

# **BAB I :**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu bidang strategis penggerak roda perekonomian dengan kontribusi terbesar dan berkelanjutan. Menurut *United Nation World Tourism Organisation (UNWTO)* dalam Rencana Strategis Kementerian Pariwisata RI (2014) menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap GDP dunia sebesar 9%, dimana 1 dari 11 pekerjaan diciptakan oleh sektor pariwisata dengan kontribusi terhadap nilai ekspor dunia sebesar USD 1.4 triliun atau setara dengan 5% ekspor yang terjadi di dunia. Meskipun krisis global terjadi beberapa kali, jumlah perjalanan wisatawan internasional tetap menunjukkan pertumbuhan yang positif, ketika pada tahun 1950 pergerakan wisatawan internasional di dunia hanya 25 juta orang dan pada tahun 2014 pergerakan wisatawan internasional telah menembus jumlah 1 milyar lebih orang yang melakukan pergerakan untuk berkunjung ke destinasi pariwisata di seluruh dunia. UNWTO memperkirakan pada tahun 2030 jumlah pergerakan wisatawan internasional yang berkunjung ke destinasi pariwisata dunia akan mencapai jumlah 1,8 milyar orang dan pergerakan wisatawan domestik sebanyak 5 sampai 6 milyar orang. Dengan semakin membaiknya perekonomian dunia pada tahun 2014, terutama kebangkitan ekonomi negara – negara Asia, maka dapat dikatakan sektor pariwisata dunia akan tetap memiliki peluang yang menggemblirakan dalam menyumbang pendapatan negara.

Sektor pariwisata sendiri dalam pembangunan nasional periode 2010 – 2014 telah menunjukkan prestasi yang membanggakan. Hal ini bisa dilihat dari peningkatan kontribusi pariwisata terhadap APBN yaitu sebesar 4% (peringkat 4 nasional penghasil devisa setelah minyak dan gas, batu bara, dan kelapa sawit), dengan penyerapan 10,13 juta tenaga kerja, menghasilkan devisa nasional sebesar 10 milyar USD. Hal tersebut karena sektor Pariwisata mampu menarik kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) sebanyak 9,4 juta orang dan menggerakkan 250 juta perjalanan wisatawan nusantara (wisnus) dengan perbelanjaan sebesar 177 triliun rupiah pada tahun 2014. Seiring dengan rencana strategis pemerintah untuk menargetkan kunjungan 20 juta wisatawan pada tahun 2020, maka optimalisasi sektor pariwisata di berbagai daerah yang belum tergarap maksimal harus ditingkatkan (BPS, 2015).

Sektor pariwisata Indonesia mengalami pertumbuhan optimis, dimana diprediksi akan mengalami pertumbuhan 4% setiap tahunnya dalam 10 tahun kedepan. Untuk mendukung pengembangan pariwisata dan memaksimalkan potensi setiap daerah, Ditjen Pariwisata pada tahun 1999 melakukan pembagian pengembangan kawasan wisata meliputi kawasan wisata Barat, Timur dan Tengah. Wilayah Barat meliputi kawasan Sumatera dan Jawa Barat, Wilayah Tengah (Kalimantan, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali) dan Wilayah Timur yang meliputi daerah Sulawesi, Irian Jaya, Nusa Tenggara dan Kepulauan Halmahera. Sedangkan untuk prioritas pengembangan pariwisata sendiri ditetapkan di 10 (sepuluh) daerah tujuan wisata nasional yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Yogyakarta, Jawa Timur, Bali, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Sulawesi Utara dan Sulawesi

Selatan. Penetapan kebijakan pemerintah dalam pembangunan pariwisata tersebut didasarkan atas 2 pertimbangan :

1. Tersedianya prasarana sarana dan fasilitas-fasilitas lainnya serta besarnya potensi kepariwisataan di daerah yang bersangkutan.
2. Asas pemerataan pembangunan sehingga pengembangan pariwisata dapat dilaksanakan serempak tanpa mengabaikan potensi sumber-sumber yang dimiliki tiap-tiap daerah.

( Kemenpar, 2017).

Pariwisata merupakan industri multi sektor, dimana dampak dari menggeliatnya industri pariwisata akan memberikan pengaruh dan dipengaruhi pula oleh sektor perekonomian yang lain. Pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi pada sektor lain, seperti stabilitas politik, keamanan, sosial, keadaan infrastruktur serta pelayanan. Sehingga dapat dikatakan pariwisata memegang peranan penting sebagai faktor pendukung peningkatan keuangan negara baik secara langsung maupun tidak langsung.

Aspek ekonomis merupakan aspek yang dianggap penting dan mendapat perhatian paling besar dalam sektor pariwisata karena aktivitas wisatawan dalam industri pariwisata akan memungkinkan terjadinya sirkulasi finansial dari pelancong ke entitas disekitar tempat pariwisata itu sendiri. Untuk mengadakan perjalanan orang mengeluarkan biaya, sedangkan bagi daerah yang dikunjungi wisatawan dapat menerima uang dari wisatawan tersebut melalui orang - orang yang menyediakan angkutan, menyediakan bermacam-macam jasa, atraksi dan

sebagainya. Keuntungan ekonomis ini merupakan salah satu dari tujuan pembangunan pariwisata.

Menurut David Scowsill, presiden dan CEO WTTC, cara yang paling penting dilakukan untuk menjaga kesinambungan industri pariwisata adalah dengan menciptakan iklim bisnis yang siap menerima investasi untuk pengembangan infrastruktur dan sumber daya manusia itu sendiri.

Indonesia telah menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor ekonomi penting, dibuktikan dengan dikeluarkannya Undang – Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Dalam Undang-undang tersebut disampaikan beberapa tujuan dari penyelenggaraan kepariwisataan yaitu :

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c. Menghapus kemiskinan
- d. Mengatasi pengangguran
- e. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Mengangkat citra bangsa
- h. Memupuk rasa cinta tanah air
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa dan
- j. Mempererat persahabatan antar bangsa.

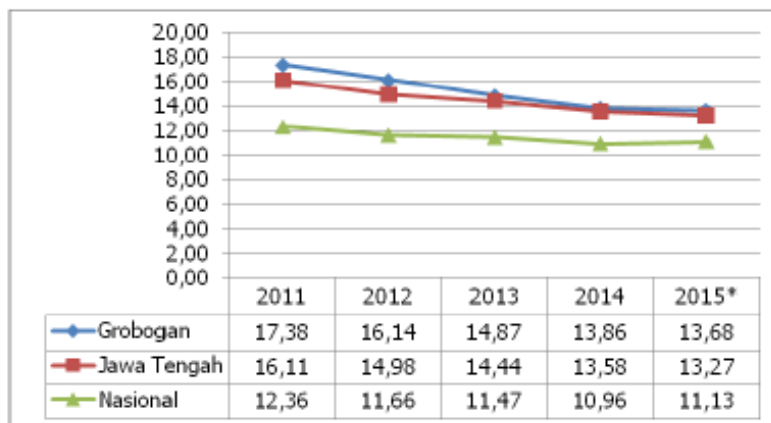
Terdapat beberapa latar belakang sehingga sektor pariwisata dijadikan komoditi andalan pendukung kelangsungan pembangunan nasional antara lain adalah :

- a. Pola perjalanan wisata yang terus-menerus meningkat dari tahun ketahun.
- b. Pariwisata tidak begitu terpengaruh gejolak ekonomi dunia, disamping pertumbuhannya lebih cepat daripada pertumbuhan ekonomi dunia.
- c. Meningkatkan kegiatan ekonomi daerah dan pengaruh ganda dari pengembangan pariwisata tampak lebih nyata.
- d. Komoditi pariwisata tidak mengenal proteksi atau quota seperti komoditi lainnya.
- e. Potensi pariwisata di Indonesia yang tersebar di seluruh Indonesia tidak akan habis terjual.
- f. Pariwisata sudah menjadi kebutuhan hidup manusia pada umumnya.

(Gamal Suwanto , 1997).

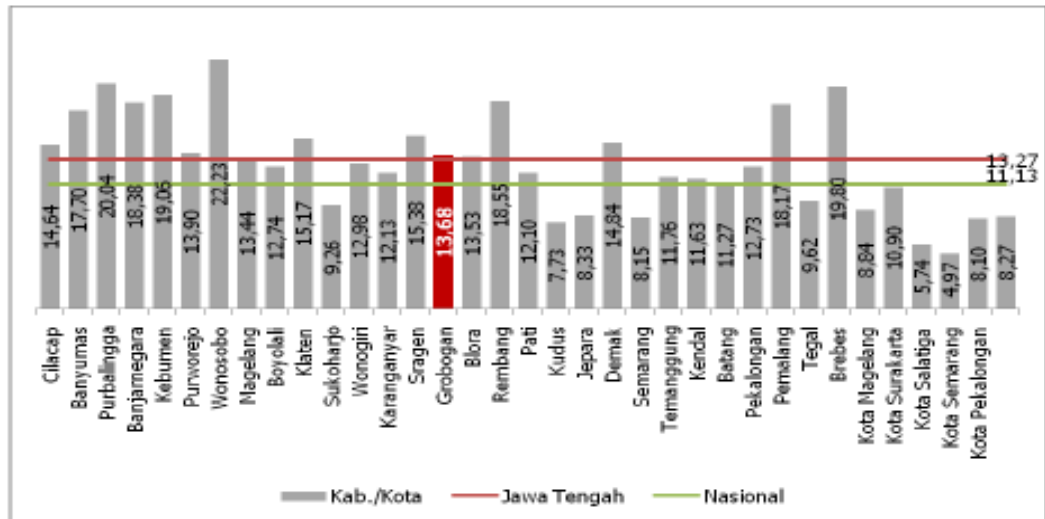
Kabupaten Grobogan merupakan Kabupaten terluas kedua di Jawa Tengah setelah Kabupaten Cilacap. Dengan sumber daya alam yang beragam dan beberapa merupakan fenomena alam yang langka (Bledug Kuwu dan Api Abadi Mrapen) maupun wisata artifisial seperti Bendung Kedung Ombo dengan berbagai macam potensi ekonomisnya, meskipun demikian data BPS Jawa Tengah pada tahun 2016 menempatkan Kabupaten Grobogan sebagai Kabupaten dengan tingkat kemiskinan tinggi, yaitu no. 14 dari 35 Kabupaten di Jawa Tengah dengan angka kemiskinan 14,87%. Kemiskinan merupakan hal klasik yang terjadi secara turun temurun tanpa perubahan positif dan signifikan di Grobogan. Kabupaten Grobogan memiliki APBD yang cukup tinggi yaitu 2,4 T; lebih tinggi dari kabupaten Jepara yang hanya 2,1 T. Namun kemiskinan tetap menjerat Grobogan hingga saat ini.

Tingkat kemiskinan Kabupaten Grobogan pada tahun 2015 adalah 13,68%, masih lebih besar dibandingkan dengan rata-rata nasional (11,13%) dan Provinsi Jawa Tengah (13,27%). Walaupun terus mengalami penurunan dengan rata - rata penurunan per tahun adalah 0,74%, namun angka kemiskinan Kabupaten Grobogan masih lebih tinggi dari rata – rata nasional.



Gambar 1.1 Tingkat Kemiskinan Kabupaten Grobogan dibanding Jawa Tengah dan Nasional (BPS, 2016)

Dibandingkan dengan wilayah sekitar, tingkat kemiskinan Kabupaten Grobogan lebih tinggi dari Kabupaten Blora (13,53%), Kudus (7,73%), Pati (12,10%) dan Boyolali (12,74%). Capaian ini hanya lebih rendah dari Kabupaten Sragen (15,38%). Selengkapnya dapat dilihat pada Gambar berikut di bawah ini.



Gambar 1. 2. Tingkat Kemiskinan Kabupaten Grobogan dibanding Kabupaten lain di Jawa Tengah (BPS, 2016)

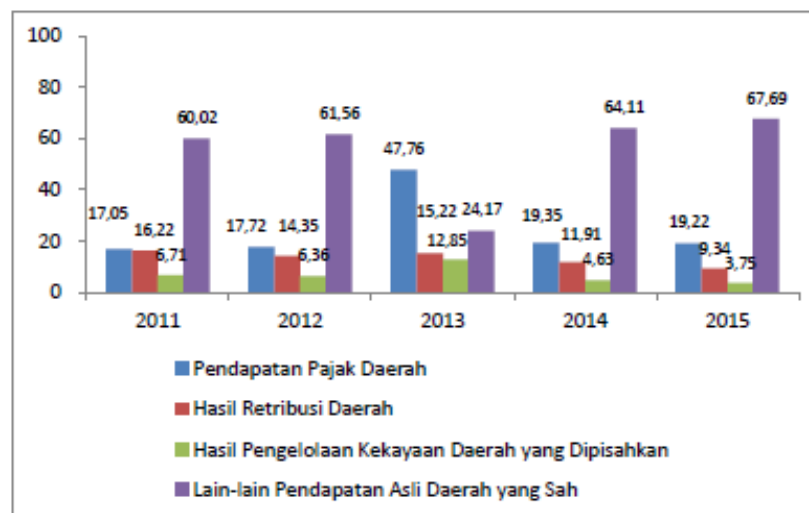
Kemiskinan ini memberikan dampak luas terhadap kualitas hidup warganya, ketiadaan Universitas dan terbatasnya akses pendidikan menjadikan penduduk Grobogan memiliki tingkat literasi yang rendah. Para kalangan terdidik yang mengenyam pendidikan tinggi di luar Grobogan pun enggan kembali dikarenakan minimnya lapangan pekerjaan yang sesuai dengan kapabilitas mereka. Tingkat edukasi yang rendah menyebabkan tidak adanya sikap kritis masyarakat terhadap fenomena internal Grobogan sendiri, akibatnya masyarakat tidak mampu mengkritisi kondisi sosio kultural yang terjadi di Kabupaten Grobogan dan memberikan solusi nyata pemecahan masalahnya.

Salah satu hal yang memiliki pengaruh terbesar dalam kemajuan suatu daerah adalah kemampuannya dalam mengelola sumber keuangan daerah.. Pendapatan Daerah Kabupaten Grobogan mengalami kenaikan dalam kurun waktu tahun 2010 – 2015 dengan pertumbuhan setiap tahun berkisar antara 13,75% - 17,92%.



Gambar 1.3. Besar nilai APBD Kabupaten Grobogan tahun 2011 – 2015 (BPS, 2016)

Dengan detail proporsi sebagai berikut :



Gambar 1. 4. Detil Proporsi PAD Kabupaten Grobogan tahun 2011 – 2015 (dalam %). (BPS,2016)

Dapat dilihat bahwa retribusi daerah dan pengelolaan kekayaan daerah tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keuangan daerah. Hal ini sangat



disayangkan mengingat Kabupaten Grobogan memiliki potensi pengelolaan sumber daya daerah yang sangat besar salah satunya di bidang pariwisata. Oleh sebab itu diperlukan upaya strategis dalam rangka meningkatkan potensi penambahan keuangan daerah dari sisi penarikan retribusi dan pengelolaan aset daerah di bidang pariwisata.

Bukti nyata tidak optimalnya sektor pariwisata dalam perekonomian daerah adalah minimnya jumlah investasi dalam bidang tersebut. Tahun 2015, Jumlah jenis perijinan dan non perijinan investasi yang dilayani BPPT sebanyak 50 jenis. Adapun jumlah Jumlah perijinan dan nonperijinan bidang penanaman modal yang keluar BPPT sebanyak 3.605 ijin. Pada tahun 2015 jumlah PMDN dan PMA yang masuk di Kabupaten Grobogan tercatat sebanyak 38 PMDN dan 6 PMA. Upaya meningkatkan pelayanan perijinan penanaman modal di Kabupaten Grobogan saat ini sudah menerapkan system Pelayanan Informasi dan Perijinan Investasi Secara Elektronik (SPIPISE). Selain itu secara dalam meningkatkan mutu pelayanan, sistem perijinan di Kabupaten Grobogan telah menerapkan ISO 9001 : 2008. Informasi kondisi layanan investasi di Kabupaten Grobogan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. 1. Perusahaan yang ada di Kabupaten Grobogan

No	Nama Perusahaan	Bidang Usaha
1	PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.	Pedagang eceran
2	PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk	Industri pakan ternak
3	PT. Ayodya Puri Nugraha	Real Estate yang dimiliki sendiri atau disewa

4	PT. Propertindo Petracho Abadi	Real Estate yang dimiliki sendiri atau disewa
5	CV. Dr. Any S. Medica	Jasa Poliklinik Swasta
6	Yayasan Kristen Untuk Kesehatan Umum (YAKKUM)	Jasa Poliklinik Swasta
7	CV. Citra Medika	Jasa Poliklinik Swasta
8	PT. Vanda Prima Listri	Pertambangan bahan galian batu kapur dan tanah liat dan Industri semen.
9	(Perorangan) Saiful Ro'ad	Real Estat Yang Dimiliki Sendiri Atau Disewa
10	Yayasan Klinik Pratama Luqi Medika	Rawat inap dan bersalin
11	UD. Bejo Putra Tunggal	Peternakan unggas
12	(Perorangan) Klinik Pratama RawatJalan Dan Bersalin Wali Songo	Poliklinik swasta
13	PT. Budi Sehat Sentra Diagnostika	Jasa penunjang pelayanan kesehatan
14	Perusahaan Perorangan Mekar Wangi Residence	Real Estate yang dimiliki sendiri atau disewa
15	UD. Muhammad Jamhari	Perdagangan Eceran Bahan Bakar Kendaraan Di SPBU
16	PT. Mustamir Logam Mulia	Perdagangan eceran berbagai macam
17	Perusahaan Perorangan Rizzam	Pembibitan dan Budidaya Ayam Ras Pedaging
18	PT. Citra Megah Raya	Hotel bintang tiga
19	Perusahaan Perorangan Bintang Timur	Industri Tahu Kedelai

20	CV. Subur Jaya	Perdagangan Eceran Yang Utamanya Makanan, Minuman Atau Tembakau Di Toko
21	PT. Enggal Waras Sejati	Jasa Rumah Sakit Swasta
22	CV. Buah Hati Jasa	Poliklinik Swasta
23	(Perorangan) House Of Mazaya	Jasa Poliklinik Swasta
24	(Perorangan) Klinik Pratama Rawat Jalan dan Bersalin Mitra Husada	Jasa Poliklinik Swasta
25	PT. Jaya Sinar Mulia	Hotel Bintang Satu
26	PT. Indomarco Prismatama	Perdagangan Eceran Berbagai Macam Barang
27	CV. Mutiara Syafira	Jasa Poliklinik Swasta
28	PT. Anugerah Gasindo Perkasa	Perdagangan Eceran Khusus Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
29	CV. Alicia Skin Care	Jasa Rumah Sakit
30	(Perorangan) Sinar Fatikh	Jasa Rumah Sakit
31	CV. Panti Mulya	Jasa Rumah Sakit
32	PT. Telaga Husada Tlogomulyo	Jasa Poliklinik Swasta
33	PT. Graha Mukti Raharja	Hotel Melati

Sumber: Data Isian SKPD BPMPT, Tahun 2016

Sedangkan PMA yang telah menanamkan modal adalah sebagai berikut :

1. PT. Formosa Development yang bergerak dibidang perdagangan besar dan jasa pergudangan.
2. PT. Cargill Indonesia yang bergerak dibidang industri ransum makanan hewan.
3. PT. Malindo Feedmill Tbk. yang bergerak dibidang pembibitan dan budidaya ayam ras pedaging.

4. PT. Pungkook Indonesia One yang bergerak dibidang industri barang dari kulit dan kulit buatan untuk keperluan pribadi.
5. PT. Cemindo Gemilang yang bergerak dibidang industri semen.
6. PT. Hisheng Lugage Accessory yang bergerak dibidang Industri barang dari kulit dan kulit buatan untuk keperluan pribadi serta Industri barang jadi baju dan sulaman.

Dari data diatas terlihat bahwa minat investor terhadap pengembangan obyek pariwisata di Kabupaten Grobogan masih sangat rendah, dimana investasi di bidang tersebut tidak ada. Kondisi miris ini menimbulkan pertanyaan besar apakah yang menjadi hambatan dalam menarik investor untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Grobogan. Sedangkan investasi sendiri merupakan hal penting dalam pembangunan. Salah satu teori ekonomi pembangunan yang sampai sekarang masih digunakan adalah teori Tabungan dan Investasi oleh Harrod-Domar. Dalam teori ini mencapai kesimpulan bahwa pertumbuhan ekonomi ditentukan oleh tingginya tabungan dan investasi. Kalau tabungan dan investasi rendah maka pertumbuhan ekonomi suatu Negara juga akan rendah. Masalah pembangunan pada dasarnya merupakan masalah menambahkan investasi modal, masalah keterbelakangan adalah masalah kekurangan modal. Kalau ada modal dan modal itu diinvestasikan hasilnya adalah pembangunan ekonomi.

Kabupaten Grobogan memiliki potensi pariwisata yang sangat beragam potensi wisata berupa wisata alam, buatan, religi dan kuliner. Dibawah ini merupakan potensi pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan, meliputi :

Tabel 1. 2. Obyek wisata di Kabupaten Grobogan

Jenis Wisata	Lokasi
Wisata Alam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bledug Kuwu, Desa Kuwu Kec. Kradenan</li> <li>2. Api Abadi Mrapen, Desa Manggarmas Kec. Godong</li> <li>3. Kesongo, Desa Gabus Kec. Gabus</li> <li>4. Goa Ngesong, Desa Tegalrejo Kec. Wirosari</li> <li>5. Air Terjun Widuri, Kec. Tawangharjo</li> <li>6. Goa Urang, Kec. Tawangharjo</li> <li>7. Goa Gajah, Kec. Tawangharjo</li> <li>8. Goa Angil – Angil, Kec. Tawangharjo</li> <li>9. Goa Gogor, Kec. Grobogan</li> <li>10. Goa Lawa / Macan, Kec. Grobogan</li> <li>11. Air Terjun Gulingan, Kec. Grobogan</li> </ol>
Wisata Buatan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Waduk Kedungombo, Kec. Geyer</li> <li>2. Taman Cindelaras, Kec. Toroh</li> <li>3. Pemandian Sangeh, Kec. Toroh</li> <li>4. Pemandian Mudal, Kec. Wirosari</li> <li>5. Sendang Wangi, Kec. Wirosari</li> <li>6. Sendang Keongan, Kec. Brati</li> <li>7. Pemandian Segono Gunung</li> <li>8. Sendang Coyo, Kec. Pulokulon</li> <li>9. Sendang Bulusan, Kec. Penawangan</li> <li>10. Ayodya Water Boom, Kec. Purwodadi</li> <li>11. Kolam renang Jati Pohon, Kec. Grobogan</li> <li>12. Taman rekreasi Water and Snow, Kec, Gubug</li> <li>13. Taman Wisata Mulia, Kec. Klambu.</li> </ol>
Wisata Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Situs Medang, Kec. Gabus</li> </ol>
Wisata Religi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Makam Ki Ageng Selo, Kec. Tawangharjo</li> <li>2. Makam Joko Tarub, Kec. Tawangharjo</li> <li>3. Makam Ki Getas Pendowo, Kec. Purwodadi</li> </ol>

Wisata	1. Kampung Sego Jagung, Kec. Purwodadi
Kuliner	2. Nasi Becek, Kec. Purwodadi
	3. Danau Resto, Kec. Purwodadi

Sumber : Dispora Kabupaten Grobogan 2016

Kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional; Sesuai Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, usaha-usaha dibidang pariwisata meliputi 13 bidang, antara lain :

1. Daya tarik wisata
2. Kawasan pariwisata
3. Jasa transportasi wisata
4. Jasa perjalanan wisata
5. Jasa makanan dan minuman
6. Penyediaan akomodasi
7. Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi
8. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran.
9. Jasa informasi pariwisata
10. Jasa konsultan pariwisata
11. Jasa pramuwisata
12. Wisata tirta dan
13. SPA.

Secara umum permasalahan yang dihadapi kabupaten Grobogan dalam segi pengelolaan pariwisata adalah :

1. Kurangnya sarana dan prasarana Obyek wisata

2. Keterbatasan anggaran dana promosi pariwisata
3. Lemahnya peran seksi pemasaran dan promosi produk pariwisata Kabupaten Grobogan
4. Kurang terawatnya Obyek Pariwisata Kabupaten Grobogan
5. Banyak investor yang kurang tertarik dengan wisata di Kabupaten Grobogan
6. Minimnya penanaman modal pada Obyek wisata
7. Infrastruktur menuju Obyek wisata banyak yang rusak sehingga mengurangi minat investor dan wisarawan
8. Kurangnya perhatian pemerintah daerah dalam pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Grobogan
9. Masih rendahnya kelompok sadar wisata.

Yang dapat dilakukan dengan pasti untuk memutus mata rantai kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Grobogan adalah dengan peran aktif masyarakat Grobogan itu sendiri dalam memaksimalkan potensi daerah yang mampu dilakukan secara masif, mandiri, berkesinambungan dan memberikan dampak nyata secara langsung terhadap masyarakat itu sendiri. Salah satunya adalah dengan mengaktifkan jalur APBD yang selama ini memiliki potensi namun belum dikembangkan secara optimal, yaitu melalui manajemen sektor pariwisata secara masif dan berkesinambungan.

Pengembangan objek wisata hendaknya dilakukan dengan lebih fokus melalui penataan dan pengembangan berbagai objek pariwisata secara gradual dan sistematis dengan melengkapi segala fasilitas pendukungnya. Tantangan ini tidak mudah dan karena itu diperlukan upaya maksimal dari Pemerintah Daerah

Kabupaten Grobogan serta berbagai pihak terutama instansi/lembaga dan dunia usaha yang secara langsung maupun tidak langsung menunjang pembangunan kepariwisataan, untuk saling bersinergi. Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Grobogan dapat berjalan secara efisien dan efektif. Untuk itu diperlukan penelitian tentang penentuan skala prioritas pengembangan objek wisata serta strategi pengembangan sektor pariwisata di kabupaten Grobogan.

## **1. 2. Rumusan Masalah**

Sektor pariwisata Kabupaten Grobogan merupakan sektor strategis yang masih dorman dan membutuhkan pengelolaan yang profesional. Untuk pengembangan pariwisata dibutuhkan strategi menyeluruh yang baik, dari segi finansial pada pengalokasian APBD sebagai salah satu sumber investasi, pengelolaan sumber daya manusia yang mumpuni dalam pengelolaan ataupun sebagai operator kawasan wisata serta strategi marketing yang baik dalam rangka meningkatkan nilai jual Obyek wisata.

Dipahami bersama bahwa kepariwisataan bersifat multi dimensi, multi sektor, dan multi stakeholders. Kondisi ini sangat memungkinkan terjadinya perbedaan visi, persepsi, kepentingan dan skala prioritas dari masing-masing pelaku yang terkait dengan kepariwisataan. Ini tentunya memberikan implikasi kepada kompleksitas yang tinggi kepada pembangunan kepariwisataan. Untuk itu diperlukan suatu strategi dan kebijakan khusus dalam pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Grobogan.



Dari identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah sektor Pariwisata Kabupaten Grobogan dapat dikembangkan menjadi suatu sektor strategis?
2. Bagaimana strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Grobogan dengan berbagai skenario untuk 10 tahun kedepan?

### **1. 3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisa potensi pariwisata Kabupaten Grobogan untuk pengembangan lebih lanjut menjadi suatu sektor strategis
2. Merumuskan strategi kebijakan pengembangan pariwisata Kabupaten Grobogan berdasarkan skenario yang mungkin terjadi dalam kurun waktu 10 tahun ke depan.

### **1. 4. Manfaat Penelitian**

Penelitian kali ini memiliki manfaat yang dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan pariwisata di Kabupaten Grobogan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi Pemerintah Kabupaten Grobogan dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata sehingga mampu menjadi sektor produktif yang penghasil pendapatan daerah demi menciptakan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Grobogan.

Selain itu penelitian ini dimaksudkan juga sebagai bahan masukan untuk

menambah khasanah keilmuan dalam bidang pariwisata dan bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang pariwisata dengan topic terkait.

