



**PENGEMBANGAN POTENSI
WISATA KULINER DAN BELANJA
PROVINSI JAWA TENGAH**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Universitas Negeri Semarang

Oleh

Syiva Fauziah

7111415104

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi pada

Hari : *Rabu*

Tanggal : *24 Juli 2019*

Mengetahui,

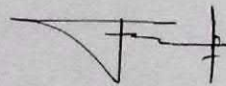
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Fafurida, S.E., M. Sc.

NIP. 198502162008122004

Pembimbing



Fafurida, S. E., M. Sc

NIP. 198502162008122004

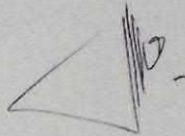
PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Selasa

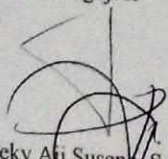
Tanggal : 13 Agustus 2019.

Penguji I



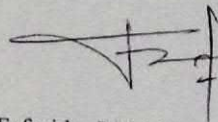
Karsinah, S.E., M.Si.
NIP.197010142009122001

Penguji II



Dedy Aji Suseno, S.E., M.Si
NIP.197612032003121004

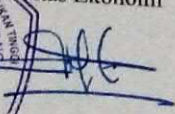
Penguji III



Fafurida, S.E., M.Sc.
NIP.198502162008122004

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D
NIP.196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syiva Fauziah
NIM : 7111415104
Tempat/Tanggal Lahir : Pekalongan, 07 Oktober 1996
Alamat : Desa Babalan Lor, RT 04 RW 01 Bojong Pekalongan

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar – benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi adalah hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 19 Agustus 2019



Syiva Fauziah
NIM 7111415104

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Jawaban sebuah keberhasilan adalah
dengan terus belajar dan tidak kenal putus asa”

Persembahan

1. Skripsi ini dipersembahkan kepada: Bapak Suwoyo dan Ibu Musafah yang selalu memberi dukungan selama ini;
2. Almamater Universitas Negeri Semarang.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengembangan Potensi Wisata Kuliner dan Belanja Provinsi Jawa Tengah”**. Yang mana penelitian ini adalah bagian dari penelitian payung yang berjudul **“Model Percepatan Pengembangan Pariwisata di Provinsi Jawa Tengah”**. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Suwoyo, Ibu Musafah, Dian Mila Noer dan Muhammad Zahwan Altof yang selalu memberikan dukungan serta doa;
2. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum selaku Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Negeri Semarang;
3. Drs. Heri Yanto M. B. A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi;

4. Fafurida, S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah mendorong dan mengerahkan selama menempuh studi;
5. Fafurida, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, bantuan, nasihat, dukungan, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini;
6. Ibu Karsinah, S.E., M.Si, selaku dosen penguji I dan Bapak Deky Aji Suseno, S.E., M.Si, selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran dalam penyempurnaan skripsi ini;
7. Segenap dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kemudahan dalam hal administrasi penelitian ini;
8. Sahabat, serta teman – teman dari Ekonomi Pembangunan 2015 yang bersedia membantu dalam segala urusan yang berkaitan dengan penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis berhadap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, bagi almamater, dan para pembaca umumnya.

Semarang, 9 Agustus 2019



Syiva Fauziah

7111415104

SARI

Fauziah, Syiva. 2019. *“Pengembangan Potensi Wisata Kuliner dan Belanja Provinsi Jawa Tengah”*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Fafurida, S.E., M.Sc.

Kata Kunci: Pengembangan Potensi Wisata, Wisata Kuliner, Wisata Belanja.

Wisata kuliner dan belanja merupakan jenis wisata yang diminati oleh wisatawan. Jenis wisata ini berpotensi untuk dikembangkan di semua daerah yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Hal tersebut didukung dengan data yang menunjukkan minat wisatawan pada daya tarik wisata kuliner sebesar 13,02% dan wisata belanja sebesar 14,03%. Namun, hingga saat ini belum terdapat pemetaan terhadap potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah, serta menyusun strategi pengembangan wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah. Adapun penelitian ini merupakan kombinasi antara penelitian kualitatif dan kuantitatif, dengan menggunakan analisis deskriptif, *Geographic Information System (GIS)*, dan analisis SWOT dengan memperhatikan komponen penunjang wisata seperti, daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas dan akomodasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa, daerah yang tergolong kedalam kategori sangat potensial berada di Kota Semarang, Kota Magelang dan Kabupaten Semarang. Untuk daerah yang tergolong kedalam kategori kurang potensial berada pada Kabupaten Tegal dan Kabupaten Grobogan. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa wisata kuliner berada di kuadran II, dimana strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan mengoptimalkan potensi wisata, meningkatkan promosi wisata, memperbaiki dan menambah fasilitas penunjang wisata kuliner.

Adapun hasil dari analisis pada wisata belanja dapat diketahui bahwa, daerah yang tergolong kedalam kategori sangat potensial berada pada Kota Semarang, Kota Magelang, dan Kota Surakarta, sedangkan daerah yang tergolong kedalam kategori kurang potensial berada pada Kabupaten Grobogan. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan pada penelitian ini, strategi yang dapat dilakukan berupa menambah kelengkapan petunjuk arah, peta potensi wisata belanja, ikut serta dalam pelaksanaan event dan bazar wisata. Adapun saran yang dapat direkomendasikan untuk wisata kuliner yaitu dengan menambah dan memperbaiki fasilitas penunjang wisata. Sedangkan saran yang dapat direkomendasikan pada wisata belanja yaitu dengan menyusun paket – paket wisata belanja dan menambah kelengkapan petunjuk arah pada daya tarik wisata belanja.

ABSTRAK

Fauziah, Syiva. 2019. "Development of the Potential of Culinary Tourism and Shopping Tourism in Central Java Province". Essay. Department of Economics Development. Faculty of Economics, Semarang State University. Supervisor: Fafurida, S.E., M.Sc.

Keywords: Tourism Potential Development, Culinary Tourism, Shopping Tourism.

Culinary tourism and shopping tourism are types of tourism that are in demand by tourists. This type of tourism has the potential to be developed in all regions in Central Java Province. This is supported by data showing tourist interest in culinary tourism attractions of 13.02% and shopping tourism of 14.03%. However, until now the development of culinary tourism potential and shopping tourism has not been a mapping of the culinary and shopping tourism potential in Central Java Province. The purpose of this research is to identify the potential of culinary tourism and shopping tourism in Central Java Province, and to develop strategies for developing culinary tourism and shopping tourism in Central Java Province. The research is a combination of qualitative and quantitative research, using descriptive analysis, Geographic Information System (GIS), and SWOT analysis by taking into account tourism support components such as tourist attractions, facilities, accessibility and accommodation.

Based on the results of the research that has been carried out it can be seen that, the regions which are classified as very potential are in Semarang City, Magelang City, and Semarang Regency. Whereas the regions classified as less potential are in Tegal and Grobogan Regencies. SWOT analysis results show that culinary tourism is in quadrant II, where the strategies that can be done are to optimize tourism potential, increase tourism promotion, improve and add culinary tourism supporting facilities.

The results of the analysis of shopping tourism can be seen that, areas classified as very potential are in Semarang City, Magelang City, and Surakarta City, while regions classified as less potential are in Grobogan Regency. Based on the SWOT analysis that has been carried out in this study, a strategy that can be done is to add complete directions, map of potential shopping tourism as well as participate in the events and tourist bazaars. The asuggestions that can be recommended for culinary tourism is to add and improve tourism support facilities. While suggestions that can be recommended for shopping tours are by arranging shopping tour packages and adding to the completeness of directions to the attractions of shopping tourism.

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PENYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Cakupan Masalah	12
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis	14
1.6 Orisinalitas Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Landasan Teori	15

2.1.1	Pariwisata.....	15
2.1.2	Jenis Usaha Pariwisata.....	16
2.1.3	Jenis – Jenis Wisata	19
2.1.4	Teori Pembangunan Ekonomi Daerah	20
2.1.5	Perencanaan Pariwisata.....	21
2.1.6	Pengembangan Pariwisata	22
2.1.7	Wisata Kuliner	28
2.1.8	Wisata belanja.....	29
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.3	Kerangka Berfikir.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Fokus Penelitian	36
3.2	Lokasi Penelitian	38
3.3	Jenis dan Desain Penelitian	38
3.4	Jenis dan Sumber Data	39
3.4.1	Data Primer	40
3.4.2	Data Sekunder.....	40
3.5	Variabel Penelitian	41
3.6	Penentuan Keyperson.....	43
3.7	Teknik Pengambilan Data	44
3.7.1	Observasi	44
3.7.2	Wawancara.....	44
3.7.3	Kuesioner	45
3.8	Metode Analisis Data	45
3.8.1	Analisis Deskriptif	45

3.8.2	Sistem Informasi Geografis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum	52
4.2.1	Pariwisata Provinsi Jawa Tengah	52
4.2.2	Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah.....	58
4.2.3	Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah.....	62
4.2	Hasil Penelitian	65
4.2.1	Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah.....	65
4.2.1.1	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Banjarnegara	68
4.2.1.2	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Banyumas.....	70
4.2.1.3	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Batang	72
4.2.1.4	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Blora.....	73
4.2.1.5	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Boyolali.....	75
4.2.1.6	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Brebes	77
4.2.1.7	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Cilacap	78
4.2.1.8	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Demak	79
4.2.1.9	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Grobogan.....	81
4.2.1.10	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Jepara	82
4.2.1.11	Potensi Wisata kuliner Kabupaten Karanganyar.....	83
4.2.1.12	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Kebumen	85
4.2.1.13	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Kendal	86
4.2.1.14	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Klaten	87
4.2.1.15	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Kudus	89
4.2.1.16	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Magelang.....	91
4.2.1.17	Potensi Wisata Kuliner Kota Magelang	92

4.2.1.18	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Pati	94
4.2.1.19	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Sukoharjo	95
4.2.1.20	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Pekalongan	97
4.2.1.21	Potensi Wisata Kuliner Kota Pekalongan.....	99
4.2.1.22	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Pemalang	101
4.2.1.23	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Purbalingga	102
4.2.1.24	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Purworejo	104
4.2.1.25	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Rembang	105
4.2.1.26	Potensi Wisata Kuliner Kota Salatiga	106
4.2.1.27	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Semarang.....	108
4.2.1.28	Potensi Wisata Kuliner Kota Semarang	110
4.2.1.29	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Sragen.....	112
4.2.1.30	Potensi Wisata Kuliner Kota Surakarta.....	114
4.2.1.31	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Tegal.....	116
4.2.1.32	Potensi Wisata Kuliner Kota Tegal	117
4.2.1.33	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Temanggung.....	119
4.2.1.34	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Wonogiri	120
4.2.1.35	Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Wonosobo	121
4.2.2	Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah .	122
4.2.3	Strategi Pengembangan Wisata Kuliner di Provinsi Jawa Tengah	130
4.2.3.1	Pemberian Bobot Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah	130
4.2.3.2	Pemberian Rating Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah....	136
4.2.3.3	Faktor Strategi Internal dan Eksternal Wisata Kuliner di Provinsi Jawa Tengah.....	143
4.2.4	Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah	151

