunyai daya tarik, disamping harus ada objek dan atraksi wisata, suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) harus mempunyai syarat daya tarik yaitu:

- a) Ada sesuatu yang bisa dilihat (something to see)
- b) Ada sesuatu yang dapat dikerjakan (something to do)
- c) Ada sesuatu yang bisa dibeli (something to buy)

Ketiga syarat tersebut merupakan unsur-unsur untuk mempublikasikan pariwisata.

Seseorang wisatawan yang datang ke suatu DTW dengan tujuan untuk memperoleh manfaat (*benefit*) dan kepuasan (*satisfactions*). Manfaat dan kepuasan dapat diperoleh jika suatu DTW memiliki daya tarik. Prof. Marrioti dalam A.Hari Karyono 1997: 28 menyebut daya tarik dengan istilah *attractive spontanee*, yaitu segala sesuatu yang terdapat di DTW yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung.

Hal-hal yang dapat menarik orang untuk berkunjung ke suatu DTW anatar lain dapat dirinci sebagai berikut :

- a. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta
 - 1) Iklim : Cuaca cerah , kering, banyak cahaya matahari, panas, sejuk,hujan
 - 2) Bentuk tanah dan pemandangan : tanah yang datar, gunung berapi, lmbah pegunungan, danau, pantai, sungai, air terjun, pemandangan yang menarik.
 - 3) Hutan belukar misalnya hutan yang luas, banyak pepohonan

- 4) Fauna dan flora, seperti tanaman yang aneh, burung, ikan, binatang buas, cagar alam, daerah perburuan
- 5) Pusat-pusat kesehatan : sumber air mineral, sumber air panas

b. Hasil Ciptaan manusia

Benda –benda bersejarah, kebudayaan dan keagamaan ;

- 1) monumen bersejarah dan sisa peradaban masa lalu,
- 2) museum, art, galeri, perpustakaan kesenian rakyat dan handicraft
- 3) acara tradisional, pameran, festival, upacara pernikahan
- 4) rumah-rumah beribadah, seperti masjid, gereja, kuil, candi, pura

c. Tata Cara hidup Masyarakat

Kebiasaan hidup, adat istiadat dan tata cara masyarakat merupakan daya tarik bagi wisatawan

d. Prasarana dan Sarana Kepariwisataaan

Pengertian Prasarana dan Sarana Kepariwisataaan menurut Muljadi (2009,13) sebagai berikut :

Prasarana Kepariwisataaan adalah semua fasilitas yang mendukung agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan guna memenuhi kebutuhan mereka yang beranekaragam, antara lain :

- a. Prasarana perhubungan, seperti jaringan jalan raya dan jaringan rel kereta api , bandar udara (*airport*), pelabuhan laut (*sea-port*), terminal angkutan darat dan stasion kereta api.
- b. Instalasi tenaga listrik dan instalasi penjernihan air bersih
- c. Sistem pengairan untuk kepentingan pertanian, peternakan dan perkebunan
- d. Sistem perbankan dan moneter
- e. Sistem telekomunikasi seperti telepon, internet, pos, televisi, dan radio

f. Pelayanan kesehatan dan keamanan

Sarana Kepariwisata adalah perusahaan –perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung atau tidak langsung dan kelangsungan hidupnya tergantung dari wisatawan yang datang. Jenis-Jenis sarana pokok kepariwisataan antara lain :

- a. Perusahaan perjalanan (*Travel agent* atau Biro perjalanan Wisata)
- b. Perusahaan angkutan wisata
- c. Perusahaan Akomodasi
- d. Perusahaan makanan dan minuman
- e. Perusahaan daya tarik wisata dan hiburan
- f. Perusahaan Cenderamata atau *art shop*

Dan ditambah industri pendukung lain seperti bank/ATM, *money changer*, kantor pos, rumah sakit, supermarket fasilitas umum lainnya.

e. **Media Publikasi pariwisata**

Media publisitas dapat berupa materi tercetak dan atau iklan atau advertensi. Materi tercetak antara lain :

- a. Surat edaran

Ini adalah sepucuk surat yang dikirimkan kepada wisatawan prospektif. Media ini dimaksudkan untuk mewujudkan hubungan langsung dengan orang yang dikehendaki dengan jalan pengiriman secara seleksi.

- b. Lembaran selebaran

Ini dipergunakan untuk memberikan informasi tambahan yang sifatnya segera dan *up-to-date* kepada banyak orang di berbagai tempat yang terpencar.

commit to user

c. Brosur

Mengandung banyak informasi tentang fasilitas dan pelayanan, berisi petunjuk-petunjuk dan sugesti-sugesti. Dapat digunakan untuk menambah pengetahuan pemabcbanya tentang bidang dan kegiatan kepariwisataan di daerah yang bersangkutan.

d. Folder

Materi ini paling banyak dipergunakan dalam media publisitas pariwisata. Suatu folder tidak boleh memuat hal-hal yang terlalu dilebih-lebihkan, tidak bertele-tele, berkualitas serba baik, menarik, tidak kering, mengandung kebenaran objektif dan bersih dalam wajah.

e. Poster

Syarat yang dimiliki poster sama dengan folder. Tapi dapat pula ditambahkan bahwa poster konsepsi dan tata warnanya harus dapat menyatakan efek psikologisnya dengan pengucapan keindahan suatu *resort* atau daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik dari suatu wilayah.

f. Majalah

Penerbitan secara periodik seperti majalah juga menjadi media yang penting dalam publisitas parwisata.

Iklan atau advertising.

Menurut pengalaman, iklan merupakan media terbaik dalam dunia kepariwisataan. Untuk pemasangan iklan yang paling sukses sebuah pariwisata biasanya tidak tanggung-tanggung lagi memasang iklan dalam

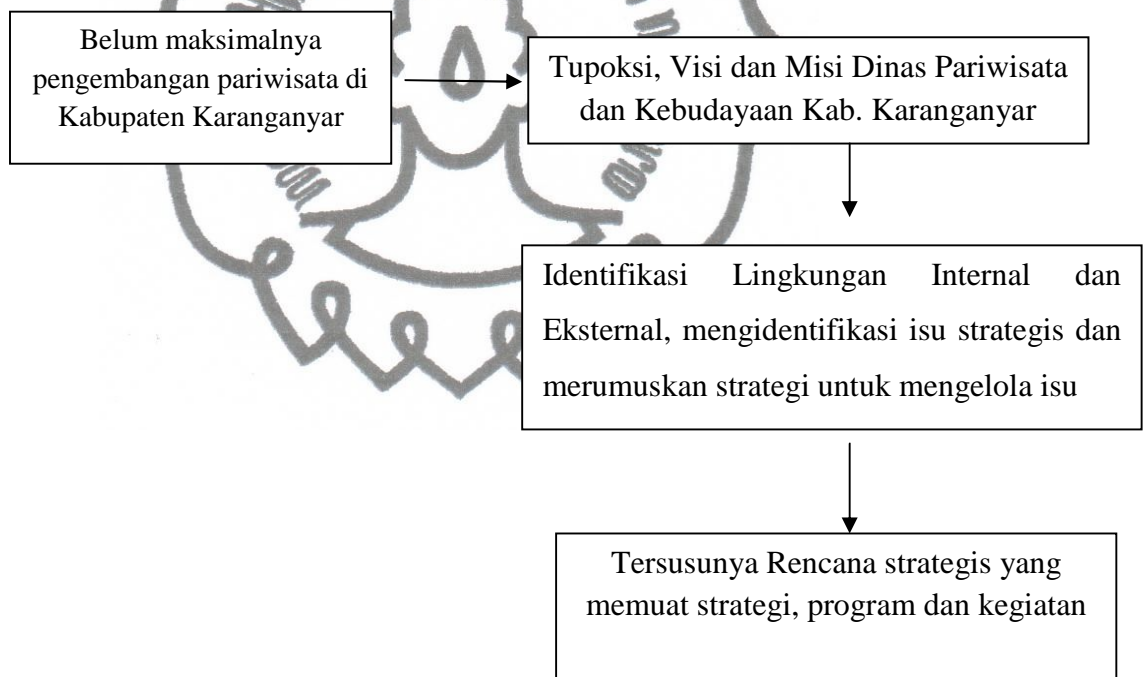
ukuran besar dan berulang-ulang kali penerbitan majalah atau surat kabar (Nyoman S. Pendit 1999: 306-311).

B. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir diterapkan sebagai dasar dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan tinjauan pustaka yang dikemukakan sebelumnya maka kerangka berfikir yang digunakan adalah :

Kondisi pariwisata di Kabupaten Karangnyar belum semua potensi yang ada dapat dikembangkan secara maksimal, dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang berfungsi untuk menyusun program dan kegiatan serta pengembangan dibidang kepariwisataan dan kebudayaan. Sehingga perlu dilakukan suatu penyusunan rencana strategis dalam pengembangan pariwisata untuk merespon lingkungan yang berubah dan untuk menetapkan strategi yang dapat digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar. Mengacu pada pendapat Bryson perumusan perencanaan strategis dapat dilaksanakan dengan tiga langkah pokok. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar memiliki mandat visi dan misi sebagai dasar untuk mengidentifikasi perubahan faktor lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) serta mengidentifikasi faktor lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi perkembangan pariwisata di Karanganyar. Faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang sudah teridentifikasi akan dianalisis menggunakan matrik analisis Streght, Weakness, Opportunity, *commit to user*

Threat (SWOT) dengan memadukan antara lingkungan internal dan eksternal akan didapatkan isu strategis kemudian ditentukan tingkat kesrategisan masing-masing isu menggunakan uji Test Litmus dan Analisis Urgency, Seriously dan Growth (Analisis USG). Dari hasil penilaian akan diketahui Isu yang paling strategis sampai Isu yang kurang . Isu yang paling strategis dapat ditentukan sebagai strategi yang dijabarkan lagi dalam program-program dan kegiatan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada kerangka berfikir sebagai berikut :





BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan obyek atau variabel yang diteliti, melalui proses induksi, dengan pengamatan empirik melalui observasi dan wawancara mendalam. Jenis penelitian deskriptif ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu

“ Metode Penelitian Kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*’.(Sugiyono, 2009:1)

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar, didasarkan dengan pertimbangan:

- a. Karanganyar memiliki potensi wisata yang sangat beragam tetapi kurang dapat dikelola, dikembangkan dan dimanfaatkan secara maksimal.
- b. Lokasi memungkinkan penulis untuk mendapat data yang diperlukan sesuai dengan permasalahan yang ada.

C. Sumber data

1. Sumber data

Jenis data penelitian ini dapat dibedakan dalam dua jenis, yaitu :

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya tanpa perantara. Data primer dikumpulkan melalui : 1) observasi lapangan (*participant observation*) 2) wawancara mendalam (*in-depth interview*), serta 3) teknik dokumentasi (*documentary study*) (Mukhtar, 2007:88)

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang pengumpulannya tidak diusahakan sendiri tetapi diperoleh dari sumber selain data primer yang terdiri dari catatan-catatan, arsip, agenda, hasil rapat, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. (Mukhtar,2007:90). Data sekunder berfungsi untuk melengkapi dalam menganalisa serta untuk memperkuat kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian.

Dalam penelitian ini menurut Mukhtar (2007:91) data sekunder diperoleh dari :

- a) Internal data yaitu data yang tersedia dalam sebuah organisasi tempat dilakukan penelitian. Internal data meliputi Arsip atau dokumen resmi yang berkaitan dengan aktivitas kegiatan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar

mengenai perumusan perencanaan strategis dalam pengembangan pariwisata. Seperti data pengunjung, data pendapatan asli daerah dari bidang pariwisata, data fasilitas sarana dan prasarana di obyek wisata, LAKIP, Renstra, peraturan daerah, undang-undang tentang kepariwisataan.

- b) Eksternal data, diperoleh dari sumber-sumber luar misalnya data statistik pariwisata.

D. Teknik pengambilan Sampel

Sampel adalah wakil atau sebagian dari yang mewakili populasi atau subjek penelitian (Mukhtar, 2007:77). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purpose sampling* yaitu teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja. Peneliti memilih informan (*key informan*) yang dianggap mengetahui dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data karena mengetahui masalah secara mendalam.

Dalam perkembangannya peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu informan yang telah dipilih dapat menunjuk informan lain yang dianggap lebih mengetahui dan dapat dipercaya untuk memberikan informasi. Sehingga pilihan informan dapat berkembang sesuai kebutuhan peneliti dalam memperoleh data.

Snowball sampling ini di ibaratkan seperti bola salju, suatu teknik penelitian yang mula- mula jumlahnya kecil , kemudian sampel tersebut menunjuk temannya untuk dijadikan sampel, begitu seterusnya sehingga jumlah sampel semakin banyak.

Key informan dalam penelitian ini adalah Ketua Sub bagian Perencanaan yang dalam perkembangan penelitian menunjuk informan lain di tiap bidang seperti Ketua Sub bagian Keuangan, Ketua Sub bagian umum dan Kepegawaian, Ketua Sie Obyek wisata dan daya tarik, Ketua Sie Sarana wisata, Ketua Sie Promosi Pemasaran wisata, Ketua Sie peningkatan peran serta masyarakat & kemitraan yang dapat juga menunjuk informan dari masyarakat kelompok sadar wisata maupun dari pengunjung.

E. Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian ini, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Wawancara (*interview*)

Merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung kepada informan. Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam penelitian ini *interview* pada mulanya menyangkut permasalahan yang bersifat umum, namun tetap bekisar pada masalah yang diteliti. Berdasarkan *interview* awal dan observasi (pengamatan) kemudian *interview* semakin difokuskan pada permasalahan yang lebih khusus. Untuk memperdalam informasi yang diperoleh, digunakan metode "*in dept interview*" yaitu wawancara secara mendalam.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan serangkaian pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap obyek yang diteliti. Dimana peneliti akan mengamati situasi berbagai hal yang terjadi di lapangan

c. Dokumentasi

Pengumpulan data yang bersumber pada catatan-catatan, dokumen, arsip-arsip tentang kegiatan atau peristiwa yang diselidiki. Data ini diperoleh dari lembaga atau instansi yang berkaitan dengan pelaksanaan Perumusan Rencana strategis dalam Pengembangan Pariwisata di Karanganyar.

F. Validitas Data

Untuk mengetahui apakah data yang terkumpul memiliki tingkat kebenaran atau tidak, maka dilakukan pengecekan data yang disebut validitas data. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan *teknik triangulasi sumber* yang berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Menurut Mukhtar Triangulasi dengan sumber ini dapat dilakukan dengan cara :

- a. Membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara

- b. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang kaya, atau orang pemerintahan
- c. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. (Mukhtar, 2007:166)

Triangulasi dengan metode ini, terdapat dua strategi yang dapat digunakan :

- a. Pengecekan derajat kepercayaan data temuan hasil penelitian melalui beberapa teknik pengumpulan data
- b. Akan dicek kebenarannya dengan sumber data yang berbeda dalam data sejenis. Dengan kata lain data yang sama akan diuji dan dikontrol dari sumber yang berbeda.

G. Analisis data

Menurut Sugiyono (2009:89) analisis data adalah

“Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain”.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif dari Miles dan Huberman dalam H.B Sutopo (2002) terdapat tiga komponen utama yaitu :

a. Reduksi data

Adalah bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan.

b. Sajian data

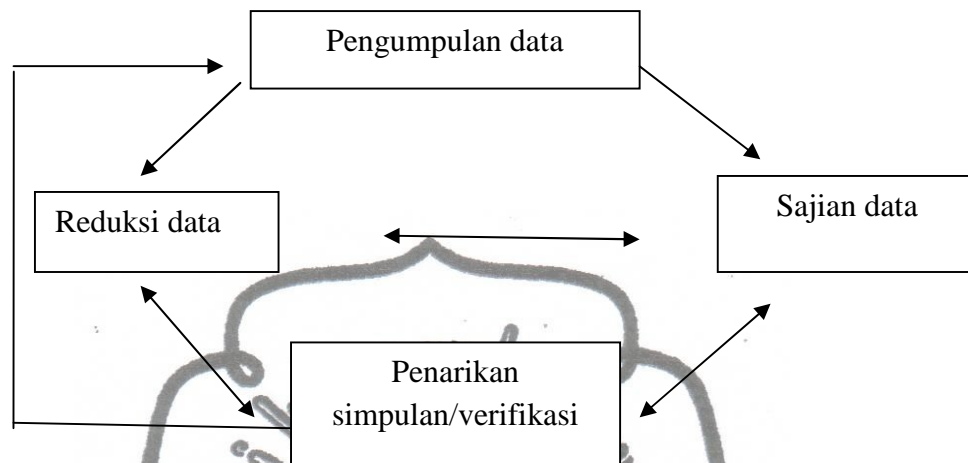
Sajian data merupakan rangkain informasi yang memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Sajian data dapat berupa matrik/gambar,skema, tabel yang bertujuan untuk merangkai informasi secara teratur agar mudah dilihat dan dipahami.

c. Penarikan Simpulan/Verifikasi

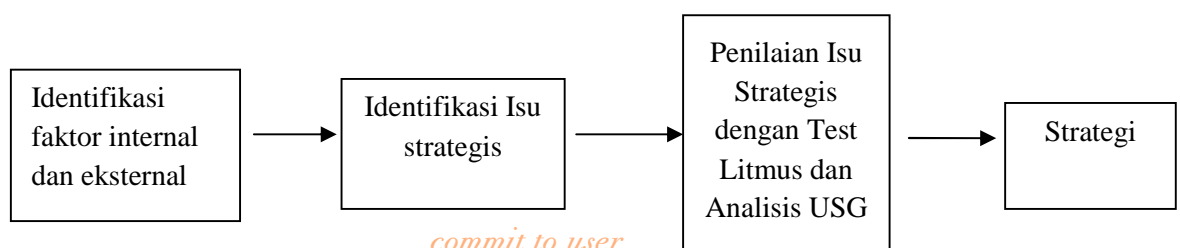
Dari sajian data yang tersusun selanjutnya peneliti dapat melakukan simpulan. Simpulan perlu diverifikasi atau memeriksa kembali, meneliti kembali dengan tujuan pengulangan untuk memantapkan simpulan.