## **1. 5. Sistematika Penulisan**

Tesis ini akan tersusun dalam 5 bab. Bab pertama akan menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab kedua adalah tinjauan pustaka akan menguraikan tentang teori-teori yang mendasari penelitian ini. Serta akan menguraikan gambaran umum Kabupaten Grobogan dimana akan dijelaskan kondisi dan perkembangan Kabupaten Grobogan. Pada Bab kedua ini akan diterangkan pula penelitian terdahulu dan perbedaan penelitian tesis ini dengan penelitian sebelumnya. Sebagai bagian dari penelitian, hipotesis penelitian akan dijelaskan pula pada Bab ini.

Bab ketiga adalah metodologi penelitian, yang akan menguraikan populasi dan sampel, faktor penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisa data yang digunakan.

Bab Keempat akan menguraikan skenario masa depan kemungkinan strategi kebijakan pengembangan pariwisata Kabupaten Grobogan.

Bab kelima adalah penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, serta saran-saran yang dianggap penting dalam rangka pengambilan kebijakan untuk merencanakan pengembangan pariwisata daerah Kabupaten Grobogan.



## **BAB II.**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2. 1. Landasan Teori**

##### **2. 1.1. Pariwisata**

Menurut Wahab (1999) dalam Yoeti (2000), Kepariwisataan dapat didefinisikan sebagai suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar untuk mendapat pelayanan dari orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dengan tujuan untuk mencari kepuasan yang beraneka ragam dan mendapatkan pengalaman berbeda dengan apa yang dialaminya. Pada hakekatnya, kepariwisataan adalah sebuah industri untuk menikmati dan memberdayakan alam dan lingkungan, gedung bersejarah, budaya lokal dan sebagainya.

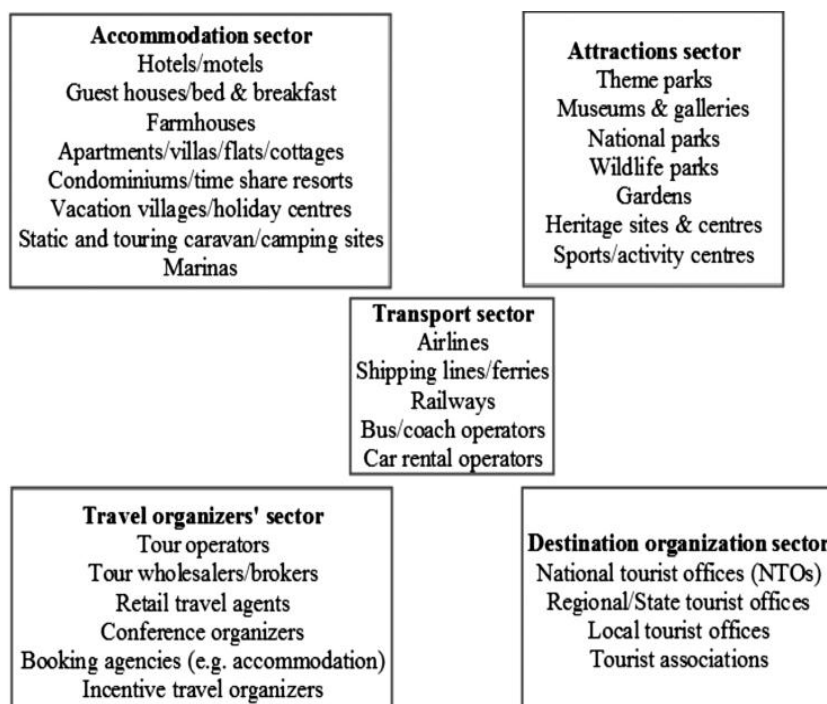
Sedangkan menurut Undang – Undang No. 10 tahun 2009, pariwisata diterjemahkan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara (Kemenpar, 2009)

Sebuah kajian menarik juga diungkapkan oleh Goeldner et al, (2000) yang melihat pariwisata dari empat perspektif yang berbeda yaitu dari wisatawan, pebisnis yang menyediakan pelayanan bagi wisatawan, pemerintah setempat dan masyarakat setempat. Dengan melihat keempat perspektif tersebut, Goeldner et al, (2000) mendefinisikan pariwisata sebagai proses, kegiatan dan hasil yang didapat dari hubungan dan interaksi antara wisatawan, tourism-suppliers, pemerintah

setempat, masyarakat setempat dan lingkungan sekitar yang dilibatkan ketertarikan dan tuan rumah dari pengunjung, “

Pariwisata saat ini memiliki nilai ekonomis yang sama tingginya dengan sektor strategis lainnya seperti perdagangan minyak atau otomotif. Pariwisata menjadi salah satu bisnis inti dalam perdagangan internasional. Perkembangan pariwisata yang sangat pesat ini kemudian juga menyebabkan peningkatan kemanfaatan dalam sektor yang berperan didalamnya. Sebagaimana kita ketahui industri pariwisata merupakan industri multi sektor yang memiliki dampak simultan terhadap industri terkait. (Atstāja, 2010).

Sektor yang berpengaruh terhadap industri pariwisata adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 1. Sektor yang berperan dalam industri pariwisata (Middleton, Victor T.C, 1994.)

Selain sebagai industri, kepariwisataan juga dianggap sebagai bentuk bisnis. Hal ini seperti diungkapkan oleh Likorish and Jenkins (1997), yang membagi kepariwisataan dalam 3 konsep bisnis, yaitu :

1. *The primary trades*, dimana bisnis kepariwisataan berhubungan faktor inti kepariwisataan itu sendiri seperti transportasi, agen perjalanan, akomodasi, atraksi wisata dan makanan.
2. *The secondary trades*, yaitu sistem bisnis kepariwisataan yang mendukung pariwisata namun berada di luar industri kepariwisataan, bisnis ini berupa industri retail, bank, asuransi, layanan personal dan aktivitas hiburan lainnya
3. *The tertiary trades*, yang menyediakan infrastruktur dasar di bidang pariwisata, seperti industri manufaktur, bahan bakar, layanan publik dan lain – lain.

Nyoman S. Pendit (1999) kemudian memperinci penggolongan pariwisata menjadi beberapa jenis yaitu :

1. Wisata Budaya. Merupakan perjalanan wisata atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan seseorang mengenai budaya dan adat istiadat daerah lain dengan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri.
2. Wisata Kesehatan . Merupakan perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk kepentingan kesehatan dengan maksud beristirahat mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang memiliki iklim udara menyehatkan atau tempat yang memiliki fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

3. Wisata Olah Raga. Wisata yang dilakukan untuk tujuan berolahraga atau bermaksud mengambil bagian aktif dalam peserta olahraga sebagai anggota kontingen olahraga dari suatu negara, seperti Asian Games, Olympiade, Thomas Cup, Uber Cup dan lain-lain. Bisa saja olahraga memancing, berburu, berenang
4. Wisata Komersial. Dalam jenis wisata ini adalah termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
5. Wisata Industri. Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pusat industri dengan maksud untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
6. Wisata Politik. Perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian aktif dalam peristiwa kegiatan politik. Misalnya, ulang tahun 17 Agustus di Jakarta, Perayaan 10 Oktober di Moskow, Penobatan Ratu Inggris, Perayaan Kemerdekaan, Kongres atau konvensi politik yang disertai dengan darmawisata.
7. Wisata Konvensi. Perjalanan yang dilakukan untuk melakukan konvensi atau konferensi. Misalnya APEC, KTT non Blok.
8. Wisata Sosial. Merupakan pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan seperti kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya.

9. Wisata Pertanian . Merupakan perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan pembelajaran.
10. Wisata Maritim. Adalah kegiatan wisata yang dikaitkan dengan kegiatan olah raga air. Seperti memancing, berlayar, menyelam, berselancar, balapan mendayung dan lainnya.
11. Wisata Buru. Wisata untuk aktifitas berburu, seperti di Baluran, Jawa Timur untuk menembak babi hutan atau banteng.
12. Wisata Pilgrim. Merupakan wisata dengan tujuan keagamaan atau hal terkait aliran kepercayaan dan legenda. Contoh: Makam Wali Songo, tempat ibadah seperti di Candi Borobudur, Pura Besakih di Bali, Sendang Sono di Jawa Tengah dan sebagainya.
13. Wisata Bulan Madu. Suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan, pengantin baru, yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

Damanik dan weber (2006) mengemukakan pariwisata memiliki produk krusial yang mesti dimiliki, komponen tersebut adalah :

1. Atraksi (*attraction*). Atraksi dapat diartikan sebagai objek yang wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan.
2. Amenitas (*amenity*). Amenitas dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata, atau pelayanan



tambahan yang sebenarnya tidak langsung terkait dengan pariwisata tetapi sering menjadi bagian dari kebutuhan wisatawan, seperti: bank, penukaran uang, telekomunikasi, usaha persewaan (rental), penerbit dan penjual buku panduan wisata, seni pertunjukan (teater, bioskop, pub, dan lain-lain).

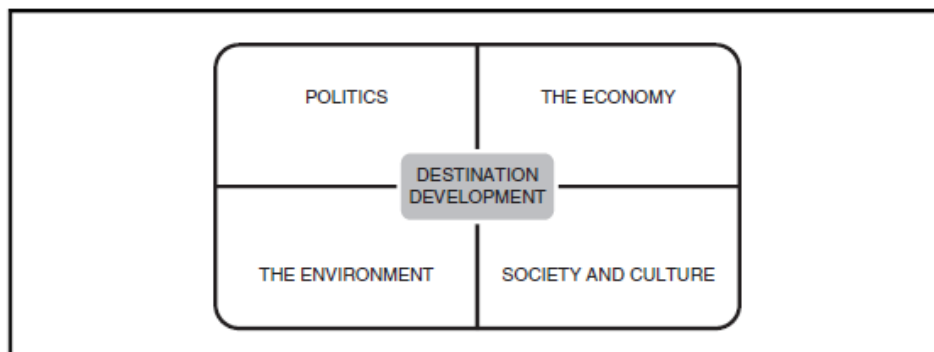
3. Aksesibilitas (*Accessibillity*). Aksesibilitas merupakan infrastruktur dan sarana transportasi yang menghubungkan dari, ke, dan selama di daerah tujuan wisata, mulai darat, laut sampai udara. Akses ini tidak hanya menyangkut aspek kuantitas tetapi juga inklusif mutu, ketepatan waktu, kenyamanan, dan keselamatan.

Obyek pariwisata dapat didefinisikan dalam banyak cara dan terkonsep menurut banyak disiplin ilmu (Saraniemi dan Kylanen, 2011). Obyek wisata juga merupakan sebuah entitas yang dinamis, dimana perkembangan dari Obyek wisata itu sendiri dapat digali secara ekstensif dari berbagai macam disiplin ilmu dengan pola atau fokus penelitian yang berbeda (Gunn, 1997; Viken and Granas, 2014; Walton, 2009; Wanhill,1996) . Dimana proses perkembangan perubahan fungsi, bentuk dan tujuan dari Obyek wisata itu sendiri erat kaitannya dengan perspektif ekonomi, politik dan social budaya (Saarinen, 2004).

Berbagai macam faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu Obyek wisata di suatu daerah erat kaitannya dengan peran pemerintah sebagai penentu utama kebijakan yang berpengaruh terhadap faktor yang mempengaruhi perkembangan obyek pariwisata itu sendiri (Bramwell, 2011; Nunkoo, 2015). Baik campur tangan pemerintah ataupun pihak swasta dalam pengelolaan obyek

pariwisata memiliki tujuan akhir yang sama yaitu pengembangan obyek pariwisata sehingga mampu menghasilkan keuntungan yang maksimal (Song et al, 2012).

Pariwisata dapat dilihat sebagai sebuah entitas yang mampu memberikan dampak pada berbagai macam pilar penopang sebuah bangsa, baik dari segi ekonomi, social budaya, politik maupun lingkungan, namun berapa besar kontribusi pariwisata pada masing – masing sektor masih diperdebatkan ( Brida et al, 2014). Terkadang pariwisata bahkan dapat menjadi sebuah cara untuk menciptakan sebuah pencitraan terhadap sebuah Negara ataupun upaya menjaga kelestarian asset bangsa (Timothy and Nyaupane, 2009). Dapat dikatakan bahwa keadaan pariwisata sebuah daerah merupakan cerminan dari kondisi wilayah tersebut secara keseluruhan.



Gambar 2.2. Kaitan Perkembangan Pariwisata dengan sektor lain (Henderson, 2015)

Pariwisata telah tumbuh menjadi sebuah potensi kekuatan ekonomi yang besar dewasa ini. Tidak jarang hal ini menimbulkan dampak negatif yang kemudian turut menyertai seiring dengan semakin bertumbuhnya ekonomi di kawasan tersebut. Kesenjangan lain yang menjadi masalah adalah terjadinya ketidakseimbangan daya dukung obyek wisata dengan keinginan wisatawan, tidak bertemunya kebutuhan Wisatawan dengan kemampuan Obyek wisata dalam

memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut.. Hal ini dapat menjadi masalah besar jika dikemudian hari pengelola Obyek wisata melakukan eksploitasi sumber daya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tanpa memperdulikan dampak jangka panjang dari akibat eksploitasi tersebut. Seperti eksploitasi sumber daya alam, pembangunan tanpa rencana, dan merubah pekerjaan masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. ( Carlsen, 1999)

Gun (1994) mengungkapkan bahwa beberapa hal yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah transportasi, atraksi, pelayanan dan informasi. Adanya perubahan pada sebuah komponen pariwisata tersebut akan berdampak pada keseluruhan sistem dalam pariwisata tersebut. Misal perubahan pada akses transportasi akan mengakibatkan perubahan pada permintaan penyediaan pelayanan dan atraksi wisata yang kemudian membutuhkan peningkatan kemampuan promosi dan informasi juga.

Pengembangan Pariwisata sebagaimana dalam pengembangan bisnis harus dilakukan melalui mekanisme yang terintegitas. Dalam pengembangan pariwisata, sebaiknya suatu daerah harus menerapkan suatu strategi baru yang harus keluar dari *Status Quo* dan menciptakan strategi masa depan yang tepat sasaran serta mampu menjauhi kompetisis. Strategi pengembangan pariwisata harus mampu menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya, fokus pada penumbuhan permintaan dan memengangi kompetisi yang sangat ketat di masa sekarang ini baik antar daerah dalam negara Indonesia maupun dengan negara lain (Suhendro, 2007).

Zarmawis Ismail (2005) dalam penelitiannya tentang *Daya Saing Ekonomi Indonesia* menemukan bahwa dalam upaya peningkatan daya saing industri

pariwisata dimasing-masing daerah, faktor biaya memegang peranan penting. Kompetisi akan lebih mungkin dimenangkan apabila pengelola pariwisata mampu menekan biaya pengelolaan.

James J. Spillane (1994) merumuskan empat pendekatan dalam pengelolaan pariwisata, empat pendekatan tersebut menempatkan pariwisata kedalam kondisi baik destruktif maupun konstruktif tergantung bagaimana pemanfaatannya. Keempat pendekatan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pendekatan *Advocasy*. Dalam pendekatan ini, pariwisata dianggap mampu memebrikan dampak positif terutama secara ekonomis. Potensi pariwisata bisa dipakai untuk mendukung kegiatan ekonomis, menciptakan lapangan kerja, memperoleh devisa ayang dibutuhkan bagi pembangunan.
2. Pendekatan *Cautionary*. Pendekatan ini menganggap pariwisata sebagai industri yang banyak mengakibatkan kerugian (disbenefits) dalam berbagai aspek sosial-ekonomi: seperti menimbulkan lapangan kerja musiman, mengakibatkan kebocoran devisa asing, menyebabkan komersialisasi budaya, serta menyebabkan berbagai macam konflik.
3. Pendekatan *Adaptancy* Pendekatan ini mengambil posisi di tengah, dimana mengakui dampak positif pariwisata namun tidak menyanggah adanya dampak negatif yang dihasilkan, pendekatan ini menyebutkan agar pengaruh negatif pariwisata dapat dikontrol maka perlu dicari bentuk lain perkembangan pariwisata dari yang selama ini sudah dikenal secara umum, atau dengan menyesuaikan pariwisata dengan Negara atau daerah tujuan wisata.

4. Pendekatan *Developmental* Sering disebut sebagai pendekatan Alternatif. Pendekatan ini menganggap bahwa pariwisata dapat disesuaikan dengan keadaan masyarakat. Bahwa nilai yang dianut oleh masyarakat dapat menjadi atraksi wisata, sehingga kemudian dapat dijaga hak dan kewajiban masyarakat tujuan wisata serta wisatawan sehingga tidak saling mengganggu.

Pengembangan pariwisata disuatu daerah memerlukan sebuah sistem berpikir yang mampu menelaah faktor interdependency dan interkorelasi diantara faktor penyusun kemajuan pariwisata.(Jackson, 1992). Pada kenyataannya dalam pengembangan pariwisata, kita sulit untuk menentukan sebenarnya faktor apa yang benar – benar menjadi masalah dalam pengembangan pariwisata dan perbaikannya akan memberikan dampak positive untuk pariwisata itu sendiri.

### **2.1.2. Skenario dan Konstruksi Skenario**

Definisi skenario adalah sebuah gambaran yang konsisten tentang berbagai kemungkinan keadaan yang dapat terjadi di masa yang akan datang, dimana skenario sendiri bukanlah bentuk *forecasting* atau bukanlah ramalan masa depan dari data yang ada pada masa kini. Skenario juga bukan merupakan sebuah visi atau kondisi masa depan yang diinginkan (Peter Swartz, 1996)

Skenario merupakan metode untuk memprakirakan masa depan, akan tetapi dengan menghasilkan prakiraan yang tidak tunggal, membuka peluang adanya beberapa kemungkinan (*range of possible future*). Dimana dalam lingkungan bisnis sendiri terdapat berbagai ketidakpastian keadaan. Terdapat empat tingkatan ketidakpastian lingkungan bisnis yaitu :

1. Tingkatan Ketidakpastian Pertama (TKP)

TKP memiliki satu prakiraan masa depan perusahaan yang jelas. Pada tingkatan ini, eksekutif perusahaan memiliki tingkat kepercayaan yang cukup untuk mengambil keputusan strategis tertentu dengan hasil yang dapat diprakirakan secara jelas.

2. Tingkat Ketidakpastian Kedua (TKD)

Terjadi jika eksekutif perusahaan dipaksa berhadapan dengan prakiraan masa depan yang tidak tunggal. Dalam hal ini ada beberapa kemungkinan prakiraan, dimana salah satu kemungkinan akan menjadi kenyataan.

3. Tingkatan Ketidakpastian Ketiga (TKT)

Pada kondisi TKT, manajemen berhadapan dengan berbagai kemungkinan masa depan, akan tetapi tidak ditemukan kepastian bahwa salah satu dari berbagai alternative tersebut yang hendak menjadi kenyataan. Dalam kasus ini diperlukan inovasi yang seluas – luasnya.

4. Tingkatan ketidakpastian keempat (TKE)

Tingkatan ketidakpastian keempat tidak menyediakan sedikitpun peluang untuk memprakirakan masa depan. Situasi TKE biasanya ditemukan ketika perusahaan berhadapan dengan perubahan teknologi yang signifikan, diskontinuitas ekonomi, social dan politik.

(Suwarsono Muhammad, 2008)

Menurut Kees van der Heijden (2005), Secara garis besar terdapat dua pendekatan dalam penyusunan skenario, yaitu :

1. Pendekatan Deduktif

Merupakan pendekatan penyusunan skenario yang lebih menitikberatkan pada *Bottom - Up Approach*, dimana ini memungkinkan disusunnya skenario berdasarkan data dan peristiwa trend masa lampau yang disusun perlahan. Alur dan jalan cerita tersebut menunjukkan rangkaian yang logis dan konsisten pada berbagai peristiwa yang diperkirakan muncul sebagai akibat peristiwa lain. Skenario disusun dengan beberapa kemungkinan, yaitu skenario utama dan skenario tandingan yang bertolak belakang.

## 2. Pendekatan Induktif

Pendekatan deduktif menitikberatkan bangun rancang skenario secara menyeluruh dengan menentukan kekuatan penentu. Dimana kekuatan penentu ini dibagi dalam kekuatan penentu utama (*Primary driving force*) dan kekuatan penentu pembantu (*Secondari driving forces*)

Menurut Soewarsono Muhammad (2008), tahapan dalam penyusunan skenario adalah sebagai berikut :

### 1. Identifikasi Pokok Persoalan

Untuk melakukan identifikasi pokok masalah, dapat dirumuskan melalui pertanyaan berikut :

- a. Apa yang kini dipikirkan secara keras oleh manajemen yang diperkirakan akan memiliki efek signifikan pada masa depan pada perusahaan tersebut?
- b. Persoalan strategis apa dalam perusahaan yang menjadi hambatan utama dan senantiasa menjadi beban pikiran para eksekutif?

### 2. Identifikasi Aktor

Yaitu melakukan identifikasi pihak – pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan

### 3. Identifikasi Kekuatan Penentu Utama

Kekuatan penentu (*Driving force*) merupakan keseluruhan faktor lingkungan bisnis baik makro (ekonomi, politik, hukum, social budaya, teknologi, kependudukan dan lingkungan hidup) maupun mikro ( competitor, konsumen, pemasok dan barang pengganti ) yang memiliki pengaruh signifikan pada pokok persoalan skenario yang sebelumnya telah dirumuskan.

### 4. Kecenderungan dan Ketidakpastian

Langkah selanjutnya setelah dilakukan identifikasi terhadap lingkungan bisnis, maka dilakukan pengelompokan faktor menjadi dua bagian, yaitu :

#### a. Faktor Kecenderungan (Trend)

Merupakan faktor yang arah perkembangannya dimasa yang akan datang dapat dikuantifikasi secara jelas dan memiliki kepastian perkembangan baik positif maupun negative.

#### b. Faktor Ketidakpaastian (*uncertainties*)

Faktor lingkungan bisnis yang tidak dapat diketahui kecenderungan kuantitatifnya serta arah perkembangannya, baik perkembangan positif ataupun negatif.

Jika kemudian sudah ditentukan faktor U dan T, selanjutnya dilakukan perhitungan tingkatan ketidakpastian dan pengaruh sebagai berikut :

Tabel 2. 1. Matriks Ketidakpastian dan Pengaruh

Tingkat Ketidakpastian
------------------------



Tingkat Pengaruh		Rendah	Sedang	Tinggi
	Tinggi			
	Sedang			
	Rendah			

#### 5. Matriks Inti Skenario

Setelah ditemukan dua faktor ketidakpastian yang memiliki nilai tertinggi dan dampak yang paling signifikan, kemudian disusunlah matriks inti skenario dengan menggunakan 2 atau 4 kemungkinan skenario.

#### 6. Cetak Biru Skenario

Cetak biru skenario merupakan tahapan untuk menghubungkan segala faktor ketidakpastian dengan dengan inti skenario (*fleshing out*). Tujuan dari proses ini adalah memberikan tema narasi pada masing – masing hubungann faktor ketidakpastian dengan tema utama, sehingga dapat menjadi sumber lahirnya cerita yang dapat memberikan gambaran skenario yang lebih lengkap.

#### 7. Wujud Akhir Skenario

Untuk menghasilkan skenario yang utuh, maka seluruh faktor akan menjadi parameter pengukuran, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan analisa terhadap trend. Disusun berdasarkan urgensitas dan tingkat signifikansinya terhadap perusahaan. Kemudian seperti pada faktor ketidakpastian dilakukan penyusunan beberapa alternative skenario dasar. Setelah didapatkan skenario dasar dari faktor trend dan faktor ketidakpastian, kemudian dari dua skenario

dasar faktor tersebut dilakukan scoring tingkat ketidakpastian dan intensitas pengaruh yang dimiliki.

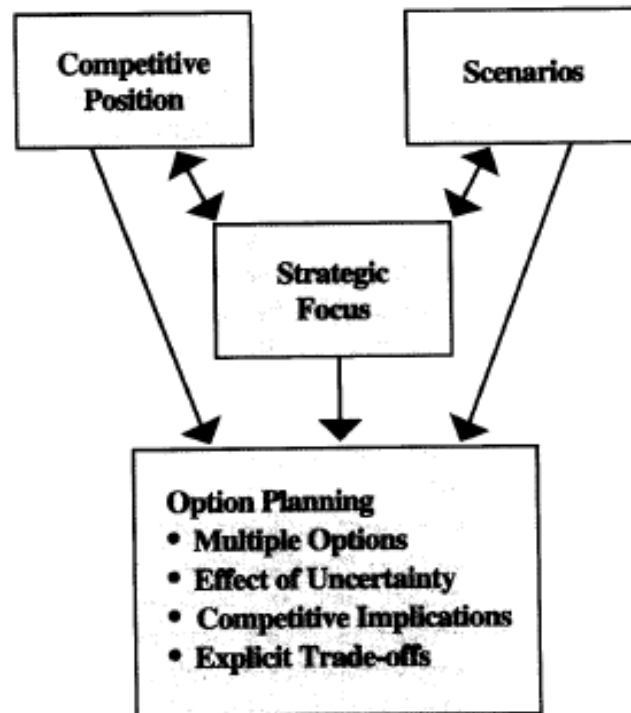
#### 8. Opsi Strategi

Strategi kemudian dirumuskan ketika narasi dalam skenario telah dapat dikaitkan dengan elemen lain dalam manajemen strategi, setidaknya dengan visi dan keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Wujud akhir skenario selanjutnya telah memuat secara garis besar berbagai implikasi strategis yang timbul dari berbagai kemungkinan skenario yang tersedia.

#### 9. Kuantifikasi dan Monitoring

Kuantifikasi dilakukan pada implikasi strategis yang lahir dari berbagai kemungkinan skenario yang ada, ini diperlukan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas pada penentu keputusan. Sedangkan monitoring dimaksudkan untuk melakukan monitoring terhadap indikator dan gejala eksternal dan internal yang dapat digunakan untuk melakukan deteksi dini terhadap kecenderungan yang hendak terjadi dari berbagai kemungkinan skenario.

Penerapan strategi perusahaan dan penyusunan skenario, pada dasarnya merupakan rangkaian aktivitas yang sinergis dan dependen antara posisi dan keunggulan bersaing perusahaan dengan beberapa opsi kemungkinan kondisi faktor – faktor perusahaan dimasa yang akan datang. Berikut adalah skema perumusan skenario oleh Royal Dutch Shell.



Gambar 2.3. Skema Skenario oleh Royal Dutch Shell ( Schoemaker, 1992)

### 2.1.3. Manajemen Strategi

Kotler dalam Sitinjak (2000) menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan cara-cara untuk mencapai tujuan, dan strategi adalah suatu pendekatan logis yang akan menentukan arah sebuah aksi.

Hamel dan Prahalad dalam Umar (2002) mendefinisikan strategi sebagai tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus – menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*), oleh sebab itu perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Menurut Stoner, Freeman, Gilbert, Jr.(1995) konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda yaitu:

1. Dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan,

Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Ini berarti para manajer pada suatu perusahaan memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang turbulen dan selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan

2. Dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan.

Strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungan sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan

Sedangkan manajemen sendiri merupakan serangkaian proses yang terdiri atas perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), pengawasan (*controlling*) dan penganggaran (*budgeting*) (Nawawi, 2003:52).

Unsur – unsur yang ada dalam manajemen tersebut apabila dijabarkan dalam penjelasan adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan dalam manajemen dapat diartikan sebagai pemilihan dan penerapan tujuan organisasi, kegiatan ataupun kegiatan persiapan yang dilakukan secara sistematis melalui sebuah perumusan dan penetapan langkah – langkah penyelesaian masalah atau keputusan sebuah pekerjaan yang terukur dan terarah.

## 2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Merupakan sistem kerjasama sekelompok orang, yang dilakukan melalui pembagian wilayah dan tanggung jawab kerja menjadi sejumlah satuan unit kerja yang saling terkait dan masing – masing diikuti dengan mengatur hubungan kerja baik secara vertikal maupun horizontal.

## 3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan atau penggerakan dilakukan setelah sebuah organisasi memiliki perencanaan dan melakukan pengorganisasian dengan memiliki struktur organisasi termasuk tersedianya personil sebagai pelaksana sesuai dengan kebutuhan unit atau satuan kerja yang dibentuk.