4.2.4.1 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Banjarnegara	154
4.2.4.2 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Banyumas.....	155
4.2.4.4 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Blora.....	159
4.2.4.5 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Boyolali.....	160
4.2.4.6 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Brebes	161
4.2.4.7 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Cilacap	163
4.2.4.8 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Demak.....	165
4.2.4.9 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Grobogan.....	166
4.2.4.10 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Jepara	168
4.2.4.11 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Karanganyar	169
4.2.4.12 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Kebumen	171
4.2.4.13 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Kendal	172
4.2.4.14 Potensi Wisata Belanja Kabupaten klaten.....	174
4.2.4.15 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Kudus	175
4.2.4.16 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Magelang.....	177
4.2.4.17 Potensi Wisata Belanja Kota Magelang	179
4.2.4.18 Potensi Wisata Belanja Kota Surakarta.....	181
4.2.4.19 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Sukoharjo	183
4.2.4.20 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Pati	184
4.2.4.21 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Rembang	186
4.2.4.22 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Salatiga.....	187
4.2.4.23 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Semarang.....	188
4.2.4.24 Potensi Wisata Belanja Kota Semarang	190
4.2.4.25 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Sragen.....	193
4.2.4.26 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Pekalongan	194

4.2.4.27	Potensi Wisata Belanja Kota Pekalongan.....	196
4.2.4.28	Potensi Wisata Belanja Kabupaten pemalang	197
4.2.4.29	Potensi Wisata Belanja Kabupaten Purbalingga	199
4.2.4.30	Potensi Wisata Belanja Kabupaten Purworejo	200
4.2.4.31	Potensi Wisata Belanja Kota Tegal	201
4.2.4.32	Potensi Wisata Belanja Kabupaten Tegal.....	203
4.2.4.33	Potensi Wisata Belanja Kabupaten Temanggung.....	204
4.2.4.34	Potensi Wisata Belanja Kabupaten Wonogiri	205
4.2.4.35	Potensi Wisata Belanja Kabupaten Wonosobo	207
4.2.5	Identifikasi Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah.....	208
4.2.6	Strategi Pengembangan Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah....	214
4.2.6.1	Pemberian Bobot Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah ...	214
4.2.6.2	Pemberian Rating Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah....	220
4.2.6.3	Faktor Strategi Internal dan Eksternal Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah	225
4.3	Pembahasan.....	232
4.3.1	Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah.....	232
4.3.2	Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah menggunakan analisis SWOT.....	235
4.3.3	Identifikasi Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah.....	238
4.3.4	Strategi Pengembangan Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah....	242
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		244
5.1	Kesimpulan.....	244
5.2	Saran.....	248
LAMPIRAN.....		254

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	255
Lampiran 2. Instrumen Penelitian	260
Lampiran 3. Hasil Pembobotan dan Rating.....	280
Lampiran 4. Hasil Wawancara	286
Lampiran 5. Peta Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah	303
Lampiran 6. Peta Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah	304
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian	305

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komoditas Penyumbang Devisa Indonesia Tahun 2013 – 2017	3
Tabel 1.2 Jumlah DTW dan Kunjungan Wisatawan di Pulau Jawa Tahun 2017 ..	5
Tabel 1.3 Kunjungan Wisatawan di Jawa Tengah Tahun 2013 – 2017.....	7
Tabel 2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Sektor Pariwisata Menurut Para Ahli	23
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Faktor Strategi Eksternal.....	50
Tabel 3.2 Faktor Strategi Internal	51
Tabel 4.1 Jumlah Penginapan di Provinsi Jawa Tengah	55
Tabel 4.2 Lama Tinggal dan Pengeluaran Wisatawan Provinsi Jawa Tengah	56
Tabel 4.3 Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDRB Jawa Tengah.....	57
Tabel 4.4 Jenis Wisata Yang Di Sukai Wisatawan Di Jawa Tengah 2017	59
Tabel 4.5 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Banjarnegara.....	68
Tabel 4.6 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Banyumas	71
Tabel 4.7 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Batang	72
Tabel 4.8 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Blora	74
Tabel 4.9 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Boyolali	75
Tabel 4.10 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Brebes	77
Tabel 4.11 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Cilacap	79
Tabel 4.12 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Demak.....	80
Tabel 4.13 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Grobogan	81
Tabel 4.14 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Jepara	82
Tabel 4.15 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Karanganyar.....	83
Tabel 4.16 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Kebumen.....	85

Tabel 4.17 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Kendal.....	86
Tabel 4.18 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Klaten	88
Tabel 4.19 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Kudus.....	89
Tabel 4.20 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Magelang	91
Tabel 4.21 Potensi Wisata Kuliner Kota Magelang.....	92
Tabel 4.22 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Pati	94
Tabel 4.23 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Sukoharjo.....	95
Tabel 4.24 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Pekalongan	97
Tabel 4.25 Potensi Wisata Kuliner Kota pekalongan	99
Tabel 4.26 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Pemalang	101
Tabel 4.27 Potensi Wisata Kuliner Kabupaetn Purbalingga.....	103
Tabel 4.28 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Purworejo.....	104
Tabel 4.29 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Rembang.....	105
Tabel 4.30 Potensi Wisata Kuliner Kota Salatiga.....	107
Tabel 4.31 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Semarang	108
Tabel 4.32 Potensi Wisata Kuliner Kota Semarang.....	110
Tabel 4.33 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Sragen	113
Tabel 4.34 Potensi Wisata Kuliner Kota Surakarta	114
Tabel 4.35 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Tegal	116
Tabel 4.36 Potensi Wisata Kuliner Kota Tegal.....	117
Tabel 4.37 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Temanggung	119
Tabel 4.38 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Wonogiri.....	120
Tabel 4.39 Potensi Wisata Kuliner Kabupaten Wonosobo	121
Tabel 4.40 Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah.....	124
Tabel 4.41 Pembobotan Faktor Kekuatan Wisata Kuliner Jawa Tengah.....	130

Tabel 4.42 Pembobotan Faktor Kelemahan Wisata Kuliner Jawa Tengah.....	132
Tabel 4.43 Pembobotan Faktor Peluang Wisata Kuliner Jawa Tengah.....	133
Tabel 4.44 Pembobotan Faktor Ancaman Wisata Kuliner Jawa Tengah.....	135
Tabel 4.45 Peratingan Faktor Kekuatan Wisata Kuliner Jawa Tengah	137
Tabel 4.46 Perantingan Faktor Kelemahan Wisata Kuliner Jawa Tengah.....	138
Tabel 4.47 Peratingan Faktor Peluang Wisata Kuliner Jawa Tengah	140
Tabel 4.48 Peratingan Faktor Ancaman Wisata Kuliner Jawa Tengah	141
Tabel 4.49 Faktor Strategi Internal Wisata Kuliner Jawa Tengah.....	143
Tabel 4.51 Matrik SWOT Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah.....	148
Tabel 4.52 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Banjarnegara	154
Tabel 4.53 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Banyumas	155
Tabel 4.54 Potensi Wisata belanja Kabupaten Batang.....	158
Tabel 4.55 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Blora	159
Tabel 4.56 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Boyolali.	160
Tabel 4.57 Potensi Wisata belanja Kabupaten Brebes.....	161
Tabel 4.58 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Cilacap	163
Tabel 4.59 Potensi wisata belanja Kabupaten Demak	165
Tabel 4.60 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Grobogan	166
Tabel 4.61 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Jepara	168
Tabel 4.62 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Karanganyar.....	170
Tabel 4.63 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Kebumen.....	171
Tabel 4.64 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Kendal.....	173
Tabel 4.65 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Klaten.....	174
Tabel 4.66 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Kudus.....	176
Tabel 4.67 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Magelang	177

Tabel 4.68 Potensi Wisata Belanja Kota Magelang.....	179
Tabel 3.69 Potensi Wisata Belanja Kota Surakarta	181
Tabel 4.70 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Sukoharjo.....	183
Tabel 4.71 Potensi Wisata belanja Kabupaten Pati.....	185
Tabel 4.72 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Rembang	186
Tabel 4.73 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Salatiga	187
Tabel 4.74 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Semarang	189
Tabel 4.75 Potensi Wisata Belanja Kota Semarang.....	190
Tabel 4.76 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Sragen	193
Tabel 4.77 Potensi Wisata Belanja Kabupaten pekalongan.....	195
Tabel 4.78 Potensi Wisata Belanja Kota Pekalongan	196
Tabel 4.79 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Pemalang	198
Tabel 4.80 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Purbalingga	199
Tabel 4.81 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Purworejo.....	200
Tabel 4.83 Potensi Wisata Belanja Kota Tegal.....	201
Tabel 4.84 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Tegal	204
Tabel 4.85 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Temanggung	205
Tabel 4.86 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Wonogiri.....	206
Tabel 4.87 Potensi Wisata Belanja Kabupaten Wonosobo	207
Tabel 4.88 Identifikasi Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah.....	209
Tabel 4.89 Pembobotan Faktor Kekuatan Wisata Belanja Jawa Tengah.....	215
Tabel 4.90 Pembobotan Faktor Kelemahan Wisata Belanja Jawa Tengah.....	216
Tabel 4.91 Pembobotan Faktor Peluang Wisata Belanja Jawa Tengah.....	218
Tabel 4.92 Pembobotan Faktor Ancaman Wisata Belanja Jawa Tengah.....	219
Tabel 4.93 Peratingan Pada Faktor Kekuatan Wisata Belanja Jawa Tengah.....	220

Tabel 4.94 Perantingan Faktor Kelemahan Wisata Belanja Jawa Tengah.....	221
Tabel 4.95 Peratingan Faktor Peluang Wisata Belanja Jawa Tengah.....	223
Tabel 4.96 Peratingan Faktor Ancaman Wisata Belanja Jawa Tengah	224
Tabel 4.97 Faktor Strategi Internal Wisata Belanja Jawa Tengah	225
Tabel 4.98 Faktor Strategi Eksternal Wisata Belanja Jawa Tengah	226
Tabel 4.99 Matrik SWOT Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah.....	230

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penerimaan Sektor Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013 - 2017 (Rupiah)	8
Gambar 1.2 Minat Wisatawan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2017 (Persen).....	10
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	35
Gambar 3.1 Subsistem Sistem Informasi Geografis	47
Gambar 3.2 Analisis SWOT	48
Gambar 4.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Provinsi Jawa Tengah 2013 -2017 (Orang)	53
Gambar 4.2 Jumlah Penerimaan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah 2013-2017 (Rupiah).....	54
Gambar 4.3 Jenis Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah 2019 (Persen).....	60
Gambar 4.4 Minat Wisatawan Pada Sektor Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2017 (Persen)	63
Gambar 4.5 Jenis Wisata Belanja di Provinsi Jawa Tengah (Persen).....	64
Gambar 4.9 <i>Matrix Grand Strategy</i> Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah.....	228

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	255
Lampiran 2. Instrumen Penelitian	260
Lampiran 3. Hasil Pembobotan dan Rating.....	280
Lampiran 4. Hasil Wawancara	286
Lampiran 5. Peta Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah	303
Lampiran 6. Peta Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah	304
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian	305

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, keanekaragaman budaya, adat istiadat, suku, agama dan bahasa. Sumber daya tersebut merupakan potensi terbesar dimiliki oleh negara yang dapat dijadikan untuk meningkatkan pendapatan nasional. Melalui otonomi daerah pengembangan sumber daya yang di daerah dapat dikelola secara langsung oleh pemerintah daerah setempat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberhasilan suatu kebijakan dari adanya otonomi daerah dapat dilihat dari meningkatnya pendapatan daerah melalui beberapa sektor, menurunnya tingkat kesenjangan, menurunnya tingkat kemiskinan dan pemanfaatan sumber energi dengan bijak dan terbarukan.

Otonomi daerah terlahir dari adanya UU RI Nomer Tahun 2004 yang menjelaskan tentang pemerintah daerah merupakan salah satu lembaga yang terlahir untuk menjawab dan memenuhi tantangan demokrasi antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah. Pemerintah daerah berperan untuk mengatur dan mengurus daerahnya sendiri untuk meningkatkan pendapatan daerah melalui beberapa sektor, salah satu sektor yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan daerah adalah sektor pariwisata. Menurut Prof Salah W dalam (Suwena & Widyatmaja, 2017) mengatakan bahwa Pariwisata adalah sebuah perjalanan secara sadar dan bergantian diantara

orang dalam negara itu sendiri atau benua untuk sementara waktu dengan tujuan mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda.