Ketiga komponen diatas akan berinteraksi dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Dalam penelitian ini, peneliti tetap berada dalam lingkungan interaksi tersebut sampai pengumpulan data bergerak ke reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan. Hal tersebut berlangsung seperti siklus menurut H.B Sutopo (2002)

Bagan III.1
Siklus Model Analisis Data Interaktif



Mengacu pada teori HB. Sutopo diatas dalam penelitian ini pengumpulan data dimulai dari identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam melaksanakan kegiatan sebagai upaya pengembangan pariwisata di Karanganyar. Dari hasil identifikasi tersebut selanjutnya dilakukan reduksi data dengan menentukan Isu-isu strategis melalui analisis SWOT yang selanjutnya akan dinilai mana isu yang kurang strategis sampai pada isu paling strategis dan dilakukan penarikan simpulan dengan menentukan strategis yang cocok yang dapat diterapkan. Langkah-langkah tersebut dapat ditunjukkan dengan Bagan III.2 sebagai berikut :



BAB IV

DESKRIPSI LOKASI DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar

Kabupaten Karanganyar merupakan wilayah bekas kerajaan Mataram yang banyak memiliki peninggalan sejarah. Di wilayah Karanganyar mempunyai pemandangan alam yang indah dan banyak objek wisata yang dapat dikembangkan. Maka pada tahun 1974 didirikan Unit Instalasi Teknis yang mengelola kepariwisataan di Kabupaten Karanganyar yaitu Dinas Pariwisata.

Pada tahun 1987 Pemerintah Daerah Kabupaten Karanganyar mengeluarkan Perda No.2 tahun 1987 tentang Pembentukan Susunan Organisasi dan tata kerja pariwisata Kabupaten Karanganyar. Selanjutnya dengan adanya Otonomi Daerah sejak tahun 1999, untuk meningkatkan kelancaran dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan khususnya dibidang Pariwisata. Dikeluarkan Peraturan daerah Kabupaten Karanganyar yaitu Perda No.9 tahun 2001 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Karanganyar. Dengan adanya Perda diatas untuk menetapkan kembali susunan dan tata kerja Dinas Pariwisata diterbitkan Keputusan Bupati Karanganyar No. 286 tahun 2001 tentang Uraian Tugas Pokok dan Fungsi Jabatan Struktural pada Dinas Pariwisata.

Dinas Pariwisata ini berfungsi untuk membantu Bupati dalam mewujudkan visi, misi dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan Tugas pokok dan fungsinya masing-masing.

B. Kedudukan, Fungsi, dan Tugas Pokok Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

1. Kedudukan

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar merupakan dinas yang diberikan kewenangan oleh Bupati Karanganyar mengelola rumah tangga daerah dalam bidang kepariwisataan dan kebudayaan. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya telah ditetapkan dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2009 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Karanganyar. Secara rinci tugas pokok dan fungsi serta wewenangnya diatur dalam Peraturan Bupati Karanganyar Nomor 75 Tahun 2009.

2. Tugas Pokok

- a. Melaksanakan sebagian urusan rumah tangga daerah Kabupaten dibidang Pariwisata dan Kebudayaan.
- b. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Bupati

3. Fungsi

- a. Menyusun program dan kegiatan serta pengembangan dibidang kepariwisataan dan kebudayaan.
- b. Sebagai tim teknis pengelolaan perijinan bidang kepariwisataan.
- c. Pengendalian teknis operasional di bidang kepariwisataan.

- d. Tugas-tugas lain yang diberikan oleh Bupati.

C. Visi dan Misi

Dalam menjalankan tugasnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar mengacu pada Visi Misi sebagai berikut :

1. Visi

Menjadikan Kabupaten Karanganyar sebagai Daerah Tujuan Utama Wisata tahun 2013

2. Misi

- a. Meningkatkan pengelolaan daya tarik wisata secara profesional yang berwawasan lingkungan
- b. Menjadikan Pariwisata sebagai andalan untuk menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran sekaligus sebagai sumber pendapatan daerah yang signifikan untuk lima tahun ke depan.
- c. Meningkatkan dan mengembangkan manajemen promosi pariwisata.
- d. Meningkatkan pelayanan kepada wisatawan
- e. Meningkatkan Sumber Daya Manusia dalam bidang pariwisata, Seni dan Budaya
- f. Melestarikan dan mengembangkan seni dan kebudayaan daerah di bidang kepariwisataan

3. Tujuan :

- a. Mengembangkan industri Pariwisata yang berbasis masyarakat.
- b. Menumbuhkan sadar wisata dikalangan masyarakat khususnya disekitar obyek wisata.
- c. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk pariwisata, baik yang berupa obyek/daya tarik wisata, atraksi wisata dan akomodasi wisata.
- d. Mengembangkan bentuk-bentuk paket wisata baru yang spesifik melalui kerjasama lintas sektoral dan lintas daerah.
- e. Melestarikan dan memelihara seni dan budaya daerah.
- f. Meningkatkan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah.

4. Sasaran

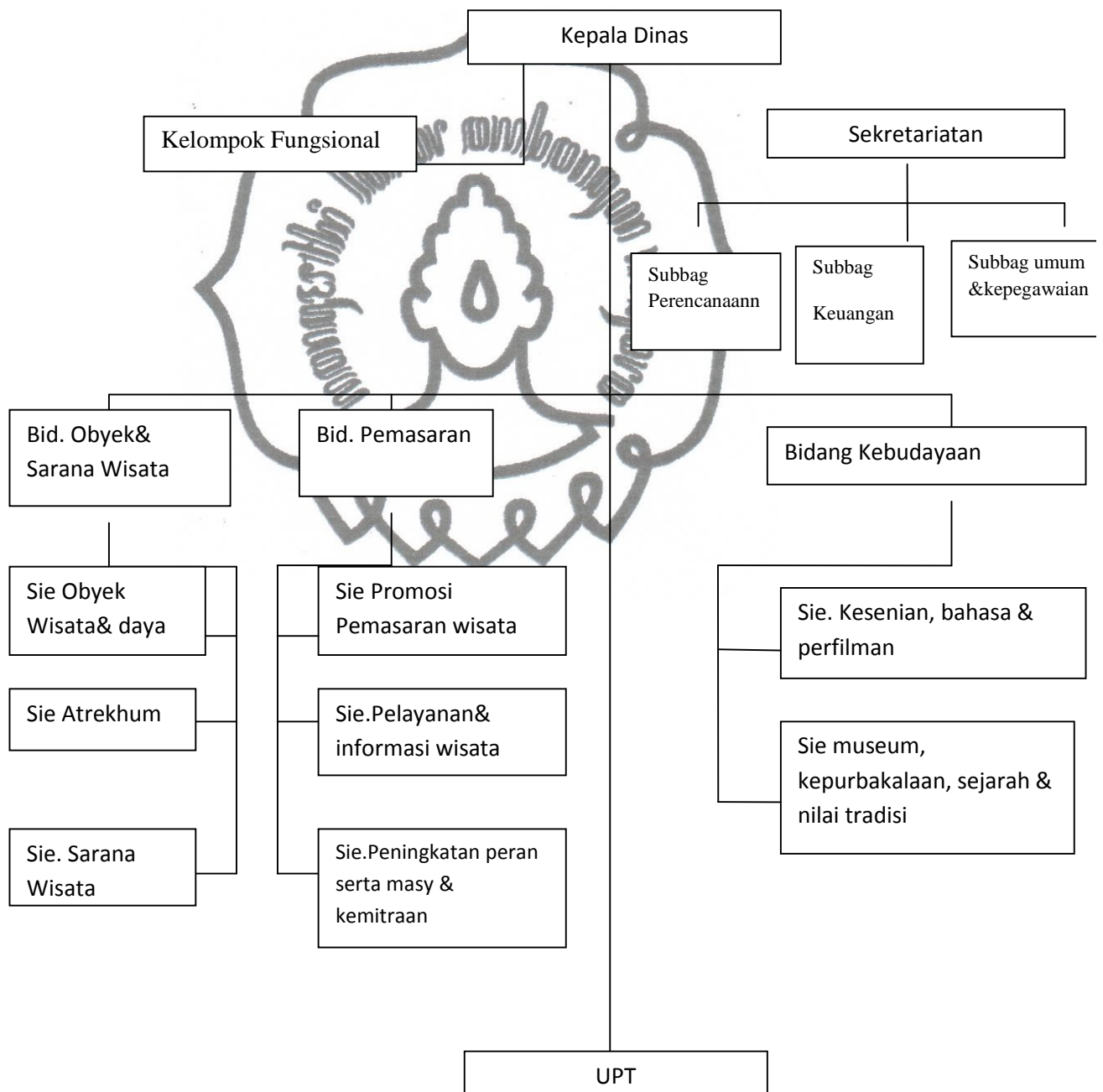
- a. Meningkatkan jumlah kunjungan wisata
- b. Meningkatnya dan berkembangnya daya tarik wisata
- c. Lestarinya dan berkembangnya budaya daerah dan benda-benda purbakala.

D. Struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Bagan IV.1

Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kabupaten Karanganyar Perda No.2 Tahun 2009



E. Susunan Organisasi dan jenjang pertanggungjawaban di Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan, terdiri dari :

1. Kepala Dinas
2. Sekretariat dipimpin oleh seorang Sekretaris yang berada di bawah Kepala Dinas dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

Kesekretariatan membawahkan :

- Sub Bagian Perencanaan
- Sub Bagian Keuangan
- Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Masing-masing Sub Bagian dipimpin oleh seorang Kepala Sub bagian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Sekretaris

3. Bidang Obyek dan sarana wisata, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah Kepala Dinas dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas. Bidang obyek dan sarana wisata membawahkan:

- Seksi Obyek wisata dan Daya tarik wisata
- Seksi atraksi, rekreasi dan hiburan umum
- Seksi sarana wisata

Masing-masing Seksi dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang Obyek dan Sarana Wisata.

4. Bidang Pemasaran Wisata, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah Kepala Dinas dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.

Bidang Pemasaran Wisata membawahkan :

- Seksi promosi wisata
- Seksi Pelayanan dan Informasi Wisata
- Seksi peningkatan Peranserta masyarakat dan Kemitraan

Masing-masing Seksi dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang pemasaran pariwisata.

5. Bidang Kebudayaan, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah Kepala Dinas dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas. Bidang Kebudayaan membawahkan :

- Seksi Kesenian, bahasa dan perfilman
- Seksi museum, keurbakalaan, sejarah dan nilai tradisi.

Masing-masing Seksi dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang Kebudayaan.

6. Unit Pelaksana Teknis
7. Kelompok Jabatan Fungsional

F. Tugas Fungsi Kepala Dinas, Sub Bagian Seksi dalam struktur organisasi

Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar :

1. Kepala Dinas; bertugas membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang pariwisata dan kebudayaan berdasarkan azas otonomi dan tugas pembantuan
2. Sekretaris; bertugas membantu Kepala Dinas dalam merumuskan kebijakan, mengkoordinasikan, membina dan mengendalikan kegiatan perencanaan, keuangan, umum, dan kepegawaian di lingkungan Dinas.

Yang dibantu oleh :

- a. Kepala Sub Bagian Perencanaan; bertugas membantu Sekretaris dalam menyusun Program kegiatan, monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan Dinas.
 - b. Kepala Sub Bagian Keuangan; bertugas membantu Sekretaris dalam melaksanakan urusan administrasi keuangan dan pelaporan pertanggungjawaban keuangan Dinas.
 - c. Kepala Sub Bgaian Umum dan Kepegawaian ; bertugas membantu Sekretaris dalam melaksanakan pengelolaan urusan administrasi umum, rumah tangga, perlengkapan/perbekalan, dokumentasi, perpustakaan dan kearsipan, serta pengelolaan administrasi kepegawaian Dinas.
3. Kepala Bidang Obyek dan Sarana Wisata ; bertugas membantu Kepala Dinas merumuskan kebijakan, mengkoordinasikan, membina dan

mengendalikan kegiatan di Bidang Obyek dan sarana wisata. Dibantu oleh:

- a. Kepala Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata; bertugas membantu Kepala Bidang Obyek dan Sarana Wisata dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan dan pengendalian kegiatan Seksi Obyek Wisata dan daya Tarik Wisata.
 - b. Kepala Seksi Atraksi, Rekreasi dan Hiburan Umum; bertugas membantu kepala bidang Obyek dan sarana wisata dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan, dan pengendalian kegiatan Seksi Atraksi, Rekreasi dan Hiburan Umum.
 - c. Kepala Seksi Sarana Wisata; membantu Kepala Obyek dan sarana Wisata dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan, kebijakan, koordinasi, pembinaan dan pengendalian kegiatan Seksi sarana wisata.
4. Kepala Bidang Pemasaran Wisata; bertugas membantu Kepala Dinas dalam merumuskan kebijakan, mengkoordinasikan, membina, dan mengendalikan kegiatan di Bidang Pemasaran Wisata. Kepala bidang pemasaran dibantu oleh :
- a. Kepala Seksi Promosi Wisata ; betugas membantu Kepala Bidang pemasaran Wisata dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan, dan pengendalian kegiatan Seksi Promosi Wisata.

- b. Kepala Seksi Pelayanan dan Informasi Wisata ; bertugas membantu Kepala Bidang Pemasaran Wisata dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan, dan pengendalian kegiatan Seksi Pelayanan dan Informasi Wisata
 - c. Kepala Seksi Penanganan Peran Serta Masyarakat dan Kemitraan ; bertugas membantu Kepala Bidang Pemasaran Wisata dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan, dan pengendalian kegiatan Seksi Peningkatan Peran serta Masyarakat dan Kemitraan.
5. Kepala Bidang Kebudayaan; bertugas membantu Kepala Dinas dalam merumuskan kebijakan, mengkoordinasi, membina dan mengendalikan kegiatan di Bidang Kebudayaan. Kepala bidang Kebudayaan Dibantu oleh:
 - a. Kepala Seksi Kesenian, Bahasa dan Perfilman; bertugas membantu Kepala Bidang Kebudayaan dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan dan pengendalian kegiatan Seksi Kesenian, Bahasa dan Perfilman.
 - b. Kepala Seksi Museum, Kepurbakalaan, Sejarah dan Nilai Tradisi bertugas membantu Kepala Bidang Kebudayaan dalam melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan dan pengendalian kegiatan Seksi Museum, Kepurbakalaan, Sejarah dan Nilai Tradisi.

G. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pariwisata merupakan salah satu faktor strategis dalam mendukung pembangunan di Kabupaten Karanganyar. Selaras dengan semboyan Kabupaten Karanganyar menjadi bumi INTANPARI yang bertumpu pada Industri, Pertanian dan Pariwisata. Dinas Pariwisata memiliki Visi “Menjadikan Karanganyar sebagai Daerah Tujuan Utama Wisata tahun 2013” dengan mengembangkan industri pariwisata berbasis masyarakat dan berwawasan lingkungan. Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Karanganyar melibatkan banyak pihak (*multiplayer*) dan akan menimbulkan efek baik itu positif maupun negatif (*multiefek*). Pengembangan pariwisata dapat membuka berbagai peluang dan memberikan manfaat bagi pemerintah, swasta, maupun penduduk sekitar obyek sehingga dapat mendorong peningkatan pendapatan asli daerah untuk mendukung pembangunan daerah.

Menghadapi pesatnya perubahan dan perkembangan lingkungan, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar berusaha melakukan tugasnya lebih baik. Sehingga perlu disusun suatu Perencanaan Strategis yang bertujuan untuk memastikan semua bagian bekerja ke arah yang sama, dengan cara mencari kesesuaian yang terbaik dan paling menguntungkan antara organisasi dan lingkungannya untuk memaksimalkan kekuatan internal dan meminimalkan atau mengatasi kelemahan internal. Sehingga diperoleh keuntungan dari peluang eksternal dan meminimalkan/mengatasi ancaman eksternal yang mempengaruhi pengembangan pariwisata di Karanganyar.

Dalam Bab ini akan dibahas mengenai tahapan perumusan Perencanaan Strategis yang dapat dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar. Perumusan Perencanaan Strategis tersebut meliputi tiga langkah pokok yaitu 1) Analisis faktor Lingkungan Internal dan Eksternal, 2) Identifikasi Isu Strategis melalui Analisis SWOT kemudian Evaluasi Isu Strategis melalui uji Test Litmus dan Analisis Urgency, Seriously, Growth (Analisis USG), 3) merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu.