## 4. Penganggaran (*Budgeting*)

Merupakan salah satu fungsi manajemen yang sangat penting peranannya. Karena fungsi ini berkaitan tidak saja dengan penerimaan, pengeluaran, penyimpanan, penggunaan dan pertanggungjawaban namun lebih luas lagi berhubungan dengan kegiatan tatalaksana keuangan. Kegiatan fungsi anggaran dalam organisasi sektor publik menekankan pada pertanggungjawaban dan penggunaan sejumlah dana secara efektif dan efisien. Hal ini disebabkan karena dana yang dikelola tersebut merupakan dana masyarakat yang dipercayakan kepada organisasi sektor publik.

## 5. Pengawasan (*Control*)

Fungsi pengawasan ini dilakukan oleh manajer sektor publik terhadap unit kerjanya. Kegiatan pengawasan berarti mengukur dan menilai tingkat efektivitas kerja personil dan tingkat efisiensi penggunaan sarana kerja dalam memberikan kontribusi pada pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Fred R. David (2009) manajemen strategis didefinisikan sebagai sebuah pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang membuat sebuah organisasi mencapai tujuannya. Tujuan manajemen strategis adalah mengeksploitasi serta menciptakan peluang baru dan berbeda untuk masa yang akan datang. Manajemen strategis berfokus pada proses yang mengintegrasikan dan mengkoordinasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi manajemen untuk mencapai keberhasilan perusahaan.

Craig dan Grant (1996) menjelaskan bahwa dalam memformulasikan strategi sebuah organisasi perlu memperhatikan misi dan tujuan organisasi, serta strategi, dan taktik. Misi memberikan gambaran identitas organisasi beserta arah dan sasarannya. Tujuan menggambarkan pernyataan misi ke dalam sasaran organisasi secara lebih cermat. Strategi mengidentifikasi pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan tujuan. Keputusan taktis berhubungan dengan seluruh kisaran keputusan fungsional dari hari ke hari yang akan dilakukan oleh para manajer di seluruh organisasi.

Tidak diragukan lagi bahwa kemampuan sebuah perusahaan untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain dan bertahan dalam persaingan bisnis, sangat berkaitan erat dengan kemampuan *enterpreunership* dan inovasi yang dimilikinya (Andersen and Strandskow, 2008).

Kunci untuk memberikan kepuasan pelanggan adalah membuat pelanggan percaya bahwa apa yang ditawarkan oleh perusahaan melebihi harapan mereka, membantu mereka untuk memecahkan masalah, menawarkan solusi, memberikan hasil dan membuat mereka lebih bahagia (Zeithaml, *et al.*, 1996:234)

Terdapat perbedaan dalam penerapan manajemen strategi di perusahaan dan sektor publik. Ada dua hal yang dapat dijadikan pembeda didalam penerapan manajemen strategi di sektor publik yang merupakan organisasi non profit dan perusahaan yang bersifat profit, yaitu pada organisasi profit berorientasi pada nilai dan organisasi non profit berorientasi pada tujuan. Tujuan dari organisasi profit adalah untuk mempertahankan dan mengembangkan eksistensi untuk jangka waktu panjang, melalui kemampuan meraih laba kompetitif secara berkelanjutan. Sedang organisasi non profit didasari nilai-nilai pengabdian dan kemanusiaan. Tujuannya untuk mencapai kesejahteraan masyarakat (Nawawi, 2003:145).

Strategi pembangunan daerah memiliki arti pengembangan potensi ekonomi dengan menekankan pada kemampuan peningkatan kemakmuran dalam jangka panjang. Strategi untuk pengembangan daerah memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor - faktor internal dan eksternal. (Fred R. David, 2006)

#### 2.1.4. Strategi Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata daerah harus dilakukan dengan cara yang terarah dan terpadu serta disesuaikan dengan potensi dan kondisi daerah tersebut. Selanjutnya W.Chan Kim dan Renee Mauborgne (2006) menyatakan bahwa *Re-Orientation Strategy* menantang perusahaan untuk keluar dari samudera merah persaingan bisnis yang sangat ketat dengan cara menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya.

Dalam usaha pengembangan pariwisata, terdapat lima pendekatan yang dapat dilakukan, empat diantaranya diidentifikasi oleh Getz (1987), dan satu tambahan oleh Page (1995).

1. *Boosterism*: adalah suatu pendekatan sederhana dalam pembangunan sektor pariwisata. Dimana dalam pendekatan ini masyarakat setempat tidak dilibatkan dalam proses perencanaan, serta daya dukung wilayah tidak cukup dipertimbangkan.
2. *The Economic-industry approach*: adalah pendekatan pengembangan yang lebih mendahulukan tujuan ekonomi, yaitu dengan menjadikan pengalaman dan kepuasan pengunjung sebagai sasaran-sasaran utama.
3. *The Physical-Spatial Approach*: pendekatan ini didasarkan pada pendekatan geografi. Strategi pengembangan lebih difokuskan pada pemanfaatan tata ruang obyek wisata, misalnya pengelompokan pengunjung di satu kawasan, untuk menghindari kemungkinan terjadinya konflik. Pada pendekatan ini, dampak sosial dan kultural tidak begitu dipertimbangkan.



4. *The Community Approach*: pendekatan ini lebih menekankan pada pentingnya keterlibatan masyarakat setempat di dalam proses pengembangan kawasan wisata. Oleh sebab itu pendekatan yang dilakukan adalah menekankan pada manfaat-manfaat sosial dan kultural bagi masyarakat lokal. Seperti yang diungkapkan Haywood (1988) masalah dalam menerapkan konsep ini adalah seringkali “kemitraan” (*partnership*) dalam kenyataan diturunkan derajatnya menjadi “penghargaan” (*tokenism*). Sehingga kemudian Page (1995) menambahkan lagi satu pendekatan dalam pembangunan ini, yaitu :

5. *Sustainable Approach*: merupakan pendekatan yang menitikberatkan pada pembangunan yang berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang atas sumber daya pariwisata. Menurut Hall (1991) Pembangunan pariwisata berkelanjutan diartikan sebagai proses pengembangan yang tidak mengesampingkan kelestarian sumberdaya yang dibutuhkan untuk pembangunan di masa akan datang. Dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan, penekanan berkelanjutan bahkan tidak cukup dengan keberlanjutan ekologis dan berkelanjutan ekonomi, namun juga mempertimbangkan pentingnya pelestarian kebudayaan (Wall, 1993).

Menurut Spillane, (1994) terdapat beberapa hal yang mutlak harus dimiliki untuk dapat mengembangkan suatu kawasan menjadi kawasan pariwisata (termasuk juga agrowisata) unsur yang ada adalah sebagai berikut:

#### 1. *Attractions*

Atraksi yang dimaksud adalah obyek wisata itu sendiri, mengenai apa yang dapat dinikmati oleh wisatawan di daerah tersebut.

## 2. *Facilities*

Fasilitas yang diperlukan adalah sarana pendukung dalam industri dalam menjamin kenyamanan wisatawan dalam berwisata, hal ini mungkin berupa penambahan sarana umum, telekomunikasi, hotel dan restoran pada sentra-sentra pasar.

## 3. *Infrastructure*

Infrastruktur yang dimaksud dalam bentuk fasilitas publik yang memudahkan akses menuju daerah wisata atau sarana penghubung daerah wisata ke kawasan lainnya, serta fasilitas penyedia kebutuhan primer berupa kesehatan dan lain sebagainya. Beberapa bentuk infrastruktur yang dimaksud adalah pengairan, Jaringan komunikasi, fasilitas kesehatan, terminal pengangkutan, sumber listrik dan energi, system pembuangan kotoran/pembuangan air, jalan raya dan system keamanan.

## 4. *Transportation*

Transportasi umum, Bis-Terminal, system keamanan penumpang, system Informasi perjalanan, tenaga Kerja, kepastian tariff, peta kota/objek wisata.

## 5. *Hospitality*

Keramah-tamahan masyarakat akan menjadi cerminan keberhasilan sebuah system pariwisata yang baik.

### **2. 1. 5. Kabupaten Grobogan**

Kabupaten Grobogan, merupakan sebuah kabupaten dengan luas geografis terbesar kedua di Jawa Tengah. Dengan luas 1.975,865 km<sup>2</sup>, menjadikan Kabupaten ini terluas kedua setelah Kabupaten Cilacap. Letak astronomis Kabupaten Grobogan terletak antara 110° 15' BT – 111° 25' BT dan 7° LS - 7°30' LS, dengan jarak bentang dari utara ke selatan ± 37 km dan dari barat ke timur ± 83 km. menjadikan Kabupaten ini memiliki letak yang strategis dengan diapit oleh banyak kabupaten besar, seperti :

- Sebelah Barat : Kabupaten Semarang dan Kabupaten Demak
- Sebelah Utara : Kabupaten Kudus, Kabupaten Demak, Kabupaten Pati dan Kabupaten Blora
- Sebelah Timur : Kabupaten Blora
- Sebelah Selatan : Kabupaten Ngawi (Jawa Timur), Kabupaten Sragen, Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Semarang.

Secara administratif Kabupaten Grobogan terdiri dari 19 (sembilan belas) Kecamatan dan 280 Desa/Kelurahan dengan Ibukota berada di Purwodadi.

Kabupaten Grobogan yang memiliki relief daerah pegunungan kapur dan perbukitan serta dataran di bagian tengahnya, secara topografi terbagi kedalam 3 kelompok yaitu :

1. Daerah dataran rendah berada pada ketinggian sampai 50 meter di atas permukaan air laut dengan kelerengan 0° - 8° meliputi 6 kecamatan yaitu Kecamatan Gubug, Tegowanu, Godong, Purwodadi, Grobogan sebelah selatan dan Wirosari sebelah selatan.

2. Daerah perbukitan berada pada ketinggian antara 50 - 100 meter di atas permukaan air laut dengan kelerengan  $8^{\circ}$  -  $15^{\circ}$  meliputi 4 kecamatan yaitu Kecamatan Klambu, Brati, Grobogan sebelah utara dan Wirosari sebelah utara.
3. Daerah dataran tinggi berada pada ketinggian 100 - 500 meter di atas permukaan air laut dengan kelerengan lebih dari  $15^{\circ}$ , meliputi wilayah kecamatan yang berada di sebelah selatan dari wilayah Kabupaten Grobogan.

Berdasarkan letak geografis dan reliefnya, Kabupaten Grobogan merupakan Kabupaten yang tiang penyangga perekonomiannya berada pada sektor pertanian dan merupakan daerah yang cenderung cukup sulit mendapatkan air bersih. Keadaan geografis dan alam Kabupaten Grobogan yang tidak begitu baik menjadikan Kabupaten ini tidak banyak memiliki peluang mendapatkan sumber pendanaan asli daerah.



Gambar 2.4. Peta Kabupaten Grobogan (Rencana Strategis Kabupaten Grobogan, 2016)

Perekonomian Kabupaten Grobogan mengalami fluktuasi Berdasarkan laju pertumbuhan produk domestik regional bruto. Hal tersebut bisa dilihat pada tahun 1991 pertumbuhannya mencapai - 3.48% dan ditahun berikutnya pada tahun 1992 perumbuhan justru naik hingga mencapai 27.85%. tidak lama kemudian ditahun 1993 mengalami penurunan yang cukup besar hingga mencapai - 2.41%, yang disebabkan adanya transformasi struktur ekonomi di Indonesia dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Grobogan.keadaan tersebut tidak lama, ditahun 1994-1996 mengalami kenaikan yang cukup stabil sebesar 10.22%. Namun pada ditahun 1997 pertumbuhan kembali mengalami penurunan sebesar 6.24%, itu disebabkan karena adanya krisis ekonomi yang dialami oleh Indonesia sehingga

berdampak pada pertumbuhan Kabupaten Grobogan. Di tahun 1998 pertumbuhan mulai mengalami kenaikan yang signifikan hingga mencapai 36.31% dan di tahun 1999 justru mengalami penurunan kembali hingga 2.87%. Namun di tahun 2000 hingga 2001 pertumbuhan kembali mengalami kenaikan yang cukup besar hingga mencapai 37.14%. Justru di tahun 2002 sampai 2004 penurunan kembali terjadi hingga mencapai 9.83%. Pada tahun 2005 hingga 2008 mengalami kenaikan yang cukup stabil. Namun pada tahun 2009 hingga 2011 turun kembali mencapai 9.88%. Justru di tahun 2012 mengalami kenaikan kembali hingga mencapai 12.66% (Badan Pusat Statistik, 2012)

Tabel 2. 2. Laju Pertumbuhan PDRB atas dasar harga berlaku Kabupaten Grobogan (BPS, 2012)

Tahun	PDRB atas dasar harga berlaku (jutaan rupiah)	Laju Pertumbuhan PDRB (%)
1990	641539.77	20,43
1991	619198.49	-3.48
1992	791632.28	27.85
1993	772531.33	-2.41
1994	795596.82	2.99
1995	878581.41	10.43
1996	968404.58	10.22
1997	1028802.1	6.24
1998	1402362.53	36.31
1999	1442564.11	2.87
2000	1705015.22	18.19
2001	2338187.55	37.14
2002	2650175.51	13.34
2003	2867131.96	8.19

2004	3149111.13	9.83
2005	3537914.15	12.35
2006	4019497.49	13.61
2007	4558277.12	13.40
2008	5185205.33	13.75
2009	5764639.16	11.17
2010	6499594.27	12.75
2011	7141461.62	9.88
2012	8045458.09	12.66

Kabupaten Grobogan tidak memiliki banyak sektor produktif penghasil APBD. Sektor yang memberikan kontribusi terbesar dalam PDRB atas dasar harga berlaku di Kabupaten Grobogan adalah sektor industri pengolahan dan sektor angkutan dan komunikasi, Perdagangan, Hotel dan Restoran, dan Keuangan, Persewaan dan Jasa Penunjang Keuangan. Lebih lengkapnya distribusi masing-masing sektor dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2.3. Distribusi Persentase PDRB Atas Dasar Harga Berlaku

Kabupaten Grobogan Tahun 2011-2015 (%)

No	Lapangan Usaha	2011	2012	2013	2014	2015
1	Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan	32,48	32,86	32,76	31,63	32,39
2	Pertambangan dan Penggalian	1,04	1,09	1,11	1,21	1,27
3	Industri Pengolahan	10,65	10,64	10,75	11,36	11,55
4	Pengadaan listrik dan gas	0,09	0,09	0,08	0,08	0,07
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05

6	Konstruksi	5,35	5,42	5,48	5,67	5,66
7	Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor	21,53	20,81	20,50	20,04	19,41
8	Transportasi dan pergudangan	4,44	4,37	4,35	4,55	4,52
9	Menyediakan akomodasi, makanan dan minuman	4,47	4,33	4,25	4,37	4,41
10	Informasi dan komunikasi	2,36	2,27	2,19	2,15	2,07
11	Jasa keuangan dan asuransi	3,67	3,82	3,90	4,02	4,06
12	Real estate	2,12	2,08	2,11	2,12	2,11
13	Jasa perusahaan	0,24	0,23	0,24	0,24	0,25
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	3,70	3,75	3,70	3,64	3,58
15	Jasa Pendidikan	4,16	4,65	4,97	5,14	5,02
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	0,96	0,99	0,99	1,00	0,99
17	Jasa Lainnya	2,71	2,54	2,59	2,73	2,61

Sumber : Buku Kabupaten Grobogan dalam angka 2016

Sebagai daerah yang memiliki bentang alam terbatas dengan mayoritas berupa pegunungan karst yang tidak subur, pariwisata menjadi salah satu alternative sumber pendapatan daerah. Namun sayangnya pariwisata di Kabupaten Grobogan masih mengalami tumpang tindih dalam pengelolaannya mengalami tumpang tindih sehingga hasil yang didapatkan pun tidak optimal. Namun begitu, sektor pariwisata tetap menjadi salah satu sektor yang prospektif untuk dikembangkan, hal ini dapat dibuktikan dengan kunjungan wisatawan pada Obyek wisata unggulan Kabupaten Grobogan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun seperti ditunjukkan dalam table berikut :



Tabel 2.4. Jumlah Wisatawan di Kabupaten Grobogan

Tahun	Jumlah Pengunjung (Jiwa)		
	Bledug Kuwu	Goa Lawa/Macan	Waduk Kedung Ombo
2010	26.846	2.273	54.766
2011	26.030	2.741	61.373
2012	30.267	2.326	106.531
2013	29.092	2.457	212.514
2014	27.492	2.565	-
2015	42.290	2.501	-

(Badan Pusat Statistik Kabupaten Grobogan, 2016)

Jika diselaraskan dengan tren bisnis pariwisata yang semakin membaik, dan maka dapat dikatakan bahwa industri pariwisata kabupaten Grobogan besar kemungkinan dapat mengalami kenaikan yang signifikan di kemudian hari.

#### a. Penelitian Terdahulu

1. Agustin Kurniawati (2005) meneliti tentang Obyek wisata Bledug Kuwu. Penelitian tersebut berjudul Pengembangan Obyek wisata Fenomena Alam Bledug Kuwu Di Kabupaten Grobogan. Penelitian tersebut menggunakan analisis BCG (*Boston Consulting Group*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi perkembangan Obyek wisata Bledug Kuwu berada pada posisi yang menunjukkan bahwa kondisi pasar wisata Bledug Kuwu berada pada posisi tinggi, namun kondisi produk wisata yang dimiliki oleh Obyek wisata Bledug Kuwu berada pada posisi rendah. Penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT

yang bertujuan untuk mengeluarkan strategi pengembangan Obyek wisata Bledug Kuwu.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Widi Tri Sugiastuti (2009) yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Grobogan dalam Mempromosikan Obyek wisata Alam Bledug Kuwu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program promosi pariwisata tahunan Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Grobogan belum dilaksanakan secara maksimal dan optimal, langkah- langkah perencanaan program belum terarah, serta belum tampak indikator keberhasilan yang signifikan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Arista N. Rosa (2010) yang berjudul Strategi Pengembangan Wisata Bledug Kuwu di Kabupaten Grobogan. Hasil penelitian menunjukkan rendahnya peran Pemerintah Daerah, Swasta, dan Masyarakat dalam mengembangkan wisata “Bledug Kuwu”. Melalui analisis SWOT, ditawarkan sebuah strategi pengembangan yang seharusnya dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Grobogan. Sehubungan dengan hal ini, Pemerintah Daerah mengaktifkan kerja sama dengan swasta dan masyarakat setempat dalam hal mengelola “Bledug Kuwu”, sebagai wisata alam yang tidak dimiliki oleh daerah lain dengan menyusun sebuah pembagian kerja yang berkompeten termasuk perbaikan dalam infrastruktur.

Berdasarkan tinjauan pustaka terhadap penelitian-penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa penelitian yang sudah ada merupakan strategi Pengembangan kawasan wisata di Kabupaten Grobogan secara parsial dengan

menitik beratkan pada kawasan wisata tertentu, sedangkan penelitian tentang skenario strategi pengembangan pariwisata untuk Kabupaten Grobogan secara keseluruhan belum pernah dilakukan.

## **2.2. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah adalah sebuah taksiran atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta - fakta yang diamati ataupun kondisi - kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk untuk langkah penelitian selanjutnya (Good dan Scates, 1954). Teknik pengukuran yang digunakan untuk membuat ukuran tertentu bagi faktor yang bersifat kualitatif adalah dengan mengkuantitatif data. Skoring dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas potensi masing - masing Obyek wisata untuk kemudian dapat dilakukan strategi pengembangan sektor pariwisata secara keseluruhan di Kabupaten Grobogan. Berdasar kan latar belakang penelitian, perumusan masalah, dan tujuan yang mendasari penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa hipotesis.

1. Obyek wisata di Kabupaten Grobogan memiliki potensi gabungan pariwisata yang dapat berkembang menjadi destinasi wisata nasional dalam 10 tahun kedepan.
2. Terdapat beberapa skenario yang dapat dikembangkan untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan berdasarkan faktor yang mempengaruhi industri pariwisata di Kabupaten Grobogan.

## **BAB III.**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3. 1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan melakukan kajian obyek wisata di Kabupaten Grobogan dan dinas terkait serta dilakukan dari bulan Juni – Desember 2017.

#### **3. 2. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan interview secara mendalam dan semi terstruktur, tujuan dari metode ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide.

Wawancara dilakukan dengan pejabat pihak pemerintah Kabupaten Grobogan yaitu :

1. BAPPEDA Kabupaten Grobogan
2. Bidang Pariwisata, Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Grobogan.
3. SETDA Kabupaten Grobogan bidang Perekonomian dan industri kreatif

Data primer sebagian besar diperoleh

Data sekunder diperoleh melalui studi literatur buku-buku yang relevan, jurnal, hasil-hasil penelitian, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian, data dan informasi dari Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Grobogan.

### **3.3. Obyek Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian (*survey research*). Penelitian survei ialah suatu penyelidikan yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual untuk mendapatkan kebenaran (Sukaria, 2011). Obyek penelitian ini adalah industri pariwisata di Kabupaten Grobogan. Adapun objek yang dijadikan responden utama data penelitian yaitu pejabat pemerintah Kabupaten Grobogan yang memiliki tanggung jawab dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan, yaitu :

1. Ketua BAPPEDA Kabupaten Grobogan
2. Kepala Bidang Pariwisata, Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Grobogan.
3. Kepala bidang Perekonomian dan industri kreatif SETDA Kabupaten Grobogan

### **3.4. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini adalah penelitian induktif kualitatif yang lebih berorientasi pada eksplorasi dan penemuan. Adapun tahapan yang dilakukan pada penelitian ini adalah :

1. Melakukan analisa potensi wisata Kabupaten Grobogan, apakah memungkinkan menjadi suatu obyek wisata bertaraf nasional
2. Melakukan rekonstruksi skenario atas potensi pariwisata Kabupaten Grobogan untuk 10 tahun ke depan

3. Merumuskan strategi yang harus diambil dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Grobogan untuk 10 tahun ke depan.

❖ Tahap 1. Melakukan analisa potensi wisata Kabupaten Grobogan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung dilapangan. Adapun data tersebut diantaranya adalah data kualitas objek wisata, kondisi objek wisata, dukungan pengembangan objek, sarana prasarana objek wisata, dan aksesibilitas objek. Data sekunder yang di pakai merupakan data yang sudah di sediakan oleh instansi terkait atau dari data hasil pencatatan instasional seperti data kependudukan, data kondisi sosial ekonomi masyarakat Kabupaten Grobogan. Teknik pengolahan data menggunakan skoring dan klasifikasi terhadap parameter penentu potensi objek wisata. Teknik analisa data menggunakan deskriptif kualitatif. Strategi pengembangan objek wisata menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threath*).

❖ Tahap 2. Penyusunan Skenario

Penelitian kali ini adalah penelitian induktif yang lebih berorientasi pada eksplorasi dan penemuan. Adapun tahap – tahap yang dilakukan dalam konstruksi skenario dalam penelitian ini adalah :

1. Identifikasi masalah utama yang dihadapi kepariwisataan Kabupaten Grobogan

2. Identifikasi kekuatan penentu utama, yakni keseluruhan faktor yang berasal dari lingkungan bisnis mikro dan makro yang berpengaruh signifikan terhadap masa depan industri pariwisata Kabupaten Grobogan
3. Pengelompokkan faktor Kecenderungan/ Trend dan Ketidakpastian/ uncertainties
4. Matrix ini skenario, dari analisis faktor ketidak pastian serta kekuatan penentu utama, kemudian disusun matriks yang berisi kemungkinan konstruksi skenario.
5. Cetak biru skenario, bebepa kemungkinan skenario yang didapatkan dari matrix inti skenario kemudian kemudian dilakukan identifikasi perubahan setiap faktor yang lain serta kecenderungan perubahan.

Secara garis besar, langkah dalam tahapan ini adalah sebagai berikut :

#### ❖ Tahap 3. Penyusunan Strategi

Dari kemungkinan skenario yang ada, kemudian dilakukan analisa perumusan strategi untuk masing – masing keadaan lingkungan.

### **3.5. Teknik Pengujian Kredibilitas Data**

Uji kredibilitas data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara triangulasi data penelitian. Definisi triangulasi menurut Denzin (1989) adalah aplikasi studi yang menggunakan multimetode untuk menelaah fenomena yang sama. Dimana terdapat empat tipe triangulasi yang bisa digunakan yaitu :



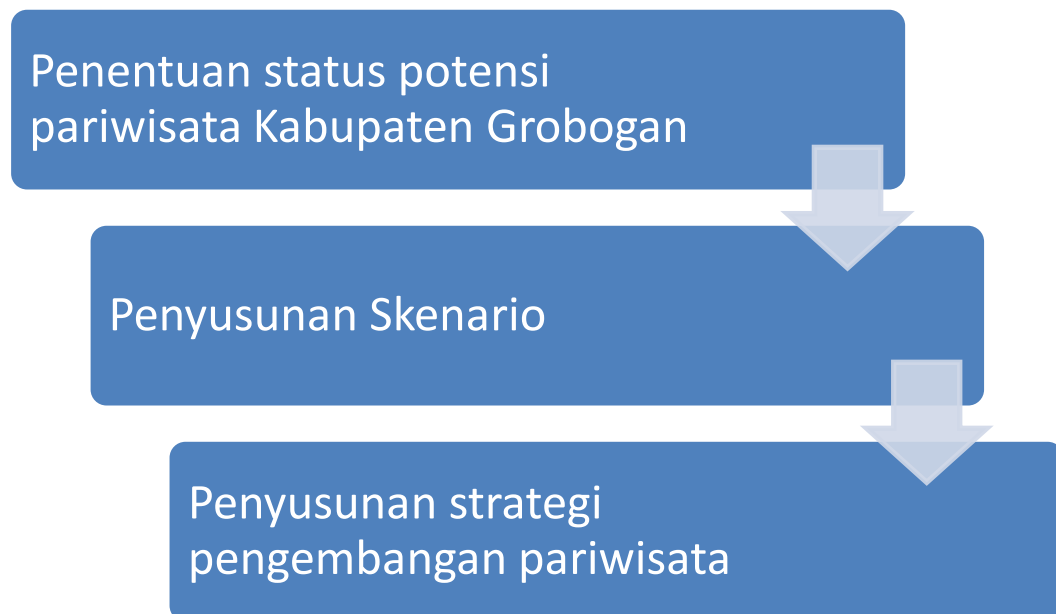
1. Triangulasi sumber, hal ini bisa dilakukan dengan : (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
2. Triangulasi metode. Triangulasi metode mencakup : (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data. (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
3. Triangulasi penyidik. Triangulasi ini dilakukan dengan menggunakan peneliti atau pengamat lain untuk pengecekan kembali derajat kepercayaan data.
4. Triangulasi teori. Triangulasi teori dilakukan dengan melakukan pengecekan antar teori untuk mendapatkan hasil yang valid.

Pada penelitian kali ini dilakukan triangulasi sumber. artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton,1987:331). Adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka ditempuh langkah sebagai berikut :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

### 3.6 . Kerangka Pemikiran



## **BAB IV.**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Analisa Potensi Wisata**

Penilaian pengembangan wisata Kabupaten Grobogan, ditujukan pada obyek wisata yang memiliki potensi mampu berkembang menjadi obyek wisata destinasi nasional dalam kurun waktu 10 tahun ke depan. Dimana syarat yang harus dimiliki sebuah destinasi wisata nasional sebagaimana tercantum dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional 2011 adalah :

1. Merupakan kawasan geografis dengan cakupan wilayah provinsi dan/atau lintas provinsi yang di dalamnya terdapat kawasan-kawasan pengembangan pariwisata nasional, yang diantaranya merupakan KSPN;
2. Memiliki Daya Tarik Wisata yang berkualitas dan dikenal secara luas secara nasional dan internasional, serta membentuk jejaring produk wisata dalam bentuk pola pemaketan produk dan pola kunjungan wisatawan
3. Memiliki kesesuaian tema Daya Tarik Wisata yang mendukung penguatan daya saing.
4. Memiliki dukungan jejaring aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung pergerakan wisatawan dan kegiatan Kepariwisata
5. Memiliki keterpaduan dengan rencana sektor terkait.