Sektor pariwisata menjadi keunggulan setiap daerah, hal ini dikarenakan sektor pariwisata menjadi salah satu sektor penyumbang devisa negara. Melihat kondisi tersebut, maka pemerintah perlu melakukan suatu perencanaan dan pengembangan yang mampu menyusun dan merencanakan untuk memetakan potensi yang dimiliki oleh suatu obyek wisata dan menyusun model pengembangan wisata. Pengembangan tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan pada objek wisata yang di unggulkan dan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata.

Tahun 2019 sektor pariwisata diharapkan mampu menjadi sumber penerimaan utama sebesar USD 24 Miliar pada tahun 2019 dan melebihi sektor migas maupun non migas. Hal tersebut dikarenakan sektor pariwisata mampu menjadi salah satu sektor penggerak perekonomian negara, dan mempercepat pertumbuhan ekonomi pada sektor lainnya. Sektor Pariwisata menjadi salah satu sektor yang memiliki berbagai macam manfaat, diantaranya sebagai media pertukaran valuta asing yang menguntungkan bagi negara penerima pendapatan dari pertukaran valuta asing tersebut. Adanya pertukaran valuta asing ini menjadikan surplus necara perdagangan, serta mendorong perekonomian setempat, investasi dalam bidang pariwisata dan peningkatan pelayanan modal yang mendorong peningkatan taraf hidup masyarakat setempat. Manfaat lainnya yaitu kita dapat mengetahui kebudayaan yang ada di tempat lainnya dan ikut serta melestarikan, kebudayaan yang ada. Memperluas lapangan pekerjaan,

modernisasi, dan membuka pandangan masyarakat terhadap suatu daerah dan/atau negara lainnya juga termasuk manfaat dari sektor pariwisata. Berikut adalah tabel yang menunjukkan jenis komoditas di Indonesia

Tabel 1.1 Komoditas Penyumbang Devisa Indonesia Tahun 2013 – 2017

Jenis Komoditas	Nilai Juta (USD)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Minyak & Gas Bumi	32.633,20	30.318,80	18.552,10	13.105	14.158,30
Batu Bara	24.501,40	20.819,30	15.943,00	12.898	16.191,60
Minyak Kelapa Sawit	15.839,10	17.464,90	15.385,20	15.965	18.634,40
Karet Olahan	9.316,60	7.021,70	5.842,00	3.242	4.641,20
Pariwisata	10.054,15	11.166,13	12.225,89	13.568	14.216,00
Pakaian Jadi	7.501,00	7.450,90	7.371,90	6.229	6.161,20
Alat Listrik	6.418,60	6.259,10	5.644,80	4.561	3.373,00
Tekstil	5,293.60	5.379,70	4.996,00	1.848	1.765,90
Perhiasan	202	3.914	3.319	4.119	2.609,10
Bahan Kimia	3.501,60	3.853,70	2.807,60	3.700	4.018,70
Kertas & Barang Kertas	3.802,20	3.780,00	3.605,50	4.032	4.052,80
Kayu Olahan	3.514,50	3.914,10	3.815,80	1.279	1.190,40

Sumber : Kementerian Pariwisata 2018

Peningkatan penerimaan sektor pariwisata pada setiap tahunnya mampu menggeser komoditas minyak bumi dan gas, hingga tahun 2017 sektor pariwisata ini mampu menduduki posisi tiga besar komoditas yang ada di Indonesia dan berada di bawah komoditas batu bara. Penerimaan sektor pariwisata ini mengalami peningkatan setiap tahunnya, pada tahun 2017 ini sektor pariwisata mampu mencapai 14.216 juta US\$. Meskipun masih dibilang jauh dari target yang ditetapkan pemerintah sebesar 24 miliar US\$ pada tahun 2019, namun sektor ini mampu berkembang dengan cepat. Sehingga sektor ini selalu mengalami peningkatan setiap tahun.

Peningkatan penerimaan pada sektor pariwisata ini diharapkan mampu mendorong sektor pariwisata menjadi komoditas unggulan di Indonesia seperti yang telah ditargetkan pada tahun 2019. Namun, target tersebut harus diimbangi dengan penerimaan jenis pariwisata yang ada di seluruh daerah di Indonesia, sehingga sektor ini mampu menyumbangkan devisa terbesar terhadap pendapatan nasional dan pendapatan daerah. Berdasarkan UU RI No. 9 Tahun 1990, yang menyatakan bahwa sektor pariwisata mempunyai peran penting terhadap perluasan, pemerataan kesempatan usaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

Perkembangan Sektor pariwisata di Indonesia hingga tahun 2017 saat ini mampu menyumbangkan sebesar 9,8% dari devisa nasional, dan 10% dari PDB nasional. Selain itu sektor ini juga berkontribusi sebesar 9,8 juta terhadap lapangan pekerjaan atau 8,4% pada tahun 2017 (BPS, 2017). Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia tersebut diikuti dengan perkembangan sektor pariwisata pada Provinsi yang ada di Indonesia. Berikut adalah sebelas Provinsi di Indonesia yang sangat diminati oleh wisatawan mancanegara maupun nusantara, diantaranya adalah Provinsi Bali, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DKI Jakarta, Sumatera Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, Banten dan Sumatera Barat (BPS, 2017).

Tingginya potensi pariwisata dan adanya kelangkaan pada minyak bumi maka pemerintah berupaya untuk meningkatkan penerimaan yang berasal dari sektor pariwisata. Yang mana penerimaan negara yang bersumber dari minyak

bumi dan gas selama empat tahun berurutan hingga pada tahun 2016 ini mengalami penurunan. Pada tahun 2016 penerimaan minyak bumi dan gas mencapai 13.105 juta US\$, namun pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 14.158,3 juta US\$. Kondisi tersebut masih jauh dibawah penerimaan sektor pariwisata yaitu sebesar 14.216 juta US\$.

Minyak bumi dan gas merupakan sumber penerimaan terbesar devisa negara pada tahun 2013 sebesar 32.633,2 juta US\$, namun pada tahun 2017 penerimaan devisa terbesar dari minyak bumi dan gas ini mampu digantikan oleh minyak kelapa sawit, batu bara, dan pariwisata. Ketiga sektor tersebut menjadi penompang devisa terbesar pada tahun 2017. Besaran penerimaan pariwisata tersebut diikuti dengan adanya persebaran jumlah obyek wisata di berbagai Provinsi yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Provinsi di Pulau Jawa. Obyek wisata tersebut tersebar di Pulau Jawa, meliputi Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, Daerah Istimewa Yogyakarta, Banten dan DKI Jakarta. Berikut disajikan jumlah persebaran obyek wisata yang ada di Pulau Jawa.

Tabel 1.2 Jumlah DTW dan Kunjungan Wisatawan di Pulau Jawa Tahun 2017

Provinsi	Jumlah DTW (Objek)	Jumlah Kunjungan (Orang)
Jawa Tengah	615	40.899.577
Jawa Timur	334	15.722.040
Jawa Barat	218	45.216.244
Banten	204	14.920.000
DKI Jakarta	149	38.122.115
DIY	115	25.950.793

Sumber : Kementerian Pariwisata Tahun 2018

Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang menguntungkan bagi setiap daerah, terutama di Pulau Jawa, keanekaragaman budaya, adat istiadat, dan keindahan alamnya, menjadikan sektor pariwisata tumbuh dengan pesat di Pulau Jawa. Keanekaragaman dan karakteristik daerah di Pulau Jawa menjadikan sektor pariwisata tersebar diberbagai Provinsi yang ada di Pulau Jawa. Jawa Tengah merupakan salah satu Provinsi yang memiliki jumlah objek wisata terbanyak di Pulau Jawa, sebesar 615 objek wisata. Namun, jumlah kunjungan wisatawan di Jawa Tengah jauh lebih rendah dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan di Jawa Barat. Dimana Provinsi Jawa Barat menjadi Provinsi yang memiliki jumlah kunjungan paling tinggi di Pulau Jawa, yang kemudian disusul oleh Provinsi Jawa Tengah, DKI Jakarta, DIY dan Banten.

Persebaran jumlah obyek wisata di Jawa Tengah tersebut terbagai menjadi beberapa jenis obyek wisata diantaranya yaitu wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan. Persebaran wisata ini telah di tentukan dalam Undang – Undang Kepariwisataan, yang mana membagi jenis wisata terbagi menjadi 3 bagian jenis wisata yaitu wisata alam, budaya dan buatan. Dimana masing – masing jenis wisata tersebut terbagi dalam bentuk wisata yaitu wisata alam yang terdiri dari wisata lingkungan, wisata bahari dan wisata petualang. Wisata budaya terbagi dalam bentuk wisata warisan dan wisata realigi (ziarah), wisata belanja dan kuliner, kota dan desa wisata. Sedangkan wisata buatan terbagi menjadi 3 bentuk yaitu : event wisata, wisata olahraga dan kawasan wisata.

Persebaran wisata yang memusat di Jawa Tengah, menjadikan Jawa Tengah sebagai salah satu provinsi yang kaya akan sumber daya pariwisatanya.

Persebaran jumlah obyek wisata di Provinsi Jawa Tengah ini dikarenakan letaknya yang sangat strategis yaitu berada pada $5^{\circ}40'$ - $8^{\circ}30'$ LS dan $108^{\circ}30'$ - $111^{\circ}30'$ BT, dengan luas wilayah 3,25 juta hektar atau 25,04% dari luas Pulau Jawa (BPS Jawa Tengah, 2018). Dimana Provinsi Jawa Tengah ini berbatasan langsung dengan laut jawa di sebelah utara, Daerah Istimewa Yogyakarta dan laut hindia pada sebelah selatan, sebelah barat berbatasan langsung dengan Jawa Barat dan Jawa Timur.

Kondisi tersebut menjadikan pertumbuhan sektor pariwisata di Jawa Tengah tumbuh dengan cepat yang mampu mendorong peningkatan devisa. Potensi wisata yang ada juga mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya jenis wisata kuliner dan belanja, wisata ini merupakan salah satu wisata penunjang pertumbuhan ekonomi di daerah setempat. Dimana dengan memanfaatkan kekayaan budaya, adat istiadat, sosial dan politik, Provinsi Jawa Tengah ini menjadi salah satu provinsi yang menjadi sasaran wisatawan untuk berwisata. Berikut disajikan data kunjungan wisatawan di Provinsi Jawa Tengah.