A. Identifikasi Lingkungan

1. Lingkungan Eksternal

Lingkungan Eksternal yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar berupa peluang dan ancaman/tantangan yaitu :

a. Kondisi Hukum

Diberlakukannya beberapa peraturan dan kebijakan pendukung perkembangan pariwisata menjadikan peluang untuk lebih memajukan pariwisata berbasis lingkungan dan masyarakat. Undang-undang No 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah dan INPRES No 16 tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan Pariwisata memberikan peluang masing-masing daerah untuk menggali memanfaatkan dan mengelola potensi yang dimiliki.

Dikeluarkannya Undang-undang Pariwisata yang baru yaitu UU No. 10 tahun 2009 sebagai upaya penyesuaian dengan perkembangan

pariwisata sekarang ini dan menyesuaikan dengan selera pasar. Peluang ini dapat memperbaiki iklim investasi bidang pariwisata di Karanganyar yang diatur dalam Perda No.7 Tahun 2008 tentang Peraturan Daerah tentang Urusan Pemerintahan yang Menjadi Kewenangan Pemerintahan Daerah Kabupaten Karanganyar, didalamnya termuat tentang aturan penanaman modal. Kabupaten Karanganyar memberikan kemudahan pelayanan perijinan yang lebih cepat dan tepat dengan menyederhanakan perijinan melalui sistem *one stop service*. Pemberian perijinan dan kebijakan penanaman modal ini urusannya ditangani oleh Badan Pelayanan Perijinan Terpadu (BPPT). Seperti yang disampaikan oleh Ir.Sukarno,MT (Kasubbag Perencanaan):

“Adanya beberapa Undang-Undang Pariwisata No.10 tahun 2010 dan Undang-Undang Otonomi Daerah No.32 tahun 2004 memberikan peluang besar bagi Dinas untuk meningkatkan pengembangan di sektor pariwisata dan budaya. Sebagai respon peluang ini dikeluarkannya Perda No.7 Tahun 2008 tentang Peraturan Daerah tentang Urusan Pemerintahan yang Menjadi Kewenangan Pemerintahan Daerah Kabupaten Karanganyar yang didalamnya memuat tentang Penanaman modal. Untuk masalah penanaman modal ini menjadi kewenangan dari BPPT (Badan Pelayanan Perijinan Terpadu) dan Dinas hanya sebagai tim teknis”. (wawancara, 23 Juni 2010)

Dengan diberlakukannya Undang-Undang pariwisata No.10 tahun 2010, Undang-Undang Otonomi Daerah No. 32 tahun 2004 serta Perda No.7 tahun 2008 yang memuat tentang peraturan penanaman modal, ditambah terdapat pelayanan perijinan satu atap *one stop service* menjadi payung hukum yang dapat dimanfaatkan dalam

mengembangkan pariwisata. Diberlakukannya Undang-undang dan perda tersebut semakin membuka peluang investasi terutama bidang pariwisata.

b. Kondisi Sosial dan Budaya

Kondisi sosial yang dimaksud adalah partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Motivasi masyarakat di Karanganyar untuk ikut menjaga dan mengembangkan pariwisata sangat tinggi. Seperti yang disampaikan oleh Ir.Sukarno,MT (Kasubbag Perencanaan)

“Dapat dikatakan bahwa masyarakat sangat antusias untuk ikut menjaga, mendukung, melestarikan dan mengembangkan pariwisata di Kabupaten Karanganyar ini. Pemerintah cukup memberikan arahan. Misalnya saja dalam pengembangan obyek wisata Jumog, Parang Ijo, Sondokoro, warga rela lahan mereka diambil untuk pelebaran jalan agar akses keobyek wisata lebih mudah. Selain itu warga ikut mendukung dengan cara mendirikan rumah makan, penginapan, homestay, pusat oleh-oleh sebagai pelengkap fasilitas kepada wisatawan”. (Wawancara 17 April 2010)

Ditambahkan lagi oleh Joko Budi Santoso, S.ST Par (Staf Bidang Obyek dan Sarana Wisata)

“Partisipasi masyarakat tergolong cukup baik, buktinya tidak ada hal-hal yang dikehendaki yang dapat memberikan *image* kurang baik terhadap wisatawan yang berkunjung. Misalnya pedagang yang memaksa untuk membeli, bahkan masyarakat dengan sendirinya dapat mendirikan usaha milik desa misalnya Koperasi dan ada persatuan pedagang pariwisata (Perdabita) di Tawangmangu”. (wawancara 20 April 2010)

Bentuk Partisipasi masyarakat dalam mendukung pengembangan pariwisata di Karanganyar sudah terwadahi dalam Kelompok Sadar Wisata atau biasa disebut dengan POKDARWIS. Kelompok Sadar Wisata ini merupakan kelompok swadaya dan swakarsa masyarakat yang bertujuan

untuk meningkatkan usaha para anggotanya, meningkatkan pengembangan pariwisata daerah dan mensukseskan pembangunan pariwisata nasional.

Diperkuat dengan pernyataan dari Wisnu anggota kelompok sadar wisata “Putra Putri Lawu” :

“Partisipasi masyarakat sudah terwadahi dalam kelompok-kelompok sadar wisata (POKDARWIS). Jika dinilai, partisipasi masyarakat dapat dikatakan sudah baik dalam mendukung aktivitas objek wisata di daerah tersebut. Dengan adanya POKDARWIS akan membentuk masyarakat lebih memahami pentingnya sadar wisata yang berdasar pada SAPTA PESONA. Bentuk partisipasi masyarakat dengan ikut menjaga kebersihan disekitar kawasan obyek, ramah tamah terhadap wisatawan, menjaga keindahan, menjaga keamanan di sekitar objek salah satunya dengan mendirikan pos keamanan. Dalam mendukung kelengkapan fasilitas masyarakat mampu membuka lapangan kerja sendiri dengan membuka usaha rumah makan, menjadi *guide*, menjual souvenir, menjadi penyedia jasa transportasi. Untuk memperkuat koordinasi ditiap kelompok sadar wisata mengadakan pertemuan rutin tiap bulan untuk mengevaluasi kegiatan pengembangan pariwisata.(wawancara 28 juni 2010)

Diperkuat lagi dengan pernyataan dari Bapak Sukarno Ketua kelompok sadar wisata di Obyek Grojogan Parangijo :

“Partisipasi masyarakat di sekitar Obyek grojogan Parangijo ini sangat antusias dalam mendukung pengembangan obyek Grojogan Parangijo sebagai desa wisata. Warga rela tanahnya dipakai untuk pelebaran jalan dan tidak menuntut ganti rugi untuk pembangunannya dilakukan secara gotong royong selama 1 tahun sampai sekarang masih berjalan untuk membuat jalan tembus melingkar. Lebar jalan yang dulu hanya 4 meter sekarang diperlebar menjadi 6,5 meter. Parangijo ini sebenarnya bukan obyek yang besar tetapi alam sangat menentukan jarak pandang terluas dapat dilihat dari gardu pandang yang disediakan. Warga masyarakatnya sangat kuat dan bersemangat untuk mengangkat obyek ini dari awal yang bertanggungjawab ya warga, dapat dikatakan swadaya paling kuat satu Kabupaten ya di desa Munggur ini. Beberapa langkah pembangunan sudah berhasil direalisasikan seperti penambahan wahana wisata seperti kolam renang anak, jalan setapak, arena bermain anak, gardu pandang dan penambahan fasilitas seperti homestay, akses jalan yang mudah, pasar wisata,

bumi perkemahan serta kita juga punya Koperasi KSU Parangijo. Untuk koordinasi dengan Pemerintah Daerah kita selalu mengadakan musyawarah dengan pihak terkait seperti LPP, BPD, RT,RW dan dari pemerintah Kabupaten. (wawancara 29 Juli 2010)

Diperkuat lagi dengan pernyataan dari Bapak Tarno anggota dari Kelompok Sadar Wisata Turonggo Karyo yaitu perkumpulan para penunggang kuda di Tawangmangu :

“Turonggo Karyo ini salah satu bentuk partisipasi kami dalam pengembangan pariwisata di Tawangmangu mbak yang terwadahi dalam Kelompok Sadar wisata. Biasanya wisatawan sangat senang menikmati pemandangan di kawasan Tawangmangu dengan berkuda. Untuk pembinaanya kita selalu dibantu oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karangnyar, kita sering diarahkan, dibantu seragam, sepatu, topi dan untuk koordinasinya kita ada rapat setiap tanggal 27 tiap bulannya untuk membahas hambatan yang atau peluang yang dapat diambil untuk memajukan pariwisata. Untuk tarif kita sudah dibuatkan tiket yang resmi dari Pemda, tarif berkuda 15 ribu mbak, jadi sudah diantisipasi agar wisatawan tidak “dilarangke”. (Wawancara 8 Agustus 2010)

Disetiap Obyek Wisata dapat dibentuk lebih dari satu Kelompok Sadar Wisata dengan anggota minimal 10 orang dan maksimal 50 orang. Kelompok Sadar Wisata ini beranggotakan orang-orang yang berhubungan langsung dengan penyediaan barang dan jasa bagi para wisatawan yang berkunjung, dan beranggotakan orang-orang yang tidak berhubungan langsung dengan usaha pariwisata yaitu masyarakat yang tinggal disekitar obyek. (Sumber : Buku Panduan Kepariwisata dan Kelompok Sadar Wisata)

Diperkuat dengan pernyataan dari Ir.Sukarno,MT (Kassubag Perencanaan)

“Kelompok Sadar Wisata di Karanganyar bisa dibentuk lebih dari satu kelompok untuk setiap obyeknya dengan anggota 10-50 orang. Tetapi belum semua obyek memiliki kelompok Sadar Wisata untuk itu kita masih terus melakukan upaya sosialisai kepada

masyarakat tentang pentingnya dukungan masyarakat dalam pengembangan pariwisata”. (wawancara 23 Juni 2010)

Kondisi di Karanganyar belum setiap obyek memiliki POKDARWIS, untuk itu masih diperlukan sosialisasi dengan mengadakan musyawarah dimasing-masing desa dalam rangka pembentukan desa sadar wisata tentang pentingnya partisipasi masyarakat sekitar dalam menjaga dan mengembangkan pariwisata. Jika setiap obyek memiliki POKDARWIS, hal ini akan menjadi peluang besar bagi kelangsungan dan kekuatan besar dalam mendukung pengembangan pariwisata, mengingat bahwa masyarakat menjadi ujung tombak sebagai kekuatan dasar dalam mendukung keberhasilan pembangunan, pelaksanaan setiap kebijakan atau program pemerintah. Seperti yang disampaikan oleh Suripto, SE (Kasi Promosi) :

“POKDARWIS ini merupakan ujung tombak dari lapisan masyarakat yang memiliki visi menjadikan Kabupaten Karanganyar sebagai tujuan pariwisata yang berbasis masyarakat didukung secara penuh oleh masyarakat sebagai tuan rumah diwilayahnya sendiri dengan konsep SAPTA PESONA (aman, tertib, sejuk, indah, ramah tamah dan kenangan)”. (Wawancara 20 april 2010)

Kelompok Sadar wisata ini tidak terikat harus dibentuk oleh kelompok-kelompok disekitar obyek tetapi dimanapun dapat dibentuk kelompok asalkan konsen terhadap pengembangan pariwisata di Karanganyar. Di Kabupaten Karanganyar sampai dengan Tahun 2010 sudah terbentuk tujuh Kelompok Sadar Wisata. Tetapi dalam pelaksanaannya masih menghadapi kendala yaitu konsistensi dan kemandirian kelompok sadar wisata yang masih naik turun sehingga masih

tergantung kepada Pembina (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar). Seperti yang disampaikan oleh Wiji Sunarto, S.Sos (Kepala Seksi Peningkatan Peran Serta Masyarakat dan Kemitraan)

“Kelompok Sadar wisata ini tidak harus di Lokasi obyek tetapi dimanapun tempat asal kelompok ini “konsen” terhadap perkembangan pariwisata di Karanganyar dapat dibentuk menjadi kelompok Sadar wisata. Kelompok ini berfungsi memberikan informasi tentang pariwisata di Karanganyar kita punya POKDARWIS dari persatuan Duta Wisata di Karanganyar, ada juga kelompok PKK yang dapat membantu penyebaran informasi dan mendukung pengembangan pariwisata. Di Kabupaten Karanganyar telah terbentuk tujuh kelompok sadar wisata yaitu POKDARWIS Putra Putri Lawu merupakan kelompok duta wisata yang terpilih 10 besar, POKDARWIS Lawu Satu, POKDARWIS Putra Mukti Rahayu, POKDARWIS Parangjito, POKDARWIS Turonggo Karyo, POKDARWIS Jumog, POKDARWIS Perdabita. Selain itu juga ada kelompok-kelompok yang masih terus kita bina seperti Kelompok Sadar Wisata di Desa Berjo Ngargoyoso, Jenawi, Giri Layu Matesih dengan kelompok kerajinan batiknya. Tetapi konsistensi tidak stabil sehingga kemandiriannya juga kurang, kadang masih tergantung dengan Dinas yang berperan sebagai pembina. Pembinaan oleh Dinas seperti pembinaan SDM, mungkin ada penambahan fasilitas yang disesuaikan dengan kondisi daerah masing-masing, memberikan penyuluhan agar tetap menjaga SAPTA PESONA, mendorong kelompok untuk dapat menghasilkan barang-barang kerajinan yang dapat dijual untuk souvenir sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar”. (wawancara 28 Juni 2010)

Obyek wisata Pemakaman Astana Giribangun merupakan milik yayasan keluarga Ibu Tien Soeharto, komplek pemakaman ini dikelola oleh yayasan dan dibuka untuk umum. Walaupun milik yayasan masyarakat tetap berperan aktif dalam menjaga dan ikut mengembangkan obyek wisata Astana Giribangun. Seperti yang disampaikan oleh Bapak H. Rijo A.S petugas di pemakaman Astana Giribangun :

“Pemakaman Astana Giribangun ini milik yayasan keluarga Ibu Tien Soeharto, jadi dalam pengelolaannya diurusi oleh yayasan.

Pemerintah Daerah Karanganyar membantu dalam menjaga keamanan dengan menyediakan personel Polisi dan TNI di lokasi, serta ikut mempromosikan. Masyarakat juga ikut membantu dalam menjaga keamanan kawasan astana giribangun ini kalau hanya mengandalkan petugas *security* ya masih sangat kurang. Selain itu masyarakat juga ikut berpartisipasi dalam menyediakan kebutuhan wisatawan dengan berjualan makanan, minuman, bunga tabur untuk ziarah dan souvenir. Pedagang dan masyarakat disini tergabung dalam koperasi yayasan Astana giribangun”. (Wawancara 3 Agustus 2010)

Diperkuat lagi dengan pernyataan dari salah satu warga di sekitar Astana Giribangun :

“Astana Giribangun ini pemakaman milik keluarga Ibu Tien Soeharto mbak, dalam pengelolaannya pun juga sudah diurus oleh yayasan keluarga. Walaupun sudah ada pegawai yang secara resmi bertugas menjaga dan mengelola kami tetap ikut membantu dalam menjaga dan memelihara fasilitas yang ada, misalnya kita ikut membantu mengelola parkir, menjaga keamanan dan kebersihan serta ikut menyediakan aneka kebutuhan wisatawan mulai dari makanan, minuman, souvenir, bunga tabur. Sering juga masyarakat sekitar diberi santunan oleh yayasan misalnya bantuan sembako, bantuan untuk pembuatan rumah. Astana Giribangun ini kan makam mantan Presiden dan Ibu Negara yang sangat dihormati mbak, pesiarah yang datang tidak hanya dari rakyat Indonesia tapi juga pesiarah dari luar negeri (kepala negara, pjabat, maupun wartawan asing) jadi sebisa mungkin warga ikut memberikan citra baik. Wawancara 3 Agustus 2010

Hal lain yang berhubungan dengan kondisi sosial adalah budaya masyarakat setempat. Tingginya sadar wisata masyarakat dan tumbuhnya budaya masyarakat yang ramah tamah, sopan, penuh kekeluargaan, keakraban, murah senyum menjadikan peluang dalam mendukung pengembangan potensi pariwisata sesuai tujuan Dinas yaitu mengembangkan industri pariwisata berbasis masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Ir. Sukarno, MT (Kassubag Perencanaan)

“Budaya masyarakat di Karanganyar khususnya disekitar obyek wisata masyarakat bersifat ramah tamah menunjukkan keakraban, sopan,suka membantu, suka tersenyum dan menarik hati. Ramah bukan berarti lemah atau tidak tegas dalam mengambil keputusan, ramah ini lebih kepada menghormati tamunya karena masyarakat sekitar obyek ingin menjadi tuan rumah yang baik. Hal inilah yang menjadi daya tarik tersendiri dan harus kita pelihara terus”. (wawancara 23 Juni 2010)

Diperkuat dari pernyataan pengunjung wisata di kawasan

Tawangmangu :

“Saya senang berwisata di Karanganyar mbak, apalagi di kawasan Tawangmangu yang hawanya sejuk, rasane ayem banget, masyarakatnya juga sangat ramah. Apalagi kalo saya berbelanja di pasar wisata Tawangmangu disana banyak sekali buah dan sayuran yang masih sangat segar, harganya juga terjangkau “*murah lah*”, pedagang menawarkan dengan sangat ramah “*monggo pak/bu ngersakaken nopo*”. Dagangan yang dijual sudah dipilih yang berkualitas tinggi jadi tidak *ngapoki* pembeli.kalau butuh buah dan sayur yang pasti *fres* saya pilih datang ke Tawangmangu” . (Wawancara 8 Agustus 2010)

Dari hasil penelitian faktor sosial budaya yang mempengaruhi perkembangan pariwisata di Karanganyar, pengelolaan obyek wisata tidak semua obyek ditangani oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dan kelompok sadar wisata belum dapat dibentuk di setiap obyek. Namun tingkat partisipasi masyarakat dapat dikategorikan tinggi, masyarakat secara aktif ikut mendukung, menjaga dan mengembangkan kawasan obyek wisata. Partisipasi masyarakat dapat dilihat dari peran masyarakat ikut bergotong-royong menjaga keamanan,menjaga kebersihan, rutin mengadakan rapat/pertemuan antar warga maupun dengan pihak pemerintah daerah, membuat kerajinan khas/makanan khas daerah yang secara langsung masyarakat juga ikut membantu mempromosikan obyek

wisata. Dari segi budaya, masyarakat di Karanganyar memiliki budaya yang sangat ramah, kekeluargaan dan saling membantu. Faktor eksternal sosial dan budaya di Karanganyar sangat mendukung perkembangan pariwisata.

c. Perkembangan Teknologi dan Informasi

Perkembangan teknologi dan informasi menjadi peluang dalam melakukan promosi dan pemasaran produk-produk wisata. Teknologi mempermudah komunikasi dan mempercepat informasi untuk disampaikan kepada wisatawan. Sesuai perkembangan teknologi yang semakin pesat Dinas Pariwisata memiliki *website* yang dapat diakses di www.diparta.go.id atau dapat diakses melalui *website* Pemda Karanganyar di www.karanganyar.go.id dan dapat dilihat di www.central-java-tourism.com atau di www.javapromo.com. Java Promo ini merupakan salah satu sarana kerjasama promosi bersama oleh 15 Kabupaten atau kota, di DIY dan Jawa Tengah.