Sedangkan KSPN yang dimaksudkan dalam RIPP tersebut memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Memiliki fungsi utama pariwisata atau potensi pengembangan pariwisata;

2. Memiliki sumber daya pariwisata potensial untuk menjadi Daya Tarik Wisata unggulan dan memiliki citra yang sudah dikenal secara luas;
3. Memiliki potensi pasar, baik skala nasional maupun khususnya internasional.
4. Memiliki posisi dan peran potensial sebagai penggerak investasi
5. Memiliki lokasi strategis yang berperan menjaga persatuan dan keutuhan wilayah
6. Memiliki fungsi dan peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup.
7. Memiliki fungsi dan peran strategis dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan aset budaya, termasuk di dalamnya aspek sejarah dan keurbakalaan
8. Memiliki kesiapan dan dukungan masyarakat;
9. Memiliki kekhususan dari wilayah.
10. Berada di wilayah tujuan kunjungan pasar wisatawan utama dan pasar wisatawan potensial nasional
11. Memiliki potensi kecenderungan produk wisata masa depan

Berdasarkan kriteria tersebut, kemudian dilakukan survey lapangan terkait Kondisi riil objek wisata yang memiliki kemungkinan pengembangan di kemudian hari. Penilaian potensi objek wisata di Kabupaten Grobogan didasarkan pada hasil survei lapangan yang telah dilakukan dengan melalui berbagai macam tahapan atau proses diantaranya adalah melalui proses identifikasi kondisi objek wisata di lapangan.

Dari hasil identifikasi yang dilaksanakan, pariwisata Kabupaten Grobogan memiliki karakteristik sebagai berikut :

a. Karakteristik wisatawan.

1. Dilihat dari asalnya, wisatawan dari Kabupaten Grobogan dapat dibedakan menjadi :

- Wisnus lokal : yaitu wisatawan yang berasal dari daerah sekitar obyek wisata
- Wisnus regional : yaitu wisatawan yang berasal dari daerah yang relatif jauh dari obyek wisata , atau berasal dari luar kota / luar Kabupaten Grobogan.

2. Dilihat dari usianya, wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Grobogan dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu : anak – anak, remaja dan orang tua.

3. Berdasarkan motivasinya, wisatawan yang berkunjung dapat dikelompokkan menjadi :

- Rekreasi
- Melihat atau mengikuti upacara yang bernafaskan ritual sejarah dan keagamaan
- Melihat atraksi seni budaya khas daerah setempat

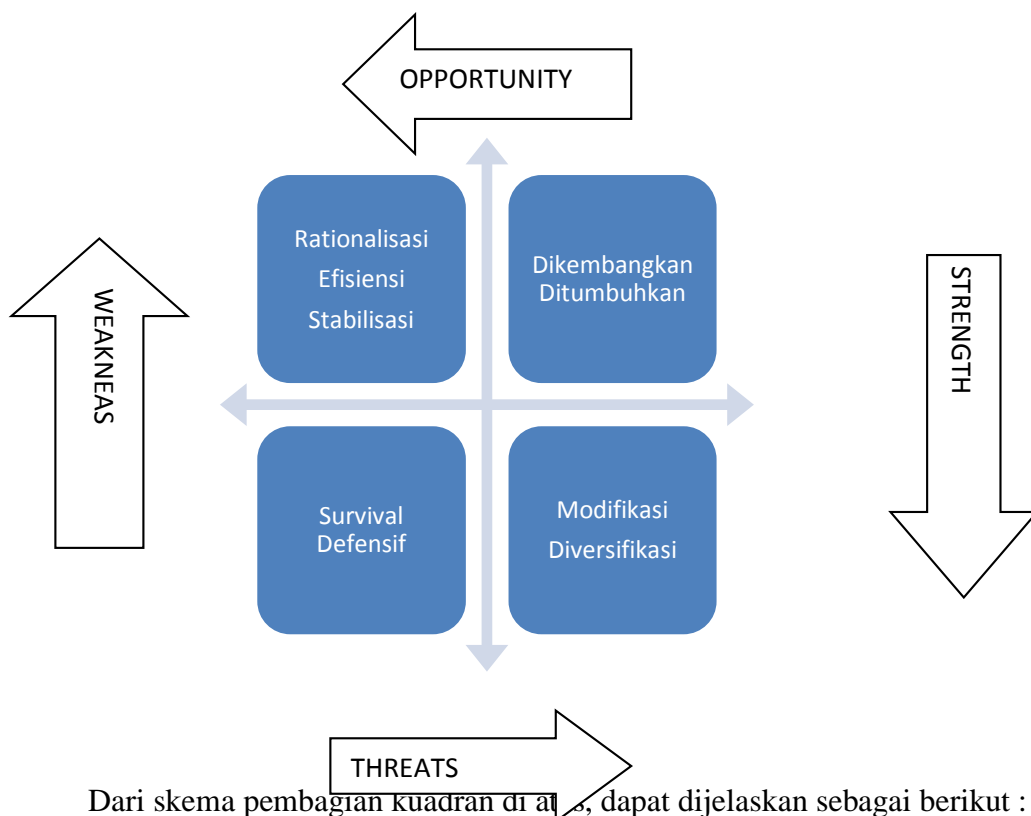
b. Pola arus wisatawan

Pola arus wisatawan yang terbentuk di destinasi Kabupaten Grobogan tidak terlepas dari letak geografis dan jaringan jalan yang ada. Kabupaten Grobogan terletak berdekatan dengan Kabupaten Demak dan Kota Surakarta, serta Kota Semarang, dengan demikian sangat potensial untuk menunjang perencanaan paket wisata.

c. Pendekatan Pengembangan Obyek Wisata

Dalam pembagian wilayah pengembangan pariwisata Jawa Tengah, Kabupaten Grobogan termasuk dalam sub DTW B (unit kawasan wisata Purwodadi – Blora). Pengembangan obyek wisata di DTW B ditekankan pada pengembangan yang disesuaikan dengan potensi yang dimiliki dan permintaan pasar yang menonjol.

Untuk menentukan strategi pengembangan Pariwisata di Kabupaten Grobogan, maka langkah awal yang harus dilakukan adalah menentukan arah pengembangan dan nilai potensi dari setiap obyek wisata. Untuk merumuskan hal tersebut, maka analisa dilakukan dengan metode analisis SWOT dengan skema pembagian kwadran sebagai berikut :



Dari skema pembagian kwadran di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

**Kwadran I :**

*Strenght* (kekuatan) dan *opportunity* (kesempatan) positif. Kondisi yang ada untuk melakukan pembangunan infrastruktur, baru dimungkinkan *growth* jika dana, peralatan dan tenaga kerja ada serta teknologi pun dimiliki.

**Kuadran II :**

*Opportunity* (kesempatan) positif dan *weakness* (kelemahan) negatif. Pada kondisi ini, usaha yang dimaksudkan adalah dengan rasionalisasi, efisiensi dan stabilisasi. Maksudnya tindakan yang dilakukan dapat masuk akal, hemat dengan apa yang dimiliki dan dapat tercipta keadaan yang stabil.

**Kuadran III :**

*Weakness* (kelemahan) dan *threats* (ancaman) negatif. Kondisi ini merupakan yang terburuk diantara kuadran lainnya. Karena semua serba kekurangan, maka yang dapat dilakukan adalah dengan menciptakan keadaan agar tetap dapat bertahan hidup.

**Kuadran IV :**

*Threats* (ancaman) negatif dan *Strenght* (kekuatan) positif. Usaha yang dilakukan pada kondisi ini adalah dengan perubahan – perubahan. Kebijakan yang lalu diperbaiki sesuai dengan perkembangan kebutuhan dan sumber daya yang dimiliki.

Dari hasil observasi dan pengamatan maka dapat disimpulkan bahwa obyek wisata yang memiliki potensi sebagai destinasi wisata regional dan nasional adalah

:

1. Api Abadi Mrapen

Obyek wisata Api Abadi Mrapen terletak di Desa Manggarmas, Kecamatan Godong, berjarak 20 km dari kota purwodadi ke arah Semarang. Obyek wisata Api Abadi Mrapen memiliki areal perencanaan 400 ha. Berada di ketinggian 18 mdpl dengan topografi datar dengan kemiringan lereng 0 – 2%. Seperti kawasan Kabupaten Grobogan yang lain, kawasan obyek wisata ini memiliki suhu cukup panas antara 28 – 36<sup>0</sup> C dengan kondisi hidrologi air keruh dan mengandung gas.

Berdasarkan status penguasaan tanahnya, obyek wisata api abadi mrapen hingga kini masih merupakan milik penduduk sehingga untuk pengembangan kawasan tersebut memerlukan pendekatan khusus yang masif dan intensif kepada masyarakat sekitar.

Tabel 4.1. Potensi dan Permasalahan Pengembangan Obyek Wisata Api Abadi Mrapen

No	Aspek	Kekuatan	(+)	Kelemahan	(-)	Peluang	(+)	Ancaman	(-)	Rekomendasi
1	Obyek Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karakteristik obyek wisata menarik</li> <li>• Alternatif kegiatan yang dapat dilakukan beragam</li> </ul>	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obyek wisata belum dimanfaatkan secara optimal</li> <li>• Kualitas dan daya tarik obyek wisata relatif kurang memadai</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dekat dengan jalur dan obyek wisata nasional seperti Kraton Solo, Masjid Demak dan Pariwisata lokal yang terkait</li> </ul>	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena berdekatan dengan obyek wisata yang lebih menarik, maka kurang mendapat perhatian dari</li> </ul>	3	Kuadran I



							wisatawan			
2	Sistem transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat jaringan jalan dengan akses yang proporsional</li> <li>• Adanya sarana angkutan umum</li> </ul>	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jarak antar obyek wisata yang relatif jauh menimbulkan dampak fisik dan psikologis dalam kunjungan ke lebih dari satu obyek wisata.</li> </ul>	3	Dilalui jalan provinsi yang menghubungkan Purwodadi dengan daerah terkait regional dan lokal	5	Kecenderungan wisatawan yang lebih suka menggunakan rute lain	3	Kuadran II
3	Tata ruang	Kesesuaian tata ruang daerah pengembangan wisata	3	Tidak adanya lahan untuk pengembangan wisata	5	Kesesuaian tata ruang sebagai daerah pengembangan pariwisata	3	Bersaing dengan tata ruang kawasan lain	5	Kuadran III
4	Sarana akomodasi dan penunjang pariwisata	Secara kualitatif dan kuantitatif cukup baik (kelas melati – bintang 2)	3	Persebaran hotel belum merata, masih terkonsentrasi di Kota Purwodadi	5	Sarana wisata masih dapat dikembangkan	5	Keberadaan sarana wisata yang lebih tinggi taraf pelayanannya (akomodasi di Kota Semarang dan sekitarnya)	3	Kuadran III

5	Pemasaran wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerjasama dengan lokasi sekitar sudah cukup efektif</li> <li>• Peningkatan promosi secara langsung dan tidak langsung sudah cukup baik</li> </ul>	5	Kemampuan pemasaran atau promosi pariwisata masih terbatas	3	Terdapatnya industri pariwisata yang dipasarkan secara baik dalam skala nasional	5	Pemasaran yang dilakukan oleh daerah sekitar dalam persaingan	3	Kuadran I
6	Industri penunjang pariwisata	Terdapat industri kerajinan bambu, kayu dan bordir	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk belum begitu baik</li> <li>• Terbatasnya modal sehingga proses produksi terhambat</li> <li>• Pangsa pasar belum memadai</li> </ul>	3	Adanya kerajinan bambu, kayu dan tenun yang dapat dijadikan souvenir	5	Pesaing potensial dari kawasan sekitar	3	Kuadran II
7	Kelembagaan dan Pengelolaan	Terdapat dinas pariwisata	3	Keterbatasan tenaga ahli dalam pengelolaan	5	Kerjasama yang didukung oleh pemerintah daerah	5	Adanya overlapping pengelolaan dengan banyak pihak terkait	3	Kuadran II

8	Investasi	Tersedianya anggaran APBD untuk pengembangan	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alokasi APBD yang terbatas</li> <li>• Kurang minatnya kalangan swasta untuk menanamkan investasi</li> </ul>	5	Adanya investor yang berminat	5	Daerah lain yang lebih atraktif terhadap penanaman modal	3	Kuadran II
9	Kebijakan	Dukungan pemerintah untuk pengembangan	3	Belum adanya ketegasan administrasi dan yuridis formal yang mengatur pengembangan pariwisata yang berkelanjutan	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya otonomi daerah yang memungkinkan peluang lebih besar untuk pengembangan daerah</li> </ul>	5	Kebijakan yang kurang mendukung	3	Kuadran II

Keterangan :

- Pada kuadran I : dalam arti bisa dikembangkan dan ditumbuhkan adalah aspek : obyek wisata dan pemasaran wisata.
- Pada kuadran II : dalam arti perlu dilakukan rasionalisasi, efisiensi dan stabilisasi adalah aspek sistem transportasi, industri penunjang pariwisata, kelembagaan, investasi dan kebijakan.
- Pada kuadran III : dalam arti survival defentif adalah aspek tata ruang.

## 2. Bledug Kuwu

Bledug Kuwu terletak di Desa Kuwu, Kecamatan Kradenan, 28 km ke arah timur dari kota Purwodadi. Memiliki area perencanaan 600 ha dan berada pada ketinggian 40 mdpl. Bledug Kuwu memiliki topografi datar hingga landai dengan kemiringan lereng 0 – 2 %. Mikro reliefnya banyak dipengaruhi oleh aktifitas alami bledug kuwu tersebut. Penggunaan tanah pada aera bledug Kuwu berupa pekarangan, tanah tegal, tambak dan lain – lain. Berdasarkan status tanahnya, kawasan bledug kuwu merupakan tanah pemerintah yang saat ini dimanfaatkan penduduk untuk membuat garam.

Pada kawasan ini terdapat atraksi wisata yang menarik yaitu adanya proses geologi berupa letupan lumpur panas dari dalam perut bumi. Air yang keluar bersamaan dengan lumpur tersebut dapat diuapkan untuk dijadikan garam. Proses geologi ini sangat langka dan jarang ditemui.

Tabel 4.2. Potensi dan Permasalahan Pengembangan Obyek Wisata Bledug Kuwu

No	Aspek	Kekuatan	(+)	Kelemahan	(-)	Peluang	(+)	Ancaman	(-)	Rekomendasi
1	Obyek Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karakteristik obyek wisata menarik</li> <li>• Pemandangan alam sekitar yang indah</li> </ul>	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obyek wisata belum dimanfaatkan secara optimal</li> <li>• Kualitas dan daya tarik obyek wisata relatif</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dekat dengan jalur dan obyek wisata nasional seperti Kraton Solo, Masjid Demak dan Pariwisata</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena berdekatan dengan obyek wisata yang lebih menarik, maka kurang mendapat</li> </ul>	1	Kuadrant I

				kurang memadai		a lokal yang terkait		perhatian dari wisatawan		
2	Sistem transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat jaringan jalan dengan akses yang proporsional</li> <li>• Adanya sarana angkutan umum</li> </ul>	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jarak antar obyek wisata yang relatif jauh menimbulkan dampak fisik dan psikologis dalam kunjungan ke lebih dari satu obyek wisata.</li> </ul>	1	Dilalui jalan provinsi yang menghubungkan Purwodadi dengan daerah terkait regional dan lokal	3	Kecenderungan wisatawan yang lebih suka menggunakan rute lain	1	Kuadran I
3	Tata ruang	Kesesuaian tata ruang daerah pengembangan wisata	3	Belum adanya penggunaan peluang wisata yang spesifik dalam perencanaan tata ruang	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian tata ruang sebagai daerah pengembangan pariwisata</li> <li>• Jumlah ruang untuk pengembangan</li> </ul>	3	Bersaing dengan tata ruang kawasan lain	1	Kuadran II
4	Sarana akomodasi	Secara kualitatif dan kuantitatif cukup baik	5	Persebaran hotel belum merata	1	Sarana wisata masih dapat dikembangkan	3	Keberadaan sarana wisata yang lebih tinggi taraf	1	Kuadran I

							pelayanannya (akomodasi di Kota Semarang dan sekitarnya)			
5	Pemasaran wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerjasama dengan lokasi sekitar sudah cukup efektif</li> <li>• Peningkatan promosi secara langsung dan tidak langsung sudah cukup baik</li> </ul>	3	Kemampuan pemasaran atau promosi pariwisata masih terbatas	1	Terdapatnya industri pariwisata yang dipasarkan secara baik dalam skala nasional	3	Pemasaran yang dilakukan oleh daerah sekitar dalam persaingan	1	Kuadran I
6	Industri penunjang pariwisata	Terdapat industri garam rakyat	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk belum begitu baik</li> <li>• Terbatasnya modal sehingga proses produksi terhambat</li> <li>• Pangsa pasar</li> </ul>	1	Adanya kerajinan garam yang dapat dijadikan souvenir dan peluang industri spa	3	Pesaing potensial dari kawasan sekitar	1	Kuadran I

				belum memadai						
7	Kelembagaan dan Pengelolaan	Terdapat dinas pariwisata	3	Keterbatasan tenaga ahli dalam pengelolaan	1	Kerjasama yang didukung oleh pemerintah daerah	3	Adanya overlapping pengelolaan dengan banyak pihak terkait	1	Kuadran I
8	Investasi	Tersedianya anggaran APBD untuk pengembangan	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alokasi APBD yang terbatas</li> <li>• Kurang minatnya kalangan swasta untuk menanamkan investasi</li> </ul>	1	Adanya investor yang berminat	3	Daerah lain yang lebih atraktif terhadap penanaman modal	1	Kuadran I
9	Kebijakan	Dukungan pemerintah untuk pengembangan	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum adanya ketegasan administrasi dan yuridis formal yang mengatur pengembangan pariwisata yang berkelanjutan</li> </ul>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya otonomi daerah yang memungkinkan peluang lebih besar untuk pengembangan daerah</li> </ul>	3	Kebijakan yang kurang mendukung	1	Kuadran I

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum adanya keterpaduan lintas sektoral yang memungkinkan terciptanya iklim pembangunan yang mendorong kegiatan kepariwisataan</li> </ul>						
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

Keterangan :

- Pada Kuadran I : aspek yang bisa dikembangkan adalah aspek obyek wisata, sistem transportasi, sarana akomodasi, pemasaran wisata, industri penunjang wisata, kelembagaan dan pengelolaan, investasi dan keijakan.
- Pada kuadran II : aspek yang dapat dilakukan rasionalisasi, efisiensi dan stabilisasi adalah aspek tata ruang.

### 3. Wadug Kedung Ombo

Wadug Kedung ombo terletak di perbatasan 3 Kabupaten, yaitu Kabupaten Boyolali, Grobogan dan Sragen. Dilihat secara regional, perletakan



wadug memiliki aksesabilitas yang baik dari jalur regional, dan dapat dicapai dengan mudah dari ketiga Kabupaten.

Sebagai lingkungan buatan yang menyatu dengan alam lingkungannya, area sekitar wadug memiliki arti paling penting bagi kedung ombo, sehingga area di sekitar *Main Dam* merupakan daerah yang paling menarik dan paling potensial untuk dikembangkan menjadi obyek wisata baru. Sedangkan daerah lainnya hanya merupakan genangan dan wadug saja.

Tabel 4.3. Potensi dan Permasalahan Pengembangan Obyek Wisata Kedung Ombo

No	Aspek	Kekuatan (+)	Kelemahan (-)	Peluang (+)	Ancaman (-)	Rekomendasi
1	Obyek Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karakteristik obyek wisata menarik</li> <li>• Pemandangan alam sekitar yang indah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obyek wisata belum dimanfaatkan secara optimal</li> <li>• Kualitas dan daya tarik obyek wisata relatif kurang memadai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dekat dengan jalur dan obyek wisata nasional seperti Kraton Solo, Masjid Demak dan Pariwisata lokal yang terkait</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena berdekatan dengan obyek wisata yang lebih menarik, maka kurang mendapat perhatian dari wisatawan</li> </ul>	Kuadran I
2	Sistem transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat jaringan jalan dengan akses yang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jarak antar obyek wisata yang relatif jauh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dilalui jalan provinsi yang menghubungkan Purwodadi dengan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kecenderungan wisatawan yang lebih suka menggunakan rute lain</li> </ul>	Kuadran II

		proporsional • Adanya sarana angkutan umum		menimbulkan dampak fisik dan psikologis dalam kunjungan ke lebih dari satu obyek wisata.		daerah terkait regional dan lokal				
3	Tata ruang	Kesesuaian tata ruang daerah pengembangan wisata	3	Belum adanya penggunaan peluang wisata yang spesifik dalam perencanaan tata ruang	1	• Kesesuaian tata ruang sebagai daerah pengembangan pariwisata • Jumlah ruang untuk pengembangan	3	Bersaing dengan tata ruang kawasan lain	1	Kuadran II
4	Sarana akomodasi	Secara kualitatif dan kuantitatif cukup baik	3	Persebaran hotel belum merata	1	Sarana wisata masih dapat dikembangkan	3	Keberadaan sarana wisata yang lebih tinggi taraf pelayanannya (akomodasi di Kota Semarang dan sekitarnya)	1	Kuadran I
5	Pemasaran wisata	• Kerjasama dengan lokasi sekitar	3	Kemampuan pemasaran atau promosi pariwisata	1	Terdapatnya industri pariwisata yang dipasarkan	3	Pemasaran yang dilakukan oleh daerah sekitar	1	Kuadran I

		<p>sudah cukup efektif</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan promosi secara langsung dan tidak langsung sudah cukup baik</li> </ul>		<p>masih terbatas</p>		<p>secara baik dalam skala nasional</p>		<p>dalam persaingan</p>		
6	Industri penunjang pariwisata	<p>Terdapat industri kerajinan bordir, industri gula kelapa dan anyaman pandan</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk belum begitu baik</li> <li>• Terbatasnya modal sehingga proses produksi terhambat</li> <li>• Pangsa pasar belum memadai</li> </ul>	3	<p>Adanya kerajinan yang dapat dijadikan souvenir</p>	3	<p>Pesaing potensial dari kawasan sekitar</p>	1	<p>Kuadran II</p>
7	Kelembagaan dan Pengelolaan	<p>Terdapat dinas pariwisata</p>	3	<p>Keterbatasan tenaga ahli dalam pengelolaan</p>	3	<p>Kerjasama yang didukung oleh pemerintah daerah</p>	3	<p>Adanya overlapping pengelolaan dengan banyak pihak terkait</p>	1	<p>Kuadran II</p>
8	Investasi	<p>Tersedianya anggaran APBD untuk</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alokasi APBD yang terbatas</li> </ul>	3	<p>Adanya investor yang berminat</p>	3	<p>Daerah lain yang lebih atraktif terhadap</p>	1	<p>Kuadran II</p>

		pengembangan		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang minatnya kalangan swasta untuk menanamkan investasi</li> </ul>			penanaman modal			
9	Kebijakan	Dukungan pemerintah untuk pengembangan	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum adanya ketegasan administrasi dan yuridis formal yang mengatur pengembangan pariwisata yang berkelanjutan</li> <li>• Belum adanya keterpaduan lintas sektoral yang memungkinkan terciptanya iklim pembangunan yang</li> </ul>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya otonomi daerah yang memungkinkan peluang lebih besar untuk pengembangan daerah</li> </ul>	3	Kebijakan yang kurang mendukung	1	Kuadran I

				mendor ong kegiata n kepariw isataan						
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

Keterangan :

- Pada Kuadran I dalam arti bisa dikembangkan dan ditubuhkan yaitu adalah aspek obyek wisata, sarana penunjang wisata (akomodasi), pemasaran wisata dan aspek kebijakan.
- Pada Kuadran II dalam arti rasionalisasi efisiensi dan stabilisasi adalah aspek sistem transportasi, tata ruang, industri penunjang pariwisata, kelembagaan dan pengelolaan, dan aspek investasi.

#### 4. Goa Lawa/ Goa Macan

Goa lawa dan Goa Macan terletak berdampingan berada di pegunungan kendeng utara tepatnya di desa sedayu Kecamatan Grobogan. Luas kedua Goa tersebut 1800 m<sup>2</sup>, didalamnya tidak terdapat sungai namun terdapat staaktit dan stalakmit yag sangat indah. Untuk menuju lokasi sudah ada jalan masuk berupa makadam, sehingga prospektif untuk dijadikan obyek wisata.

Tabel 4.4. Potensi dan Permasalahan Pengembangan Obyek Wisata Goa Lawa dan Goa Macan

N o	Aspek	Kekuatan	(+ )	Kelemahan	(-)	Peluang	(+ )	Ancaman	(-)	Reko mend asi
1	Obyek Wisata	• Karakte ristik obyek	5	• Obyek wisata belum	3	• Dekat dengan jalur dan	5	• Karena berdeka tan	3	Kuad ran I

		<p>wisata menarik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemandangan alam sekitar yang indah</li> </ul>		<p>dimanfaatkan secara optimal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas dan daya tarik obyek wisata relatif kurang memadai</li> </ul>		<p>obyek wisata nasional seperti Kraton Solo, Masjid Demak dan Pariwisata lokal yang terkait</p>		<p>dengan obyek wisata yang lebih menarik, maka kurang mendapat perhatian dari wisatawan</p>		
2	Sistem transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat jaringan jalan dengan akses yang proporsional</li> <li>• Adanya sarana angkutan umum</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jarak antar obyek wisata yang relatif jauh menimbulkan dampak fisik dan psikologis dalam kunjungan ke lebih dari satu obyek wisata.</li> </ul>	5	Dilalui jalan provinsi yang menghubungkan Purwodadi dengan daerah terkait regional dan lokal	5	Kecenderungan wisatawan yang lebih suka menggunakan rute lain	3	Kuadran II
3	Tata ruang	Kesesuaian tata ruang daerah pengembangan wisata	5	Belum adanya peluang wisata yang spesifik dalam perencanaan tata ruang	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian tata ruang sebagai daerah pengembangan pariwisata</li> </ul>	5	Bersaing dengan tata ruang kawasan lain	1	Kuadran I

						• Jumlah ruang untuk pengembangan				
4	Sarana penunjang wisata	Tidak ada nilai kekuatan	1	Belum ada sarana penunjang pariwisata yang memadai	3	Sarana wisata masih dapat dikembangkan	5	Keberadaan sarana wisata yang lebih tinggi taraf pelayanannya (akomodasi di Kota Semarang dan sekitarnya)	1	Kuadran II
5	Pemasaran wisata	Tidak ada nilai kekuatan	1	Kemampuan pemasaran atau promosi pariwisata masih terbatas	3	Belum banyak dikembangkan industri pariwisata sejenis yang telah dipasarkan secara cukup baik dalam skala nasional	5	Pemasaran yang dilakukan oleh daerah sekitar dalam persaingan	1	Kuadran II
6	Industri penunjang pariwisata	Terdapat industri kerajinan Besi dan mebelair	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk belum begitu baik</li> <li>• Terbatasnya modal sehingga proses produksi terhambat</li> </ul>	3	Industri penunjang belum dikembangkan	5	Pesaing potensial dari kawasan sekitar	1	Kuadran II

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pangsa pasar belum memadai</li> </ul>						
7	Kelembagaan dan Pengelolaan	Tidak ada nilai kekuatan	1	Keterbatasan tenaga ahli dalam pengelolaan	3	Kerjasama yang didukung oleh pemerintah daerah	3	Adanya overlapping pengelolaan dengan banyak pihak terkait	1	Kuadran II
8	Investasi	Tersedianya anggaran APBD untuk pengembangan	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alokasi APBD yang terbatas</li> <li>• Kurang minatnya kalangan swasta untuk menanamkan investasi</li> </ul>	3	Adanya investor yang berminat	5	Daerah lain yang lebih atraktif terhadap penanaman modal	1	Kuadran I
9	Kebijakan	Merupakan embrio rencana pegeban pariwisata yang menjadi konsentrasi pemerintah	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum adanya ketegasan administrasi dan yuridis formal yang mengatur pengembangan pariwisata yang berkelanjutan</li> </ul>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya otonomi daerah yang memungkinkan peluang lebih besar untuk pengembangan daerah</li> </ul>	5	Kebijakan yang kurang mendukung	1	Kuadran I



				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum adanya keterpaduan lintas sektoral yang memungkinkan terciptanya iklim pengembangan yang mendorong kegiatan kepariwisataan</li> </ul>						
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Keterangan :

- Kuadran I : dimana aspek yang bisa dikembangkan dan ditumbuhkan adalah aspek obyek wisata, tata ruang, investasi dan kebijakan
- Kuadran II : dimana aspek yang perlu dilakukan rasionalisasi, efisiensi dan stabilisasi adalah aspek sistem transportasi, sarana dan prasarana penunjang wisata, pemasaran wisata, industri penunjang wisata serta kelembagaan dan pengelolaan.