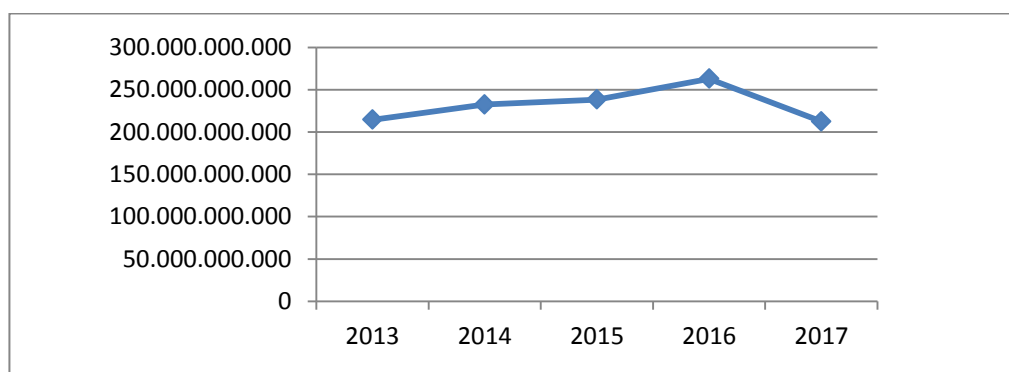
Tabel 1.3 Kunjungan Wisatawan di Jawa Tengah Tahun 2013 – 2017

Tahun	Wisatawan (Orang)	Pertumbuhan Per Tahun (Persen)
2013	29.818.752	-
2014	30.304.563	1.63%
2015	33.451.743	10.39%
2016	37.478.669	12.04%
2017	40.899.577	8.36%

Sumber : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah 2018

Tabel 1.3 menjelaskan bahwa pertumbuhan jumlah wisatawan di Jawa Tengah mengalami pertumbuhan yang fluktuatif, hal ini ditunjukkan bahwa terjadi penurunan dan peningkatan antar tahun. Pada tahun 2014 hingga 2016 pertumbuhan kunjungan wisata di Provinsi Jawa Tengah mengalami peningkatan yang cukup tinggi, namun pada tahun 2017 pertumbuhan kunjungan wisata di Jawa Tengah mengalami penurunan dari 12,04% menjadi 8,36%, meskipun jumlah pengunjung mengalami peningkatan. Provinsi Jawa Tengah sendiri merupakan salah satu Provinsi di Indonesia dengan berbagai jenis objek wisata yang tersebar pada 29 Kabupaten dan 6 Kota.

Berbagai obyek wisata dan *event* menarikpun dapat kita jumpai di kota besar di Jawa Tengah, terutama di Kota Semarang, Kabupaten Kudus, Kabupaten Jepara, Kabupaten Surakarta, dan Kabupaten Semarang. Adanya keanekaragaman objek wisata, *event* dan desa wisata di Jawa Tengah ini mampu menarik wisatawan dan juga meningkatkan jumlah penerimaan dalam sektor pariwisata. Pada tabel di bawah ini menunjukkan penerimaan sektor pariwisata di Jawa Tengah.

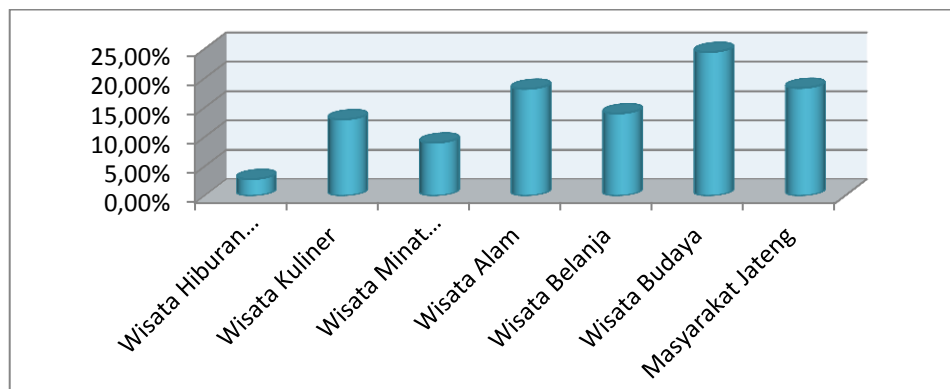


Gambar 1.1 Jumlah Penerimaan Sektor Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013 - 2017 (Rupiah)

Sumber : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah

Provinsi Jawa Tengah merupakan Provinsi di Pulau Jawa yang memiliki jumlah obyek wisata paling banyak dibandingkan Provinsi lainnya. Jumlah penerimaan sektor pariwisata di Jawa Tengah ini mengalami peningkatan yang cukup baik pada tahun 2016, namun pada tahun 2017 jumlah penerimaan sektor pariwisata Jawa Tengah mengalami penurunan hingga 23,72% dari tahun sebelumnya menjadi Rp 212.570.844.806. Hal tersebut dikarenakan 52% objek wisata di Provinsi Jawa Tengah belum dipungut retribusi (Dinas Pariwisata, 2018). Kondisi tersebut mengakibatkan kurang maksimalnya pendapatan pariwisata dibandingkan dengan jumlah daya tarik wisata yang ada di Provinsi Jawa Tengah.

Penurunan jumlah penerimaan sektor pariwisata di Jawa Tengah ini juga berdampak pada jumlah penerimaan Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah dari sektor pariwisata. Hal ini menjadi permasalahan yang membutuhkan perhatian khusus, baik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah terkait dengan perkembangan sektor pariwisata. Pertumbuhan sektor pariwisata yang baik pada Kabupaten dan Kota, akan mendorong banyaknya wisatawan yang berkunjung pada obyek wisata tersebut. Minat kunjungan wisatawan pada obyek wisata di Jawa Tengah dapat dilihat dari hal yang disukai wisatawan ketika melakukan wisata ke Jawa Tengah. Berikut adalah data yang menunjukkan minat wisatawan pada sektor pariwisata yang ada di Jawa Tengah .



Gambar 1.2 Minat Wisatawan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2017 (Persen)
 Sumber : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan minat wisatawan pada tahun 2017 di Provinsi Jawa Tengah cenderung lebih menyukai jenis wisata budaya sebesar 24,49%, sedangkan untuk wisata kuliner hanya 13,02% dan wisata belanja hanya 14,03%. Padahal wisata kuliner dan belanja ini merupakan bagian dari wisata budaya. Namun, wisata kuliner dan belanja ini memiliki minat wisatawan yang cukup rendah dibandingkan dengan jenis wisata lainnya, seperti wisata alam, budaya, dan keramaah masyarakat Jawa Tengah. Padahal dengan adanya potensi wisata kuliner dan belanja pada suatu daerah berpeluang terciptanya jenis baru usaha bagi masyarakat setempat. Selain itu dengan adanya wisata kuliner dan belanja ini mampu dijadikan sebagai salah satu alternatif tujuan wisata bagi wisatawan yang melakukan perjalanan wisata di Provinsi Jawa Tengah.

Wisata kuliner dan belanja ini sebagai salah satu bentuk kekayaan budaya yang berupa keunikan atau tradisi lokal yang mendorong berkembangnya perekonomian, hal ini di karenakan adanya *multiplier effect* yang ditimbulkan dari adanya wisata tersebut. Wisata ini dapat dikemas dan

dijadikan sebagai salah satu wisata andalan kabupaten kota di Jawa Tengah. Dimana berbagai jenis kuliner tradisional dan modern, serta pusat perbelanjaan tersebar di berbagai kabupaten/kota di Jawa Tengah.

Wisata kuliner ini merupakan salah satu jenis wisata yang berkaitan dengan makanan lokal dengan aneka cita rasa masakan dari suatu daerah, dalam (Rahma, Susilowati, & Purwanti, 2017, Volume 18 No 1 Juli 2017). Wisata belanja sebagai salah satu jenis wisata yang berpotensi dalam sektor perdagangan yang mendatangkan wisatawan pada wisata tersebut, dalam (Handayani, 2015). Wisata belanja ini menyajikan berbagai macam kebutuhan pokok, aneka makanan daerah, oleh – oleh khas suatu daerah, yang mendorong pertumbuhan UMKM suatu daerah.

Perkembangan wisata belanja dan kuliner ini cukup cepat, hal ini karena adanya dorongan dari permintaan wisatawan dan pertumbuhan jumlah obyek wisata di Jawa Tengah yang tujuan wisata. Wisata ini merupakan jenis wisata yang berdampak pada perkembangan atau kemajuan dari sebuah daerah. Berdasarkan penelitian awal yang telah dilakukan oleh penulis kepada salah satu staff pada dinas pariwisata Provinsi Jawa Tengah yang bernama bapak syahrul menyatakan bahwa :

“ Wisata belanja dan kuliner di Jawa Tengah, sebenarnya diminati oleh wisatawan, namun belum dilakukan pemetaan dan kurang dikembangkan. Para pengunjung pada obyek wisata kuliner dan belanja tidak begitu memahami terkait wisata tersebut. Wisatawan kurang begitu paham kalau mereka sedang melakukan wisata belanja dan/atau kuliner”, cenderung wisatawan hanya paham wisata itu melakukan kunjungan pada suatu tempat rekreasi, seperti wisata alam, budaya dan buatan.

Perkembangan wisata belanja dan kuliner di Jawa Tengah ini tergolong sangat cepat, hal ini dibuktikan dengan adanya pertumbuhan jumlah mall, tempat perbelanjaan maupun tempat - tempat yang menyediakan aneka makanan dan/atau jajanan sebagai tempat kuliner. Namun, kondisi ini seringkali kurang di pahami oleh wisatawan yang melakukan wisata. Hal ini dikarenakan wisata kuliner dan belanja merupakan salah satu wisata yang tidak terstruktur, dan tidak terdapat pemetaan terkait dengan wisata belanja dan kuliner di Jawa Tengah. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka peneliti bermaksud untuk meneliti terkait dengan “ **Pengembangan Potensi Wisata Kuliner dan Belanja di Provinsi Jawa Tengah**”.

1.2 Cakupan Masalah

Cakupan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan batasan masalah sesuai dengan penelitian ini, sehingga didapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan pokok permasalahan yang terjadi. Penelitian ini berfokus pada wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah, dengan batasan masalah berupa potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah dan strategi pengembangan potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah. Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang.

1.3 Rumusan Masalah

Wisata kuliner dan belanja merupakan salah satu jenis wisata yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Yang mana jenis wisata ini memiliki jumlah yang cukup banyak. Namun, wisata kuliner dan belanja ini masih belum terdapat

pemetaan potensi wisata dan kurangnya pengembangan potensi wisata kuliner dan belanja. Sehingga tidak banyak potensi wisata kuliner dan belanja yang diketahui oleh wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata. Untuk menanggulangi permasalahan tersebut, maka diperlukan pemetaan terkait potensi dan strategi pengembangan wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut :

- 1.3.1 Bagaimana identifikasi potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah?
- 1.3.2 Bagaimana Strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan wisata kuliner dan belanja yang ada di Provinsi Jawa Tengah?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Menjelaskan potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah.
- 1.4.2 Menyusun strategi yang digunakan untuk mengembangkan potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman pembaca dan menambah literasi yang ada, terkait dengan pengembangan potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah. Serta

memberikan kemungkinan untuk penelitian lebih lanjut terkait dengan pemetaan terhadap wisata kuliner dan belanja.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan atau pertimbangan dalam penyusunan kebijakan yang terkait dengan pengembangan wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah.

b. Masyarakat Umum

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi masyarakat terkait dengan pengembangan potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah.

c. Wisatawan Provinsi Jawa Tengah

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi tempat belanja dan kuliner yang ketika melakukan kunjungan wisata pada Kabupaten dan Kota yang ada di Provinsi Jawa Tengah.