Perkembangan teknologi ini sangat penting diterapkan dalam lingkungan Dinas karena melalui teknologi (*website* Dinas) informasi penting seputar pariwisata di Karanganyar dapat *diupdate* (diperbarui). Pelayanan informasi ini sangat penting bagi wisatawan yang ingin berkunjung, mulai dari pilihan obyek wisata, fasilitas yang ditawarkan, akses, keamanan, kenyamanan dan biaya yang harus dikeluarkan. Dari informasi yang terdapat di *website* ini dapat dijadikan sebagai bahan

masuk pemerintah dalam pengambilan keputusan pengembangan pariwisata.

Peluang tersebut tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh Dinas karena ada kendala, belum adanya pegawai pengelola website yang dapat secara *continue* (terus menerus) mengupdate informasi di website Dinas. Seperti yang disampaikan salah satu staff di Bidang Pemasaran :

“Terkadang masalah website dikesampingkan karena pekerjaan harian kita juga banyak. Jadi yang meng-update informasi ya bersama-sama setelah pekerjaan selesai. Memang ini dapat menghambat upaya promosi lewat internet dan masyarakat yang ingin mengakses informasi, tetapi kita memiliki upaya promosi yang lain yang lebih nyata salah satunya lewat kerjasama antar daerah dalam kegiatan pameran pengenalan obyek wisata lengkap dengan fasilitas, dan biaya yang dikeluarkan. Pembuatan leaflet, profil pariwisata Karanganyar untuk promosi lewat internet kita masih mengandalkan promosi bersama melalui Java promo. Sedangkan untuk memperlancar informasi tentang perkembangan pariwisata Dinas membuat statistik Pariwisata setiap tahunnya.”
(wawancara 20 April 2010)

Kendala lain kurang dapat dioptimalkannya Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar adalah masih lemahnya Manajemen Informasi serta pemanfaatan teknologi. Seperti yang disampaikan oleh Joko Budi Santoso, S.par :

“Untuk pengelolaan website Dinas dulu kita kelola sendiri tetapi sekarang kita meng-sub ke PDE Pemda yang bertugas mengedit kemudian baru ditampilkan di website Dinas. Kalau pegawai yang khusus mengurus tentang website memang belum ada karena admin (pengelola website) yang dulu sudah pindah dan kendalanya adalah urusan website belum diajarkan kepada pegawai yang mengganti otomatis informasi terputus. Ya bisa dibilang website Dinas “mati suri” bisa dibuka tetapi tidak bisa diakses”.
(wawancara 23 Juni 2010)

Perkembangan teknologi belum dapat dimanfaatkan secara maksimal karena kurangnya sumber daya manusia paham tentang website. Perkembangan teknologi seharusnya dapat menjadi peluang besar untuk mendukung perkembangan pariwisata.

d. Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana yang disediakan bertujuan untuk memberikan kenyamanan berwisata di Kabupaten Karanganyar. Sarana wisata penunjang kegiatan pariwisata di Kabupaten Karanganyar diantaranya terdapat hotel, pondok wisata, home stay, rumah makan, TIC (Tourism Information Center), biro perjalanan wisata, ketenagakerjaan di bidang pariwisata dan didukung Souvenir shop, pasar wisata dan Jasa angkutan wisata. Sarana dan Prasarana ini terus dikembangkan sesuai kebutuhan wisatawan baik sarana menuju obyek dan sarana prasarana di dalam obyek.

Sarana transportasi merupakan faktor pendukung menuju obyek wisata, perkembangan pariwisata menuntut perbaikan akses transportasi yang lebih baik. Jika akses transportasi menuju lokasi objek wisata mudah maka akan banyak wisatawan yang berkunjung dan dapat mempermudah wisatawan berpindah tempat dari obyek satu ke obyek lain.

Perkembangan transportasi di Karanganyar didukung oleh tersedianya prasarana transportasi yang memadai. Hal tersebut dapat dinilai dari kondisi jalan terutama jalan menuju ke obyek sudah baik (aspal), adanya rambu-rambu lalu lintas, terdapat transportasi publik yang

dapat dimanfaatkan seperti angkudes, bus umum/pariwisata, ojek. Perkembangan transportasi ini menjadi peluang, karena wisatawan dapat dengan mudah menuju ke obyek wisata sampai ke obyek yang kondisi jalannya terjal.

Seperti yang diungkapkan oleh Joko Budi Santoso (Staff Bidang obyek dan daya tarik wisata) :

“Banyaknya potensi obyek wisata apabila tidak didukung oleh transportasi dan akses jalan yang baik ini akan menjadi ancaman tersendiri mengingat kondisi Kabupaten Karanganyar yang berada di wilayah pegunungan sehingga ada beberapa obyek yang memiliki tingkat kemiringan yang cukup terjal. Untuk penyediaan sarana prasarana di Karanganyar sudah terintegrasi dengan baik, pengadaanya saling mendukung misalnya saja perkembangan transportasi di Kabupaten Karanganyar dikatakan meningkat pesat sekarang terdapat pilihan sarana transportasi yang dapat digunakan yaitu dengan pesawat, kereta, bus jurusan Solo-Tawangmangu atau Solo-Matesih dan kemudian dilanjutkan dengan angkutan lokal yang disediakan untuk dapat mencapai obyek seperti angkudes, ojek, bus mini dan sudah dipasang rambu –rambu dan peta wisata menuju obyek”. (wawancara 20 April 2010)

Sarana Hotel dan rumah makan, juga menjadi daya tarik wisatawan dalam berkunjung. Hotel dan rumah makan yang tersedia sudah mencukupi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Hotel yang ditawarkan mulai dari kelas melati sampai hotel berbintang, terdapat juga Homestay di dekat obyek. Seperti yang disampaikan oleh Joko Budi Santoso, S.ST, Par (Staff Bidang obyek dan daya tarik wisata) :

“Sebenarnya untuk menilai kelengkapan dan kenyamanan sarana prasarana di Karanganyar itu relatif tergantung cara wisatawan menikmatinya, yang jelas Karanganyar berusaha memberikan yang terbaik untuk kenyamanan dan kemudahan akses wisatawan dalam berwisata. Untuk hotel di Karanganyar ada sekitar 52 dari kelas bintang sampai melati, dan untuk rumah makan sendiri di sekitar obyek sudah banyak tumbuh rumah makan baru yang tentunya

menyesuaikan dengan selera wisatawan. Ada juga homestay di dekat obyek grojogan Parangijo dan Candi Suku dapat menjadi alternatif wisatawan untuk tinggal sejenak menikmati keindahan alam di Karanganyar” (wawancara 23 Juni 2010)

Ketersediaan sarana dan prasarana yang ada harus di imbangi dengan perawatan baik dari pemerintah, masyarakat maupun dari wisatawan yang harus ikut menjaga sarana prasarana yang ada. Seperti yang diungkapkan oleh Joko Budi Santoso (Staff Bidang Obyek dan sarana wisata)

“Sarana yang tersedia sudah cukup memadai tetapi untuk pemeliharaan sarana wisata yang masih kurang. Ini yang harus menjadi perhatian baik dari pemerintah, masyarakat dan wisatawan yang berkunjung untuk ikut menjaga dan tidak merusak sarana prasarana yang ada”. (wawancara 20 April 2010)

Secara keseluruhan sarana dan prasarana yang terdapat di Kabupaten Karanganyar dapat dikatakan sudah memadai dalam mendukung pengembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar.

e. Pelanggan/Klien

Yang dimaksud sebagai pelanggan dalam pariwisata adalah wisatawan sebagai sasaran dalam perencanaan pengembangan pariwisata. Saat ini terjadi pola minat wisatawan yang lebih tertarik pada hal-hal yang masih alamiah, kondisi ini dapat menjadi peluang besar dalam pengembangan pariwisata di Karanganyar mengingat kondisi wilayah Karanganyar yang kaya akan bentang alam yang memukau. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Ir.Sukarno,MT :

“Pola minat wisatawan sekarang ini cenderung tertarik pada wisata alam yang masih alamiah, nah ini menjadi peluang besar bagi Karanganyar dengan kondisi pegunungan alam yang terdapat

pilihan wisata alam yang beragam yang didukung oleh hawa sejuk cocok untuk berwisata, selain itu juga wisata minat khusus seperti pendakian gunung lawu. Tetapi wisata alam yang ada harus didukung dengan fasilitas yang dapat mempermudah akses wisatawan, misalnya akses transportasi, rumah makan, hotel, pusat-pusat souvenir”. (wawancara 23 Juni 2010)

f. Kerjasama dengan Instansi Terkait

Dikeluarkannya Undang-Undang No.32 tahun 2004 pasal 195 sebagai payung hukum dalam pelaksanaan kerjasama untuk mengembangkan pariwisata sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat. Bunyi pasal tersebut adalah :

“Dalam Rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat, daerah dapat mengadakan kerjasama dengan daerah lain yang didasarkan pada pertimbangan efisiensi dan efektivitas pelayanan publik, sinergi dan saling menguntungkan”.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karanganyar tidak mengenal pesaing tetapi lebih pada mitra kerja untuk menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW) dengan mengangkat keunggulan dan potensi wisata yang dapat dinikmati wisatawan. Setiap daerah memiliki keunggulan wisata masing-masing seperti di Karanganyar dengan kondisi alam yang mempesona dan banyaknya peninggalan sejarah, makam raja-raja Mangkunegaran menjadi peluang besar untuk dikelola dan terus dikembangkan dengan cara melakukan kerjasama dengan instansi terkait. Kerjasama yang dilakukan dapat berupa kerjasama bidang pengelolaan obyek maupun kerjasama bidang promosi. Dalam melakukan kegiatan promosi Kabupaten Karanganyar melakukan promosi secara bersama dengan daerah sekitar Karanganyar. Diwilayah sekitar barat, Karanganyar mengadakan

commit to user

kerjasama antar daerah yang tergabung dalam SUBOSUKOWONOSRATEN (Solo, Boyolali, Sukoharjo, Wonogiri, Sragen dan Klaten) yang terkoordinir dalam PT. Solo Raya. Karanganyar juga melakukan kerjasama dengan daerah di wilayah timur Gunung Lawu yang tergabung dalam KARISMAPAWIROGO (Karanganyar, Wonogiri, Sragen, Magetan, Pacitan, Ngawi, Ponorogo). Selain mengadakan kerjasama antar daerah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar juga mengadakan kerjasama dalam pengelolaan obyek dengan pihak ke tiga. Seperti yang diungkapkan oleh Drs. Iskam, MM (Kasi Obyek dan Daya Tarik wisata)

“Dalam pengelolaan industri kepariwisataan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dibantu oleh beberapa pihak yang berkompeten yaitu: Suaka Peninggalan Sejarah dan Purbakala (SPSP) Jawa Tengah dan Pengelola non migas seperti PT Duta Indonesia Djaya, Perhutani, Perusahaan Pariwisata Tawangmangu (PPT), PT Camping Lawu Resot, Desa Jumok dan Parangijo. Karanganyar juga melakukan kerjasama antar daerah yang tergabung dalam SUBOSUKOWONOSRATEN dan KARISMAPAWIROGO”. (Wawancara 20 April 2010)

Kerjasama yang telah dilaksanakan tersebut memberikan peluang besar untuk lebih mengembangkan pariwisata di Karanganyar dengan mengadakan promosi bersama dan mengadakan event-event budaya. Juka dalam pelaksanaan kerjasama mengalami masalah akan dilakukan dilakukan rapat koordinasi antara kedua belah pihak. Seperti yang disampaikan oleh Ir.Sukarno,MT (Kassubag perencanaan):

“Dalam pelaksanaan kerjasama jika sudah ada dokumen kerjasama dan sudah ditandatangani anatara kedua belah pihak atau yang terlibat dalam kerjasama itu ya itu menjadi tanggungjawab yang harus dilaksanakan. Jika terjadi masalah diadakan rapat koordinasi

untuk mencari solusi pemecahan masalah bersama antar pembuat kesepakatan kerjasama tersebut”. (wawancara 23 Juni 2010)

Jaringan kerjasama yang telah terbentuk yang terkoordinir dalam Solo Raya serta Java Promo memberikan implikasi yang besar terhadap perkembangan pariwisata di Karanganyar. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Suropto, SE (Kasi Promosi)

“Dari jaringan kerjasama yang sudah kita bentuk memberikan dampak yang besar terhadap perkembangan pariwisata di Karanganyar. Kegiatan kerjasama yang dilakukan seperti pameran-pameran tingkat nasional maupun luar negeri dengan menampilkan UKM unggulan, destinasi pariwisata di Karanganyar, Festival Budaya. Promosi bersama melalui java promo dan Solo Raya, Travel dialog dan kita juga bekerjasama dengan wartawan dari media cetak maupun media elektronik. Implikasinya ya terjadi peningkatan pengunjung baik dari lokal maupun internasional seperti wisatawan Bali, Malaysia, Singapura yang melakukan kunjungan balik ke Karanganyar dan sekitarnya. (wawancara 28 Juli 2010)

2. Lingkungan Internal

Lingkungan internal yang mempengaruhi Dinas Pariwisata Kabupaten Karanganyar dalam mengembangkan pariwisata yaitu Struktur, Budaya Organisasi, Potensi dan Sumber Daya.

a. Struktur Organisasi

Penilaian terhadap struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dapat dilihat dari pengambilan keputusan dan rentang kendali atau pengawasan.

Pertama, Pengambilan Keputusan didasarkan pada hierarki yang ada yaitu Kepala Dinas, Kepala Bidang, Kepala seksi dan seterusnya. Sehingga keputusan tidak hanya mutlak oleh Kepala Dinas saja tetapi

commit to user

tetap mempertimbangkan masukan dari bawahannya. Sepeti yang disampaikan oleh Bapak Ir. Sukarno,MT:

“Walaupun Kepala Dinas memiliki wewenang tertinggi dalam pengambilan keputusan, tetapi setiap pengambilan keputusan tetap menerima masukan dari tiap-tiap bagian agar keputusan yang diambil tidak sentralistik”. (Wawancara 17 April 2010)

Kedua, Rentang kendali/Pengawasan dalam Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar menerapkan setiap pemimpin satuan organisasi wajib mengawasi bawahannya dan jika terjadi kesalahan atau penyimpangan pemimpin dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Pimpinan satuan organisasi wajib bertanggung jawab dalam kepemimpinannya, mengkoordinasi bawahan dan memberikan bimbingan serta petunjuk teknis. Setiap pimpinan satuan organisasi wajib mematuhi petunjuk, mengadakan rapat berkala dan memberikan laporan berkala tepat waktu.

b. Budaya Organisasi

Untuk menilai budaya organisasi dapat dilihat dari etos kerja dan kerjasama pegawai yang ditanamkan dalam setiap mengerjakan program-program yang telah disepakati. Misalnya untuk mendisiplinkan pegawai setiap pagi diadakan apel pagi yang diikuti oleh seluruh pegawai, dan absesnsi harian yang setiap bulannya dilaporkan kepada Pemda.