##### 5. Sendang Jati Pohon

Obyek wisata ini terletak di Desa Sumber Jati Pohon Grobogan. 10 km dari Kota Purwodadi ke arah Pati. Kawasan wisata sendang Jati Pohon belum memiliki

sarana dan prasarana yang memadai namun memiliki potensi yang besar. Dengan adanya mata air dari sumber mata air alam, memungkinkan dikembangkannya obyek wisata air. Selain itu terletak di pegunungan dengan suhu udara dingin dan pemandangan kota Purwodadi dari atas bukit, kawasan ini cocok sebagai pelepas penat dan tempat peristirahatan. Saat ini juga sedang dikembangkan kebun buah yang dikelola oleh pribadi.

Tabel 4.5. Potensi dan Permasalahan Pengembangan Obyek Wisata Sendang Jati Pohon.

No	Aspek	Kekuatan (+)	Kelemahan (-)	Peluang (+)	Ancaman (-)	Rekomendasi
1	Obyek Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karakteristik obyek wisata menarik</li> <li>• Alternatif kegiatan yang dapat dilakukan beragama</li> <li>• Pemandangan alam sekitar yang indah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obyek wisata belum dimanfaatkan secara optimal</li> <li>• Kualitas dan daya tarik obyek wisata relatif kurang memadai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dekat dengan jalur dan obyek wisata nasional seperti Kraton Solo, Masjid Demak dan Pariwisata lokal yang terkait</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena berdekatan dengan obyek wisata yang lebih menarik, maka kurang mendapat perhatian dari wisatawan</li> </ul>	Kuadran I

2	Sistem transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat jaringan jalan dengan akses yang proporsional</li> <li>• Adanya sarana angkutan umum</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jarak antar obyek wisata yang relatif jauh menimbulkan dampak fisik dan psikologis dalam kunjungan ke lebih dari satu obyek wisata.</li> </ul>	1	Dilalui jalan provinsi yang menghubungkan Purwodadi dengan daerah terkait regional dan lokal	3	Kecenderungan wisatawan yang lebih suka menggunakan rute lain	1	Kuadran II
3	Tata ruang	Kesesuaian tata ruang daerah pengembangan wisata	3	Belum adanya penggunaan peluang wisata yang spesifik dalam perencanaan tata ruang	1	Kesesuaian tata ruang sebagai daerah pengembangan pariwisata	3	Bersaing dengan tata ruang kawasan lain	1	Kuadran I
4	Sarana penunjang wisata	Secara kualitatif dan kuantitatif cukup baik (kelas melati – bintang 2)	3	Persebaran hotel belum merata, masih terkonsentrasi di Kota Purwodadi	1	Sarana wisata masih dapat dikembangkan	3	Keberadaan sarana wisata yang lebih tinggi taraf pelayanannya (akomodasi di Kota Semarang dan sekitarnya)	1	Kuadran I

5	Pemasaran wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerjasama dengan lokasi sekitar sudah cukup efektif</li> <li>• Peningkatan promosi secara langsung dan tidak langsung sudah cukup baik</li> </ul>	3	Kemampuan pemasaran atau promosi pariwisata masih terbatas	1	Terdapatnya industri pariwisata yang dipasarkan secara baik dalam skala nasional	3	Pemasaran yang dilakukan oleh daerah sekitar dalam persaingan	1	Kuadran I
6	Industri penunjang pariwisata	Terdapat industri kerajinan besi dan mebelair	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk belum begitu baik</li> <li>• Terbatasnya modal sehingga proses produksi terhambat</li> <li>• Pangsa pasar belum memadai</li> </ul>	1	Adanya kerajinan yang dapat dijadikan souvenir	3	Pesaing potensial dari kawasan sekitar	1	Kuadran I
7	Kelembagaan dan Pengelolaan	Terdapat dinas pariwisata	3	Keterbatasan tenaga ahli dalam pengelolaan	1	Kerjasama yang didukung oleh pemerintah daerah	3	Adanya overlapping pengelolaan dengan banyak pihak terkait	1	Kuadran I

8	Investasi	Tersedianya anggaran APBD untuk pengembangan	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alokasi APBD yang terbatas</li> <li>• Kurang minatnya kalangan swasta untuk menanamkan investasi</li> </ul>	3	Adanya investor yang berminat	3	Daerah lain yang lebih atraktif terhadap penanaman modal	1	Kuadran II
9	Kebijakan	Dukungan pemerintah untuk pengembangan	3	Belum adanya ketegasan administrasi dan yuridis formal yang mengatur pengembangan pariwisata yang berkelanjutan	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya otonomi daerah yang memungkinkan peluang lebih besar untuk pengembangan daerah</li> </ul>	5	Kebijakan yang kurang mendukung	3	Kuadran II

Keterangan :

- Pada Kuadran I : dalam arti bisa dikembangkan dan ditumbuhkan adalah aspek obyek wisata, sistem transportasi, tata ruang, sarana penunjang wisata, pemasaran wisata, kelembagaan dan pengelolaan.
- Dalam kuadran II : dalam arti rasionalisasi efisiensi dan stabilisasi adalah aspek investasi dan kebijakan.

Dari penelitian pendahuluan mengenai potensi pengembangan pariwisata Kabupaten Grobogan, maka dapat disimpulkan bahwa industri pariwisata di Kabupaten Grobogan memiliki potensi untuk dikembangkan.

Sedangkan obyek wisata dan atraksi wisata lain di Kabupaten Grobogan juga memiliki atraksi yang menarik dan ciri khas tersendiri, namun kelima kawasan ini akan dijadikan sentral pengembangan, sedangkan obyek wisata lain merupakan obyek wisata pendukung yang akan melengkapi paket industri pariwisata di Kabupaten Grobogan.

## **4..2.Penyusunan Skenario**

### **4.2.1. Kekuatan Penentu Utama Pariwisata di Kabupaten Grobogan**

Penentuan faktor – faktor yang mempengaruhi industri pariwisata di Kabupaten Grobogan dilakukan melalui *depth dive interview* kepada sumber data penelitian yang di triangulasikan dengan *desk research*.

(Nedelea, 2008) dalam penelitiannya tentang *Marketing Strategies Of Tourism In Romania*. Dari hasil penelitiannya menemukan bahwa strategi bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pariwisata di Romania dan yang paling dominan adalah obyek dan produk wisata. Strategi bauran pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, karena bauran pemasara merupakan faktor kunci dalam memasarkan produk.

Menurut Weaver & Lowton dalam Giva Pavule (2006) faktor penarik didefinisikan sebagai sesuatu kekuatan yang dapat membantu untuk merangsang sebuah produk wisata dengan menarik konsumen kepada suatu destinasi tertentu  
Sub faktor yang termasuk dalam faktor penarik adalah:

- a. Aksesibilitas. Sarana dan infrastuktur yang baik seperti transportasi, telepon umum, ketertiban jalan raya, trotoar untuk pejalan kaki dan lain-lain dapat menjadi faktor penarik utama bagi wisatawan dalam memilih negara destinasi.
- b. Ketersediaan jasa atau *service*. Kesuksesan suatu produk pariwisata seringkali bergantung pada ketersediaan atas fasilitas-fasilitas jasa, seperti akomodasi, makanan dan minuman, *travel agency*, Souvenir, iklan media masa dan lain-lain.
- c. Budaya. Berdasarkan Mc Intosh, salah satu dari empat motivasi berpergian adalah budaya, yang berarti keinginan untuk memperoleh keinginan untuk memperoleh pengetahuan negara lain, seperti musik, seni, tari, cerita rakyat dan agama. Sedangkan Ross dalam Giva Pavule (2006:27) berpendapat wisatawan ingin mencari pengalaman lain dalam hal budaya yang mana berhubungan dengan budaya mereka sendiri.
- d. Stabilitas politik dan keamanan. Stabilitas politik dan keamanan suatu daerah atau negara merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan negara destinasi.
- e. Ketersediaannya atraksi. Kemampuan suatu destinasi untuk menarik konsumen bergantung oleh beberapa faktor, seperti kualitas, kuantitas, keanekaragaman, keunikan dari suatu atraksi atau hiburan dalam Weaver & Lowton dalam Pavule Giva (2006: 27). Ketersediaan suatu atraksi merupakan bagian yang vital untuk menciptakan permintaan pariwisata karena atraksi-atraksi adalah suatu produk yang di jual kepada pengunjung.

Dari hasil interview pada sumber data penelitian maka dapat ditentukan faktor yang menjadi penentu utama keberhasilan industri pariwisata di Kabupaten

Grobogan. Penentuan faktor penentu utama ini kemudian dikelompokkan dalam penilaian:

- a. Kelompok kekuatan penentu utama (*Driving force*) : kecenderungan / Trend (T) atau ketidak pastian / *uncerteinties* (U)
- b. Pengaruh : Langsung (L) atau Tidak Langsung (TL)
- c. Signifikansi : Signifikan (S) atau Tidak Signifikan (TS)
- d. Tingkat Pengaruh : Besar (B), Sedang (S), atau Kecil (K)
- e. Arah / sifat pengaruh : Positif (P) dan negative (N).

Dari hasil pembahasan, maka kekuatan penentu utama industri pariwisata di Kabupaten Grobogan adalah sebagai berikut :

#### 1. Kemajuan Teknologi

Teknologi Informasi pariwisata berarti adanya suatu Sistem Informasi Manajemen yang berbasis pada pengolahan data elektronik. Seiring meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, kebutuhan untuk berliburpun semakin meningkat sehingga diperlukan suatu informasi tentang tujuan wisata, obyek wisata yang menarik, sarana yang tersedia seperti transportasi, produk wisata dan sebagainya, namun demikian seringkali wisatawan atau calon wisatawan baik lokal maupun mancanegara mengalami kesulitan untuk memperoleh informasi tersebut karena tidak mengetahui dimana dan dari siapa informasi bisa didapatkan. Oleh karena itu informasi dibidang pariwisata perlu disiapkan dengan baik dan terstruktur agar publik dapat mengakses dengan mudah.

Pemerintar Republik Indonesia sudah berupaya untuk memanfaatkan teknologi ini dalam optimalisasi sektor pariwisata yaitu dengan meluncurkan portal



website pariwisata. Akan tetapi portal tersebut belum mencakup optimalisasi pemasaran paket wisata karena informasi yang diberikan melalui website pariwisata belum memadai dan tidak bersifat interaktif dengan wisatawan yang membutuhkan informasi lengkap, juga belum terintegrasinya website-website pariwisata dengan dengan sistem informasi komponen lain dalam industri pariwisata seperti industri penerbangan, pelayaran, asuransi, agen travel, hotel, dan pengelola obyek wisata sendiri. Hal ini terlihat dari daerah Tujuan Wisata (DTW) yang diinformasikan hanya Jakarta dan Bali, dan belum menyentuh kekayaan pariwisata Indonesia sebagai negara kepulauan dan memiliki anekaragam budaya. Pengembangan kepariwisataan Indonesia masih belum terpadu dan memiliki akses terbatas pada lingkup Nasional. Disamping itu, pengembangan kepariwisataan Indonesia tidak memiliki hubungan dengan kepariwisataan dengan Negara Tetangga (Malaysia, Thailand, dan Singapura). Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata Indonesia belum Optimal dalam mengembangkan e-Tourism.

Sebagai perbandingan, Singapura sudah memiliki sistem informasi kepariwisataan yang terintegrasi melalui Infocomm Development Authority (IDA) telah menjalin kerjasama dengan Singapore Tourism Board (STB) yang diberi nama Digital Concierge. Melalui Concierge, para wisatawan akan diberikan kemudahan informasi berbasis lokasi, mereka juga akan memperoleh berbagai informasi seperti obyek wisata yang menarik di sekitar lokasi tempat wisatawan tersebut berada, informasi tersebut dapat diakses melalui berbagai piranti bergerak seperti ponsel.

Berdasarkan pemahaman diatas, maka kehadiran E-Tourism berperan sangat penting dalam meningkatkan pendapatan pariwisata. Pengoptimalan potensi pariwisata tidak hanya berada dalam arah pembenahan lokasi maupun objek wisata, namun harus diikuti dengan pemafaatan teknologi internet dalam melakukan promosi.

Belajar dari pengalaman Malaysia, persoalan utama yang dihadapi Indonesia dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan kepariwisataan adalah ketidaktersediaan informasi yang menyeluruh tentang potensi pariwisata secara terintegrasi. Hal ini menyebabkan pariwisata Indonesia cenderung tertinggal di banding negara tetangga.

Penggunaan teknologi informasi di Kabupaten Grobogan sudah mulai dilakukan dengan serius, Saat ini, Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (Disporabudpar) Kabupaten Grobogan tengah menggencarkan promosi dengan menggandeng Inbound Tourism Community (IBTC). Berdasarkan rumus ABCGM yang dipopulerkan Arief, IBTC masuk dalam unsur C alias community. Empat elemen lainnya adalah academician, business, government, dan media. Dalam waktu dekat, IBTC akan membawa belasan perwakilan agen travel se-Jateng untuk berkunjung ke Grobogan. IBTC akan memperkenalkan beberapa objek wisata alam dan religi di Grobogan.

Walaupun memiliki dampak positif yang begitu besar untuk saat ini, namun belum dapat dipastikan arah perkembangan teknologi dimasa yang akan datang. Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa teknologi bersifat disruptif yang mampu berubah sangat cepat. Berkaitan di bidang pariwisata adanya dampak dari

penggunaan teknologi juga dapat memiliki dampak negatif sebagaimana bidang yang lain misalnya terkait pergeseran fenomena ketenaga kerjaan yang awalnya diharapkan pariwisata mampu menyerap sebanyak – banyaknya tenaga kerja. Demikian juga dengan dampak sosial dan kultural lain yang akan mengikuti. Seberapa besar perkembangan teknologi dapat mempengaruhi pariwisata di kabupaten Grobogan dan bagaimana bentuk kemajuan teknologi dimasa yang akan datang masih sangat sulit untuk diprediksi.

Implikasi :

Perkembangan teknologi terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan tidak dapat diprediksi (U), memiliki pengaruh Tidak langsung (TL), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Sedang (S) dan arah pengaruh positif (P).

## 2. Stabilitas Politik dan Keamanan

Tingkat gangguan / kerawanan keamanan di suatu obyek wisata akan mempengaruhi ketenangan dan kenyamanan wisatawan selama berada di obyek wisata alam tersebut, disamping itu faktor keamanan tersebut juga akan mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan layak atau tidak obyek wisata alam tersebut untuk dikunjungi.

Kabupaten Grobogan memiliki sejarah kelam sebagai basis gerakan komunis. Pemberontakan PKI pada tahun 1965 meninggalkan jejak tidak sedap. Peristiwa Purwodadi menjadi batu sandungan pertama di era orde baru. Berbagai cara dilakukan untuk meredam eskalasi berita pembantaian massal di Purwodadi. Tak

lama setelah terungkapnya pembunuhan massal di Purwodadi, penguasa militer di Jawa Tengah bersikap reaktif dengan mengawasi setiap pendatang yang memasuki wilayah Kabupaten Grobogan. Namun setelah puluhan tahun berlalu, proses rekonsiliasi konflik berjalan dengan baik, terbukti tidak ada lagi konflik mengenai ideologi komunis yang terjadi.

Berdasarkan data BPS Kabupaten Grobogan pada tahun 2016, struktur pemeluk agama di Kabupaten Grobogan adalah sebagai berikut : Islam (98,86%), Kristen Protestan (0,79%), Katholik (0,23%), Hindu (0,01%), Budha (0,09%). Untuk menjamin kerukunan umat beragama, disetiap Kecamatan diaktifkan Forum Kerukunan Umat Beragama. Konflik beragama di Kabupaten Grobogan bisa dikatakan sangat jarang terjadi, konflik terakhir yang terjadi adalah adanya protes jamaah pengajian Jantiko Mantab terhadap Camat Grobogan atas pernyataannya yang menyinggung jamaah pada tahun 2014, namun dapat diselesaikan dengan kekeluargaan.

Keadaan keamanan merupakan suatu hal yang bersifat volatil. Kondisi keamanan suatu tempat dapat berubah jika terdapat pemantik dan faktor pencetus yang seringkali faktor tersebut muncul secara tiba-tiba.

Implikasi :

Faktor keamanan terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Trend yang Tidak dapat diprediksi (U), memiliki pengaruh langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Positive (P).

### 3. Struktur Usia

Struktur usia penduduk menggambarkan jumlah dan proporsi penduduk dalam kelompok umur tertentu. Menurut usianya, penduduk dikelompokkan menjadi tiga, yakni struktur penduduk muda, dewasa dan tua.

Menurut World Tourism Organisation (2010) demografi merupakan salah satu faktor eksternal yang membentuk permintaan pariwisata dan pembangunan. Hal ini disebabkan perubahan demografis akan berdampak pada pola permintaan *traveling*, termasuk frekuensi, lama tinggal, produk, dan berakibat pada perubahan strategi komunikasi para pelaku bisnis pariwisata. Pada dekade saat ini, masa depan industri pariwisata lebih banyak bertumpu pada negara berkembang. Hal ini disebabkan karena populasi di beberapa negara maju mengalami penuaan. Sementara pada negara berkembang lebih banyak populasi penduduk usia muda dan produktif. Namun tetap terbuka peluang untuk pengembangan pariwisata bagi penduduk usia tua, dimana penduduk dengan usia lebih tua akan memilih tujuan wisata yang lebih menyenangkan seperti wisata keindahan alam, religi, dan permintaan fasilitas jasa akomodasi perhotelan yang berstandar tinggi.

Kabupaten Grobogan sendiri memiliki karakteristik Obyek Wisata yang merupakan wisata alam petualangan dan edukasi dengan fasilitas akomodasi dan transportasi yang belum optimal. Destinasi wisata seperti ini lebih cocok untuk para kaum muda.

Indonesia dengan negara berpola demografi dengan piramida limas, memiliki cadangan penduduk usia muda yang tinggi. Pergeseran struktur usia pada 10 tahun mendatang akan menyebabkan pola penduduk Indonesia berubah dari struktur

penduduk usia muda (median umur dibawah 20 tahun) menjadi penduduk dewasa (intermediate, dengan umur rata – rata 20 s/d 30 tahun), dan akhirnya menjadi struktur penduduk tua (median umur 30 tahun atau lebih). Dengan struktur demikian, maka kebutuhan rekreasi alam dengan kondisi menantang masih relevan.

Implikasi :

Berdasarkan uraian diatas, maka faktor struktur usia termasuk dalam kategori kecenderungan (T), dengan pengaruh tidak langsung (TL), Tidak Signifikan (TS), Tingkat pengaruh Sedang (S), dan bersifat positif (P)

#### 4. Jumlah Penduduk

Badan Pusat Statistik (BPS), pada sensus tahun 2010 menyebutkan Indonesia memiliki jumlah penduduk 237.6 juta orang. Namun, menurut perkiraan-perkiraan belakangan ini (dari berbagai lembaga) Indonesia diperkirakan memiliki lebih dari 260 juta penduduk pada tahun 2017.

Menurut proyeksi yang dilakukan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dengan menilik populasi absolut Indonesia di masa depan, maka negeri ini akan memiliki penduduk lebih dari 270 juta jiwa pada tahun 2025, lebih dari 285 juta jiwa pada tahun 2035 dan 290 juta jiwa pada tahun 2045. Baru setelah 2050 populasi Indonesia akan berkurang, dimana pada saat tersebut dua pertiga populasi Indonesia akan tinggal di wilayah perkotaan.

Saat ini kondisi demografi Indonesia memiliki angka kelahiran dan kesuburan yang turun, namun jumlah penduduk usia produktif meningkat. Dan secara total populasi Indonesia tumbuh secara lambat. Hal ini mengakibatkan populasi

kelompok usia di bawah tiga puluh tahun yang cukup besar (sekitar setengah dari total populasi, sekitar 125 juta penduduk Indonesia), yang secara potensial masuk usia produktif sehingga bisa berfungsi sebagai mesin perekonomian nasional. Demikian juga menjadi pasar yang menjanjikan untuk industri pariwisata.

Implikasi :

Berdasarkan uraian diatas, maka faktor jumlah penduduk termasuk dalam kategori kecenderungan (T), dengan pengaruh tidak langsung (TL), Tidak Signifikan (TS), Tingkat pengaruh Sedang (S), dan bersifat positif (P)

#### 5. Ketersediaan Tenaga Kerja di bidang pariwisata

Industri Pariwisata merupakan suatu industri spesifik dengan kebutuhan sumber daya manusia yang spesifik dan memiliki keahlian khusus pula. Pertumbuhan sektor pariwisata berbanding lurus dengan pertumbuhan industri-industri yang ada didalamnya. Pertumbuhan industri ini juga menyebabkan meningkatnya permintaan tenaga kerja sektor pariwisata. Dari tahun 2008 hingga 2013, terjadi peningkatan jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor pariwisata. Pada tahun 2008 jumlah tenaga kerja di sektor pariwisata sebesar 7,02 juta orang sedangkan pada tahun 2013 meningkat menjadi 10,18 juta orang kemudian pada tahun 2013 tenaga kerja di bidang pariwisata meningkat mencapai 45,01%.

Dalam upaya peningkatan mutu tenaga kerja di bidang pariwisata, pemerintah telah menyusun beberapa regulasi berupa Peraturan Pemerintah, Peraturan Presiden, Keputusan Presiden, dan Peraturan Menteri, antara lain Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Kepariwisata Nasional

(RIPPARNAS), Peraturan Pemerintah Nomor 52 tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata, Peraturan Presiden Nomor 64 tahun 2014 tentang Koordinasi Strategis Lintas Sektor Penyelenggaraan Kepariwisataaan, Peraturan Presiden Nomor 63 tahun 2011 tentang Pengawasan dan Pengendalian Kepariwisataaan, Peraturan Presiden Nomor 79 tahun 2011 tentang Kunjungan Kapal Wisata (Yacht) Asing ke Indonesia, Keputusan Presiden Nomor 22 tahun 2011 tentang Badan Promosi Pariwisata Indonesia, serta Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.106/PW006/-MPEK/2011 tentang Manajemen Pengamanan Hotel.

Pemerintah juga menyelenggarakan program sertifikasi bagi tenaga kerja di bidang pariwisata masyarakat antara lain sertifikasi kompetensi bagi SDM kepariwisataaan sebanyak 33.000 orang. Jumlah lulusan akademi pariwisata pada tahun 2014 saja berjumlah 5.628 orang.

Persentase penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Grobogan mencapai 94,78% di tahun 2015 dengan pengangguran terbuka sebesar 5,22% , dimana mayoritas penyerapan tenaga kerja adalah di sektor pertanian yaitu sebesar 93%. Ketersediaan tenaga kerja dimasa yang akan datang dapat diproyeksikan berdasarkan jumlah penduduk saat ini. Struktur piramida kabupaten Grobogan merupakan struktur piramida dimana penduduk usia muda lebih besar dari pada penduduk usia dewasa, dengan asumsi angka partisipasi sekolah sebesar 67, 5% (pada tahun 2015) untuk kelompok usia 16 – 18 tahun dan adanya fenomena angkatan kerja muda yang lebih senang untuk merantau, maka dapat dikatakan



bahwa Kabupaten Grobogan akan kesulitan untuk mencukupi kebutuhan tenaga kerja di bidang pariwisata.

Implikasi :

Faktor ketersediaan tenaga kerja di bidang pariwisata terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang dapat diprediksi (T), memiliki pengaruh langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Sedang (S) dan arah pengaruh Negatif (N).

#### 6. Ketersediaan pendidikan tinggi di bidang pariwisata

SDM merupakan faktor penentu kualitas pelayanan pariwisata berjalan dengan baik. Pariwisata sangat mementingkan profesionalisme baik dalam pengelolaan investasi maupun dalam pelayanan pariwisata itu sendiri. Selain itu, walaupun pariwisata telah membuka peluang pasar bagi sektor-sektor lain, akibat dari rendahnya SDM peluang tersebut tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. SDM yang rendah dapat menyebabkan mutu barang-barang kerajinan menurun, teknik pemasaran kurang tepat, kurang tepat membaca *trend* pasar, dan lain-lain.

Data The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 dari World Economic Forum (WEF) yang menyebutkan bahwa daya saing sektor pariwisata Indonesia saat ini berada di peringkat 42 dari 116 negara. Laporan itu menyebutkan, daya saing tertinggi Indonesia berada di sisi harga yang rendah. Sementara itu, kualitas SDM dan tenaga kerja masih berada di peringkat 64, pada sisi kesiapan teknologi Indonesia menempati posisi 91.

Saat ini, terdapat empat Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) negeri yang berada di Bandung, Bali, Makassar, dan Medan dimana sekolah tersebut berada dibawah Kemenpar. Sementara itu, jumlah STP swasta jauh lebih banyak dan lokasinya tersebar di seluruh Indonesia. Diharapkan dengan banyaknya STP dan perguruan tinggi pariwisata lainnya, ketersediaan SDM di bidang pariwisata akan meningkat.

Di kabupaten Grobogan sendiri, belum tersedia perguruan tinggi maupun SMK pariwisata, demikian pula kecendrungan minat untuk melanjutkan pendidikan di sekolah tinggi pariwisata cenderung tidak setinggi di pendidikan tinggi sektor lainnya.

Implikasi :

Faktor ketersediaan pendidikan tinggi terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang dapat diprediksi (T), memiliki pengaruh Tidak Langsung (TL), Berpengaruh tidak signifikan (TS), dengan tingkat pengaruh kecil (K) dan arah pengaruh Negative (N).

## 7. Tingkat pendapatan masyarakat

Pariwisata merupakan kegiatan melakukan pengeluaran keungan. Pariwisata dan hiburan bukan merupakan kebutuhan utama, maka liburan dan pariwisata bukan merupakan prioritas pengeluaran keluarga. Dengan pariwisata merupakan kebutuhan tersier, maka kuantitas dan kualitas liburan seseorang akan sangat ditentukan dengan pemasukan atau pendapatannya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa peningkatan pendapatan masyarakat akan menarik minat masyarakat berpariwisata.

Sasaran industri pariwisata di Kabupaten Grobogan adalah masyarakat lokal dan domestik dalam negeri. Tingkat pendapatan masyarakat di Kabupaten Grobogan cenderung tidak terlalu banyak mengalami peningkatan dengan angka kemiskinan 13%. Meskipun terjadi penurunan dari tahun ke tahun namun belum berubah signifikan, namun dengan *potitioning* industri pariwisata dengan obyek wisata yang merupakan destinasi wisata dengan harga terjangkau, maka ini dapat membuka peluang bisnis.

Tingkat pendapat masyarakat pun erat kaitannya dengan keadaan perekonomian nasional dimasa yang akan datang. Konsumsi domestik selama ini menjadi penyelamat perekonomian Indonesia, dengan proporsi PDB yang besar, dimana konsumsi domestik ini pula yang menjadi alasan penting mengapa Indonesia mampu melewati krisis keuangan global tahun 2008-2009 dengan nilai rata-rata pertumbuhan PDB pada tahun 2008 – 2010 sekitar 5.6 persen. Apalagi konsumsi rumah tangga memberi andil lebih dari 55 persen pertumbuhan ekonomi keseluruhan. Menurut laporan Bank Dunia yang dirilis pada tahun 2012, sekitar tujuh juta warga Indonesia masuk ke dalam penduduk kelas menengah setiap tahun. Namun, setelah tahun 2013 depresiasi rupiah (terhadap dolar AS) dan suku bunga Bank Indonesia yang lebih tinggi sedikit memperlambat jumlah konsumsi domestik masyarakat Indonesia.