1.6 Orisinalitas Penelitian

Orisinalitas penelitian ini berupa pembaharuan dari penelitian terdahulu, dimana penelitian ini berfokus pada identifikasi potensi wisata kuliner dan belanja serta pengembangan wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah, dengan menggunakan teori, variabel, tempat dan kurun waktu yang berbeda dengan penelitian terdahulu.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pariwisata

Pariwisata menurut definisi dalam UU No. 10 Tahun 2009 dalam (Pemerintah Republik Indonesia, 2009) terkait dengan Pariwisata yaitu suatu bentuk kegiatan wisata alam, budaya, buatan, realigi, belanja dan kuliner yang didukung oleh keindahan suatu wisata dan fasilitas serta sarana prasarana yang telah ada dan disediakan oleh masyarakat setempat, pemerintah, maupun dinas yang mengelola wisata tersebut. Pariwisata merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan wisatawan, yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas dan infrastruktur pendukung yang disediakan oleh stakeholders pariwisata. Adapun unsur yang paling penting dalam suatu pengembangan pariwisata adalah daya tarik wisata (Khotimah, Wilopo, & Luchman, 2017)

Pada UU No. 10 Tahun 2009 yang menjelaskan terkait pariwisata ini juga menjabarkan mengenai fungsi dari adanya suatu wisata yaitu untuk memenuhi kebutuhan akan rohani seseorang dan meningkatkan daya intelektual seseorang, serta meningkatkan pendapatan suatu daerah melalui perjalanan seorang wisatawan. Sehingga dengan adanya peningkatan pendapatan tersebut maka akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui perputaran ekonomi dalam suatu objek wisata yang ada disuatu daerah. Berdasarkan UU No 10 Tahun 2019 menyatakan bahwa keberhasilan sektor pariwisata ini sangat

didukung oleh beberapa pihak diantaranya yaitu swasta, pemerintah dan masyarakat.

Perkembangan sektor pariwisata yang terus meningkat juga memberikan suatu dorongan terhadap peningkatan dan perbaikan infrastruktur, seperti halnya pembangunan dan perbaikan jalan raya maupun jalan daerah, bandara, pelabuhan, stasiun, penginapan, perhotelan, tempat makan, rumah sakit, fasilitas kesehatan, pengangkutan, transportasi dan sarana lainnya yang menunjang kebutuhan wisata. Menurut Sefira (2012:137) dalam (Primadany, 2012) suatu perjalanan pariwisata harus memenuhi beberapa kriteria, diantaranya :

1. Kunjungan wisata dilakukan dari suatu tempat menuju ke obyek wisata atau dari satu tempat menuju ketempat lainnya, baik di dalam negeri maupun keluar negeri, dalam kurun waktu kurang lebih 24 jam.
2. Kegiatan wisata dilakukan untuk bersenang-senang, menenangkan pikiran, dan menikmati keindahan alam suatu daerah. Tanpa adanya niatan untuk mencari nafkah atau pekerjaan di obyek wisata yang dikunjungi.
3. Membelanjakan atau menggunakan uang yang telah dibawa dari negara atau daerah asal wisatawan, bukan yang didapat dari perjalanan wisata.

2.1.2 Jenis Usaha Pariwisata

Berdasarkan pada Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 terkait dengan kepariwisataan, maka membaginya kedalam jenis – jenis usaha pariwisata, diantaranya yaitu: Daya tarik wisata, obyek wisata, kawasan pariwisata, jasa perjalanan wisata (tour), jasa transportasi penunjang wisata, jasa penyedia makanan dan minuman, jasa penyedia akomodasi, jasa informasi pariwisata, jasa

konsultan pariwisata, jasa penyelenggara pertemuan, jasa penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, jasa pramuwisata, jasa SPA, dan jasa wisata tirta. Berbagai jenis wisata tersebut memiliki keunikan dan karakteristik yang berbeda, hal tersebut yang menjadikan keunikan sehingga mampu menarik wisatawan. Keunikan dan potensi wisata tersebut merupakan peluang bagi pengelola maupun pemerintah untuk menawarkan dan menjual pariwisata kepada wisatawan. Yang mana penawaran pariwisata sendiri merupakan suatu keinginan dari pengelola dan/atau pemerintah untuk menawarkan sesuatu yang menarik yang ada pada kawasan wisata menurut Medik, 1980 dalam (Ariyanto, 2005). Penawaran pariwisata di pengaruhi oleh beberapa hal diantaranya:

1. Attraction (Daya Tarik)

Daya tarik merupakan suatu keunikan yang mampu mendatangkan para pengunjung (wisatawan). Daya tarik tersebut dapat berupa keindahan alam, budaya, dan juga adat istiadat masyarakat setempat.

2. Accesable (Transportasi)

Transportasi ini bertujuan untuk memudahkan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.

3. Amenitas (Fasilitas)

Fasilitas adalah faktor terpenting setelah daya tarik wisata yang membuat wisatawan merasa aman, dan nyaman dalam berwisata.

4. Ancillary (Kelembagaan)

Kelembagaan berupa lembaga yang bertugas untuk melindungi masyarakat dan wisatawan, sehingga akan terasa lebih aman dan nyaman.

Jika dilihat berdasarkan pada permintaan wisatawan pada daya tarik wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah terhadap keunikan dan potensi wisata yang ada, maka berbeda dengan penawaran yang ditawarkan oleh pemerintah maupun mengelola. Yang mana permintaan pariwisata sendiri merupakan keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat – tempat wisata. Permintaan pariwisata sendiri dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya:

1. Harga

Jika suatu tempat wisata memiliki harga yang cukup tinggi namun tidak sebanding dengan penawaran yang ditawarkan oleh pemerintah, maka permintaan terhadap tempat wisata itu akan berkurang.

2. Sosial Budaya

Sosial budaya yang ada pada daya tarik wisata akan membuat permintaan akan daya tarik wisata itu sendiri lebih tinggi dibandingkan dengan wisata lainnya. Kondisi sosial budaya tersebut seperti keramahamahan masyarakat, lingkungan yang aman dan nyaman, dan kebersihan yang ada tempat wisata.

3. Pendapatan

Semakin tinggi tingkat pendapatan suatu Negara, maka cenderung wisatawan akan memilih daerah wisata tersebut akan semakin tinggi. Hal tersebut juga tidak menutup kemungkinan bagi wisatawan untuk membuka peluang usaha baru pada tempat tersebut jika dianggap menguntungkan.

2.1.3 Jenis – Jenis Wisata

Menurut James J. Spillane (Spillane, 1994) jenis – jenis pariwisata berdasarkan pada motif wisata dikelompokkan kedalam beberapa jenis, diantaranya yaitu :

1. Pariwisata bertujuan menikmati perjalanan wisata (*Pleasure Tourism*).
Pariwisata ini dilakukan dengan tujuan untuk berlibur, menikmati keindahan alam, untuk mendapatkan ketenangan, melihat sesuatu yang baru dan untuk mengetahui sejarah serta potensi pada suatu daerah.
2. Pariwisata dengan tujuan berekreasi (*Recreation Tourism*), dilakukan dengan tujuan untuk bersenang – senang, memanfaatkan hari libur, menyegarkan diri, tujuan lainnya yaitu untuk memulihkan kondisi tubuh dari kegiatan sehari – hari, melalui kegiatan wisata dengan cara mengunjungi suatu tempat seperti pantai, pegunungan, pusat perbelanjaan, dan pusat peristirahatan.
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*). Jenis wisata ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejarah yang ada pada suatu daerah.
4. Pariwisata dengan tujuan olahraga (*Sports Tourism*), jenis wisata ini terbagi kedalam dua bentuk yaitu :
 - a. *Big Sport Events*, event olahraga yang digelar untuk menarik perhatian penonton, seperti; kejuaraan tinju, kejuaraan ski, olympiade games, kejuaraan fifa, kejuaraan piala dunia dll.

- b. *Sporting Tourism of The Practitioners*, kategori ini merupakan wisata yang bertujuan untuk berlatih dan bersenang – senang, seperti; mendaki gunung, berburu, memancing, olahraga naik kuda, memanah.
5. Pariwisata dengan tujuan usaha dagang (*Business Tourism*), kategori pariwisata ini dalam bentuk professional travel, perjalanan yang bersifat pekerjaan yang tidak memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk memilih tujuan dalam perjalanan.
6. Pariwisata dengan tujuan konvensi (*Convention Tourism*), kegiatan wisata ini sangat diminati oleh beberapa Negara. Dimana kegiatan ini dilakukan pada suatu pertemuan untuk hadir dan tinggal dalam jangka waktu tertentu. Negara yang sering melakukan konvensi ini akan melakukan pembangunan yang menunjang kegiatan pariwisata konvensi.

2.1.4 Teori Pembangunan Ekonomi Daerah

Kondisi dimana pemerintah daerah dan masyarakat setempat berhak mengelola potensi sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru dan mendorong perkembangan kegiatan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) pada suatu daerah merupakan pengertian dari pembangunan ekonomi daerah (Arsyad, Lincoln, 2010). Pembangunan ekonomi pada suatu daerah dapat diartikan juga sebagai proses perbaikan institusi baru, memperbaiki kapasitas tenaga kerja, menciptakan lapangan pekerjaan baru, dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat dengan cara mengelola sumber daya yang ada, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Dimana

pemanfaatan sumber daya tersebut berdasarkan dengan karakteristik dan potensi dari sumber daya tersebut.

Salah satu potensi yang ada pada suatu daerah yaitu potensi pada sektor pariwisata. Pariwisata sendiri merupakan salah satu sektor penyumbang penerimaan daerah terbesar yang berasal dari potensi yang ada pada daerah itu sendiri. Sektor pariwisata juga mampu menyerap tenaga kerja yang berasal dari masyarakat setempat maupun tenaga kerja lokal, dan mampu memberdayakan masyarakat melalui usaha pariwisata.

2.1.5 Perencanaan Pariwisata

Perencanaan pariwisata dilakukan guna menyusun sebuah kebijakan yang bertujuan pada pembangunan sektor pariwisata untuk meningkatkan penerimaan dari sektor tersebut. Menurut (Inskeep, Edward, 1991) pada proses perencanaan pariwisata ini menitikberatkan pada permasalahan yang ada dengan menggunakan beberapa pendekatan, diantaranya yaitu :

1. *Continous Incremental, and Flexible Approach*, perencanaan pariwisata yang dilakukan berdasarkan pada kebutuhan yang dibutuhkan.
2. *System Approach*, pendekatan dalam perencanaan pariwisata yang hubungan sistem dan tehnik analisa sistem.
3. *Comprehensive Approach*, perencanaan pariwisata yang memperhitungkan semua aspek pengembangan pariwisata, yaitu institusi dan lingkungan serta implikasi sosial ekonomi
4. *Integrated Approach*, perencanaan yang berhubungan langsung pada pendekatan sistem dan keseluruhan yang direncanakan dan dikembangkan.

5. *Environmental and sustainable development approach*, sektor pariwisata direncanakan, dan dikembangkan, dengan mempertahankan kualitas dan kelestarian sumber daya alam maupun budaya dengan menggunakan analisa daya dukung lingkungan.
6. *Community Approach*, pendekatan yang dilakukan dengan cara melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengambilan keputusan pariwisata,
7. *Implementable Approach*, kebijakan pengembangan pariwisata, rencana, dan rekomendasi yang disusun berdasarkan pada realita sehingga dapat ditetapkan dengan teknik implementasi termasuk pengembangan, program aksi atau strategi, khususnya dalam mengidentifikasi dan mengadopsi.
8. *Application of systematic planning approach*, pendekatan ini diaplikasikan dalam perencanaan pariwisata berdasarkan logika dari aktivitas.