Selain itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar selalu menerapkan *commit to user* *team work* dalam melaksanakan

tugasnya. Seluruh pegawai wajib menerapkan prinsip koordinasi, integrasi dan sinkronisasi baik di lingkungan Dinas maupun dengan instansi lain diluar Dinas yang bersangkutan. Dengan *team work* akan membentuk kebersamaan, saling membantu dan merasa memiliki sehingga tujuan organisasi akan lebih mudah tercapai. Seperti yang diungkapkan oleh Ir. Sukarno,MT :

“Setiap kegiatan Dinas sudah dibagi sesuai tupoksi masing-masing bagian. Namun dalam melaksanakan kegiatan kita selalu menanamkan saling bekerjasama dan saling membantu”.
(wawancara 17 April 2010)

c. Potensi Pariwisata di Karanganyar

Karanganyar terletak pada daerah pegunungan yang memiliki keindahan kondisi alam dan memiliki keragaman budaya yang dapat menjadi potensi untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Konsep wisata alam saat ini telah mampu bersaing dengan wisata-wisata modern lainnya, semakin banyak wisatawan baik lokal maupun asing yang rela menempuh perjalanan jauh dan sulit untuk dapat menikmati wisata alam di suatu daerah. Kondisi tersebut menjadi kekuatan dalam mendukung pengembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar. Seperti yang diungkapkan oleh Kassubag Perencanaan Ir. Sukarno,MT

“Karanganyar memiliki potensi pariwisata unggulan diantaranya berupa wisata alam, wisata buatan dan wisata Budaya. Wisatawan biasanya lebih suka berkunjung ke daerah yang lebih alami seperti Grojogan Sewu, Candi Sukuh, Candi

Cetho. Selain hawanya yang sejuk pemandangan alam juga masih alami. “. (Wawancara 17 April 2010)

Menyesuaikan perkembangan minat wisatawan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar telah berupaya menarik lebih banyak wisatawan dengan melaksanakan program pengembangan obyek wisata yang ada. Misalnya Obyek wisata Sapta Tirta Pablengan dengan menambah permainan flying fox, ATV, arena bermain anak, tempat pertunjukan. Selain itu Karanganyar telah mampu membuat produk makanan unggulan yang terbuat dari sayur-sayuran organik dan dari bahan baku alami seperti organik wortel, sirup strawberry, selai strawberry, semprul (Kue Semprong Bekatul) dan Karanganyar mampu membuat produk unggulan dari alam seperti kayu batik, kain batik lawasan yang dibuat dengan pewarna alami dari getah, pace, mahoni. Kain batik ini dibuat oleh warga Girilayu yang sering dikenal sebagai “Kampung Batik Girilayu” hampir setiap rumah membuat batik tulis. Selain itu Karanganyar juga menawarkan wisata herbal karena Karanganyar memiliki Klinik Obat-obatan Herbal B2P2O2T (Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Tanaman Obat dan Obat Tradisional) klinik obat ini merupakan UPT di Lingkungan Badan Litbangkes satu-satunya di Indonesia yang berfungsi sebagai Laboratorium Obat, studio obat-obat, Green House dan dapat juga digunakan untuk Studi Ilmiah atau wisata Ilmiah perpaduan antara rekreasi dan edukasi.

Paket wisata yang ditawarkan mulai tingkat SD sampai Perguruan Tinggi, swasta dan masyarakat umum.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Suropto (Kasi Promosi) :

“Potensi Karanganyar itu sangat beragam mulai dari kondisi alam yang memukau, budaya setempat yang memiliki khas seperti di sekitar candi Sukuh dan Candi Cetho sering sekali wisatawan dari Bali datang untuk melaksanakan upacara keagamaan. Selain itu Karanganyar juga memiliki hasil UKM yang dapat dibanggakan seperti pengolahan wortel organik, kue semprong bekatul “Semprul”, kayu batik, pembuatan batik lawasan dari pewarna alami oleh masyarakat Girilayu. Saat kita promosikan dalam pameran di Bali antusias pembeli sangat tinggi walaupun harganya maha. Selain itu Karanganyar juga memiliki Balai Besar Penelitian Obat dan Obat Tradisional (B2P2O2T) yang telah berkembang menjadi tempat wisata ilmiah perpaduan antara rekreasi dan edukasi. Paket wisata yang ditawarkan mulai tingkat SD sampai Perguruan Tinggi, swasta dan masyarakat umum. Wisata ilmiah ini mulai dari pengenalan obat, penelitian sampai pada pembibitan”. (wawancara 20 April 2010)

Secara Administratif wilayah Potensi Pariwisata di Kabupaten Karanganyar dapat diklasifikasikan berdasar zonasi meliputi :

1. ZONA A : Kawasan wisata alam, konvensi dan rekreasi (Tawangmangu)
2. Zona B : Kawasan wisata Ziarah dan Meditasi (Karangpandan, Matesih, Tawangmangu)
3. Zona C : Kawasan wisata budaya desa, keperbukalaan dan wisata Agro (Jenawi, Ngargoyoso, Karangpandan, Mojogedang)
4. Zona D : Kawasan wisata konversi sumber daya alam (Puncak Gunung Lawu)

5. Obyek Wisata Alternatif : obyek wisata yang berada di Kecamatan Karanganyar, Jumantono dan Gondangrejo.

Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

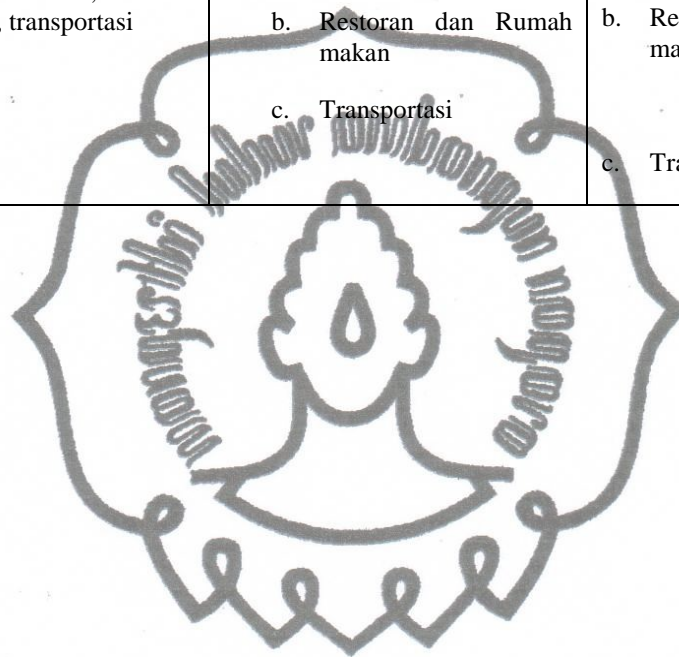


Tabel IV.1

Zonasi Potensi Wisata di Kabupaten Karanganyar

No	Jenis Atraksi/ODTW	Zona A	Zona B	Zona C
1.	Wisata Alam Iklim, keindahan alam, Flora dan fauna, bentuk alam khusus, daerah konservasi, resort kesehatan	1. Air Terjun Grojogan Sewu 2. Bumi Perkemahan Sekipan 3. Camping Lawu Resort 4. Agrowisata Strawberry	1. Sapta Tirta pablengan 2. Pemandian Cumpleng 3. Perkebunan Salak	1. Air t 2. Tam Ngar 3. Perk 4. Gua 5. Kebr 6. Tela 7. Air T
2.	Wisata Budaya Peninggalan arkeologi, sejarah dan budaya, pola kebudayaan unik, seni dan kerajinan tangan, fasilitas kebudayaan	1. Tradisi Mondosiyo 2. Tradisi Dukutan 3. Situs Purbakala Menggung 4. Tradisi Surya Jawi	4. Situs Purbakala Watukandang	8. Canc 9. Canc 10. Puri Sara 11. Situs Palai 12. Festi
3.	Wisata Buatan Taman rekreasi, taman bermain, pusat perbelanjaan, kegiatan konferensi, konvensi, eksibisi, event spesial, hiburan	1. Taman Rekreasi Balekambang 2. Festival Campur Sari 3. Festival Reog 4. Pusat perbelanjaan 5. Kios Suvenir, kios bunga dan kios buah	5. Pusat perbelanjaan 6. Kios cinderamata dan warung makan	Pusat Perbela
4.	Wisata Minat Khusus Etnik, keagamaan, nostalgia, pendalaman terhadap lingkungan alam, flora, fauna, bentukan fisik alam. Pendalam terhadap budaya daerah, kesenian, adat istiadat, pola kehidupan	<i>commit to user</i>	7. Astana Mengadeg 8. Astana Girilayu 9. Astana Giribangun 10. Petilasan Syeh Maulana Magribi Jabalkanil	13. Pura 14. Prosi Ceto 15. Seni lesur 16. Musi

	masyarakat lokal		11. Punden Jabalenka 12. Tradisi Pasar Kumandang 13. Umbul Donga Tri Dharma	tradi 17. Prosi Canc 18. Mon
5.	Fasilitas Wisata dan Pelayanan Hotel dan Resort, restoran, transportasi	a. Hotel : bintang II, Melati dan pondok wisata b. Restoran dan Rumah makan c. Transportasi	a. Rumah Retreat b. Restoran dan Rumah makan c. Transportasi	a. Cotta b. Hom c. Tran



Potensi wisata di Karanganyar selain terdapat banyak obyek wisata yang menarik wisatawan juga terdapat budaya, tradisi dan realigi yang sangat kental, serta terdapat atraksi wisata sebagai daya dukung untuk lebih menarik wisatawan berkunjung ke Karanganyar. Atraksi yang lain melalui tari Kencar-Kencar yang dipelopori oleh Bupati Karanganyar, ada juga kesenian lesung yang pada tahun 2006 mendapatkan Rekor MURI. Kesenian Tradisional Kotekan Lesung merupakan salah satu atraksi unggulan Kabupaten Karanganyar karena jenis kesenian ini termasuk unik dan khas. Kesenian ini merupakan bagian dari tradisi kecil masyarakat petani yang sudah cukup dikenal luas penduduk pedesaan. Kesenian Kotekan Lesung saat ini dikembangkan di Dukuh Plesungan, Desa Berjo Kecamatan Ngargoyoso, yang memiliki situs purbakala Candi Suku. Struktur pertunjukannya dimulai dari Panembrama, Permainan dengan tarin, Tari Loro Blonyo (sajian inti), dan Tayub Lesung. Atraksi Wisata yang terdapat di Karanganyar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu Atraksi budaya dan atraksi wisata :

1. Atraksi budaya, tradisi dan realigi seperti festival Candi Cetho, peringatan Hari Saraswati, upacara adat Mondosiyo, upacara tradisi bersih desa dhukutan, Rasulan merupakan tradisi ungkapan syukur setelah pesta panen, Upacara tradisi Dhawuhan yaitu tradisi turun temurun untuk membersihkan tempat para leluhur dengan mengirim sesaji berupa hasil bumi, Prosesi Budaya menghadap Jagad dan Jaman yang dilaksanakan di Candi Cetho sebagai ungkapan syukur dan

permohonan keselamatan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Candi Cetho diyakini sebagai tempat tertinggi di Jawa dan merupakan peninggalan kebesaran Raja Majapahit terakhir. Upaca Wilujengan Ageng Bulan Syura, Tradisi Mubeng Gunung Lawu, Tradisi Wilujengan Purnomo Sidhi Sura, Upacara Adat Wahyu Kliyu, Upacara Tradisi pasar Kumandang.

2. Atraksi Wisata yang terdapat di Kabupaten Karanganyar seperti Sendratari Sudamala, Sendratari Sesuci Tirta Amerta, Tari Loro Blonyo, Tari Sesaji Pudya Dharmaning Siwi Saraswati. Selain itu juga terdapat festival seni candi baik seni tradisional maupun seni kontemporer, Festival Lesung yang menjadi seni tradisional khas Karanganyar, Festival Reog, Festival tari Tradisional dan garapan.

Sumber : Majalah Profil Pariwisata Kabupaten Karanganyar 2008

Potensi wisata dan atraksi wisata yang beragam belum dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menarik wisatawan lebih banyak lagi. Penampilan atraksi wisata di Karanganyar masih belum dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung karena event-event yang diselenggarakan masih jarang. Kendala utama dalam penyajian atraksi wisata ini karena masalah dana yang terbatas sedangkan untuk membuat event atraksi membutuhkan dana yang besar. Paket wisata mungkin dapat ditawarkan untuk menarik lebih banyak wisatawan. Seperti yang disampaikan oleh Joko Budi Santoso, S.ST, Par (Staff Bidang Obyek dan Sarana Wisata)

“Atraksi wisata dan atraksi budaya di Karanganyar sebenarnya banyak tetapi atraksi-atraksi ini kurang dapat dikenalkan kepada

wisatawan karena memang kurang sering dilaksanakan karena kendala yang kita hadapi lag-lagi masalah dana yang terbatas. Lebih baiknya lagi kalau Karanganyar menawarkan paket-paket wisata dengan memasukkan sajian atraksi wisata mungkin akan lebih banyak wisatawan yang akan tertarik tentunya juga dengan pelayanan yang berkualitas sampai pada pelayanan purna jual. Hal ini penting untuk mengimbangi daerah-daerah lain yang sudah gencar menarik wisatawan dengan paket-paket wisata yang dikemas secara menarik”. (wawancara 23 Juni 2010)

d. Sumber Daya

a) Sumber Daya Manusia

Peran Sumber Daya Manusia (SDM) sangat penting bagi kelangsungan organisasi. SDM tidak hanya sebagai pelaksana program tetapi juga sebagai Perencana dan mengevaluasi sehingga ada feedback atau umpan balik yang dapat memberikan masukan untuk perbaikan organisasi. Sehingga Dinas membutuhkan SDM yang cukup berdasar kualitas dan kuantitas.

(i) Dari Segi Kuantitas

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar memiliki 53 orang pegawai yang berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil dan 8 orang pegawai yang berstatus sebagai pegawai kontrak. Jika ditinjau dari Tugas Pokok Fungsi (Tupoksi) Dinas jumlah pegawai tersebut secara kuantitas belum mencukupi tetapi setiap tugas dapat diselesaikan dengan baik. Seperti yang disampaikan oleh Yartini, SH (Kassubag Umum dan Kepegawaian) :

“Jika dilihat dari Tupoksi jumlah pegawai yang ada masih belum mencukupi tetapi jika dilihat dari keseharian tugas-

tugas sudah dapat diselesaikan, jadi ya dapat dikatakan pegawai sudah cukup sesuai kebutuhan. Untuk kegiatan dilapangan Dinas mempunyai tenaga fungsional dan biasanya dibantu oleh masyarakat sekitar. (wawancara 20 April 2010)

Dilihat dari Kuantitas SDM di Dinas sudah cukup memadai sesuai kebutuhan, dengan jumlah pegawai yang ada dapat menyesuaikan dan bekerja secara profesional.

(ii) Dari Segi Kualitas

Kualitas Pegawai di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karanganyar sulit diukur karena belum ada Standar Penilaian yang baku yang digunakan. Untuk mengetahui kualitas pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar menggunakan penilain berdasar tingkat pendidikan pegawai, pengalaman kerja yang dapat dilihat dari lama kerja.

(a) Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pegawai di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar sebagian besar lulusan Strata satu (S1) dengan prosentase 43,3% sehingga dapat dikatakan rata-rata pegawai memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.2

Jumlah Pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Karanganyar menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Prosentase
S2	6	11,3
S1	23	43,4
D IV	1	1,9
D III	5	9,4
Kejar paket C	1	1,9
SMA	15	28,3
SMP	1	1,9
SD	1	1,9
Jumlah	53	100%

Sumber : Renstra Disparbud Kab. Karanganyar 2009

(b) Pengalaman kerja

Untuk meningkatkan pengalaman kerja dilakukan pergantian posisi dengan tujuan pegawai lebih trampil dan mampu menyelesaikan permasalahan yang ada sehingga pegawai tidak hanya ahli pada satu bidang saja. Berikut ini tabel jumlah pegawai di Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar menurut lama kerja pegawai

Tabel IV.3

Jumlah Pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten
Karanganyar menurut Lama Kerja Pegawai

Lama kerja pegawai (Th)	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
≥ 5	7	13,2
$\geq 5 \geq 10$	3	5,7
$\geq 10 \geq 15$	8	15,1

≥15≥20	15	28,3
Diatas 20 tahun	20	37,7
Jumlah	53	100%

Sumber : Renstra Disparbud Kab. Karanganyar 2009

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata lama kerja pegawai diatas 20 tahun dengan prosentase 37,7% sedangkan prosentase pegawai dengan lama kerja kurang dari 5 tahun adalah 13,2% karena sebagian masih CPNS belum diangkat menjadi PNS. Kondisi ini menunjukkan bahwa pegawai di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar memiliki integritas tinggi dan pemahaman yang mendalam tentang kepariwisataan. Hal ini menjadi kekuatan dinas untuk dapat memajukan pariwisata di Karanganyar karena memiliki modal SDM yang memahami bidang tugasnya.

Selain lama kerja dan tingkat pendidikan pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar berupaya untuk terus meningkatkan kemampuan pegawai melalui diklat-diklat Kepariwisataan maupun diklat-diklat tentang Teknologi Informasi. Hal ini penting sebagai kekuatan untuk mampu mengikuti perkembangan kepariwisataan yang ada. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar mengikuti dua jenis Diklat yaitu Diklat Struktural dan Diklat Teknis. Berikut tabel tentang diklat yang pernah diikuti oleh pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar.