Implikasi :

Faktor tingkat pendapatan masyarakat terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang dapat diprediksi (T),

memiliki pengaruh Tidak Langsung (TL), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Positif (P).

#### 8. Stabilitas ekonomi dan politik nasional

Target pasar utama dari industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan wisatawan domestik dalam negeri, untuk itu kondisi ideal ekonomi masyarakat harus dalam kondisi optimal untuk memungkinkan masyarakat melakukan kunjungan wisatanya. Kondisi perekonomian nasional yang stabil secara langsung akan mendukung berkembangnya industri pariwisata.

Jika ditinjau dari sisi ekonomi, industri pariwisata merupakan mata rantai ekonomi yang panjang (Multiplier effect), mulai dari biro perjalanan, jasa pengangkutan, perhotelan, restoran, kegiatan pemanduan, kerajinan rakyat, pemeliharaan objek wisata dan lain sebagainya. Selanjutnya, industri pariwisata juga akan membutuhkan hasil pertanian, peternakan, perikanan bahan dan alat bangunan, sejumlah tenaga kerja juga dapat diserap didalamnya sebagai pendukung keberhasilan mata rantai tersebut, lebih jauh lagi pengembangan dalam sektor pariwisata jelas memiliki cakupan keuntungan ekonomi yang luas. Adanya gangguan pada salah satu sektor, secara tidak langsung akan berdampak pada industri pariwisata itu sendiri.

Stabilitas politik dan ekonomi adalah 2 hal yang saling mempengaruhi dan seharusnya berjalan beriringan. Meningkatnya kesejahteraan ekonomi bisa memicu terciptanya stabilitas politik atau bisa juga menjadi penyebab kekacauan yang menciptakan instabilitas politik. Kondisi politik yang stabil membuat pemerintah

selaku pengelola negara bisa berkonsentrasi pada cita-cita untuk mewujudkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Sedangkan sebaliknya, situasi politik yang kacau membuat pemerintah terlebih dahulu harus memprioritaskan terciptanya situasi kondusif sebelum melakukan pembangunan. Karena pembangunan yang dilangsungkan di dalam sebuah daerah konflik akan membuat pembangunan tersebut tidak akan mudah berjalan dengan lancar.

Keadaan politik dan perekonomian Indonesia sulit untuk diprediksi, dengan struktur demografi yang sangat beragam, maka sangat rawan terjadi kekacauan politik dan ekonomi, dimana kekacauan politik akan berdampak ekonomis terhadap masyarakat Indonesia yang memunculkan kecenderungan dampak negatif terhadap industri pariwisata.

Namun demikian, berdasarkan data Bank Indonesia terhadap proyeksi perekonomian Indonesia dalam waktu 10 tahun mendatang menunjukkan perkembangan positif, perekonomian Indonesia akan tumbuh rata-rata antara 6-8% dalam lima tahun ke depan. Hal ini disebabkan karena Indonesia memiliki penduduk usia produktif yang sangat besar sebagai hasil dari bonus demografi pada periode 2025-2033 sehingga mampu menjadi penopang perekonomian. Selain itu pertumbuhan investasi Indonesia juga cukup baik dalam lima tahun terakhir yaitu sebesar 6,9%.

Implikasi :

Faktor stabilitas ekonomi dan politik nasional terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang tidak dapat

diprediksi (U), memiliki pengaruh Langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Positif (P).

## 9. Otonomi daerah

Pada masa lalu pembangunan ekonomi lebih diorientasikan pada kawasan Indonesia bagian barat dibandingkan dengan yang terdapat di kawasan timur Indonesia. Sehingga pembangunan infrastruktr sebagai penopang utama kelancaran perekonomian lebih banyak dibangun di area Indonesia bagian barat. Hal ini juga terlihat dari pembangunan di sektor pariwisata, dimana kawasan Jawa-Bali menjadi kawasan konsentrasi utama pembangunan kepariwisataan. Padahal jika dilihat dari kecenderungan perubahan pasar global, yang lebih mengutamakan destinasi wisata yang bersifat alami, maka potensi sumber daya alam di kawasan timur Indonesia lebih besar di bandingkan kawasan barat. Namun fokus pembangunan pada kawan Indonesia barat ini membuat kawasan Indonesia timur tertinggal dalam hal mendasar seperti kondisi infrastruktur dan sumber daya manusia.

Sebelum otonomi daerah, Kabupaten Grobogan merupakan salah satu Kabupaten termiskin di Jawa Tengah. Namun setelah otonomi daerah keadaan perekonomian Kabupaten Grobogan perlahan mulai membaik, pada awal otonomi daerah Ketika itu, jumlah penduduk tercatat 1.337.130 jiwa, dan 455.232 orang (34,05%) di antaranya tergolong miskin. Pendapatan perkapita/tahun berdasarkan harga konstan pun amat rendah, yakni Rp 557.181,07 (2001), yang tercatat sebagai angka terendah di Jateng. Angka tersebut berbanding lurus dengan pendapatan asli daerah (PAD) yang waktu itu hanya sebesar Rp 18,45 miliar. Kualitas sumber daya

manusia (SDM) juga rendah. Angka Partisipasi Murni (APM) warga yang melanjutkan pendidikannya ke SLTA hanya 9,93 persen. Sedangkan APM-SD dan APM-SLTP masing-masing 82,52 dan 51,71 persen. Artinya, sebagian besar warga Grobogan hanya lulusan SD atau SLTP. Kendala SDM inilah yang menyulitkan Pemkab dalam mengolah potensi sumber daya alam yang sebenarnya berlimpah. Kondisi ini makin diperburuk dengan banyaknya jalan rusak. Bayangkan saja, dari 213.246 km jalan provinsi, hanya 18.700 km (8,8 %) saja yang keadaannya masih baik. Selebihnya, 126.666 km (59,4 %) dalam keadaan tidak baik, bahkan 67.880 km (31,8 %) dalam keadaan kritis. Belum lagi kalau melihat kondisi jalan kabupaten yang totalnya mencapai 880.100 km, yang sebagian besar dalam keadaan rusak dan rusak berat.

Secara perlahan tapi pasti, dalam empat tahun terakhir terjadi pergerakan pada sejumlah indikator ekonomi di Grobogan. Jumlah PAD meningkat menjadi Rp 37,04 miliar atau naik 100,76 persen dibandingkan kondisi awal di tahun 2001. Begitu pula jumlah APBD yang pada tahun 2001 baru sebesar Rp 294,72 miliar, tahun ini melambung menjadi Rp 447,26 miliar.

Sedangkan APM-SLTA yang semula 9,93 persen bisa ditingkatkan menjadi 21,19 persen. APM-SLTP juga mengalami peningkatan dari 51,71 menjadi 58,13 persen. Tapi harus diakui, kenaikan pesat belum terjadi dalam pendapatan perkapita/tahun. Sebab kenaikannya dibanding tahun 2001 hanya 9,8 persen, sehingga pada akhir 2004 tercatat Rp 611.968,49.

Jumlah warga miskin juga relatif masih tinggi, yaitu 29,03 persen (395.085 jiwa) dari jumlah penduduk kabupaten. Namun, sebagai sebuah proses, upaya-

upaya Pemkab mulai berjalan di atas rel yang benar. Apalagi sekarang Grobogan tidak lagi menjadi daerah termiskin di Jateng, karena sudah berada di peringkat ke-18 dari 35 daerah kota/kabupaten di provinsi ini.

Walaupun memiliki arah kecenderungan untuk mampu meningkatkan performa dari industri pariwisata, namun otonomi daerah erat kaitannya dengan kebijakan pemerintah yang belum dapat diprediksi keberpihakan dan kemanfaatannya dimasa yang akan datang.

Implikasi :

Faktor Otonomi daerah terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang dapat tidak dapat diprediksi (U), memiliki pengaruh Tidak Langsung (TL), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Sedang (S) dan arah pengaruh Positif (P).

#### 10. Masalah kesehatan global

Penyebaran AIDS, Flu burung, Meningitis, Demam Berdarah, dan TBC yang semakin tinggi berakibat kurang menguntungkan bagi pergerakan wisatawan dunia. Pandemi yang melanda beberapa negara di Asia belakangan ini turut serta mempengaruhi daya saing kepariwisataan negara-negara tersebut. Antisipasi dalam mencegah penyebaran penyakit mematikan tersebut serta keterbukaan informasi masing-masing negara merupakan faktor penting dalam menciptakan daya tarik bagi calon wisatawan untuk kembali melakukan perjalanan wisata ke negara-negara yang mengalami pandemi tersebut.



Berdasarkan laporan Dinas Kesehatan Kabupaten Grobogan, kondisi kesehatan di Kabupaten Grobogan relatif aman untuk kunjungan wisatawan. Walaupun derajat kesehatan masyarakat Grobogan relatif tidak begitu baik. Untuk komponen indikator status gizi, kasus BBLR di Kabupaten Grobogan cukup tinggi ditahun 2015 sendiri mencapai 787 kasus, karena ibu kekurangan gizi selama hamil, kemudian banyaknya ibu hamil dengan usia 35 tahun serta jarak antar kehamilan yang terlalu dekat dan paritas ibu yang lebih dari 4 anak. Keadaan status gizi yang kurang baik di wilayah Kabupaten Grobogan pada tahun 2015 ini rata-rata terjadi pada masyarakat menengah ke bawah. Hal ini bukan hanya menjadi pekerjaan rumah bagi Dinas Kesehatan namun seluruh komponen masyarakat dan perlu dukungan dari pemerintah daerah, karena untuk meningkatkan status gizi di masyarakat juga harus meningkatkan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Munculnya kelompok antivaksin yang genjar berkampanye juga merupakan ancaman terhadap kondisi kesehatan masyarakat.

Implikasi :

Faktor kondisi kesehatan global terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang tidak dapat diprediksi (U), memiliki pengaruh Langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Negative (N).

#### 11. Peran pemerintah

Pemerintah memiliki peran yang sangat besar dalam memajukan industri pariwisata. Peran pemerintah sangat signifikan seperti dalam upaya penarikan

investor, regulasi terkait usaha pengembangan destinasi wisata dan juga alokasi dana untuk pengembangan pariwisata itu sendiri.

Peran pemerintah sangat penting terutama dalam melindungi wisatawan untuk dapat merasa aman dan nyaman dalam menikmati kegiatan wisatanya ataupun regulasi perlindungan kepada pelaku industri pariwisata sehingga mampu menjalankan bisnis kepariwisataan dengan nyaman dan berkelanjutan. Ranah regulasi pemerintah antara lain: Peraturan perlindungan wisatawan berupa pembayaran deposit sebagai jaminan pemesanan jasa, peraturan jaminan keselamatan wisatawan berupa standar minimal alat keselamatan yang harus dimiliki setiap obyek wisata dan sarana pendukungnya, peraturan standar kompetensi pekerja industri pariwisata, regulasi pengelolaan sumber daya alam dan kelestariannya. Pemerintah harus memastikan bagaimana perencanaan sistem kepariwisataan dapat berjalan terintegritas dengan industri lainnya sehingga mampu menghadirkan program pembangunan ekonomi, fisik, dan sosial dari suatu negara. Selain itu, rencana pengembangan kepariwisataan tersebut harus mampu memberikan kerangka kerja kebijakan pemerintah. Peranan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata dalam garis besarnya adalah menyediakan infrastruktur, memperluas berbagai fasilitas, kegiatan koordinasi antara aparatur pemerintah dengan pihak wisata serta pengaturan dan promosi umum keluar negeri.

Pemerintah Kabupaten Grobogan sudah melakukan sejumlah upaya pengembangan industri pariwisata, meskipun belum menjadi prioritas utama dalam pelaksanaannya. Pengelolaan pariwisata di Kabupaten Grobogan sendiri saat ini lebih banyak dilakukan oleh perorangan dan lembaga swadaya masyarakat.

Peran pemerintah sendiri erat kaitannya dengan politik dalam negeri dan pemangku kebijakan itu sendiri, sehingga sulit untuk melakukan prediksi bagaimana kebijakan pemerintah di bidang pariwisata di masa yang akan datang.

Implikasi :

Faktor peran pemerintah terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang tidak dapat diprediksi (U), memiliki pengaruh Tidak Langsung (TL), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh sedang (S) dan arah pengaruh positif (P).

## 12. Aksesabilitas

Keterjangkauan wilayah merupakan sebuah faktor penarik minat wisatawan mengunjungi sebuah obyek wisata. Aksesabilitas suatu obyek wisata juga akan berdampak terhadap keterjangkauan finansial bagi wisatawan. Wilayah dengan akses yang mudah cenderung akan memperkecil pengeluaran demikian pula sebaliknya, pada obyek wisata yang perlu ditempuh dengan alat transportasi khusus ataupun perlu beberapa kali berganti sarana transportasi akan meningkatkan pengeluaran. Aksesabilitas destinasi wisata erat kaitannya dengan letak geografis obyek wisata itu sendiri yang memang tidak dapat dilakukan intervensi, namun kemudahan pencapaian lokasi dapat diupayakan dengan pembangunan infrastruktur jalan yang baik, serta ketersediaan sarana transportasi yang nyaman ke lokasi wisata.

Implikasi :

Faktor aksesabilitas terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang dapat diprediksi (T), memiliki pengaruh langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Positif (P).

### 13. Faktor geografis

Letak geografis destinasi wisata erat kaitannya dengan aksesabilitas, pangsa pasar serta posisi daya saing obyek wisata tersebut dibandingkan dengan destinasi wisata lain dalam menjaring wisatawan. Secara geografis obyek wisata di Kabupaten Grobogan tersebar di beberapa wilayah di Kabupaten Grobogan dan sulit menjadi sebuah rangkaian destinasi wisata terpadu, kendala ini semakin diperbesar dengan jalur akses yang belum sepenuhnya baik dalam segi infrastruktur.

Kabupaten Grobogan sendiri diapit oleh kota – kota besar dengan potensi pangsa pasar wisatawan yang besar seperti Semarang, Surakarta, Kudus dan Pati.

Implikasi :

Letak geografis destinasi wisata Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang dapat diprediksi (T), memiliki pengaruh tidak langsung (TL), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh positif (P).

### 14. Kondisi infrastruktur

Kabupaten Grobogan memiliki masalah dalam hal infrastrukturnya. Kondisi infrastruktur jalan raya di Kabupaten Grobogan, belum memiliki cakupan yang memuaskan dibanding total jalan raya yang ada. Pengaspalan di Kabupaten Grobogan baru mencakup 40% dari total panjang jalan yang dimiliki. panjang jalan kabupaten tercatat 890.010 km, dimana panjang jalan yang sudah dibeton sampai 2015 baru mencapai 362.461 km, sehingga masih terdapat kekurangan 503.939 km. Akan tetapi Pemerintah Kabupaten Grobogan memiliki perhatian yang serius mengenai masalah infrastruktur, ini dibuktikan dengan Alokasi anggaran untuk infrastruktur perbaikan jalan di Kabupaten Grobogan yang terus meningkat, bahkan di tahun 2016 anggaran untuk perbaikan infrastruktur jalan raya adalah Rp 176,5 miliar. Dari jumlah itu, sekitar Rp 149,9 miliar dialokasikan dari APBD II dan Rp 25,6 miliar di antaranya dari bantuan Provinsi Jateng dan Infrastruktur Publik Daerah (IPAD). Anggaran tersebut akan digunakan untuk meningkatkan dan memperbaiki jalan sepanjang 23,6 km yang tersebar di 19 kecamatan.

Implikasi :

Kondisi infrastruktur di Kabupaten Grobogan terhadap industri wisata Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang dapat diprediksi (T), memiliki pengaruh langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Positive (P).

#### 15. Pesaing potensial

Adanya pesaing merupakan sebuah ancaman dalam keberlangsungan bisnis, termasuk di dalamnya adalah industri pariwisata. Pesaing potensial dalam industri

pariwisata Kabupaten Grobogan, utamanya berasal dari daerah wisata kawasan sekitar. Kemampuan obyek wisata daerah lain dalam menarik minat wisatawan akan berdampak secara langsung terhadap perkembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan. Kabupaten Grobogan menempatkan industri pariwisatanya dalam posisi merupakan obyek wisata edukasi - sejarah dengan target kunjungan wisatawan nasional dengan keterjangkauan kalangan menengah. Posisi ini dapat menjadi *Unique Selling Point* destinasi wisata di Kabupaten Grobogan, dan mampu bersaing dengan obyek wisata lain di sekitarnya. Dimana diketahui bahwa secara geografis, Kabupaten Grobogan berada diantara Kabupaten / Kota destinasi wisata lain yang sudah terkenal sebelumnya, namun memiliki corak yang berbeda baik dalam pangsa pasar maupun *potitioning*- nya. Namun meskipun demikian, dalam 10 tahun ke depan perlu diwaspadai juga pengembangan pariwisata di Kawasan tersebut, sebagai contohnya Surakarta yang mulai melakukan pengembangan pariwisata di ranah wisata rakyat, seperti revitalisasi THR dengan penataan ulang THR Sriwedari dan pembangunan THR di kawasan Balekambang. Demikian pula dengan Semarang, yang mulai melakukan pembenahan industri pariwisatanya, terutama yang bersifat *low budget* seperti Kampung Pelangi, Semarang Night Carnival, Festival Lampion dan lainnya yang diikuti dan menarik minat wisatawan lokal dan internasional yang berpotensi menjadi pesaing dan penghambat dalam kemajuan industri pariwisata Kabupaten Grobogan.

Kemunculan pesaing baru dalam industri pariwisata tidak dapat diprediksi sebelumnya, sebab perkembangan pariwisata bersifat cair tergantung bagaimana daerah terkait mampu mengembangkan pariwisatanya. Juga adanya selera

masyarakat yang mungkin berubah seiring perubahan waktu, memungkinkan munculnya obyek wisata baru dari yang sebelumnya tidak ada.

Implikasi :

Pengaruh pesaing potensial terhadap industri wisata Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang tidak dapat diprediksi (U), memiliki pengaruh langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Negative (N).

#### 16. Kebijakan atau peraturan ketenagakerjaan

Tenaga kerja yang berkualitas di bidang pariwisata merupakan aset penting dalam perlindungan terhadap upah pekerja dibidang kepariwisataan. Kebijakan upah minimum yang terwujud dalam Upah Minimum Provinsi (UMP) dan Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) merupakan wujud dari peran pemerintah dalam hubungan industrial dimana pengaturan mengenai perlindungan terhadap upah melalui upah minimum pada prinsipnya diharapkan mampu mengubah kehidupan buruh menjadi lebih baik . Terbitnya UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan juga secara eksplisit mengatur tentang peran pemerintah dalam perlindungan terhadap upah tersebut seperti dinyatakan dalam Pasal 88 UU 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.

Dalam 10 tahun kedepan, regulasi tentang ketenaga kerjaan akan memiliki aturan yang sangat komprehensif dan menempatkan pekerja pada daya tawar yang tinggi. Adanya MEA pun menjadi pemicu pemerintah untuk melakukan formulasi kebijakan di sektor ketenaga kerjaan dengan lebih baik. Menteri Tenaga Kerja M

Hanif Dhakiri menyebut bahwa tenaga kerja sektor pariwisata Indonesia paling siap menghadapi era MEA, baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

Implikasi :

Pengaruh kebijakan dan peraturan ketenagakerjaan terhadap industri wisata Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang dapat diprediksi (T), memiliki pengaruh tidak langsung (TL), Berpengaruh tidak signifikan (TS), dengan tingkat pengaruh Kecil (K) dan arah pengaruh Positif (P).

#### 17. Fasilitas pendukung pariwisata

Fasilitas pendukung pariwisata merupakan parameter yang melekat sebagai faktor destinasi wisata itu sendiri, bahwa pariwisata merupakan industri multisektor yang akan saling mempengaruhi satu sama lainnya.

Menurut Yoeti (1992), sarana wisata dapat dibagi menjadi tiga unsur pokok, diantaranya :

1. Sarana pokok pariwisata, adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya tergantung pada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Termasuk dalam kelompok ini adalah *travel agent*, perusahaan-perusahaan angkutan wisata, serta jenis akomodasi lainnya, restoran dan rumah makan lainnya serta obyek wisata dan atraksi wisata.
2. Sarana pelengkap kepariwisataan adalah perusahaan atau tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah



menjadikan para wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata.

3. Sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat para wisatawan betah pada suatu daerah tujuan wisata tetapi fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjunginya.

Kabupaten memiliki perhatian yang semakin baik di sektor pariwisata, pada tahun 2017 Kabupaten Grobogan memiliki rencana kebijakan pengembangan sektor pariwisata yaitu menetapkan beberapa desa sebagai desa wisata. Seperti Desa Banjarejo, Kecamatan Gabus dan Desa Tarub, Kecamatan Tawangharjo, dimana prioritas pengembangan adalah untuk sarana infrastruktur umum berupa jalan penghubung.

Salah satu kendala dalam pengembangan obyek wisata di Kabupaten Grobogan adalah bahwa kewenangan atas pengelolaan obyek wisata tidak seluruhnya merupakan wewenang Pemerintah Kabupaten Grobogan. Pada beberapa obyek wisata terjadi tumpang tindih pengelolaan, sehingga upaya penyediaan sarana dan prasarana dapat terganggu. Namun pembangunan sarana dan prasarana di obyek wisata dipastikan akan mengalami perkembangan dalam 10 tahun mendatang.

Implikasi :

Pengaruh ketersediaan sarana dan prasarana terhadap industri wisata Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang tidak dapat

diprediksi (U), memiliki pengaruh langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Positif (P).

#### 18. Keterlibatan masyarakat sekitar

Keterlibatan masyarakat Kabupaten Grobogan merupakan modal utama dalam pengembangan pariwisata, dengan sinergitas yang baik dengan masyarakat sekitar, maka konflik dapat dihindari. Keterlibatan masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata sudah berjalan dengan cukup baik, beberapa diantaranya adalah pengembangan wisata air sungai tuntang di Kecamatan Kedungjati yang sejauh ini telah dikelola oleh masyarakat sekitar yang tergabung dalam Dharma Raja Adventure. Dimana potensi wisata arung jeram dan *river tubing* di sana sangat prospektif untuk dikembangkan secara optimal lagi, sehingga ke depan bisa menjadi salah satu destinasi wisata favorit di Kabupaten Grobogan untuk kategori wisata petualangan air. Selain itu pengelolaan obyek wisata Jati Pohon yang juga dikelola oleh masyarakat yang tergabung dalam Bakti Indonesia Foundation. Masyarakat Grobogan menunjukkan kemauan yang baik dalam upaya pengembangan pariwisata yang berbasis pada komunitas dengan menitik beratkan pada kemakmuran masyarakat sekitar.

Keterlibatan masyarakat memegang peran pokok dalam pengembangan pariwisata, namun tidak dapat diprediksi bagaimana pola sosial masyarakat terkait kemauannya untuk mendukung dan aktif terlibat dalam pengelolaan pariwisata, juga sulit untuk diukur dampak keterlibatan masyarakat secara kuantitas.

**Implikasi :**

Pengaruh keterlibatan masyarakat terhadap industri wisata Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang tidak dapat diprediksi (U), memiliki pengaruh langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Positif (P).

#### 19. Bencana Alam

Selama ini bencana dianggap sebagai ancaman dalam industri pariwisata, tetapi terdapat beberapa anomali kasus mengenai hal ini, banyak orang tertarik untuk melihat dan menikmati dampak bencana. Contohnya adalah erupsi Merapi yang merusak kawasan wisata Kaliurang, pasca erupsi Merapi 2010, kawasan yang terimbas aktivitas Merapi seperti di dusun Bronggang, Ngancar, Glagah, Malang, Kepuh dan Kinahrejo merupakan tempat yang padat dikunjungi wisatawan. Tempat ini kemudian menyajikan pemandangan hamparan lautan pasir, bongkahan batu, puing bangunan, serta jejak vegetasi terbakar namun hal tersebut justru menjadi "*point of interest*" yang menarik orang untuk datang berkunjung.

Namun demikian ada hal-hal yang tetap harus diperhatikan ketika menyuguhkan wisata bencana terutama sistem mitigasi bencana untuk menjamin keselamatan wisatawan dan orang-orang yang berada di kawasan wisata tersebut. Pemulihan bencana seharusnya disusun pula rencana manajemen resiko yang tidak hanya dipenuhi dengan kegiatan pembangunan kembali tetapi juga menciptakan kondisi pra bencana untuk sedini mungkin mengantisipasi jika terjadi bencana. Sehingga bencana tidak menjadi ancaman lagi bagi pariwisata, tetapi bisa

menjadi peluang. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata merupakan sektor yang paling adaptif terhadap segala situasi.

Berdasarkan peta geografis, Kabupaten Grobogan memang cukup rentan bencana. Sebab, letaknya berada di daerah cekungan perbukitan (lembah). Yakni, perbukitan Pegunungan Kendeng Utara dan Kendeng Selatan. Sehingga bencana seperti longsor, banjir dan kekeringan rawan terjadi. Akan tetapi, Kabupaten Grobogan sudah memiliki sistem penanganan bencana yang cukup baik, sehingga bencana akan dapat dipuihkan sesegera mungkin sehingga tidak terlalu berdampak terhadap kegiatan industri pariwisata.

Implikasi :

Pengaruh bencana alam terhadap industri wisata Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang tidak dapat diprediksi diprediksi (U), memiliki pengaruh langsung (L), Berpengaruh tidak signifikan (TS), dengan tingkat pengaruh Kecil (K) dan arah pengaruh negatif (N).

## 20. Variasi dan kemasan Atraksi Wisata

Untuk mendapatkan perhatian dari wisatawan obyek wisata harus memiliki kemasan dan daya pikat. Kabupaten Grobogan memiliki obyek wisata yang beragam baik alam, buatan, kuliner maupun religi. Akan tetapi sampai saat ini pengemasan atraksi wisata tersebut belum menarik sehingga sulit mendatangkan minat wisatawan. Dalam 10 tahun mendatang diharapkan mampu dilakukan peningkatan kualitas setiap obyek wisata. Pengelolaan obyek wisata di Kabupaten

Grobogan lebih banyak bertumpu pada kreativitas masyarakat dan keterlibatan komunal sehingga sulit diprediksi bagaimana perkembangannya di kemudian hari dan seberapa mampu menarik wisatawan.

Implikasi :

Pengaruh variasi dan kemasan atraksi wisata terhadap industri wisata Kabupaten Grobogan merupakan sebuah Kecenderungan yang tidak dapat diprediksi diprediksi (U), memiliki pengaruh langsung (L), Berpengaruh signifikan (S), dengan tingkat pengaruh Besar (B) dan arah pengaruh Positif (P).

Selanjutnya faktor kekuatan utama juga akan dinilai dalam bentuk skor. Hasil skor tersebut menunjukkan tingkat intensitas dan ketidakpastian masing – masing faktor.

Hasil penilaian faktor kekuatan penentu utama industri pariwisata di Kabupaten Grobogan beserta penilaian skor masing – masing faktor diringkas pada tabel berikut :

Tabel 4.6 . Penilaian Kekuatan Penentu Utama Pariwisata Kabupaten Grobogan.