2.1.6 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat setempat untuk meningkatkan nilai ekonomis suatu obyek wisata, dengan cara mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan sumberdaya yang ada (Suwena & Widyatmaja, 2017). Sedangkan menurut Evi dalam (Devy & Soemanto, 2017) Pengembangan pariwisata merupakan upaya yang dilakukan dengan sadar dan tanpa paksaan untuk merubah atau memperbaiki kondisi pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisata sehingga mampu meningkatkan pendapatan melalui sektor pariwisata. Menurut

(Spillane, 1994) Pengembangan sektor pariwisata pada suatu daerah dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya :

1. Menurunnya peran minyak bumi sebagai sumber penerimaan devisa suatu Negara
2. Menurunnya nilai ekspor pada sektor non migas
3. Peningkatan sektor pariwisata yang cenderung konsisten
4. Besarnya potensi sektor pariwisata di Indonesia

Kegiatan pengembangan pariwisata pada suatu daerah ini, mencakup 3 hal utama yaitu cara, sarana, dan tujuan yang akan dicapai. Untuk mencapai 3 hal utama memerlukan perananan dari pemerintah, masyarakat, dan swasta. Kegiatan pengembangan pariwisata ini bertujuan untuk meningkatkan penerimaan pemerintah dari sektor pariwisata dan penerimaan pajak dari adanya retribusi pada obyek wisata, yang berkaitan dengan pembangunan perekonomian suatu daerah. Pengembangan sektor pariwisata suatu daerah dipengaruhi oleh beberapa faktor, berikut adalah faktor yang mempengaruhi sektor pariwisata berdasarkan pada pendapat para ahli dan kementerian pariwisata.

Tabel 2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Sektor Pariwisata Menurut Para Ahli

Peneliti /Pakar/ Instansi	Sammeng (2001)	Inskeep	Kementerian Pariwisata
Faktor yang Mempengaruhi Pariwisata	1. Daya Tarik Wisata : keunikan yang dimiliki oleh obyek wisata yang menjadikan wisatawan mengunjungi suatu tempat atau daerah. seorang	1. Tourist Markets. Pasar wisatawan yang dimaksud ialah adanya calon wisatawan yang akan berkunjung ke obyek wisata. Calon wisatawan terbagi atas wisatawan	1. Attarction (Daya Tarik) Merupakan atraksi yang dimiliki oleh obyek wisata yang menarik wisatawan. Seperti : keindahan alam, peninggalan sejarah, agrowisata,

	<p>wisatawan akan cenderung memilih mengunjungi DTW pada obyek wisata yang lebih menarik dibandingkan dengan DTW yang kurang menarik (daya saing).</p> <p>2. Fasilitas : atraksi yang mendukung berkembangnya kawasan wisata, seperti mushola, toilet, area parkir.</p> <p>3. Akomodasi : sarana penunjang wisata yang ada pada destinasi wisata atau seluruh jenis penginapan yang ada di destinasi wisata, seperti penginapan, ketersediaan kesehatan, sumber energy listrik, kondisi jalan raya, sistem pengairan, jaringan komunikasi, tempat pembuangan sampah.</p> <p>4. Aksesibilitas : suatu komponen yang menunjang wisata dalam melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat lainnya seperti jarak,</p>	<p>internasional dan wisatawan domestik.</p> <p>2. Tourist Attractions and Activities. Merupakan sesuatu yang unik dan harus tersedia bagi wisatawan yang akan melakukan berwisata ke daerah yang dituju. Daya tarik dan aktivitas dapat berupa pantai, pegunungan, situs purbakala, kerajinan, atau upacara adat.</p> <p>3. Accommodation. Merupakan hotel dan fasilitas penunjang yang berhubungan dengan penginapan yang digunakan wisatawan saat melakukan perjalanan wisata.</p> <p>4. Other Tourist Facilities and Services. Yaitu layanan jasa yang menunjang kenyamanan wisatawan, meliputi jasa panduan wisata, informasi fasilitas di obyek wisata, restoran, fasilitas makan dan minum, fasilitas pos, fasilitas kesehatan bagi wisatawan.</p> <p>5. Transportation. Merupakan akses transportasi yang menunjang wisatawan untuk menuju obyek wisata, seperti</p>	<p>wisata berpetualang, taman rekreasi, tempat hiburan. Atraksi dalam hal ini dapat berupa modal untuk menarik wisatawan pada DTW yang ada.</p> <p>2. Accesability (Aksestabilitas) Akses yang dapat dijangkau wisatawan dan mempermudah wisatawan untuk mencapai tempat wisata. Akses pariwisata di indonesia berupa akses transportasi dan telekomunikasi. Akses transportasi meliputi : transportasi darat, laut dan udara. Sedangkan akses telekomunikasi adalah jaringan atau sistem yang digunakan untuk mempromosikan daya tarik wisata.</p> <p>3. Amenities (Fasilitas) Fasilitas penunjang yang digunakan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Biasanya berupa akomodasi seperti hotel, restoran dan fasilitas lainnya.</p> <p>4. Ancillary (Kelembagaan)</p>
--	--	--	--

	sarana transportasi	<p>angkutan udara, bus, kereta.</p> <p>6. Other Infrastructure. Merupakan infrastruktur yang dibutuhkan wisatawan yang berhubungan dengan sarana air bersih, tenaga listrik, pengelolaan limbah, dan fasilitas komunikasi.</p> <p>7. Institutional Elements. Merupakan elemen kelembagaan yang berpengaruh terhadap pengembangan dan pengelolaan pariwisata, promosi dan pemasaran obyek wisata, kontrol lingkungan, serta investasi pada obyek wisata.</p>	Lembaga yang bertanggungjawab atas keamanan (protection of tourism) dan perlindungan.
--	---------------------	---	---

Berdasarkan pada faktor – faktor yang mempengaruhi pengembangan pariwisata yang telah dijelaskan oleh beberapa pakar dan instansi diatas, maka dari faktor tersebut dirumuskan menjadi faktor eksternal dan internal yang berpengaruh pada penelitian ini yaitu :

A. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah salah satu faktor yang berpengaruh pada peluang dan ancaman dalam menarik wisatawan pada wisata kuliner dan belanja di Jawa Tengah. Faktor eksternal digunakan untuk mengetahui posisi daerah terhadap lingkungan eksternal obyek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini faktor eksternal yaitu :

1. Aksetabilitas

Aksetabilitas merupakan kondisi infrastruktur pada kawasan wisata yang mempengaruhi akses jalan menuju obyek wisata kuliner dan belanja di Jawa Tengah.

2. Akomodasi

Akomodasi merupakan jenis sarana yang disediakan oleh daerah untuk menunjang perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan.

3. Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah suatu bentuk kepedulian pemerintah pada sektor pariwisata, dukungan pemerintah berupa bantuan untuk pengembangan pariwisata.

4. Daya Saing

Daya saing merupakan suatu keunggulan yang ada pada daya tarik wisata yang dapat dijadikan untuk mengukur potensi dan bersaing dengan daya tarik wisata lainnya.

B. Faktor Internal

Faktor internal adalah suatu faktor yang mempengaruhi wisata yang berasal dari dalam daya tarik wisata itu sendiri. Faktor internal tersebut berupa kekuatan dan kelemahan pada daya tarik wisata kuliner dan belanja Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah faktor internal yang digunakan :

1. Daya Tarik

Daya tarik wisata merupakan keunikan yang dimiliki oleh destinasi wisata, sehingga mampu menarik wisatawan untuk melakukan

perjalanan wisata pada obyek wisata tersebut. Daya tarik antar wisata satu dengan wisata lainnya sangatlah berbeda, sesuai dengan kondisi dan lokasi wisata tersebut.

2. Fasilitas

Fasilitas adalah suatu atraksi yang berperan mendukung pengembangan sector pariwisata. Fasilitas dapat berupa kemudahan dalam mendapatkan informasi, pengurusan dokumen perjalanan wisata, informasi terkait atraksi wisata, hotel, transportasi, makanan, minuman, dan harga paket wisata.

3. Keramahtamahan

Keramahtamahan atau yang disebut dengan partisipasi masyarakat adalah sikap atau kondisi masyarakat dalam menerima wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata pada obyek wisata.

4. Modal

Modal adalah suatu keunikan yang dimiliki oleh obyek wisata yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata dan dapat dikembangkan kembali untuk menarik wisatawan.

5. Promosi

Promosi adalah suatu upaya yang dilakukan oleh pengelola obyek wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperkenalkan jenis wisata yang ditawarkan kepada daerah lain.

2.1.7 Wisata Kuliner

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara (Pemerintah Republik Indonesia, 2009). Jenis wisata menurut UU RI No. 10 Tahun 2009 meliputi wisata alam, budaya dan buatan. Menurut Ismayanti dalam (Kristiana, Suryadi, & Sunaryo, 2018) menyatakan bahwa jenis wisata meliputi wisata olahraga, wisata realigi, wisata gua, wisata ekologi, wisata agro, wisata belanja dan wisata kuliner. Wisata kuliner adalah sebuah jenis wisata yang menarik wisatawan dengan memakan dan memasak aneka macam jenis makanan khas daerah tujuan wisata.

Wisata kuliner adalah suatu jenis wisata yang dipengaruhi oleh keinginan wisatawan yang melakukan wisata pada suatu tempat pembuatan makanan, festival makanan, restoran dan lokasi yang menyediakan beraneka ragam makanan dengan tujuan untuk mencoba makanan tersebut, (Hall et al, 2003) dalam (Kristiana, Suryadi, & Sunaryo, 2018). Menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (*International Culinary Tourism Association/ICTA*) menyatakan bahwa wisata kuliner adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan makan dan minum yang dilakukan wisatawan ketika melakukan wisata, dalam (Bersa, 2012). Wisata kuliner juga merupakan salah jenis wisata yang tidak dapat dipindahkan, sehingga wisatawan harus mengunjungi tempat yang menyediakan wisata kuliner untuk menikmatinya. Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka wisata kuliner merupakan salah

satu jenis wisata yang menyediakan keaneragaman makanan khas daerah suatu daerah, sehingga mampu mendatangkan wisatawan untuk berkunjung.

Wisata ini jenis wisata yang memanfaatkan kekayaan lokal, dan kebudayaan setempat secara ekonomis. Jenis wisata ini diproduksi langsung oleh masyarakat setempat dan melakukan pembinaan terhadap wisatawan untuk mengelola, menyajikan dan menjual produk kuliner dari hasil pelatihan. Hal tersebut menjadikan wisata kuliner berpotensi untuk dikembangkan, karena dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi dan mencoba makanan khas tersebut.

2.1.8 Wisata belanja

Belanja adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan untuk mendapatkan kesenangan secara sukarela tanpa adanya paksaan untuk membeli dan memperoleh sesuatu (Timothy, 2005:42) dalam (Nisa, Ahsanul Fathiyatun; Haryanto, Ragil, 2014). Wisata belanja ini mulai ada karena sebagian masyarakat beranggapan bahwa kegiatan berbelanja adalah suatu kegiatan yang menyenangkan dan dapat menghibur diri dari aktivitas sehari – hari. Dari hal tersebut maka kegiatan berbelanja dengan tujuan untuk menghibur diri disebut dengan wisata belanja. Dimana pengertian wisata belanja sendiri merupakan satu kesatuan dari kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh seseorang yang melakukan perjalanan wisata.

Menurut (Nisa, Ahsanul Fathiyatun; Haryanto, Ragil, 2014) wisata belanja adalah suatu kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan, bukan hanya untuk berjalan – jalan namun juga untuk melakukan perbelanjaan atas

barang dan jasa. Artinya seorang wisatawan melakukan perjalanan wisata pada kawasan perdagangan sebagai tempat rekreasi.