Tabel IV.4

Daftar Diklat yang pernah diikuti pegawai Dinas Pariwisata dan
Kebudayaan Kabupaten Karanganyar

<p>Diklat Struktural :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diklat Pim II untuk Kepala Dinas 2. Diklat Pim III untuk Kepala bidang dan Sekertaris 3. Diklat Pim IV untuk Kasi dan Kassubag
<p>Diklat Teknis :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diklat Manajemen Desa Wisata 2. Diklat Perfilman, dan penyutradaraan 3. Diklat Kurator 4. Diklat Manajemen Seni 5. Diklat Penataan Usaha Keuangan 6. Diklat Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah sesuai Kepres No.80 Th 2003 dan Peraturan Pemerintah 7. Diklat pemasaran Pariwisata 8. Diklat Bintek Pejabat Penyimpan Barang dan Pengurusan Milik Daerah 9. Diklat Sistem Kompetensi Analisis Jabatan 10. Diklat Tata Naskah Dinas 11. Diklat IT untuk pengelolaan keuangan daerah 12. Diklat pengembangan Destinasi 13. Diklat Agrowisata 14. Diklat Web 15. Diklat Bahasa Inggris

Sumber : Subbag Kepegawaian Disparbud Kab. Karanganyar

Kondisi pegawai secara kualitas dapat dikatakan memadai untuk bekerja mengembangkan pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar memiliki pegawai dengan sebagian besar lulusan

Strata satu (S1) dengan prosentase 43,3% dengan rata-rata lama kerja pegawai diatas 20 tahun dengan prosentase 37,7%. Untuk meningkatkan kompetensi pegawai, Dinas juga berupaya mengikutkan pegawainya dalam Diklat-Diklat kepariwisataan dan teknologi. Kondisi ini menjadi kekuatan internal untuk dalam mengembangkan pariwisata di Karanganyar.

b) Sumber Dana

Sumber dana juga merupakan faktor penting bagi kelangsungan organisasi. Faktor keuangan terkait sejauh mana suatu organisasi dapat memenuhi kebutuhannya dalam pelaksanaan tugas. Sumber Dana yang digunakan berasal dari APBN, APBD yang digunakan untuk pembiayaan aktivitas operasional di dalam Dinas dan untuk pembiayaan teknis di lapangan yaitu pembiayaan belanja langsung sejumlah obyek-obyek wisata dan kegiatan penunjang lainnya yang pengelolaannya menjadi tanggungjawab Dinas. Hal tersebut diungkapkan oleh Drs. Agus Sujianto (Staf Keuangan) :

“Selama ini dalam pembiayaan program berasal dari APBD dan dapat pula mengajukan dari APBN. Semua pendapatan dari dinas-dinas di Kabuapten Karanganyar disetor ke Dinas Pendapatan Daerah, kemudian setiap tahunnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar mengajukan usulan dalam Rencana Anggaran Kerja yang nantinya dibahas oleh panitia anggaran kemudian dibahas di DPRD dan dilanjutkan ke Propinsi. Anggaran yang diusulkan tentunya tidak boleh melebihi dari perolehan pendapatan yang disetor. Sehingga untuk pembiayaan kegiatan operasional maupun teknis masih sangat kurang. Apalagi target yang ditentukan dari DPRD sangat tinggi, seharusnya hanya naik 10% dari target tahun sebelumnya”. (wawancara 28 April 2010).

Kondisi keuangan yang terbatas menjadikan adanya pengurangan beberapa program misalnya program untuk promosi dan pemasaran pariwisata tahun 2010 hanya 4 program sedangkan tahun lalu 9 program. Anggaran yang terbatas menuntut Dinas untuk pandai-pandai memilih program yang efektif dan efisien untuk mengenalkan wisata di Karanganyar dan menarik wisatawan untuk berkunjung. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suropto SE (Kasi Promosi) :

“Anggaran kita terbatas jadi harus pinter-pinter milih mana cara promosi yang bisa menekan biaya tetapi mampu memaksimalkan wisatawan untuk berkunjung ke Karanganyar. Misalnya dengan *travel dialog* (kita melakukan penawaran langsung ke sejumlah daerah dengan mempresentasikan potensi pariwisata Karanganyar dan sarana pendukungnya kepada Kepala Sekolah) biasanya sasaran kita ke anak sekolah dengan mengambil waktu libur, atau dengan memadukan wisata dengan kuliner yang tentunya kita harus mengikuti selera pasar”. (wawancara 20 April 2010)

c) Fasilitas

Kelengkapan sarana wisata dan fasilitas yang ada dalam organisasi sangat mempengaruhi kelancaran kegiatan organisasi. Peningkatan fasilitas pendukung secara optimal dalam memberikan mutu pelayanan bagi wisatawan. Karanganyar telah menyediakan fasilitas pariwisata antara lain :

1. Fasilitas Pelayanan Informasi Pariwisata (TIC)
2. Fasilitas wisata Konvensi (Mice tourism – Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition)
3. Fasilitas wisata keagamaan (Ritual tourism)
4. Fasilitas wisata ziarah (Pilgrimage tourism)
5. Fasilitas wisata Olah Raga (Sport tourism)
6. Fasilitas wisata belanja (Shopping tourism)
7. Fasilitas wisata petualangan (Adventure tourism)
8. Fasilitas wisata pendidikan Ilmiah (Education tourism)

Selain fasilitas yang tersedia diatas, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar memiliki fasilitas yang digunakan untuk membantu memperlancar pekerjaan operasional setiap hari. Fasilitas yang dimiliki sebagai berikut

Tabel IV.5
Daftar Inventaris Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Kabupaten Karanganyar

Fasilitas	Jumlah (unit)
-Faxsimil	2
-Laptop	3
-Printer	3
-Mesin ketik	4
-scanner	2
-Komputer	9
-Notebook	2
-Camera	3
-LCD Proyektor	2
-Handycam	2
-Mobil	2
-Sepeda motor	6

Sumber : Data Inventarisasi Disparbud Kab. Karanganyar

Berdasarkan kondisi fasilitas yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dapat dikategorikan cukup dan dapat digunakan sebagai sarana pendukung dalam memperlancar pencapaian visi, misi dan tujuan yang disepakati.

A. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Dari analisis faktor lingkungan diatas dapat diidentifikasi Faktor Internal dan Eksternal yang mempengaruhi perkembangan Pariwisata di Karanganyar yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.6

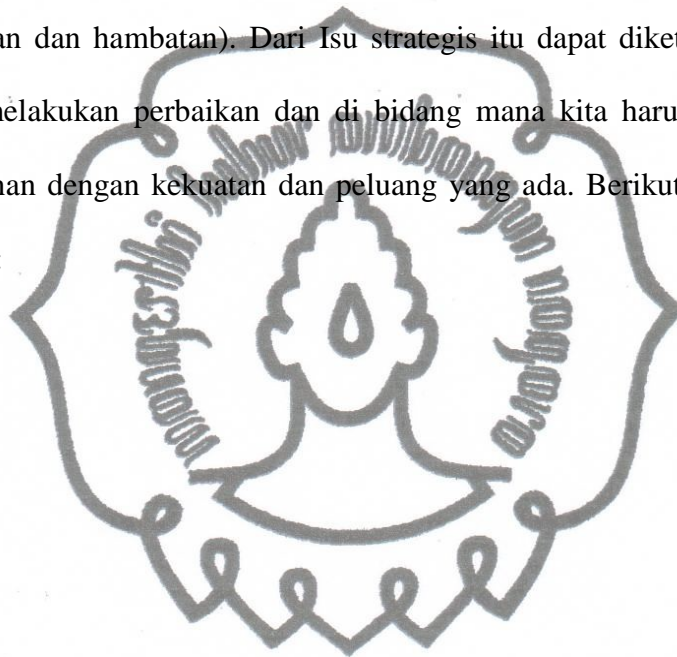
Hasil analisis Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal

Identifikasi Lingkungan	Analisis
<p>1. Lingkungan Eksternal</p> <p>a) Kondisi Hukum, sudah diberlakukan beberapa peraturan pendukung pariwisata seperti UU no.32 tahun 2004 , UU no 10 tahun 2010, Perda no.7 tahun 2008.</p> <p>b) Kondisi sosial budaya, masyarakat sangat antusias dalam mendukung pengembangan pariwisata kegiatan yang dilakukan yaitu ikut menjaga keamanan, kebersihan,kenyamanan dan tumbuhnya budaya masyarakat yang ramah tamah, sopan, penuh kekeluargaan, keakraban.</p> <p>c) Perkembangan teknologi dan informasi, belum dapat dimanfaatkan secara optimal terutama pemanfaatan jaringan internet untuk lebih menghidupkan website Dinas serta masih lemahnya Manajemen Informasi. Dinas masih menghadapi kendala kurangnya SDM yang menguasai bidang IT (website)</p> <p>d) Sarana dan prasarana yang ada sudah cukup memadai untuk memberi kenyamanan bagi wisatawan, seperti banyak pilihan sarana transportasi, akses jalan yang mudah, rumah makan, hotel, homestay.</p> <p>e) Pelanggan/klien, terjadi pola minat wisatawan yang lebih tertarik pada hal-hal yang masih alamiah, kondisi ini dapat menjadi peluang besar dalam pengembangan pariwisata di Karanganyar</p> <p>f) Kerjasama dengan instansi terkait, dalam pengelolaan industri</p>	<p>a. Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Diberlakukannya UU No.32 th 2004 tentang otonomi Daerah dan Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan dan Perda No 7 tahun 2008 tentang Peraturan Daerah tentang Urusan Pemerintahan yang Menjadi Kewenangan Pemerintahan Daerah Kabupaten Karanganyar yang memuat tentang penanaman modal. 2) Tingginya sadar wisata masyarakat dalam mendukung pengembangan pariwisata 3) Makin pesatnya perkembangan Teknologi dan Informasi 4) Perubahan pola minat wisatawan yang cenderung menyukai hal-hal yang masih alamiah 5) Kerjasama dengan instansi terkait <p>b. Ancaman</p> <p>Munculnya paket wisata yang ditawarkan dari daerah lain ditunjang dengan pelayanan yang lebih baik</p>

<p>kepariwisataan dibantu oleh beberapa pihak yang berkompeten yaitu: Suaka Peninggalan Sejarah dan Purbakala (SPSP) Jawa Tengah dan Pengelola non migas seperti PT Duta Indonesia Djaya, Perhutani, Perusahaan Pariwisata Tawangmangu (PPT), PT Camping Lawu Resot, Desa Jumok dan Parangijo. Karanganyar juga melakukan kerjasama antar daerah yang tergabung dalam SUBOSUKOWONOSRATEN dan KARISMAPAWIROGO dan promosi bersama yang tergabung dalam solo raya dan java promo.</p>	
<p>2. Faktor Internal</p> <p>a. Struktur organisasi disusun berdasarkan hierarki yang ada.</p> <p>b. Budaya organisasi, menerapkan “team work” dalam menjalankan setiap program yang disepakati dengan prinsip koordinasi, integrasi dan sinkronisasi baik di lingkungan Dinas maupun dengan instansi lain diluar Dinas.</p> <p>c. Potensi pariwisata di Karanganyar, terdapat potensi alam, budaya, realigi,minat khusus, beragam makanan khas, atraksi wisata dan atraksi budaya.</p> <p>d. Sumber daya, terdapat SDM yang memadai secara kuantitas dan kualitas. Dengan rata rata pegawai lulusan S-1 dan lama kerja rata-rata 20 tahun.</p> <p>e. Fasilitas, yang dimiliki sudah cukup sebagai sarana pendukung dalam memperlancar pencapaian visi, misi dan tujuan yang disepakati</p>	<p>a. Pendukung/kekuatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Etos kerja yang baik dengan ditanamkan budaya organisasi “team work” 2) Banyaknya potensi wisata yang dapat dikembangkan 3) SDM secara kuantitas dan kualitas yang memadai 4) Fasilitas yang cukup <p>b. Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Terbatasnya dana pengembangan 2) Belum dimanfaatkannya sarana pemasaran secara optimal terutama dalam website dinas kurang dimanfaatkan untuk penyebaran informasi pariwisata di Karanganyar. 3) Kurangnya event untuk sajian atraksi wisata 4) Pemanfaatan media promosi yang kurang optimal 5) Pemanfaatan Teknologi yang belum optimal

B. Analisis SWOT

Untuk mengidentifikasi Isu strategis mana yang mempengaruhi pengembangan Pariwisata di Kabupaten Karanganyar, dilakukan analisis SWOT terhadap Faktor Eksternal (peluang dan ancaman) serta faktor Internal (kekuatan dan hambatan). Dari Isu strategis itu dapat diketahui dimana kita dapat melakukan perbaikan dan di bidang mana kita harus membuat suatu pertahanan dengan kekuatan dan peluang yang ada. Berikut matriks Analisis SWOT :



Tabel IV.7
Matriks Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)

<p>Internal</p> <p>Eksternal</p>	<p>Kekuatan / Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Etos kerja yang baik dengan ditanamkan budaya organisasi “team work” 2. Memiliki banyak potensi pariwisata 3. SDM secara kuantitas dan kualitas yang memadai 4. Fasilitas yang cukup 	<p>Kelemahan / Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatasnya dana pengembangan 2. Kurangnya penyelenggaraan event untuk menyajikan atraksi wisata 3. Pemanfaatan media promosi yang kurang optimal 4. Pemanfaatan Teknologi yang belum optimal
<p>Peluang/ Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diberlakukannya UU 32 Th 2004 tentang Otonomi Daerah dan UU No 10 Th 2009 Tentang Pariwisata. perda No 7 tahun 2008 tentang Peraturan Daerah tentang Urusan Pemerintahan yang Menjadi Kewenangan Pemerintahan Daerah Kabupaten Karanganyar yang membuka peluang investasi 2. Tingginya partisipasi dan sadar wisata masyarakat 3. Kerjasama dengan instansi terkait 4. Perubahan pola minat wisatawan yang cenderung menyukai hal-hal yang masih alamiah 5. Pesatnya perkembangan teknologi dan Informasi 	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan kerjasama lintas daerah 2. Menerapkan sistem Informasi secara efektif dan produktif 3. Peningkatan kapasitas SDM di bidang pariwisata dengan mengacu pada peningkatan keahlian masyarakat dalam bidang pengelolaan pariwisata 4. Pengembangan potensi wisata dengan memanfaatkan partisipasi masyarakat 	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memilih program yang efektif sesuai dana yang ada 2. Kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata 3. Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta penyelenggaraan event untuk sajian atraksi wisata 4. Memperkuat kualitas SDM di bidang IT
<p>Ancaman / Threat (T)</p> <p>Munculnya paket-paket wisata yang ditawarkan daerah lain dengan pelayanan yang lebih baik</p>	<p>ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan sistem pelayanan pariwisata yang aman dan nyaman kepada wisatawan 2. Memaksimalkan promosi melalui Media yang ada termasuk melalui Internet 	<p>WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan dana, sarana prasarana dan SDM yang ada untuk mendukung pengembangan pariwisata 2. Mengupayakan dana mandiri dan mencari sponsor pendukung

1. Rumusan Isu Strategis

Berdasarkan pada mandat dan misi dan mengacu pada hasil analisis SWOT diatas maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar mengidentifikasi Isu-isu strategis yang dihadapi dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Karanganyar :

Isu-Isu strategis yang diperoleh dari Kekuatan dan Peluang (SO) :

1. Memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan kerjasama antar daerah
2. Menerapkan sistem Informasi secara efektif dan produktif
3. Peningkatan kapasitas SDM di bidang pariwisata dengan mengacu pada peningkatan keahlian masyarakat dalam bidang pengelolaan pariwisata
4. Pengembangan potensi wisata dengan memanfaatkan partisipasi masyarakat

Isu-isu Strategi yang diperoleh dari Kelemahan dan Peluang (WO)

5. Memilih program yang efektif sesuai dana yang ada
6. Kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata
7. Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta pengadaan event untuk sajian atraksi wisata
8. Memperkuat kualitas SDM di bidang Informasi Teknologi (IT)

Isu –Isu strategis yang diperoleh dari Kekuatan dan Ancaman (ST)

9. Mengembangkan sistem pelayanan pariwisata yang aman dan nyaman kepada wisatawan.
10. Memaksimalkan promosi melalui media yang ada termasuk melalui Internet

Isu- Isu Strategis yang diperoleh dari Kelemahan dan Ancaman (WT)

11. Memaksimalkan dana, sarana prasarana dan SDM yang ada untuk mendukung pengembangan pariwisata
12. Mengupayakan dana mandiri dan mencari sponsor pendukung

2. Evaluasi Isu-Isu Strategis

Setelah mengidentifikasi Isu-Isu strategis, selanjutnya adalah mengevaluasi isu-isu strategis dengan mengkombinasikan Test Litmus dengan Alat Analisis Urgency, Seriously and Growth (Analisis USG) yang digunakan Dinas. Test Litmus digunakan untuk mengetahui tingkat kestrategisan masing-masing isu diuji dengan 13 pertanyaan dari uji Test Litmus dan 16 pertanyaan USG yang sudah dipilih dan disesuaikan untuk mendukung pertanyaan dari Uji Test Litmus, kemudian diberikan penilain. Isu yang memiliki skor tertinggi adalah isu yang paling strategis, sedangkan untuk isu yang memiliki skor terendah merupakan isu operasional. Skor penilaian untuk Uji Test Litmus dan Analisis USG sebagai berikut :

- Skor 1 untuk isu yang memiliki tingkat keterkaitan tidak kuat (rendah)
- Skor 2 untuk isu yang memiliki tingkat keterkaitan yang cukup kuat (sedang)
- Skor 3 untuk isu yang memiliki tingkat keterkaitan yang sangat kuat (tinggi)