No	DRIVING FORCE	KARAKTER	SKOR (1-10)
1	Kemajuan Teknologi	U-TL-S-S-P	8
2	Keamanan	U-L-S-B-P	10
3	Struktur Usia	T-TL-TS-S-P	2
4	Jumlah Penduduk	T-TL-TS-S-P	2
5	Ketersediaan Tenaga Kerja di Bidang Pariwisata	T-L-S-S-N	4
6	Ketersediaan pendidikan tinggi di bidang pariwisata	T-TL-TS-K-P	5

7	Tingkat pendapatan masyarakat	T-TL-S-B-P	7
8	Stabilitas politik dan ekonomi nasional	U-L-S-B-P	9
9	Otonomi daerah	U-TL-S-S-P	5
10	Masalah kesehatan global	U-L-S-B-N	7
11	Peran pemerintah	U-TL-S-B-P	7
12	Aksesabilitas	T-L-S-B-P	8
13	Faktor geografis	T-TL-S-B-P	8
14	Kondisi infrastruktur	T-L-S-B-P	9
15	Pesaing Potensial	U-L-S-B-N	8
16	Kebijakan dan peraturan ketenagakerjaan	U-TL-TS-K-P	6
17	Fasilitas pendukung pariwisata	T-L-S-B-P	8
18	Keterlibatan masyarakat	U-L-S-B-P	9
19	Bencana Alam	U-L-TS-K-N	7
20	Variasi dan kemasan atraksi wisata	U- L-S-B-P	9

Sebanyak 20 faktor eksternal yang menjadi faktor penentu utama bagi industri pariwisata di Kabupaten Grobogan, beberapa faktor mendukung bagi eksistensi dan perkembangan industri pariwisata di Kabupaten Grobogan karena memiliki kecenderungan positif, yakni : faktor struktur usia, jumlah penduduk, tingkat pendapatan masyarakat, aksesabilitas, faktor geografis, Ketersediaan pendidikan tinggi di bidang pariwisata, kondisi infrastruktur dan fasilitas pendukung pariwisata. Terdapat faktor yang perlu diperhatikan karena memiliki kecenderungan negatif terhadap industri pariwisata di Kabupaten Grobogan, yakni ketersediaan tenaga kerja di bidang pariwisata.

Faktor – faktor lain termasuk dalam kategori faktor ketidakpastian. Faktor tersebut yakni : kemajuan teknologi, keamanan, stabilitas politik dan ekonomi, otonomi daerah, masalah kesehatan global, peran pemerintah, pesaing potensial,

kebijakan dan peraturan ketenagakerjaan, keterlibatan masyarakat, bencana alam dan variasi dan kemas atraksi wisata.

Hasil skor penilaian dari Pemda Kabupaten Grobogan terhadap faktor – faktor ketidak pastian memiliki nilai yang bervariasi namun masuk dalam faktor – faktor penting dengan nilai 5 – 10. Dimana nilai tertinggi dimiliki oleh faktor keamanan, stabilitas politik dan ekonomi, variasi dan kemas atraksi wisata, serta kondisi infrastruktur. Kabupaten Grobogan harus mampu membuat peta kemungkinan terhadap dua faktor tersebut sehingga dapat lebih siap menghadapi berbagai kemungkinan kondisi dan mampu bertahan bahkan lebih maju dan berkembang.

Ringkasan faktor kekuatan utama penentu utama yakni faktor lingkungan bisnis yang telah diuraikan sebagai berikut :

Tabel 4.7 . Hasil Identifikasi Faktor Lingkungan Bisnis Industri Pariwisata Kabupaten Grobogan

Identifikasi Faktor Lingkungan Bisnis	Implikasi Bisnis bagi Industri Pariwisata Kabupaten Grobogan
1. Lingkungan Ekonomi a. Tingkat pendapatan masyarakat	Masyarakat membutuhkan hiburan wisata yang terjangkau sesuai dengan tingkat pendapatan masyarakat Kabupaten Grobogan yang tidak terlalu tinggi

<p>2. Lingkungan politik</p> <p>a. Stabilitas politik</p> <p>b. Otonomi daerah</p> <p>c. Peran pemerintah</p> <p>d. Kondisi infrastruktur</p> <p>e. Aksesabilitas</p> <p>f. Keamanan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dampak ketidakstabilan politik pada pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat</li> <li>• Kemungkinan meningkatnya anggaran pembangunan dan pengembangan obyek wisata baik di APBN maupun APBD</li> </ul>
<p>3. Lingkungan hukum</p> <p>a. Kebijakan dan peraturan ketenagakerjaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industri pariwisata harus mampu mendapatkan tenaga kerja sesuai dengan standar dan peraturan ketenagakerjaan</li> </ul>
<p>4. Lingkungan sosial budaya</p> <p>a. Keterlibatan masyarakat sekitar</p> <p>b. Faktor geografis</p> <p>c. Bencana alam</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masyarakat semakin memiliki kesadaran dan ketertarikan akan industri pariwisata.</li> <li>• Wisatawan cenderung menjauhi daerah yang terkena dan terdampak bencana alam</li> <li>• Wisatawan dengan keuangan terbatas akan mendatangi daerah yang dekat dengan tempat tinggalnya.</li> </ul>
<p>5. Lingkungan kependudukan</p> <p>a. Struktur usia</p> <p>b. Jumlah penduduk</p> <p>c. Masalah kesehatan global</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya peluang pangsa pasar yang meningkat dengan meningkatnya jumlah penduduk</li> <li>• Masyarakat akan menghindari bepergian dan bertemu banyak orang pada saat terjadinya wabah.</li> </ul>
<p>6. Lingkungan teknologi</p> <p>a. Perkembangan teknologi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wisatawan lebih banyak mencari dan mendapatkan informasi</li> </ul>



	<p>mengenai pariwisata melalui internet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengusaha pariwisata akan lebih banyak menggunakan teknologi dibanding tenaga karyawan.</li> </ul>
<p>7. Lingkungan industri</p> <p>a. Pesaing potensial</p> <p>b. Variasi dan kemasan atraksi wisata</p> <p>c. Ketersediaan tenaga kerja di bidang pariwisata</p> <p>d. Ketersediaan pendidikan tinggi di bidang pariwisata</p> <p>e. Fasilitas pendukung industri pariwisata</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemungkinan berkembangnya obyek wisata di Kabupaten / Kota lain</li> <li>• Kemungkinan obyek wisata di daerah lain lebih menarik</li> <li>• Kemungkinan ketiadaan pendidikan tinggi dan tenaga kerja yang sesuai standar di bidang pariwisata</li> <li>• Masyarakat akan lebih memilih berkunjung ke obyek wisata dengan fasilitas pendukung baik transportasi maupun akomodasi yang memadai.</li> </ul>

### **Kecenderungan dan Ketidakpastian**

Pada tahap ini dilakukan pengelompokan faktor lingkungan bisnis industri pariwisata di Kabupaten Grobogan pada kategori kecenderungan utama (Trend/T) dan ketidakpastian (Uncertainties/U). Hasil identifikasi lingkungan bisnis sebanyak

20 faktor, dikelompokkan menjadi 5 faktor kepastian (Trend) dan 10 faktor ketidakpastian (Uncertainties).

Faktor lingkungan bisnis yang termasuk pada kategori kecenderungan / Trend, yakni :

Tabel 4. 8. Faktor Kecenderungan / T

<p>T1 : struktur usia dan jumlah penduduk. Jumlah penduduk yang banyak disertai dengan struktur demografi piramida memberikan keuntungan adanya pasar potensial.</p>
<p>T2 : Ketersediaan pendidikan tinggi dan tenaga kerja di bidang pariwisata. Adanya perguruan tinggi yang menyediakan tenaga ahli di bidang pariwisata akan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan mutu pariwisata itu sendiri. Saat ini jumlah pendidikan tinggi pariwisata masih belum banyak, begitupun lulusannya yang bahkan lebih tertarik untuk bekerja di sektor pariwisata di luar negeri, sehingga industri pariwisata domestik mengalami kesulitan dalam pengadaan tenaga ahlinya.</p>
<p>T3 : tingkat pendapatan masyarakat. Pariwisata merupakan kebutuhan tersier, dimana akan dipenuhi ketika masyarakat sudah dapat memenuhi kebutuhan primer dan sekundernya. Hal ini berarti, dengan peningkatan pendapatan masyarakat, akan memperbesar kemungkinan untuk melakukan aktifitas wisata.</p>
<p>T4 : aksesabilitas, faktor geografis dan kondisi infrastruktur. Kemudahan dan keterjangkauan akan menarik minat wisatawan untuk mendatangi obyek wisata tersebut. Wisatawan akan cenderung mendatangi wilayah yang mudah dijangkau, dengan ketersediaan sarana transportasi yang memadai.</p>
<p>T5 : Fasilitas pendukung pariwisata. Pariwisata merupakan industri multi sektor yang saling terkait, kenyamanan wisatawan akan menjadi pemicu tingginya animo masyarakat untuk berwisata. Untuk itu ketersediaan fasilitas pendukung pariwisata seperti hotel, sarana transportasi, sampai sarana kesehatan merupakan poin penting dalam industri pariwisata.</p>

Faktor lingkungan bisnis yang termasuk dalam kategori ketidakpastian adalah :

Tabel 4.9. Faktor Ketidakpastian/ U

<p>U1 : Perkembangan Teknologi. Perkembangan teknologi akan mempermudah penyebaran informasi mengenai destinasi wisata dan upaya promosinya, selain itu penggunaan teknologi dalam industri pariwisata akan mempermudah proses manajemen bisnis itu sendiri. Namun belum diketahui secara pasti seberapa jauh penggunaan teknologi ini akan mampu berpengaruh dalam proses pengembangan pariwisata itu sendiri.</p>
<p>U2 : keamanan. kondisi yang stabil merupakan faktor kunci kesuksesan pengembangan industri pariwisata, wisatawan akan menghindari daerah konflik yang mengancam keselamatan. Kondisi keamanan ini sangat erat kaitannya dengan stabilitas politik. Namun stabilitas politik ini sendiri sangat volatil dan tidak dapat diprediksi kondisinya.</p>
<p>U3 : Stabilitas politik dan ekonomi nasional. Perekonomian nasional yang mantap dan stabil akan memungkinkan bergeraknya roda perekonomian negara dengan baik. Kestabilan ekonomi akan berdampak pada membaiknya tingkat pendapatan masyarakat sehingga memungkinkan mereka mengalokasikan dana kebutuhan tersier termasuk pariwisata dengan baik. Akan tetapi stabilitas ekonomi memiliki faktor sangat banyak dan sulit untuk diprediksi secara pasti perkembangannya.</p>
<p>U4 : otonomi daerah dan peran pemerintah. Otonomi daerah pada praktiknya akan memudahkan daerah menerapkan kebijakan pengembangan pariwisata secara langsung, sehingga diharapkan solusi yang dihasilkanpun lebih tepat sasaran. Akan tetapi sulit untuk melakukan pengukuran kepastian seberapa jauh otonomi daerah dan dukungan pemerintah mampu meningkatkan potensi obyek wisata. Demikian pula dengan kebijakan pemerintah yang besar peluangnya untuk memiliki perubahan arah konsentrasi seiring dengan pergantian kepemimpinan.</p>

<p>U5 : Masalah kesehatan global. Adanya wabah yang membatasi mobilitas dan migrasi penduduk akan berdampak pada industri pariwisata. Dimana merebaknya wabah dan penyakit adalah sesuatu yang tidak bisa diprediksi.</p>
<p>U6 : Pesaing potensial. Industri pariwisata merupakan industri yang sangat kompetitif. Dengan optimalisasi sumber daya yang dimiliki, maka pengembangan pariwisata yang masif sangat mungkin untuk dapat dilakukan oleh kawasan wisata manapun. Dengan letak geografis Kabupaten Grobogan yang diapit oleh kawasan destinasi wisata populer dan dengan potensi yang belum tergarap, maka kemunculan obyek wisata baru sangat dimungkinkan.</p>
<p>U7 : Kebijakan dan peraturan ketenagakerjaan. Ketersediaan tenaga kerja yang ahli di bidang pariwisata akan memberikan nilai tambah terhadap kecepatan pengembangan pariwisata itu sendiri, namun peraturan ketenagakerjaan di masa depan tidak dapat diprediksi dampaknya secara langsung untuk industri pariwisata, mengingat peraturan dan kebijakan ketenagakerjaan terkait erat dengan kondisi politik yang mudah berubah.</p>
<p>U8 : Keterlibatan masyarakat. Keaktifan masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata merupakan modal besar. Dengan partisipasi aktif masyarakat, program pengembangan akan lebih mudah teraksana, namun sejauh mana masyarakat akan mau terlibat dan bagaimana keterlibatan tersebut akan berdampak pada industri pariwisata masih sulit untuk ditentukan.</p>
<p>U9 : Bencana alam. Bencana alam dapat menjadi ancaman sekaligus peluang wisata jika proses pemulihan pasca bencananya berlangsung dengan baik. Daerah bekas bencana berkemungkinan menjadi destinasi wisata baru. Namun kapan terjadinya bencana dan bagaimana dampak bencana itu sendiri sulit untuk ditentukan kepastiannya.</p>
<p>U10 : Variasi dan kemasan atraksi wisata. Secara teori, atraksi wisata yang unik tentu akan menarik semakin banyak wisatawan. Namun trend pariwisata juga mengalami perubahan yang sulit untuk diprediksi.</p>

#### 4.2.2. Matrix inti skenario

Hasil penilaian intensitas pengaruh dari faktor ketidakpastian kemudian dilihat skoringnya untuk kemudian disusun matrix skenarionya. Dari berbagai faktor ketidakpastian kemudian ditentukan 2 nilai terbesar dan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap industri wisata Kabupaten Grobogan, adalah keamanan (10) dan keterlibatan masyarakat (9). Dari kedua faktor tersebut kemudian disusun matrix 2 X 2 dengan 4 kemungkinan skenario.

Tabel 4.10. Matrix Inti Skenario

		Kondisi Keamanan	
		Baik / Tetap	Buruk
Variasi dan kemasn atraksi wisata	Membaik	<i>Dynamic</i>	<i>Re-Orientation</i>
	Memburuk/ tetap	<i>Re-Organizing</i>	<i>Status Quo</i>

- Skenario *Dynamic*, merupakan skenario yang dikembangkan ketika kondisi obyek wisata lebih menarik dan lebih bervariasi dari kondisi sekarang dengan kondisi keamanan yang juga baik dan mendukung.
- Skenario *Re-Organizing*, merupakan skenario yang dapat diterapkan jika kondisi keamanan baik namun kondisi obyek wisata tidak mengalami perbaikan seperti saat ini.
- *Re-Orientation*, adalah skenario yang mungkin dapat diaplikasikan saat kondidi keamanan buruk namun kondisi obyek wisata dalam kondisi lebih baik.

- Kondisi *Status Quo*, merupakan hal yang paling memungkinkan dilakukan saat baik kondisi obyek wisata maupun kondisi keamanan memburuk.

#### 4.2.3. Cetak Biru Skenario

Cetak biru skenario merupakan proses identifikasi setiap faktor yang ada, berdasarkan kemungkinannya dalam setiap skenario yang telah disusun.

Tabel 4.11. Cetak Biru Skenario Masa Depan Industri Pariwisata Kabupaten Grobogan

	Skenario <i>Dynamic</i>	Skenario <i>Re-Organizing</i>	Skenario <i>Re-Orientation Strategy</i>	Skenario <i>Status Quo</i>
U1 : Perkembangan Teknologi	Membaik	Membaik	Membaik	Tetap
U3 : Stabilitas politik dan ekonomi nasional	Membaik	Membaik	Baik	Memburuk
U4 : Otonomi daerah dan peran pemerintah	Membaik	Tetap	Memburuk	Memburuk
U5 : Masalah kesehatan Global	Baik / tetap	Baik / Tetap	Baik	Buruk
U6 : Pesaing potensial	Tidak ada	Tidak ada	Ada	Ada
U7 : Kebijakan dan peraturan ketenaga kerjaan	Baik	Baik	Buruk	Buruk
U8 : Keterlibatan Masyarakat	Baik	Menurun	Baik	Menurun
U9 : Bencana Alam	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada

T1 : Struktur usia dan jumlah penduduk	Tetap	Tetap	Berubah	Berubah
T2 : Ketersediaan pendidikan tinggi dan tenaga kerja di bidang pariwisata	Membaik	Tetap	Tetap	Tetap
T3 : Tingkat Pendapatan Masyarakat	Membaik	Tetap	Turun	Menurun
T4 : aksesabilitas, faktor geografis dan kondisi infrastruktur	Membaik	Tetap	Tetap	Tetap
T5 : Fasilitas Pendukung pariwisata	Membaik	Tetap	Tetap	Tetap

#### 4.2.4. Wujud Akhir Skenario

Dari beberapa kemungkinan skenario dengan kaitannya terhadap faktor lingkungan yang mungkin terjadi, kemudian dilakukan penyusunan kemungkinan skenarionya sebagai berikut :

##### 1. Skenario *Dynamic*

Skenario ini terjadi ketika kondisi obyek wisata memiliki peningkatan kualitas dan kuantitas disertai dengan kondisi keamanan yang baik. Skenario *Dynamic* merupakan kondisi ideal yang diharapkan dapat terjadi, dimana faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata mendukung sepenuhnya. Pada skenario ini, fokus pengembangan dapat berupa upaya membangun

kepariwisataan secara perwilayahan dengan memanfaatkan jalur wisata yang sudah terbentuk.

Pada skenario ini diasumsikan :

1. Terjadi pemerataan sarana wisata keseluruh wilayah Kabupaten Grobogan sesuai dengan hierarki kota
2. Terjadi peningkatan kualitas sarana wisata, karena pada dasarnya kegiatan wisata mengutamakan kenyamanan, diharapkan dengan peningkatan kualitas, wisatawan akan lebih lama tinggal di Kabupaten Grobogan
3. Terjadi jalinan kerjasama dengan instansi dan pihak terkait pariwisata.

Perwujudan dari skenario ini berupa pengembangan pariwisata dengan sistem perwilayahan, pembagian wilayah ini dimaksudkan untuk mempermudah pengelolaan potensi wisata, dengan lingkup yang lebih kecil diharapkan pengelolaan pariwisata dapat menjadi lebih optimal. Penyusunan wilayah pengembangan pariwisata didasarkan atas 3 kriteria yaitu : batas wilayah administratif pemerintahan, jangkauan fasilitas pelayanan, pengelompokan karakteristik obyek wisata dan tingkat perkembangannya.

Berdasarkan kriteria tersebut, wilayah pengembangan pariwisata Kabupaten Grobogan dapat dibagi menjadi 4 wilayah :

1. Wilayah Pengembangan I, Meliputi Kecamatan Tegowanu, Gubug, Godong, Tanggunharjo, Kedungjati, Karangrayung dan Penawangan.
2. Wilayah Pengembangan II, meliputi Kecamatan Purwodadi, Klambu, Brati, Grobogan, Toroh dan Geyer



3. Wilayah Pengembangan III, meliputi Kecamatan Wirosari, Tawangharjo dan Ngaringan.
4. Wilayah Pengembangan IV, meliputi Kecamatan Kradenan, Pulokulon dan Gabus.

#### A. Wilayah Pengembangan I.

Struktur obyek wisata di Wilayah Pengembangan Pariwisata I ini dikembangkan dengan obyek wisata unggulan berupa obyek wisata alam dengan pusat pengembangan kawasan wisata Api Abadi Mrapen.

Arah pengembangan dan karakteristik obyek wisata yang dapat dikembangkan di wilayah pengembangan I adalah :

- Pengembangan desa pariwisata
- Pengembangan taman rekreasi
- Pengembangan tradisi dengan menyelenggarakan event – event budaya
- Mengikutsertakan masyarakat dalam pengelolaan dan pemeliharaan
- Penghijauan sekitar lingkungan obyek wisata untuk kenyamanan
- Pengembangan sarana dan prasarana penunjang wisata
- Penataan bangunan warung – warung makan.

#### B. Wilayah Pengembangan II.

Struktur Obyek Wisata di Wilayah Pengembangan ini dikembangkan dengan obyek unggulan berupa obyek wisata alam dengan pusat pengembangan di Sendang Jati Pohon, Sendang Sirah, Gua Lawa dan Gua Macan

( di Kecamatan Grobogan), Waduk krukul dan Sangeh, Cindhelaras (di Kecamatan Toroh), Waduk Kedung Ombo (di Kecamatan Geyer), serta wisata budaya Makam Ki Ageng Getas Pendowo , Museum Lokal Pemda. Pengembangan (di Kecamatan Purwodadi).

Pengembangan Wilayah Pengembangan ini didukung dengan adanya berbagai kegiatan penunjang pariwisata yang potensial untuk dikembangkan, meliputi :

- Desa Wisata (Sendang Jati Pohon)
- Camping Ground ( Sendang Sirah)
- Proses pembuatan minyak kayu putih ( Cindhelaras)
- Taman rekreasi ( Sendang Jati Pohon, Sendang Sirah, Gua Macan)
- Tempat istirahat (Sendang Jati Pohon)
- Agrowisata ( Sendang Sirah)
- Tradisi budaya ziarah di Makam Ki Ageng Getas Pendowo

Strategi pengembangan di Wilayah Pengembangan II dapat berupa :

1. Peningkata kualitas obyek wisata, dapat dilakukan dengan penambahan kelengkapan atraksi wisata, sarana wisata, maupun kelestarian lingkungan sekitar obyek.
2. Peningkatan aksesabilitas menuju obyek, yaitu dengan perbaikan kondisi jaringan jalan yang menghubungkan lokasi Sendang Jati Pohon, Sendang Sirah, Goa Macann dan Goa Lawa
3. Peningkatan kualitas dan kuantitas sarana penunjang wisata, seperti rambu penunjuk lokasi wisata, brosur dll.

4. Pelestarian nilai – nilai tradisional yang memiliki daya tarik wisata.
5. Pengembangan kegiatan wisata di Sendang Sirah agar dapat memberikan rangsangan perkembangan wisata obyek wisata Goa Macan, Goa Lawa dan sekitarnya.
6. Penggalian potensi kepariwisataan di sekitar Cindhelaras, Sendang Sirah dan Jati Pohon untuk menambah ragam kegiatan wisata, misal : agrowisata, camping dll.

C. Wilayah Pengembangan III.

Struktur obyek wisata di Wilayah Pengembangan III ini dikembangkan dengan obyek unggulan berupa obyek wisata budaya dengan pusat pengembangan Makam ki Ageng Selo dan Makam Ki Ageng Tarub di Kecamatan Tawangharjo.

Karakteristik pengembangan pada Wilayah Pengembangan III adalah sebagai berikut :

- Peningkatan aksesabilitas menuju obyek wisata, berupa peningkatan kualitas jaringan jalan dan ketersediaan transportasi umum.
- Penambahan variasi atraksi wisata air.

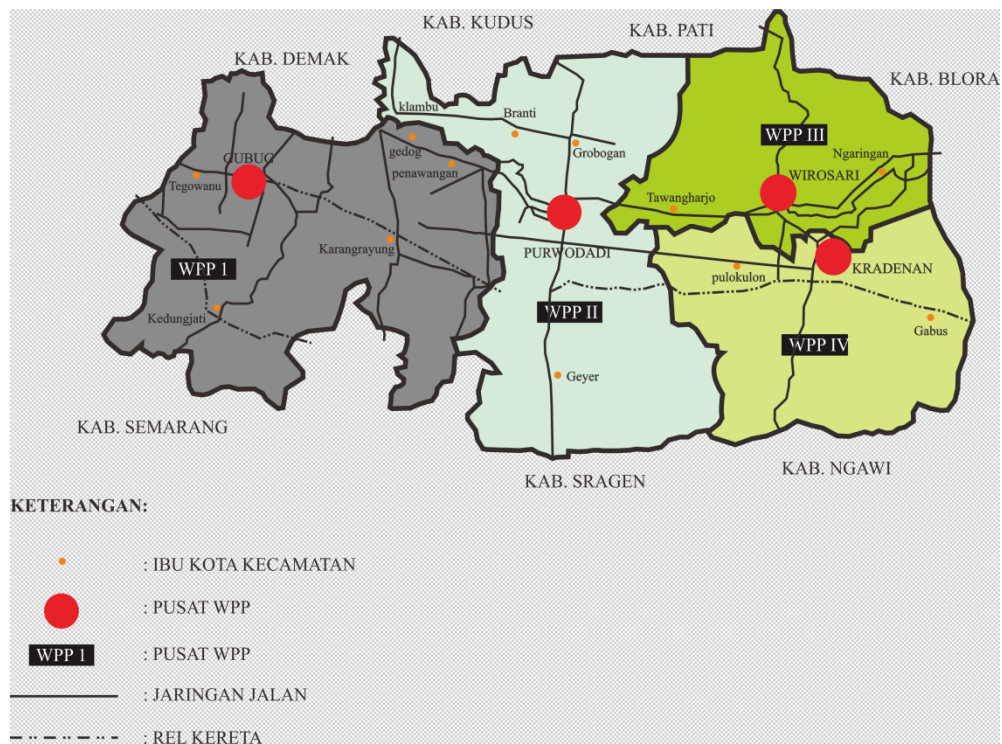
D. Wilayah Pengembangan IV.

Struktur obyek wisata di Wilayah Pengembangan IV ini dikembangkan dengan obyek unggulan berupa obyek wisata alam dengan pusat pengembangan Bledug Kuwu (di Kecamatan Kradenan), wisata buatan Sendang Coyo dan Waduk Simo di perbatasan 3 Kabupaten ( Kabupaten Boyolali, Grobogan dan Sragen.

Karakteristik pengembangan obyek wisata di Wilayah Pengembangan IV adalah :

- Penggalian potensi kepariwisataan untuk menambah ragam kegiatan wisata, misal : agrowisata, wisata penelitian, dan lain sebagainya.
- Peningkatan kualitas obyek dapat ditempuh dengan penambahan kualitas atraksi wisata dan sarana penunjang wisata dengan memperhatikan faktor lingkungan.

Pembagian kawasan wisata Kabupaten Grobogan dapat digambarkan sebagai berikut :



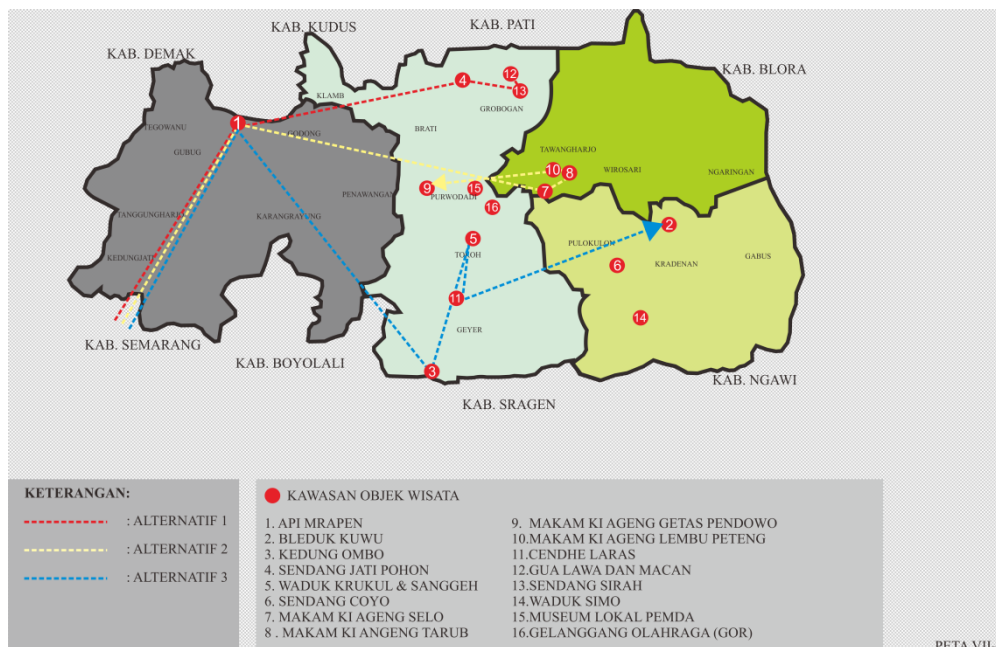
Gambar 4.1. Peta Perencanaan Wilayah Wisata Kabupaten Grobogan

Penyusunan strategi pariwisata juga dapat berupa penyusunan paket wisata dengan memanfaatkan rute jalur masuk Kabupaten Grobogan juga dapat menjadi satu alternatif.

Pintu Gerbang Barat ( dari arah Semarang ).

I. Pintu Gerbang Barat (dari arah Semarang )

- Alternatif I : Api Abadi Mrapen – Sendang Jati Pohon – Sendang Sirah – Gua Macan – Gua Lawa
- Alternatif II : Api Abadi Mrapen – Makam Ki Ageng Selo – Makam Ki Ageng Tarub – Makam Ki Ageng Getas Pendowo
- Alternatif III : Api Abadi Mrapen – Waduk Kedung Ombo – Waduk Krungul & Sangeh – Cindhelaras – Bledug Kuwu.