Obyek yang dituju pada wisata belanja ini merupakan tempat penjualan produk lokal, sebagai tempat perbelanjaan. Dimana dalam wisata belanja ini menawarkan barang antik, produk lokal, kebutuhan keseharian, barang modern dan/atau oleh – oleh khas suatu daerah (Ismayanti,2011:159) dalam (Nisa, Ahsanul Fathiyatun; Haryanto, Ragil, 2014). Jenis wisata ini meliputi : wisata kuliner, wisata pameran (expo), wisata pusat oleh – oleh, wisata kerajinan, dan wisata akan barang antik. Manfaat yang didapatkan dari adanya wisata belanja sebagai destinasi wisata pada suatu daerah yaitu : Meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, meningkatkan pendapatan masyarakat, mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan standar hidup, membuka lapangan usaha baru dan mengurangi pengangguran.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berisikan berbagai macam penelitian atau riset dari beberapa peneliti yang telah dipublikasikan dalam bentuk jurnal, buku, berita dan/atau informasi lainnya yang digunakan oleh peneliti sebagai media referensi dan pertimbangan dalam melakukan penelitian terkait dengan Pengembangan Potensi Wisata Kuliner dan Wisata Belanja Di Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan mendukung penelitian :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yenny	Kajian	Metode yang	Hasil penelitian menunjukkan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Maya Dora, Keni Kaniawati	Strategi Pengembangan Kota Tua Pecinan Bandung Menjadi Kota Wisata Dan Belanja	digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif dengan mengumpulkan informasi wisata belanja yang ada di Kota Tua Bandung dan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Teknik pengumpulan data berupa observasi partisipasi, wawancara dan studi pustaka	bahwa strategi yang digunakan berupa strategi defensive, yaitu strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak terprosook, dan terus membenahi diri. Pengembangan kawasan kota tua pecinan lama Kota Bandung ini dapat berhasil apabila semua komponen mampu saling melengkapi, yaitu antara pemerintah, pelaku bisnis, masyarakat dan investor. Sehingga mampu memberikan dampak yang besar terhadap pendapatan masyarakat. Selain itu juga pemerintah ikut serta dalam menyusun deregulasi yang lebih memberikan kesempatan kepada investor dan pelaku bisnis, untuk mengembangkan bisnis. (Dora & Kaniawati, 2016)
2	Anita Swantari (2013)	Potensi Wisata Kuliner Di Kemang Pratama 1, Bekasi	Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan berupa analisis deskriptif dan SWOT.	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perkembangan sektor pariwisata kuliner di Kemang Pratama 1, berada di Kuadran 1 dimana menggunakan strategi agresif dengan mengedepankan strength daripada weakness, dan jumlah oportunitas dari pada threat. Dalam penelitian ini pengembangan wisata kuliner tidak hanya melihat keanekaragaman kuliner tapi juga dari fasilitas dan fungsi didalamnya.
3	Surya Afrarius, Vivi Mulya Ningsih, Devo Frihandana	Pembangunan Aplikasi Wisata Kuliner Sumbar Berbasis Mobile Geographic	Pengambilan data yang dilakukan dengan melakukan kajian pustaka mengenai potensi wisata	Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan adanya GIS berbasis website ini mampu memudahkan wisatawan untuk mengetahui informasi secara detail terkait dengan wisata kuliner, yang meliputi informasi daya tarik wisata, alamat, jarak

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	(2014)	Information System	kuliner provinsi Sumatera Barat. Setelah itu dilakukan perancangan dan implementasi dengan bahasa pemrograman yang ada pada GIS berbasis webside.	rute menuju obyek wisata kuliner, fasilitas terdekat, dan dapat mengetahui rute menuju obyek wisata kuliner dari posisi pengguna. Aplikasi yang dibangun dengan bahasa pemrograman PHP ini mampu mengakses jenis wisata kuliner di Sumber dengan server dan google maps untuk menampilkan peta potensi wisata kuliner di Sumber.
4	Adytama Annugra h, Indah Fitri Astuti, Awang Harsa Kridalak sana (2016)	Sistem Informasi Geografis Berbasis Web Pemetaan Lokasi Toko Oleh – oleh Khas Samarinda.	Metode pengumpulan data yang digunakan berupa studi literatur, wawancara, dan observasi.	Hasil yang didapatkan dari penelitian ini berupasebuah web sistem informasi geografis terkait dengan letak toko oleh – oleh, berbasis web yang memberikan kemudahan kepada pengguna web untuk mengetahui posisi toko oleh – oleh, yang didalamnya terdapat jenis barang yang dijual, posisi toko, informasi toko dan petunjuk arah menuju toko. Sehingga wisatawan dapat dengan mudah untuk mengases informasi tersebut ketika melakukan wisata belanja.
5	Dita Pebrianti dan Luthfi Muta'ali (2017)	Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Mutiara Sebagai Daya Tarik Wisata Belanja di Kota Mataram	Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa metode kuantitatif. Analisis data yang digunakan berupa analisis deskriptif dan SWOT	Hasil penelitian berupa industri kerajinan mutiara sebagai usaha turun menurun dan sudah dipasarkan ke seluruh Indonesia dengan menggunakanteknologi internet. Faktor pendorong wisata ini berupa daya tarik yang tinggi, sedangkan faktor penghambat berupa faktor paket wisata pembuatan kerajinan. Sehingga diperlukan strategi untuk meningkatkan produktivitas berupa <i>turn-around</i> (berbenah diri) dengan cara meningkatkan manajemen produk dan kegiatan manajerial.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
6	Ashleigh Ellis, Earang park, Sangkyun Kim, Ian Yeoman (2017)	What is food tourism ?	Metode penelitian yang digunakan dengan analisis Computer Assisted Qualitative Data Analysis (CAQDAS) dan Peta Kognitif.	Wisata Kuliner Merupakan antralogi budaya yang memahami interaksi wisatawan dengan tempat makan. Wisata kuliner di Australia disebut juga dengan pembangunan pedesaan berbasis bisnis skala kecil. Dampak positif wisata kuliner ini akan memperkenalkan potensi kuliner daerah kepada masyarakat luas. Sedangkan dampak negatif yaitu kearifan lokal bersifat komersial dan adanya pengurangan sumberdaya.

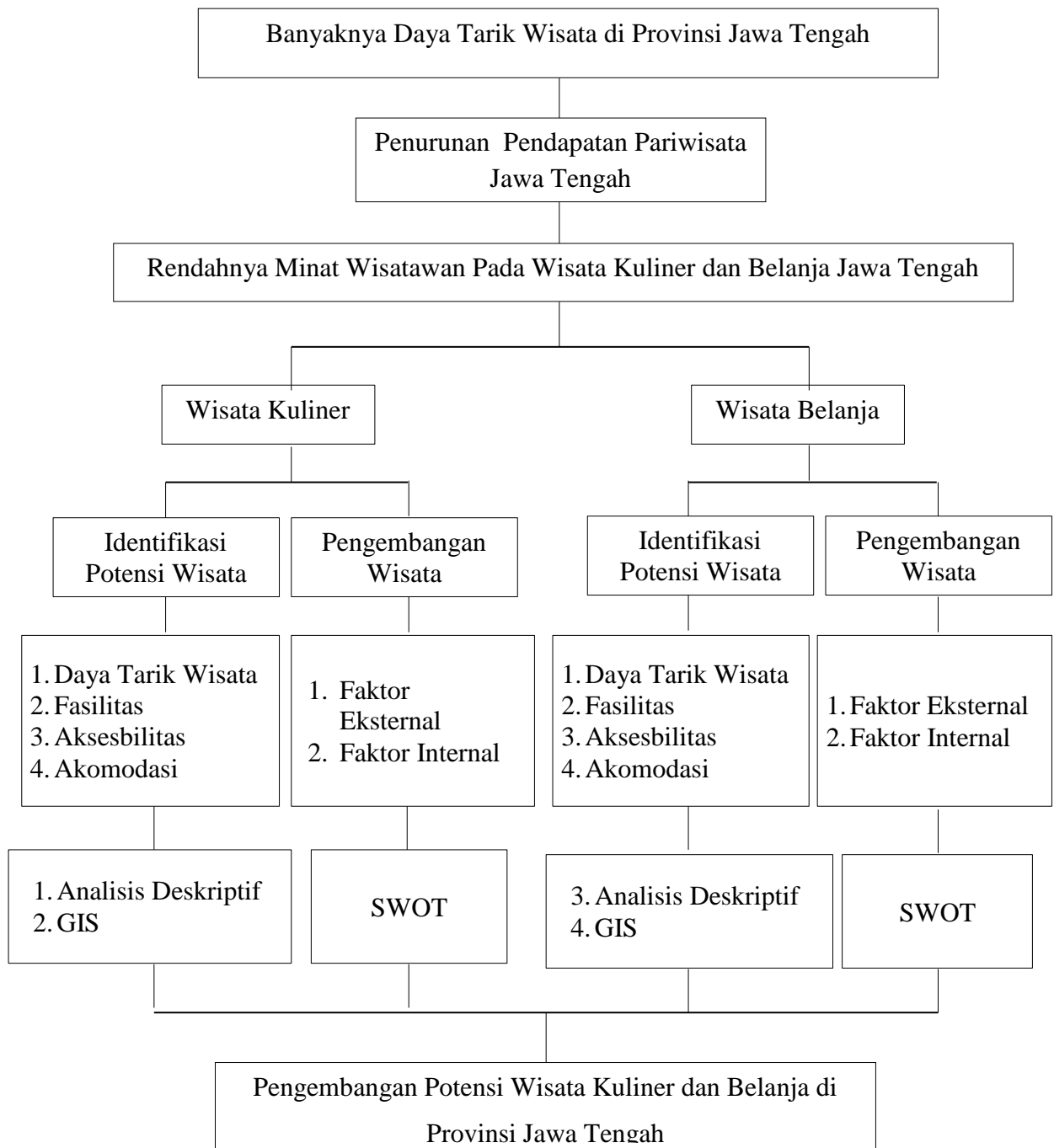
Persamaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada jenis sektor yang akan diteliti yaitu sektor pariwisata, dimana sektor pariwisata ini lebih mengerucut pada jenis wisata kuliner dan belanja. Persamaan lainnya yaitu terletak pada metode pengumpulan data, jenis data yang digunakan berupa data sekunder dan data primer, dan jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kombinasi antara kualitatif dan kuantitatif.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terletak pada periode, waktu, lokasi serta obyek wisata yang akan diteliti oleh peneliti. Selain itu penulis menggunakan sampel penelitian dari beberapa jenis wisata kuliner dan belanja yang ada di Kabupaten Kota di Jawa Tengah. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini berupa pemetaan terkait wisata kuliner dan belanja, dan penyusunan strategi pengembangan dengan metode kualitatif terkait dengan wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah.

2.3 Kerangka Berfikir

Wisata kuliner dan belanja merupakan salah satu jenis wisata yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Jenis wisata ini merupakan salah satu bagian dari wisata budaya dan sebagai salah satu wisata penunjang bagi jenis wisata lainnya. Namun, berdasarkan minat wisatawan di Provinsi Jawa Tengah, wisata kuliner dan belanja cenderung kurang diminati oleh wisatawan yaitu hanya sebesar 13,02% untuk wisata kuliner dan 14,03% untuk wisata belanja. Hal tersebut lebih rendah dibandingkan dengan wisata budaya, alam dan partisipan masyarakat Jawa Tengah. Rendahnya minat tersebut dikarenakan kurangnya informasi dan pemetaan terkait potensi wisata kuliner dan belanja di Provinsi Jawa Tengah. Maka dari itu dilakukan penelitian terkait dengan permasalahan tersebut dengan menggunakan analisis deskriptif, GIS dan analisis SWOT. Sehingga didapatkan hasil berupa identifikasi potensi wisata kuliner dan belanja Provinsi Jawa Tengah beserta strategi pengembangan wisata tersebut.

Berdasarkan permasalahan wisata kuliner dan belanja, maka peneliti membuat kerangka berfikir. Kerangka berfikir merupakan konsep yang dibentuk oleh peneliti dengan tujuan memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian yang terkait dengan Pengembangan Potensi Wisata Kuliner dan Belanja Provinsi Jawa Tengah. Merujuk pada teori yang telah ada pada penelitian ini, maka didapatkan kerangka berfikir dalam penelitian tersebut sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Wisata Kuliner

Berdasarkan hasil dan pembahasan potensi wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah, maka dapat disimpulkan berdasarkan pada identifikasi potensi wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah dan strategi pengembangan wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah.