Kemudian dari skor tersebut dikalikan dengan jumlah pertanyaan, maka total skor Uji Test Litmus yang dihasilkan akan membentuk interval sebagai berikut :

- Jika total skor antara 13-21 -----Isu kurang Strategis
- Jika total skor antara 22-30 -----Isu cukup Strategis
- Jika total skor antara 31-39-----Isu sangat Strategis

Untuk Analisis USG jika Skor dikalikan dengan jumlah pertanyaan maka total skor yang dihasilkan akan membentuk interval sebagai berikut :

- Jika total skor 16-26-----Isu kurang strategis
- Jika total skor 27-37-----Isu cukup strategis
- Jika total skor 38-48-----Isu sangat strategis

Berikut ini adalah evaluasi Isu-Isu Stategis di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar :

Tabel IV.8

Hasil Analisis Test Litmus dan Analisis USG

No	Pertanyaan	Isu 1	Isu2	Isu 3	Isu 4	Isu 5	Isu 6
1.	Test Litmus Kapan tantangan peluang isu strategis ada di hadapan anda?	3	3	3	3	3	3
	USG	3	3	3	3	3	3
	a. Apakah isu ini sedang jadi pusat perhatian?	3	3	3	3	3	3
	b. Apakah isu ini mendesak?	3		3			
2.	Test Litmus Seberapa luas suatu isu akan berpengaruh pada departemen anda?	3	3	3	2	2	3
	USG						
	a. Apakah isu ini sesuai kebutuhan stakeholder?	3	3	3	3	3	3
	b. Apakah isu ini jika dibahas membantu stakeholder?	3	3	3	3	3	3
	c. Apakah isu ini sesuai dengan visi & misi kita?	3	3	3	3	3	3
3.	Test Litmus Seberapa banyak resiko/peluang keuangan organisasi anda?	2	2	1	2	2	3
	USG						
	a. Apakah isu ini aman dari dampak sampingan?	2	2	1	2	2	3
4.	Test Litmus Apakah strategi bagi pemecahan isu membutuhkan:						
	a. Pengembangan sasaran dan program pelayanan baru?	3	3	3	3	3	2
	b. Perubahan signifikan dalam sumber-sumber atau jumlah pajak?	1	1	1	1	3	3
	c. Perubahan signifikan dalam ketetapan/peratura?	3	1	1	1	1	3
	d. Penambahan atau modifikasi fasilitas?	3	3	3	3	1	3
	e. Penambahan staff yang signifikan?	3	3	1	1	1	1

	USG a. Apakah isu ini jika dibahas membantu stakeholder? b. Apakah isu ini sesuai dengan visi & misi kita? c. Dapatkah stakeholder kita berpartisipasi dalam isu ini?		3		3		3		3		3		3
5.	Test Litmus Bagaimana pendekatan terbaik bagi pemecahan isu?	3		2		2		1		2		3	
	USG a. Dapatkah stakeholder kita berpartisipasi dalam isu ini? b. Apakah isu ini sesuai dengan visi & misi kita?		3		2		2		1		2		3
6.	Test Litmus Tingkat manajemen manakah yang dapat menetapkan bagaimana menaggulangi isu?	3		3		1		1		2		3	
	USG a. Dapatkah stakeholder kita berpartisipasi dalam isu ini?		3		3		1		1		2		3
7.	Test Litmus Konsekuensi apakah yang mungkin terjadi bila isu tidak diselesaikan?	3		1		1		1		1		2	
	USG a. Apakah isu ini aman dari dampak sampingan?		3		1		1		1		1		2
8.	Test Litmus Seberapa banyak departemen lain dipengaruhi oleh isu ini dan harus dilibatkan dalam pemecahan?	3		2		2		2		2		3	
	USG a. Dapatkah stakeholder kita berpartisipasi dalam isu ini?		3		2		2		2		2		3
9.	Test Litmus Bagaimana sensitifitas isu ini terhadap nilai sosial, politik, religius dan kultural?	3		2		2		1		1		3	
	USG a. Apakah isu ini sedang jadi pusat perhatian? b. Apakah isu ini aman dari dampak sampingan?		3		1		2		1		1		3
			3		2		2		1		1		3
	Jumlah	34	47	29	39	24	37	22	34	24	37	35	47

Dari hasil penilaian diatas dapat diketahui tingkat kestrategisan masing-masing isu dari Isu yang paling strategis sampai isu yang kurang strategis ,sebagai berikut :

1. Memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan kerjasama lintas daerah merupakan Isu yang sangat strategis dengan total nilai dari test litmus 34 dan USG 47
2. Menerapkan sistem Informasi secara efektif dan produktif merupakan Isu yang cukup strategis dengan total nilai dari test litmus 29 dan USG 39
3. Peningkatan kapasitas SDM di bidang pariwisata dengan mengacu pada peningkatan keahlian masyarakat dalam bidang pengelolaan pariwisata merupakan Isu yang cukup strategis dengan total nilai dari test litmus 24 dan USG 37
4. Pengembangan potensi wisata dengan memanfaatkan partisipasi masyarakat merupakan Isu yang cukup strategis dengan total nilai dari test litmus 22 dan USG 34
5. Memilih program yang efektif sesuai dana yang ada merupakan Isu yang cukup strategis dengan total nilai dari test litmus 24 dan USG 37
6. Kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata merupakan Isu yang sangat strategis dengan total nilai dari test litmus 35 dan USG 47

7. Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta pengadaan event untuk sajian atraksi wisata merupakan Isu yang sangat strategis dengan total nilai dari test litmus 33 dan USG 41
8. Menguatkan kualitas SDM di bidang IT merupakan isu yang sangat strategis dengan total nilai dari test litmus 32 dan USG 41
9. Mengembangkan sistem pelayanan pariwisata yang aman dan nyaman kepada wisatawan merupakan Isu yang cukup strategis dengan total nilai dari test litmus 30 dan USG 37
10. Memaksimalkan promosi melalui media yang ada termasuk melalui Internet merupakan isu yang cukup strategis dengan total nilai dari test litmus 25 dan USG 34
11. Memaksimalkan dana, sarana prasarana dan SDM yang ada untuk mendukung pengembangan pariwisata merupakan Isu yang cukup strategis dengan total nilai dari test litmus 27 dan USG 36
12. Mengupayakan dana mandiri dan mencari sponsor pendukung merupakan Isu yang cukup strategis dengan total nilai dari test litmus 28 dan USG 39

Dari hasil penilaian diatas dapat dilihat terhadap empat isu yang paling strategis yaitu 1) Kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata; 2) Memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan kerjasama lintas daerah; 3) Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta pengadaan event untuk sajian atraksi wisata, 4) menguatkan kualitas SDM di bidang Informasi dan Teknologi.

Berdasarkan uji test Litmus dan Analisis USG diatas isu sangat strategis yang memiliki skor tertinggi adalah **Kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata dengan skor dari uji test litmus 35 dan Analisis USG 47**. Dari kondisi pariwisata di Karanganyar belum semua obyek wisata dapat dikembangkan secara maksimal karena kendala dana sehingga dibutuhkan investor untuk bekerjasama dalam pengembangan obyek wisata. Dengan Investasi dari investor dapat digunakan untuk mengembangkan obyek wisata yang sudah baik menjadi kawasan wisata yang lebih besar lagi seperti Tawangmangu, kawasan candi sukuh dan candi cetho, grojogan Jumog, Grojogan Parangijo. Selain itu dengan masuknya investor dapat digunakan untuk mengembangkan obyek wisata yang belum dikembangkan dengan baik seperti telaga madirga, obyek wisata Cumpleng, Kampung Purba Dayu, Situs Purbakala Watukandang, Sapta Tirta Peblengan

1. Merumuskan Strategi untuk mengelola Isu

Berdasarkan hasil evaluasi isu paling strategis yaitu **Kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata**. Isu ini dapat ditetapkan sebagai strategi yang akan dijalankan untuk mengelola dan menindaklanjuti isu-isu strategis yang muncul dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar, yaitu Isu paling strategis tersebut berada pada Quadran III dimana Organisasi mengalami peluang yang besar tetapi organisasi juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan

internal. Fokus strategi organisasi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal organisasi sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik atau lebih mendukung strategi turn-around. Strategi ini dapat dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menciptakan *Brand Image* Karanganyar

Penciptaan suatu label atau identitas pariwisata untuk Karanganyar seperti daerah lain misalnya SOLO the Spirit of java, Yogyakarta Never Ending Asia, Enjoy Jakarta, slogan-slogan ini dapat membantu memberikan citra untuk meningkatkan daya jual pada suatu daerah. Melalui pencitraan ini dapat membantu memperkenalkan Karanganyar agar lebih dikenal baik di tingkat lokal, nasional maupun internasional. Kegiatan yang dapat dilakukan adalah :

- 1) Mengadakan rapat untuk merumuskan slogan/jargon pariwisata yang tepat, melibatkan pemerintah, akademisi, pemerhati pariwisata dan budaya, tokoh masyarakat dan masyarakat sekitar obyek.
- 2) Mengadakan sosialisasi slogan/jargon pariwisata yang sudah disepakati melalui media cetak (brosur,pamflet,stiker, reklame) dan media elektronik (televisi, radio, internet) dan selalu menggunakan jargon pariwisata dalam setiap kegiatan pariwisata seperti upacara adat, pameran, kunjungan wisata ke daerah lain.

2. Menggencarkan pemasaran dan promosi dapat dilakukan dengan kegiatan :

- 1) Mempromosikan potensi wisata setiap obyek yang ada dengan memperkenalkan keunikann daerah maupun kekhasan kuliner di Karanganyar melalui memperbanyak materi promosi seperti leaflet,baliho, brosur potensi obyek wisata, CD obyek wisata, kalender event kegiatan pariwisata, dan melalui TV lokal seperti TATV melalui Java Promo dan website Dinas.
- 2) Menawarkan langsung kepada investor sasaran melalui proposal kerjasama dengan mempresentasikan potensi wisata yang dapat dikembangkan mulai dari obyek, dan keadaan alam, budaya, SDM wisata serta sarana pendukung.
- 3) Mengikuti penyelenggaraan event, seminar, road show ke daerah lain dan mengikuti festival dalam berbagai bidang seperti kesenian, budaya pariwisata,travel diaolg, industri pariwisata yang cakupannya nasional maupun internasional. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan diupayakan dapat masuk pada fokus berita di media massa baik tingkat lokal, nasional maupun internasional. Melalui event-event yang digelar maupun diikuti secara kreatif, profesional dan inovatif lambat laun akan mengenalkan ke khasan Karanganyar terutama obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi serta aneka kuliner. Dari

pengenalan ini diharapkan dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di sektor pariwisata.

- 4) Meningkatkan pemahaman teknologi dan informasi dalam pemasaran pariwisata.
3. Menciptakan iklim investasi yang aman, dapat dilakukan dengan kegiatan :

- 1) Menerapkan regulasi pendukung investasi dan birokrasi tidak berbelit-belit dalam perjanjian kerjasama yang memudahkan dalam berinvestasi.
 - 2) Mengadakan koordinasi secara berkala untuk mengetahui perkembangan investasi yang berjalan dan menumbuhkan investor baru.
4. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia pariwisata yang dapat mendukung pengembangan pariwisata, dapat dilakukan dengan kegiatan :

- 1) Melakukan kerjasama dengan lembaga pelatihan ketrampilan seperti menjadi guide, tata cara menerima tamu, tata cara membuat promosi yang baik dan menarik serta pelatihan bidang teknologi dan informasi.
- 2) Mengadakan sosialisasi tentang pentingnya sadar wisata dan menjaga sapta pesona

- 3) Melakukan pelatihan-pelatihan ketrampilan agar dapat menumbuhkan industri-industri kecil yang dapat menarik investor.

Isu paling strategis kedua adalah **Memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan kerjasama lintas daerah** isu ini memiliki total nilai dari uji test Litmus 34 dan dari USG 47. *Isu* Memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan kerjasama lintas daerah berada pada Quadran I, ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada yaitu memperluas jaringan kerjasama baik antar daerah, swasta dan memperluas kemitraan antar pelaku wisata. Strategi yang tepat digunakan adalah strategi Agresif yaitu strategi yang sifatnya mendobrak dengan beberapa langkah untuk mencapai keunggulan yang ditargetkan. Langkah yang dapat diambil untuk mendukung strategi ini adalah :

1. Pelaksanaan Koordinasi pembangunan obyek wisata dengan pusat dan provinsi serta antar pelaku wisata (pengusaha hotel. Rumah makan, biro perjalanan). Koordinasi ini penting mengingat banyaknya bidang yang harus diselesaikan untuk mendukung pengembangan pariwisata dan budaya.
2. Meningkatkan kerjasama antar lembaga dengan memfungsikan lembaga koordinasi yang ada. Peningkatan kerjasama ini dapat dilakukan dengan memaksimalkan lagi lembaga koordinasi yang ada program ini dapat dilakukan dengan kegiatan :

commit to user

- 1) Memanfaatkan PT. Solo Raya dan Java Promo sebagai sistem jaringan kerjasama
 - 2) Mengadakan event bersama, promosi bersama antar pelaku wisata
 - 3) Menjalin kerjasama promosi dengan pariwisata daerah lain misalnya dengan Bali dalam penyelenggaraan festival kesenian dan kebudayaan daerah
3. Mengadakan pemantauan dan evaluasi tentang perkembangan pariwisata dari kerjasama yang dilakukan, kegiatan yang dapat dilakukan :
- 1) Mengadakan pembinaan pengusaha hotel, rumah makan, jasa angkutan, dan pengusaha wisata (pengrajin souvenir)
 - 2) Membuat tim yang bertugas memantau dan mengevaluasi perkembangan obyek dan sarana pendukung wisata
 - 3) Membuat laporan data statistik pariwisata yang menggambarkan perkembangan pendapatan, jumlah pengunjung, perkembangan hotel, rumah makan, transportasi.

Isu paling strategis ketiga adalah **Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta pengadaan event untuk sajian atraksi wisata dengan skor dari uji test litmus 33 dan analisis USG 41.**

Dari kondisi pariwisata di Karanganyar memerlukan peningkatan mutu layanan, dan diversifikasi produk wisata maupun atraksi wisata yang

commit to user

dapat menarik pengunjung dengan menyediakan sarana dan prasarana untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Hal ini sesuai dengan sasaran Dinas yaitu meningkatkan jumlah kunjungan wisata, meningkatkan dan mengembangkan daya tarik wisata serta melestarikan dan mengembangkan budaya daerah dan benda-benda purbakala. Isu paling strategis tersebut berada pada Quadrant III dimana Organisasi mengalami peluang yang besar tetapi organisasi juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah memimalkan masalah-masalah internal organisasi sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik atau lebih mendukung strategi turn-around. Langkah yang dapat diambil untuk mendukung strategi ini adalah :

1. Mengembangkan jenis dan paket wisata

Menawarkan paket-paket wisata misalnya dengan penggabungan wisata religi dan edukasi. Wisatawan dapat menikmati peninggalan sejarah sekaligus menambah wawasan, paket wisata ilmiah di Balai Besar Pengembangan Penelitian Obat dan Obat Tradisional (B2P2O2T) serta memasukkan sajian atraksi yang dapat dinikmati kedalam paket-paket tersebut misalnya dengan sajian sendratari, reog, kesenian tek-tek lesung, tari kencar-kencar. Kegiatan yang dapat dilakukan adalah :

- 1) Mengadakan kerjasama dengan pihak terkait seperti biro perjalanan, rumah makan, pusat oleh-oleh. Mengemas paket wisata yang lebih menarik tidak hanya paket wisata se-Solo Raya tetapi lebih memfokuskan paket wisata di Karanganyar,

dapat ditawarkan paket wisata cara pembuatan batik, paket wisata agrowisata di kawasan kebun teh, perkebunan, salak, perkebunan strawberry, anthurium, sondokoro dan paket wisata minat khusus seperti paralayang, outbond, pendakian gunung, paket kesehatan.

2) Memasukkan Atraksi wisata ke dalam paket-paket wisata

2. Melakukann diversifikasi produk wisata melalui inovasi meningkatkan produk yang sudah ada dan memberikan tawaran produk-produk baru dengan memperhatikan mutu produk dan pelayanan sebagai akibat tuntutan konsumen yang semakin tinggi dan selektif terhadap mutu. Kegiatan yang dapat dilakukan adalah :

1) Menambah pilihan jenis wisata. Misalnya dengan menawarkan jenis wisata agrowisata, pengobatan herbal, olahraga, menambah wahana wisata untuk anak-anak dan remaja, jenis wisata untuk lansia dan anak cacat.

2) Menambah keragaman pilihan produk wisata dan fasilitas. Diversifikasi produk wisata juga dapat dilakukan dengan menambah keragaman pilihan produk wisata seperti banyak pilihan hotel, rumah makan, akomodasi, fasilitas pendukung yang dapat memenuhi motivasi/latar belakang wisatawan dalam berwisata misalnya orang berwisata untuk tujuan rekreasi, bisnis, olahraga atau ziarah.