Gambar 4.2. Jalur alternatif paket wisata melalui pintu gerbang barat

## II. Pintu Gerbang Timur ( dari arah Blora)

- Alternatif I : Bledug Kuwu – Sendang Coyo – waduk Simo – Makam Ki Ageng Tarub – Makam Ki Ageng Selo.
- Alternatif II : Bledug Kuwu – Sendang Coyo – Waduk Simo – Waduk Krukul & Sanggeh – Cindelaras – Waduk Kedung Ombo
- Alternatif III : Bledug Kuwu – Sendang Coyo – Waduk Simo – Makam Ki Ageng Tarub – Makam Ki Ageng Selo – Sendang Jati Pohon – Goa Macan – Goa Lawa.
- Alternatif IV : Bledug Kuwu – Sendang Coyo – Waduk Simo – Makam Ki Ageng Tarub – Makam Ki Ageng Selo – Api Abadi Mrapen.



Gambar 4.3. Jalur alternatif paket wisata melalui pintu gerbang timur.

### III. Pintu Gerbang Selatan ( dari arah Surakarta)

- Alternatif I : Kedung Ombo – Cindelarar – Waduk Krukul & Sanggeh – Makam Ki Ageng Selo – Makam Ki Ageng Tarub – Sendang Coyo.
- Alternatif II : Kedung Ombo – Cndelarar – Waduk Krukul & Sanggeh – Api Abadi Mrapen
- Alternatif III : Kedung Ombo – Cindelarar – Waduk Krukul & Sanggeh – Sendang Jati Pohon – Sendang Sirah – Goa Macan & Lawa
- Alternatif IV : Kedung Ombo – Cindelarar – Waduk krukul & Sanggeh – Sendang Coyo – Bledug Kuwu.



Gambar 4.4. Jalur alternatif paket wisata melalui pintu gerbang selatan

### IV. Pintu Gerbang Utara ( dari arah Pati, Kudus, dan Demak)

- Alternatif I : Sendang Jati Pohon – Sendang Sirah – Goa Macan – Goa Lawa – Makam Ki Ageng Selo – Makam Ki Ageng Tarub – Waduk krukul &



Sanggeh – Cindelas – Waduk Kedung Ombo – Makam Ki Ageng Getas Pendowo.

- Alternatif II : Sendang Jati Pohon – Sendang Sirah – Goa Macan – Goa Lawa – Makam Ki Ageng Selo – Makam Ki Ageng Tarub – Waduk Simo – Bledug Kuwu – Sendang Coyo – Makam Ki Ageng Getas Pendowo.
- Alternatif III : Sendang Jati Pohon – Sendang Sirah – Goa Macan – Goa Lawa – Api Abadi Mrapen.



Gambar 4.5. Jalur alternatif paket wisata melalui pintu gerbang utara.

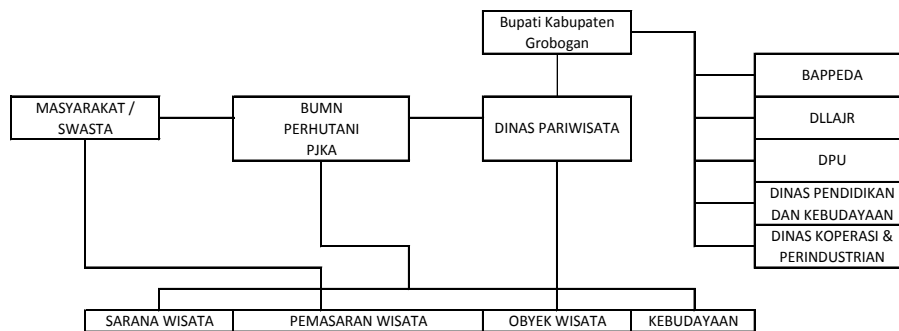
## 2. Skenario *Re- Organizing*

Merupakan skenario yang diterapkan saat kondisi keamanan baik, namun tidak adanya peningkatan perbaikan atraksi wisata. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pengembangan pengelolaan pariwisata.



Pengelolaan pariwisata memerlukan koordinasi yang terpadu dan masif. Selama ini pengelolaan pariwisata di Kabupaten Grobogan masih sentralisasi dengan berpusat pada Pemerintah Daerah sebagai poros, dalam hal tidak terjadi kemajuan pengembangan pariwisata dikarenakan tidak ditemukannya sumber atraksi baru ataupun pengembangan pariwisata yang stagnan, maka diperlukan perubahan struktur pengelolaan dengan pihak lain yang ikut terlibat.

Berikut adalah struktur pengelolaan industri pariwisata di Kabupaten Grobogan.



Sumber : Tim Penyusun RIPPDA Grobogan, 2004.

Gambar 4.6. Pola Tata Kerja Pengelolaan Kepariwisataan Kabupaten Grobogan

Skenario pengelolaan pariwisata dengan metode Re – Organizing dapat diterapkan dengan beberapa konsep sebagai berikut :

1. Pengelolaan oleh Pemerintah Daerah.

Struktur yang ideal mengenai Pengelolaan obyek wisata oleh pemerintah daerah dapat dilakukan oleh suatu badan pengelola dibawah suatu instansi, dimana badan tersebut independen dan bertanggung jawab langsung kepada Bupati. Hubungan kerjasama dengan pihak lain seperti investor dan

masyarakat sekitar hanya sebagai pengguna atau penyewa dari fasilitas yang ada.

Bentuk lembaga yang dapat dibentuk yaitu :

a. Unit Pengelolaan Daerah (UPD) / Unit Pengelola Teknis Daerah (UPTD)

UPD dan UPTD merupakan sebuah unit non struktural yang dibentuk untuk melaksanakan tugas khusus dan bertanggung jawab langsung kepada Bupati. Lembaga ini berfungsi sebagai pengelola obyek wisata dengan tugas melaksanakan semua kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan kawasan, mulai dari persiapan, pengaturan, pembangunan hingga pengawasannya.

Baik UPD ataupun UPTD memiliki kelebihan yaitu mudah dibentuk, hanya dengan menggunakan SK Bupati serta dalam jangka panjang mudah untuk ditingkatkan menjadi dinas atau unit struktural. Selain itu penanganan pariwisata akan mampu lebih terarah karena berada dalam satu komando.

Namun UPD / UPTD juga memiliki kelemahan yaitu memiliki kewenangan yang terbatas, hanya bersifat teknis administratif belaka, kurang memiliki independensi sehingga kurang mendorong kreativitas dan gagasan baru.

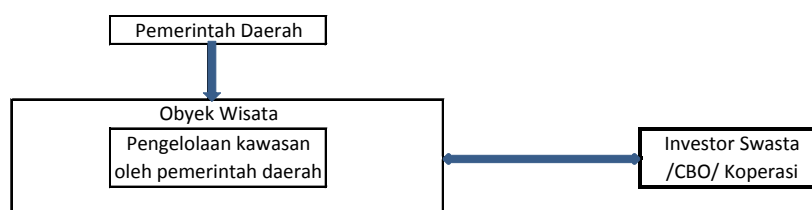
b. Perusahaan Daerah / Perusda

Perusahaan daerah merupakan suatu badan usaha yang dibentuk untuk melakukan kegiatan manajeria yang profesional, mandiri dan mampu mengemban misi mencari keuntungan. Lembaga ini bertanggung jawab secara langsung kepada Bupati.

Kelebihan perusda adalah memiliki kemandirian yang lebih kuat, sehingga dituntut untuk mampu melakukan pengelolaan yang benar – benar profesional. Alokasi jabatan PNS tidak besar, sehingga memungkinkan untuk melakukan rekrutment kalangan profesional yang lebih besar. Akan tetapi proses pembentukan perusda memakan waktu yang relatif lama, sebab pembentukan perusda harus menggunakan perda yang juga melibatkan pertimbangan legislatif. Sebagai sebuah unit usaha, perusda cenderung melakukan kegiatan ekonomi yang bersifat eksploitatif untuk pemenuhan keuntungan, tak jarang aspek kesejahteraan masyarakat sekitar bukan menjadi prioritas.

## 2. Pengelolaan oleh Swasta

Dalam sistem pengelolaan ini, pihak swasta berwenang untuk mengelola kawasan wisata dengan melalui KSO ataupun konsensi tertentu. Pengelolaan kawasan melalui swasta ini tentu akan mendorong pengelolaan dengan berorientasi pada keuntungan (profit).



Gambar 4.7. Pengelolaan Kawasan Wisata Oleh Swasta

Pengelolaan oleh swasta ini memungkinkan 2 macam kontrak kerjasama pembiayaan, yaitu :

- Konsep *Leasing*, dimana badan usaha swasta menyewa suatu fasilitas pemerintah selama jangka waktu tertentu yang disepakati. Setelah batas waktu perjanjian, fasilitas dikembalikan kepada pemerintah.
- Konsep *contract operation*, dimana pemerintah tetap mengendalikan badan usahanya dan meminta suatu kontraktor untuk memberikan jasa manajemen langsung langsung oleh pemerintah atas jasa – jasa yang diberikannya yang meliputi berbagai bidang seperti pekerjaan konstruksi, sipil, pengadaan tenaga, tanggung jawan atas operasi dan pemeliharaan dan lain- lain.

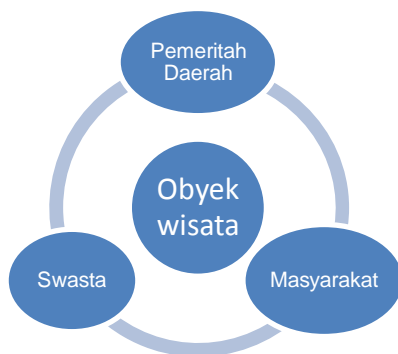
### 3. Pengelolaan Model Kemitraan / Partnership

Pengelolaan model ini merupakan pengelolaan bersama dalam suatu kawasan antara pemerintah (*public sector*), swasta (*private sector*), dan masyarakat (*community sector*).

Dasar pemikiran dari model pengelolaan ini adalah :

- Masyarakat di dalam pembangunan tidak hanya berlaku sebagai obyek, akan tetapi juga memiliki hak berperan sebagai pelaku pembangunan (subyek).
- Program perencanaan obyek pariwisata dan pengembangannya dapat memberikan kontribusi langsung kepada masyarakat.
- Dengan adanya partisipasi masyarakat dan swasta memicu terbentuknya *community based development* yang dapat mempermudah pemerintah dalam hal pengawasan dan pembibingannya.

Model pengelolaan kemitraan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 4.8. Pengelolaan Kawasan Model Kemitraan/ Partnership

Sistem pengelolaan setiap obyek wisata tidak harus memiliki keseragaman antara satu dan lainnya, berdasarkan karakteristik obyek wisata serta potensi yang terkandung di dalamnya, berikut adalah skenario model pengelolaan untuk setiap destinasi wisata :

Tabel 4.12. Arahannya Pengelolaan Obyek Wisata di Kabupaten Grobogan

WPP	Obyek Wisata	Model Pengelolaan	Pelaku		
			Pemda	Swasta	Masyarakat
I	Api Abadi Mrapen	Kemitraan	V	V	V
II	Makam Ki Ageng Getas Pendowo	Pemda	V		
	Sendang Jati Pohon	Kemitraan	V	V	V
	Gua Lawa dan Macan	Kemitraan dan Swasta	V	V	V
	Sendang Sirah	Pemda	V		
	Waduk Krukul dan Sanggeh	Kemitraan	V	V	V
	Cindelaras	Kemitraan	V	V	V
	Kedung Ombo	Pemda	V		
III	Makam Ki Ageng Selo	Pemda	V		
	Makam Ki Ageng Tarub	Pemda	V		
IV	Bledug Kuwu	Kemitraan	V	V	V
	Waduk Simo	Kemitraan	V	V	V
	Sendang Coyo	Kemitraan	V	V	V

### 3. Skenario *Re-Orientation*

Merupakan skenario strategi yang diterapkan pada kondisi dimana kondisi keamanan memburuk, namun terdapat optimisme industri disebabkan peningkatan kualitas dan kuantitas atraksi dan obyek wisata. Pada kondisi ini, diharapkan pemerintah daerah dapat berlaku kreatif untuk menciptakan peluang atas kondisi yang terbatas ini. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menonjolkan karakter utama yang dimiliki sebagai *uniques selling point*. Strategi tersebut lazim disebut *Re-Orientation Strategy*. Dalam hal ini ketika kondisi keamanan tidak baik, sedangkan keamanan merupakan faktor kunci keberhasilan menarik wisatawan bersedia datang, maka harus diformulasikan strategi pemasaran pariwisata yang memiliki jaminan keamanan terhadap wisatawan.

Perubahan fokus penjualan dari target market wisatawan domestik umum menjadi wisatawan khusus merupakan cara yang paling efektif untuk tetap menjaga hidupnya pariwisata di Kabupaten Grobogan. Kabupaten Grobogan memiliki potensi wisata beragam, salah satunya adalah untuk wisata edukasi dan sejarah. Maka sasaran pemasaran dapat bergeser ke kalangan akademisi.

Kabupaten Grobogan juga merupakan Kabupaten Kecil yang dikelilingi oleh kota besar, dari segi keamanan global Kabupaten Grobogan akan cenderung terlindungi dibanding dengan kota besar disekelilingnya, sehingga bisa dikatakan Kabupaten Grobogan berpotensi menjadi *shelter* terhadap kawasan disekitarnya.

Jika skenario yang terjadi adalah perbaikan kuantitas dan kualitas obyek wisata, maka nilai jual obyek wisata akan tetap ada dan memiliki nilai dukung

aktivitas wisata, pengembangan obyek wisata untuk tujuan akademik, seminar dan konferensi menjadi pilihan pengembangan.

#### 4. Skenario *Status Quo*

Skenario ini jika kondisi keamanan buruk serta kondisi obyek wisata juga mengalami penurunan. Pada kondisi ini yang bisa dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Grobogan hanyalah mengalokasikan sumber daya yang ada pada kondisi pemulihan keamanan demi menjamin stabilitas masyarakat. Pengembangan pariwisata akan menjadi rencana berkesinambungan seiring dengan kondisi keamanan yang telah membaik.

Berdasarkan kondisi dan sumber daya yang dimiliki Kabupaten Grobogan, maka perlu dilakukan kajian prioritas pengembangan pariwisata, sehingga arah pengembangan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Pengembangan dan penyusunan skala prioritas didasarkan pada kondisi obyek wisata saat ini, kemudahan pengembangan, serta dampak dan urgensitasnya. Obyek wisata yang memiliki dampak pengembangan yang lebih luas, memiliki kemudahan dalam pengembangan dan relatif lebih siap untuk dikembangkan maka akan menempati urutan prioritas pertama. Berikut adalah rencana pentahapan pembangunan pariwisata Kabupaten Grobogan.

Tabel 4.13. Rencana Pentahapan Pelaksanaan Pembangunan Pariwisata Kabupaten Grobogan

No	OBYEK WISATA DAN PEKERJAAN PEMBANGUNAN	TAHAP I (2018-2022)					TAHAP II (2022-2026)					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
	<b>Bledug Kuwu, Sendang Jati Pohon, Waduk Krukul dan Sangeh, Cindelas</b>											
1	a. Pembangunan fasilitas rekreasi permainan anak	■										
	b. Penambahan fasilitas penunjang wisata		■									
	c. Penambahan atraksi permainan					■						
	d. Upaya penjangkauan investor untuk pembangunan wisata air skala nasional						■	■	■			
2	<b>Sendang Sirah</b>											
	a. Penataan lansekap kawasan					■						
	b. Pengembangan sarana wisata untuk tempat rekreasi wisata keluarga					■						
	c. Pengembangan dan pembangunan wisata alam					■						
	d. Pengembangan dan pembangunan sarana penunjang					■						
	e. Pengembangan agrowisata						■					
3	<b>Api Abadi Mrapen</b>											
	a. Pembangunan fasilitas rekreasi permainan anak						■					
	b. Penambahan fasilitas penunjang wisata							■				
	c. Penambahan atraksi permainan								■			
4	<b>Goa Lawa dan Goa Macan</b>											
	a. Perbaikan sarana transportasi	■										
	b. Pengembangan wisata alternatif petualangan									■		
	c. Pengembangan sarana wisata										■	
5	<b>Makam Ki Ageng Selo</b>											
	a. Studi penataan kawasan							■				
6	<b>Makam Ki Ageng Tarub</b>											
	a. Perbaikan sarana transportasi		■									
	b. Penataan lansekap kawasan											
	c. Pengadaan fasilitas penunjang					■						
7	<b>Waduk Kedung Ombo</b>											
	a. Perbaikan sarana transportasi	■										
	b. Pengembangan sarana air alternatif		■									
8	<b>Sendang Coyo</b>											
	a. Studi penataan kawasan							■				
9	<b>Waduk Simo</b>											
	a. Perbaikan Jalan							■				
10	<b>Makam Ki Ageng Getas Pendowo</b>											
	a. Promosi Wisata	■										



## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Kabupaten Grobogan memiliki potensi gabungan obyek wisata yang dapat dikembangkan menjadi obyek wisata nasional sebagai sektor strategis.
2. Terdapat 20 faktor eksternal yang berperan dalam pengembangan industri pariwisata di Kabupaten Grobogan, dimana 10 diantaranya merupakan *Trend* atau faktor yang dapat secara pasti diprediksi dampak dan kondisinya, sedangkan 10 sisanya merupakan faktor *uncertainties* yang tidak dapat diprediksikan dampak atau kondisinya di masa yang akan datang.
3. Faktor eksternal tersebut dapat dikembangkan menjadi 4 skenario, yaitu :
  - a. Skenario *Dynamic* memberikan strategi pengembangan pariwisata berupa optimalisasi potensi obyek wisata dengan pembentukan paket wisata dan pengembangan pariwisata berbasis wilayah sehingga memungkinkan konsentrasi dan pengelolaan yang lebih masif.
  - b. Skenario *Re-organisation*, dimana terjadi ketika faktor keamanan dalam kondisi baik namun atraksi wisata semakin tidak menarik dan tidak ditemukan destinasi wisata baru, maka strategi yang ditawarkan adalah perubahan pola pengelolaan, dimana pemerintah dapat menggandeng pihak swasta dan masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata. Pemerintah pun dapat membentuk suatu unit usaha atau badan khusus

yang mengurus pariwisata baik langsung dibawah dinas pariwisata dan Pemda ataupun berdiri secara modern dalam bentuk badan usaha daerah yang juga berorientasi pada keuntungan. Perubahan ini dimaksudkan untuk memunculkan ide kreatif dan semangat inovasi demi mempercepat pembangunan kawasan wisata.

- c. Skenario *Re-Orientation* menawarkan strategi mengubah arah tujuan pemasaran pariwisata. Hal ini dilakukan ketika faktor keamanan yang menjadi kunci ketertarikan minat wisatawan untuk berkunjung dalam kondisi buruk. Maka diperlukan upaya mendatangkan wisatawan dengan jaminan keamanan dan keterpaksaan berkunjung karena suatu kebutuhan. Dalam hal ini strategi yang dilakukan adalah dengan menyasar kaum akademis dengan menjadikan obyek wisata Kabupaten Grobogan sebagai sumber pengetahuan.
  - d. Skenario *Status Quo* merupakan keadaan yang paling tidak memungkinkan, dimana faktor – faktor dominan penentu industri pariwisata dalam kondisi yang buruk. Dalam hal ini pemerintah Grobogan disarankan untuk berkonsentrasi dan mengerahkan sumber daya pada upaya pemulihan kondisi keamanan.
4. Dari keempat skenario tersebut, skenario *Dynamic* merupakan skenario yang paling memungkinkan untuk diterapkan pada saat ini.

## **5.2. Saran**

Dari hasil penyusunan skenario masa depan industri pariwisata di Kabupaten Grobogan, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bahwa terdapat 20 faktor yang merupakan faktor penentu masa depan industri pariwisata di Kabupaten Grobogan, maka perlu dilakukan pengamatan yang intensif mengenai pergerakan dan kondisi ke 20 faktor tersebut dari waktu ke waktu, dengan pengamatan yang tajam maka akan lebih mudah dibaca kemungkinan skenario yang akan terjadi sehingga dapat lebih dini melakukan antisipasi dan persiapan.
2. Penyusunan skenario menghasilkan beberapa strategi, akan lebih baik jika langkah strategi tersebut dimasukkan kedalam rencana strategis Pemerintah Daerah Kabupaten Grobogan sehingga dapat menjadi acuan bagi pemangku kepentingan pariwisata di Kabupaten Grobogan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Kurniawati. 2005. *Skripsi : Pengembangan Obyek wisata Fenomena Alam Bledug Kuwu di Kabupaten Grobogan*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Andersen, P. H. and J. Strandskov. 2008. *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail/leading the revolution/Re-Orientation Strategy: how to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. *Academy of Management Review* 33(3): 790-794.
- Atstaja D., *Environment friendly branches in Latvia from the point of view of sustainable development*. In *7 th international JTEFS/BBCC conference "Sustainable development. Culture. Education."* (Part II), 2010,Pp7-23, ISBN 978-9984-14-512-9
- Badan Pusat Statistik. 2016
- Bramwell, B. 2011, *Governance, the state and sustainable tourism: a political economy approach*, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 19 Nos 4/5, pp. 459-77., Nunkoo, R. (2015), "Tourism development and trust in local government", *Tourism Management*, Vol. 46, pp. 623-34
- Brida, J.G., Cortes-Jimenez, I. and Pulina, M. 2014, *Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature review*, *Current Issues in Tourism*, Vol. 7. doi: 10.1080/13683500.2013.868414.

- Buisson, B. and P. Silberzahn. 2010. *Blue Ocean Or Fast-Second Innovation? A Four-Breakthrough Model To Explain Successful Market Domination*. International Journal of Innovation Management (ijim) 14(03): 359-378
- Carlsen, Jack. 1999. *A System approach to island tourism destination management*. Systems Research and Behavioral Science; Jul/Aug 1999; 16, 4; ABI/INFORM Research pg. 321
- Checkland, P.B. 1989 . *Shoft System Methodology in Rosenhead, J.(eds)*. Rational Analytic For a Problematic World. Willey. Chechester. Pp71-100
- Chan Kim, W & Mauborgne, R. 2006. *Re-Orientation Strategy* (terjemahan) Wahono S. Serambi. Jakarta
- Chang, S. C. 2010. "*Bandit cellphones: A Re-Orientation Strategy*." Technology in Society 32(3): 219-223.
- Damanik, Janiaton & Webber, Helmut 2006. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. PUSPAR UGM dan Andi. Yogyakarta
- David, Fred R. 2006, *Manajemen Strategi: Konsep- konsep, edisi kesembilan*. Kelompok Gramedia. Jakarta
- Flood, R. L and Jackson , M. C. 1991. *Creative Problem Solving : Total system Intervention*. Willey. Chicester
- Getz, D. 1987, *Family business in tourism: State-of-the-art*, Annals of Tourism Research, Vol. 32, No. 1, hal. 237-258
- Goldner C. R, Ritjie J.R. B, McIntosh R.W, 2000. *Tourism (Principles, Practice, Philosophies)*. John Willey & Sons. Canada

- Gun C. A., 1994. *Tourism Planning. Basic Concepts Case 3<sup>rd</sup> ed.* Taylor and Franchis. New York
- Gunn, C.A. 1997, *Vacationscape: Developing Tourist Areas*, Taylor & Francis, Journal of Tourism History, Vol. 1 No. 1, pp. 1-6.
- Ismail, Zarmawis. 2005. *Peningkatan Daya Saing Ekonomi Indonesia: Studi Kasus Industri Pariwisata (Kajian Makro)*. jurnal P2E-LIPI.
- Jackson, M. C., 1993. *Systems Methodology for for the Management Science*. Plenum Press. New York.
- Joan C. Henderson , 2015, *Destination development and transformation: 50 years of tourism after independence in Singapore* , International Journal of Tourism Cities, Vol. 1 Iss 4 pp. 269 – 281
- Kim, W. C., R. Mauborgne, et al. 2008, *Re-Orientation Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard Business School Press.
- Kotler, Phillip & Kevin L. Keller. 2009. *Marketing Management*. Pearson. International Edition. New Jersey
- Lickorish, Leonard J. dan Carlson L. Jenkins..1997. *An Introduction To Tourism*. Butterworth-Heinemann, London.
- Lutz, W. 1994. *Population – Environment- Development : Understanding their interaction in Mauritius*. Springer – Verlag. New York.
- Martopo S. and Mitchell B. 1995. *Bali : Balancing Environment, Economy and Culture*. Department of Publicacy Series no. 44. University of Waterloo.

- Muhammad, Suwarsono. 2008. *Matriks & Skenario dalam Strategi*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- Middleton, Victor T.C. 1994. *Marketing in Travel and Tourism*. 2nd ed. Butterworth- Heinemann. ISBN 0 7506 0973 7 p.4 (393).
- Nelson, J G, R. Butler and G. Wall. 1993. *Tourism and Sustainable Development : Monitoring, Planning, Managing*. Departement of Geography Universtity of Waterloo. Canada
- Page, Stephen. 1995. *Urban Tourism*. London. United Kingdom
- Parvinen, P., J. Aspara, et al. (2011). *Awareness, action and context-specificity of Blue Ocean practices in sales management*. *Management Decision* 49(8): 1218-1234.
- Pearce dan Robinson.2008. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta
- Pendit. S, Nyoman. 1999, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita. Jakarta
- Porter, M.E. 1980, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press, New York, NY.
- Rosa, A. N .2010. *Strategi Pengembangan Wisata “Bledug Kuwu” di Kabupaten Grobogan*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Saraniemi, S. and Kylanen, M. 2011, *Problematising the concept of tourism destination: an analysis of different theoretical approaches*, *Journal of Travel Research*, Vol. 50 No. 2, pp. 133-43.

- Saarinen, J. 2004. *Destinations in change: the transformation process of tourist destinations*, *Tourist Studies*, Vol. 4 No. 2, pp. 161-79.
- Schoemaker, Paul J H;van der Heijden, Cornelius A. J. M. 1992. *Integrating Scenarios into Strategic Planning at Royal Dutch/Shell*. *Planning Review*; May/Jun; 20, 3; ABI/INFORM Research
- Schwartz, Peter. 1996. *The Art of the Long View: Planning for the Future in an Uncertain World*. US: Currency Doubleday.
- Song, H., Dwyer, L. and Zheng Gao, G.L. 2012, *Tourism economic research: a review and assessment*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 39 No. 3, pp. 1653-82.
- Spillane, J. 1994. *Pariwisata Indonesia (Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan)*. Yogyakarta : Kanisius
- Sugiastuti, N.W.T. 2009. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Grobogan Dalam Mempromosikan Obyek wisata Bledug Kuwu*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi. Yogyakarta
- Timothy, D.J. and Nyaupane, G.P. (Eds) 2009, *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective*, *Routledge*. London and New York, NY.
- Yoeti, Oka. A. 1995, *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Jakarta
- Zeithaml, Valarie A ,and Bitner, Marry Jo, 1996, *Services Marketing*, International Ed., New York : The McGraw-Hill Companies, Inc



Akses dari web :

[http://www.kemepar.go.id/userfiles/file/4636\\_1364-](http://www.kemepar.go.id/userfiles/file/4636_1364-)

UUTentangKepariwisataannet1.pdf. UU No.10 tahun 2009 tentang  
Kepariwisata Republik Indonesia. Diakses tanggal 3 Januari 2017

<http://www.kemepar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=14> Rencana Strategis Kementrian  
Pariwisata RI Tahun 2014 – 2017. Diakses tanggal 3 Januari 2017

[https://swa.co.id/swa/trends/business-research/pertumbuhan-sektor-perjalanan-  
dan-pariwisata-Indonesia-tertinggi-dibanding-negara-anggota-G20](https://swa.co.id/swa/trends/business-research/pertumbuhan-sektor-perjalanan-dan-pariwisata-Indonesia-tertinggi-dibanding-negara-anggota-G20).  
19 Maret 2014. Diakses tanggal 2 Februari 2017