3. Memperbaiki manajemen pelayanan agar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dengan adanya kepastian pelayanan. Kegiatan yang dapat dilaksanakan adalah :

- 1) Memberikan layanan yang aman dan nyaman kepada wisatawan sampai pada layanan purna jual misalnya pemberian asuransi kecelakaan dalam berwisata sebagai upaya perlindungan terhadap konsumen. Jaminan asuransi dapat dimasukkan dalam biaya tiket masuk, dengan jaminan keamanan ini diharapkan wisatawan akan banyak yang berkunjung.
- 2) Menawarkan biaya yang lebih murah dengan fasilitas yang baik.
- 3) Memberikan sosialisasi kepada pedagang dan masyarakat sekitar obyek untuk tetap bersikap sopan, ramah dan tidak memaksa wisatawan untuk membeli dagangan yang mereka tawarkan.

Untuk *Isu* ke empat **Menguatkan kualitas SDM di bidang teknologi informasi dengan skor dari uji Test Litmus 32 dan analisis USG 41**. Isu ini berada pada Quadran III, dimana Organisasi mengalami peluang yang besar tetapi organisasi juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi organisasi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal organisasi sehingga dapat

merebut peluang pasar yang lebih baik atau lebih mendukung strategi turn-around. Program yang dapat diambil untuk mendukung strategi ini adalah :

1. Memperkuat SDM dalam pemahaman Teknologi dan Informasi melalui pelatihan-pelatihan secara berkala. Kegiatan yang dapat dilakukan adalah :

- 1) Pelatihan membuat web, pelatihan input data, pelatihan membuat promosi yang baik.
 - 2) Mengirimkan pegawainya untuk mengikuti pelatihan-pelatihan bidang teknologi dan informasi.
2. Melakukan standarisasi, akreditasi dan sertifikasi kompetensi untuk mendorong SDM lebih berkembang di bidang Teknologi Informasi serta melakukan evaluasi penilaian pegawai.
3. Penambahan fasilitas pendukung dan meningkatkan koordinasi dengan pihak terkait seperti PDE PEMDA agar mudah dalam bekerjasama.

Kegiatan yang dapat dilakukan adalah :

- 1) Mengadakan evaluasi manajemen informasi yang dilaksanakan.
 - 2) Mengadakan koordinasi berkala antara Dinas dengan PDE PEMDA.
 - 3) Menambah fasilitas internet
4. Menjadikan perkembangan Teknologi dan Informasi sebagai peluang besar untuk dapat mengembangkan pariwisata. kegiatan yang dapat dilakukan adalah mengadakan pembinaan terhadap pegawai

pentingnya pengembangan teknologi informasi sebagai media promosi yang efektif.

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas dapat dibuat matriks Perencanaan Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam Pengembangan Pariwisata berikut ini :



Tabel

IV.8

Matriks Perencanaan Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam Pengembangan Pariwisata

STRATEGI		PROGRAM dan KEGIATAN	TOLOK UKUR KINERJA	TH-1	T
1	Kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata	<p>1.1 menciptakan <i>brand image</i> Karanganyar</p> <p>3) Mengadakan rapat untuk merumuskan slogan/jargon pariwisata yang tepat, melibatkan pemerintah, akademisi, pemerhati pariwisata dan budaya, tokoh masyarakat dan masyarakat sekitar obyek.</p> <p>4) Mengadakan sosialisasi slogan/jargon pariwisata yang sudah disepakati melalui media cetak (brosur, pamflet, stiker, reklame) dan media elektronik (televisi, radio, internet) dan selalu menggunakan jargon pariwisata dalam setiap kegiatan pariwisata seperti upacara adat, pameran, kunjungan wisata ke daerah lain.</p> <p>1.2 mengencarkan pemasaran dan promosi</p> <p>a) memperbanyak kegiatan seminar, road show ke daerah lain, festival seni dan budaya, travel dialog</p> <p>b) Menawarkan langsung kepada investor sasaran melalui proposal kerjasama dengan mempresentasikan potensi wisata yang dapat dikembangkan mulai dari obyek, dan keadaan alam, budaya, SDM wisata serta sarana pendukung.</p> <p>c) memperbanyak materi promosi dari leaflet, baliho, dan informasi lewat internet, brosur, potensi obyek wisata, CD Obyek</p>	<p>1. Masuknya investor untuk pengembangan obyek pariwisata</p> <p>2. Meratanya pembangunan dan pengembangan wilayah di Karanganyar</p> <p>3. Peningkatan jumlah pengunjung, pendapatan masyarakat dan daerah</p>	<p>1. Menciptakan iklim investasi yang aman dari segi regulasi (perda investasi)</p> <p>2. Mengadakan rapat untuk merumuskan slogan/jargon pariwisata yang tepat.</p> <p>3. Mengadakan sosialisasi slogan/jargon pariwisata</p> <p>4. memperbanyak materi promosi dan kegiatan pariwisata</p> <p>5. meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata</p> <p>6. Mengadakan koordinasi secara berkala untuk mengetahui perkembangan investasi</p> <p>7. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia pariwisata dengan mengikuti pelatihan</p>	<p>1.</p> <p>2.</p> <p>3.</p> <p>4.</p>

		<p>wisata, Kalender event kegiatan pariwisata, dan melalui TV lokal seperti TATV</p> <p>d) meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata</p> <p>1.3 menciptakan iklim investasi yang aman ;</p> <p>3) Menerapkan regulasi pendukung investasi dan birokrasi tidak berbelit-belit dalam perjanjian kerjasama yang memudahkan dalam berinvestasi.</p> <p>4) Mengadakan koordinasi secara berkala untuk mengetahui perkembangan investasi yang berjalan dan menumbuhkan investor baru.</p> <p>1.4 Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia pariwisata yang dapat mendukung pengembangan pariwisata</p> <p>a) Melakukan kerjasama dengan lembaga pelatihan ketrampilan seperti menjadi guide, tata cara menerima tamu, tata cara membuat promosi yang baik dan menarik serta pelatihan bidang teknologi dan informasi.</p> <p>b) Mengadakan sosialisasi tentang pentingnya sadar wisata dan menjaga sapta pesona</p> <p>c) Melakukan pelatihan-pelatihan ketrampilan agar dapat menumbuhkan industri-industri kecil yang dapat menarik investor.</p>			
2	Memperluas kerjasama antar pelaku	2.1 pelaksanaan koordinasi pengembangan obyek wisata dengan pusat, provinsi dan	1. Terbukanya jaringan kerjasama dan	Melaksanakan koordinasi berkala antara pihak yang	M ja da

	wisata dan kerjasama antar daerah	<p>antar pelaku wisata</p> <p>2.2 meningkatkan kerjasama antar lembaga dengan memfungsikan lembaga koordinasi yang ada</p> <p>a) memanfaatkan PT. Solo Raya dan Java Promo sebagai sistem jaringan kerjasama</p> <p>b) mengadakan event bersama, promosi bersama</p> <p>c) menjalin kerjasama promosi dengan pariwisata daerah lain misalnya dengan Bali dalam penyelenggaraan festival kesenian dan kebudayaan daerah.</p> <p>2.3 Mengadakan pemantauan dan evaluasi tentang perkembangan pariwisata dari kerjasama yang dilakukan</p> <p>a) Mengadakan pembinaan pengusaha hotel, rumah makan, jasa angkutan dan pengusaha pariwisata (pengrajin souvenir).</p> <p>b) Membuat tim yang bertugas memantau dan mengevaluasi perkembangan obyek dan sarana pendukung wisata</p> <p>c) Membuat laporan data statistik pariwisata yang menggambarkan perkembangan pendapatan, jumlah pengunjung, perkembangan hotel, rumah makan, transportasi</p>	<p>peluang investasi baru antar pelaku wisata dan kerjasama antar daerah</p> <p>2. Semakin luas segmen pasar pariwisata di Karanganyar serta meningkatnya pertumbuhan usaha-usaha pariwisata</p> <p>3. Peningkatan jumlah pengunjung, pendapatan masyarakat dan daerah</p>	berkepentingan untuk membaca peluang kerjasama yang dapat dilakukan.	
3	Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta mengadakan event untuk menyajikan	<p>3.1 mengembangkan jenis dan paket wisata</p> <p>d) Mengadakan kerjasama dengan pihak terkait seperti biro perjalanan, rumah makan, pusat oleh-oleh. Mengemas paket wisata yang lebih menarik.</p> <p>e) Memasukkan atraksi wisata</p>	<p>1. Meningkatnya mutu layanan kepada wisatawan hingga purna jual</p> <p>2. Banyak pilihan produk wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan</p> <p>3. Terlaksananya</p>	Mengadakan kerjasama dengan pihak terkait seperti biro perjalanan, rumah makan, pusat oleh-oleh dan mengemas paket wisata yang lebih	M pe pe he ja pe pa (p sc

	atraksi wisata	<p>ke dalam paket-paket wisata</p> <p>3.2 melakukan diversifikasi produk wisata</p> <p>a) Menambah pilihan jenis wisata. Misalnya dengan menawarkan jenis wisata agrowisata, pengobatan herbal, olahraga, menambah wahana wisata untuk anak-anak dan remaja, jenis wisata untuk lansia dan anak cacat</p> <p>b) Menambah keragaman pilihan produk wisata dan fasilitas seperti banyak pilihan hotel, rumah makan, banyak pilihan transportasi</p> <p>3.3 memperbaiki manajemen pelayanan dengan adanya kepastian pelayanan</p> <p>a) Memberikan pelayanan yang aman dan nyaman</p> <p>b) Memberikan layanan purna jual dengan pembayaran tiket yang sudah termasuk pemberian asuransi</p> <p>c) Memberikan layanan informasi di internet maupun informasi petunjuk arah menuju obyek wisata</p>	<p>event-enent untuk menyajikan pertunjukan atraksi wisata.</p> <p>4. Peningkatan pengunjung wisata, pendapatan masyarakat dan daerah</p>	menarik.	
4	Menguatkan kualitas SDM di bidang teknologi informasi	<p>1.1 Memperkuat SDM dalam pemahaman Teknologi dan Informasi melalui pelatihan-pelatihan secara berkala. Seperti pelatihan membuat web, pelatihan input data, pelatihan membuat promosi yang baik.</p> <p>1.2 Melakukan standarisasi, akreditasi dan sertifikasi kompetensi untuk mendorong SDM lebih berkembang di bidang Teknologi Informasi serta</p>	<p>1. Peningkatan pengetahuan dan keahlian SDM di bidang teknologi dan informasi</p> <p>2. Meningkatnya pelayanan informasi pariwisata Karanganyar dengan media internet.</p> <p>3. Peningkatan pengunjung wisata,</p>	Mengikuti pelatihan bidang teknologi informasi secara berkala	Pt fa se at in m kc Pl

		<p>melakukan evaluasi penilaian pegawai.</p> <p>1.3 Penambahan fasilitas pendukung dan meningkatkan koordinasi dengan pihak terkait seperti PDE PEMDA agar mudah dalam bekerjasama.</p> <p>1.4 Menjadikan perkembangan Teknologi dan Informasi sebagai peluang besar untuk mengembangkan pariwisata</p>	<p>pendapatan masyarakat dan daerah.</p>	
--	--	---	--	--



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa penyusunan perencanaan strategis untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan melalui tiga tahapan pokok yaitu analisis faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal, mengidentifikasi isu-isu strategis, merumuskan strategi untuk mengelola isu.

1. Dari hasil identifikasi faktor **lingkungan internal diperoleh kekuatan/ Strength** : 1) Etos kerja sudah baik dengan ditanamkannya budaya “team work”, 3) Banyaknya potensi wisata yang dapat dikembangkan, 4) Sudah memadainya SDM secara kuantitas dan kualitas, 5)fasilitas yang cukup.**Kelemahan/Weaknees**:1) Terbatasnya dana pengembangan 2) Kurangnya event untuk sajian atraksi wisata, 3) Pemanfaatan media promosi yang kurang optimal, 4) Pemanfaatan Teknologi yang belum optimal. Dari **hasil identifikasi lingkungan eksternal diperoleh peluang/ opportunity** : 1) Diberlakukannya UU No.32 th 2004 tentang otonomi Daerah dan Unadang-undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan dan Perda No 7 tahun 2008 tentang Peraturan Daerah tentang Urusan Pemerintahan yang Menjadi
commit to user

Kewenangan Pemerintahan Daerah Kabupaten Karanganyar yang memuat tentang penanaman modal yang membuka peluang investasi, 2) tingginya sadar wisata masyarakat dalam mendukung pengembangan pariwisata, 3) kerjasama dengan instansi terkait, 4) makin pesatnya perkembangan Teknologi dan Informasi , 5) berubahnya pola minat wisatawan yang cenderung menyukai hal alamiah. **Ancaman /threath** : Munculnya paket-paket wisata yang ditawarkan oleh daerah lain dengan pelayanan yang lebih baik.

2. Untuk mengidentifikasi isu strategis yang muncul digunakan analisis Streght, Weakness, Opportunity, Weakness (SWOT) didapat 12 isu strategis yaitu 1) Memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan kerjasama lintas daerah; 2) Menerapkan sistem Informasi secara efektif dan produktif ; 3) Peningkatan kapasitas SDM di bidang pariwisata dengan mengacu pada peningkatan keahlian masyarakat dalam bidang pengelolaan pariwisata; 4) Pengembangan potensi wisata dengan memanfaatkan partisipasi masyarakat; 5) Memilih program yang efektif sesuai dana yang ada ; 6) Kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata; 7) Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta pengadaan event untuk sajian atraksi wisata ; 8) Menguatkan kualitas SDM di bidang Tekologi Informasi; 9) Mengembangkan sistem pelayanan pariwisata yang aman dan nyaman kepada wisatawan; 10) Memaksimalkan promosi melalui Media yang ada ; 11) Memaksimalkan dana, sarana prasarana dan SDM yang ada

untuk mendukung pengembangan pariwisata; 12) Mengupayakan dana mandiri dan mencari sponsor pendukung.

3. Isu strategis yang muncul kemudian dinilai tingkat kestrategisannya menggunakan uji test Litmus dan analisis USG. Dari hasil penilaian didapat empat Isu yang paling srategis yaitu **1) kerjasama dengan investor dalam pengembangan obyek wisata**, dilaksanakan dengan program menciptakan brand image Karanganyar, mengencarkan pemasran dan promosi, menciptakan iklimm investasi yang aman **2) memperluas kerjasama antar pelaku wisata dan antar daerah**, dilakukan dengan program pelaksanaan koordinasi pengembangan obyek wisata dengan pusat, provinsi dan antar pelaku wisata, meningkatkan kerjasama antar lembaga dengan memfungsikan lembaga koordinasi yang ada, mengadakan pemantauan dan evaluasi tentang perkembangan pariwisata dari kerjasama yang dilakukan , **3) Meningkatkan mutu layanan dan diversifikasi produk wisata serta mengadakan event untkk sajian atraksi wisata**, dilakukan dengan program mengembangkan jenis dan paket wisata, diversifikasi produk wisata dengan melakukan inovasi dan membuat keragaman pilihan produk wisata, memperbaiki manajemen pelayanan dengan adanya kepastian pelayanan hingga purna jual **4) Memperkuat kualitas sumber daya manusia di bidang teknologi Informasi** dilakukan dengan program pelatihan-pelatihan teknologi informasi secara berkala, melakukan standarisasi, akreditasi dan *commit to user*

sertifikasi, melakukan evaluasi penilaian pegawai, penambahan fasilitas pendukung dan meningkatkan koordinasi dengan pihak terkait Empat isu yang paling strategis dapat ditetapkan menjadi strategi yang saling mendukung dan berkesinambungan satu sama lain dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Karanganyar.

B. SARAN

1. Keterbatasan dana pengembangan perlu disiasati dengan memilih program-program yang efektif untuk menekan biaya sehingga kegiatan pariwisata tidak terganggu. Hal ini perlu dilakukan karena keterbatasan dana yang ada dapat menghambat pelaksanaan program pengembangan pariwisata. Selain memilih program-program yang efektif juga perlu dilakukan kerjasama dengan swasta/sponsor pendukung kegiatan seperti kegiatan upacara adat, pagelaran seni, festival-festival musik dan pertunjukan musik dengan alat musik tradisional.
2. Kurangnya pemanfaatan teknologi untuk menyebarluaskan informasi pariwisata perlu dilakukan perbaikan sistem informasi yang efektif dan produktif dengan memperbaiki tampilan data dan kelengkapan informasi dari pilihan bahasa maupun pilihan menu yang dapat diakses seperti obyek, hotel, rumah makan, transportasi, memperbaharui kelengkapan informasi dengan terus meng-*update* informasi pariwisata. Perbaikan ini penting agar media informasi yang ada dapat dimanfaatkan secara lebih optimal untuk penyebaran informasi dan memperluas segmen pemasaran pariwisata.

3. Perlu adanya pengembangan Website Dinas sebagai media promosi yang efektif dan efisien dengan menambah SDM yang menguasai bidang teknologi informasi serta melakukan kerjasama dengan komunitas *blogger* untuk membantu memperkenalkan Karanganyar. Misalnya dengan mengadakan lomba membuat tulisan-tulisan yang positif dan membangun untuk kemajuan Kabupaten Karanganyar dengan tema “Kenali dan Cintai Karanganyar” yang dapat dimulai dari yang paling mudah yaitu menjaga kebersihan, menjaga keamanan, menjaga keharmonisan antar warga dan menciptakan lingkungan yang asri serta nyaman. Diharapkan promosi melalui website dapat menarik lebih banyak wisatawan dan investor.