A. Identifikasi potensi wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah.

Identifikasi potensi wisata kuliner dilihat dari pada daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas dan akomodasi. Keempat aspek diantaranya adalah :

- a. Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata kuliner dengan kategori sangat potensial berada pada nilai skoring sebesar 76 – 100, meliputi Kabupaten Banjarnegara (5 daya tarik wisata), Kabupaten Boyolali (5 daya tarik wisata), Kabupaten Kudus (5 daya tarik wisata), Kota Magelang (6 daya tarik wisata), Kabupaten Pekalongan (5 daya tarik wisata), Kabupaten Semarang (6 daya tarik wisata), Kota Semarang (8 daya tarik wisata), dan Kota Surakarta (5 daya tarik wisata).

- b. Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata kuliner dengan kategori potensial berada pada nilai skoring sebesar 51 - 75, meliputi Kabupaten Demak (2 daya tarik wisata), Kabupaten Karanganyar (3 daya tarik wisata), Kabupaten Magelang (2 daya tarik wisata), dan Kabupaten Sukoharjo (2 daya tarik wisata).
 - c. Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata kuliner dengan kategori kurang potensial berada pada nilai skoring sebesar 26 - 50, meliputi adalah : Kabupaten Tegal (1 daya tarik wisata), dan Kabupaten Grobogan (1 daya tarik wisata).
- B. Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Berdasarkan pada Analisis SWOT.
- Didapatkan hasil dari penelitian ini berupa faktor internal wisata kuliner sebesar 0,82, dan faktor eksternal wisata kuliner sebesar -0,56. Dari hasil tersebut maka posisi wisata kuliner Provinsi Jawa tengah berada di kuadran II, dimana dalam kuadran II adalah memanfaatkan faktor kekuatan dan peluang dalam jangka panjang dalam mendukung strategi Diserifikasi potensi wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah. Strategi ini dilakukan dengan cara mengoptimalkan potensi dan keunikan yang ada pada wisata kuliner dalam menghadapi adanya persaingan antar obyek wisata kuliner yang ada di Provinsi Jawa Tengah yaitu dengan mengedepankan cita rasa Jawa Tengah, mengembangkan kawasan sentra kuliner yang memberikan *multiplier effect* bagi masyarakat, strategi tersebut dapat dilakukan pada Kabupaten dan Kota yang tergolong kedalam kategori sangat potensial pada identifikasi potensi wisata. Menambah dan memperbaiki komponen penunjang wisata kuliner seperti

kesediaan toilet, tempat khusus disabilitas, area parkir, spot foto, mushola dan menambah kesediaan transportasi umum yang memudahkan wisatawan untuk Kabupaten dan Kota dalam kategori potensial pada identifikasi potensi wisata. Untuk kategori potensi wisata kuliner kurang potensial saran yang dapat dilakukan yaitu dengan memperbaiki komponen penunjang wisata dan meningkatkan promosi wisata kuliner untuk meningkatkan minat wisatawan pada daya tarik wisata kuliner melalui media sosial maupun media cetak dengan menggandeng para blogger, selebgram, duta wisata, GenPI, pemandu wisata dalam mempromosikan daya tarik wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah, dan membentuk paket – paket wisata kuliner sebagai wisata terusan bagi wisatawan.

3. Wisata Belanja

Hasil identifikasi Potensi Wisata belanja Provinsi Jawa Tengah, berdasarkan pada identifikasi potensi wisata dan strategi pengembangan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

A. Identifikasi potensi wisata belanja Provinsi Jawa Tengah

Identifikasi potensi wisata belanja dilakukan untuk melihat potensi wisata belanja berdasarkan pada daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas dan akomodasi. Keempat aspek tersebut tergabung dalam empat kategori, diantaranya adalah :

- a. Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata belanja dengan kategori sangat potensial berada pada nilai skoring sebesar 76 – 100, meliputi Kabupaten Banyumas (5 daya tarik

wisata), Kota Magelang (6 daya tarik wisata), Kabupaten Sukoharjo (6 daya tarik wisata), Kota Semarang (10 daya tarik wisata), Kota Surakarta (5 daya tarik wisata), Kota Tegal (6 daya tarik wisata).

- b. Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata belanja dengan kategori potensial berada pada nilai skoring sebesar 51 - 75, meliputi Kabupaten Batang (1 daya tarik wisata), Kabupaten Grobogan (1 daya tarik wisata), Kabupaten Jepara (1 daya tarik wisata), Kabupaten Karanganyar (1 daya tarik wisata), Kabupaten Kendal (1 daya tarik wisata), Kota Pekalongan (1 daya tarik wisata), Kabupaten Purbalingga (1 daya tarik wisata), Kabupaten Purworejo (1 daya tarik wisata), Kabupaten Rembang (1 daya tarik wisata), Kabupaten Sragen (1 daya tarik wisata), Kota Surakarta (1 daya tarik wisata), dan Kabupaten Wonogiri (1 daya tarik wisata).
- c. Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata belanja dengan kategori kurang potensial berada pada nilai skoring sebesar 26 - 50, meliputi adalah : Kabupaten Grobogan (1 daya tarik wisata).

B. Strategi Pengembangan Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah.

Strategi Pengembangan Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah, dengan menggunakan analisis SWOT. Didapatkan hasil dari nilai faktor internal sebesar 1,14, dan nilai dari faktor eksternal sebesar 0,68. Dimana pada nilai tersebut menunjukkan bahwa wisata belanja berada pada kuadran I dengan menggunakan strategi agresif. Strategi agresif yang digunakan dalam penelitian ini berupa meningkatkan inovasi baru pada

daya tarik wisata belanja yang berada dalam kategori sangat potensial, yang mana pada kategori sangat potensial ini telah memenuhi aspek pengembangan wisata yang meliputi daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas dan akomodasi. Untuk wisata belanja pada kategori yang potensial strategi agresif yang dapat dilakukan berupa memperbaiki dan menambah komponen penunjang wisata untuk memudahkan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Sedangkan untuk daya tarik wisata belanja dalam kategori kurang potensial yaitu dengan cara kerjasama dalam kegiatan pameran, event, bazar yang mendukung pengembangan wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

- a. Melakukan perbaikan dan penambahan terhadap fasilitas, aksesibilitas dan akomodasi, seperti pengelolaan toilet secara professional untuk menjamin kebersihan, area parkir, mushola, akses jalan untuk kaum disabel, gazebo, jaringan internet (Wifi), spot foto, perbaikan kondisi jalan, penginapan terdekat, toko souvenir, petunjuk arah, peta potensi wisata, angkutan umum penunjang wisata dan fasilitas lainnya, yang dapat mendukung pengembangan potensi wisata kuliner maupun belanja pada kategori wisata yang kurang potensial dan tidak potensial. Sehingga mampu menarik wisatawan pada daya tarik wisata kuliner maupun belanja di Provinsi Jawa Tengah. Untuk daerah yang kurang potensial upaya lain yang dapat ditempuh

untuk meningkatkan penerimaan sektor pariwisata melalui pengembangan wisata alam, budaya, buatan, dan religi.

- b. Melakukan kerjasama dengan biro perjalanan wisata untuk membentuk paket – paket wisata terusan bagi wisatawan. Meningkatkan promosi wisata dengan menggandeng para blogger, selebgram, GenPI, dan duta wisata setempat pada wisata kuliner dan belanja yang ada di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah, baik melalui media sosial, pamflet, brosur, buku panduan potensi wisata, dan event khusus yang berkaitan dengan wisata kuliner dan belanja. Selain itu juga melakukan kerjasama dengan masyarakat setempat untuk ikut serta menjaga, mengembangkan potensi wisata kuliner dan belanja, dan menerapkan sapta pesona (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, penuh kenangan) sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata dalam menerima pengunjung.

Daftar Pustaka

- Afnarius, S., Ningsih, V. M., & Frihandana, D. (2014). Pembangunan Aplikasi Wisata Kuliner Sumbar Berbasis Mobile Geographic Information System. *Jurnal Komputer dan Sistem Intelijen*, 354 - 360, Volume 8, Oktober 2014, ISSN : 2302 - 3740.
- Annugerah, A., Astuti, I. F., & Kridalaksana, A. H. (2016). Sistem Informasi Geografis Berbasis Web Pemetaan Lokasi Toko Oleh - oleh Khas Samarinda. *Jurnal Informatika Mulawarman*, 43-47, Volume 11 No. 2, September 2016, ISSN 1858 - 4853.
- Bersa, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 74-101, Volume 12 No.1/ Maret 2012.
- BPS Jawa Tengah. (2018). Provinsi Jawa Tengah Dalam Angka 2018. Jawa Tengah: <https://jateng.bps.go.id>.
- Choi, T.-M., Liu, S.-C., Pang, K.-M., & Chow, P.-S. (2007). Shopping Behaviors Of Individual Tourists From The Chienese Mainland To Hong Kong. *Tourism Management*, 1-10, 19 March 2007.
- Devy, H. A., & Soemanto, R. (2017). Pengembangan Obyek Wisata Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Dearah Kunjungan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi*, 34-44.
- Diparbud Jabarprov (2017). Retrieved Mei 10, 2019, from <http://dispar.jabarprov.go.id/>
- Disparpora. (2011-2013). *Statistik Pariwisata Jawa Tengah*. Semarang: Disparpora Jawa Tengah.
- Disparpora Provinsi Jawa Tengah. (2017). *Panduan Wisata Jawa Tengah*. Jawa Tengah: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.
- Disporapar Jatengprov. (2019). Retrieved Mei 11, 2019, From <http://www.disporapar.jatengprov.go.id/>

Ferniza, H. (2017). Antara Potensi dan Kendala Dalam Pengembangan Pariwisata Di Sumatera Barat. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 56 - 66, Volume 13 No.01, Maret 2017, ISSN : 1858 - 3903.

Google Maps. (2005). Retrieved Juni 6,2019, from <http://www.google.co.id/map>

Handayani, D. (2015). Pengembangan Kawasan Wisata Belanja Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogandung DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.

Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunaryo, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 18-23, Volume 9 No 1 Maret 2018, ISSN : 2087-0086.

Kuncoro, M. (2011). *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi)*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen TKPN.

Mankiw, Gregory; Quah, Euston; Wilson, Peter. (2012). *Pengantar Ekonomi Mikro (Principles Of Economics)*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Narbuko, D. C., & Achmadi, D. H. (2016). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nawawi, H. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.

Nisa, Ahsanul Fathiyatun; Haryanto, Ragil. (2014). Kajian Keberadaan Wisata Belanja Malioboro Terhadap Pertumbuhan Jasa Akomodasi Di Jalan Sosrowijayan Dan Jalan Dagen. *jurnal Teknik PWK*, 933 - 948, Volume 1 No. 3.

Nisa, Ahsanul Fathiyatun; Haryanto, Ragil. (2014). Kajian Keberadaan Wisata Belanja Malioboro Terhadap pertumbuhan Jasa Akomodasi Di Jalan Sosrowijayan dan Jalan Dagen. *Jurnal Teknik PWK*, 933-948, Volume 3 No.4.

Parma, I. G. (2011, Vol.10, No.2 Desember 2011, ISSN : 1412-8683). Kajian Perencanaan Penataan Daya Tarik Wisata Pelabuhan Buleleng. *Jurnal Media Komunikasi* , 52-65.

Pebrianti, D., & Muta'ali, L. (2017). Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Mutiara Sebagai Daya Tarik Wisata Belanja Di Kota Mataram. *Journal of Vacation Marketing*, 294-307, Volume 10 Nomer 4.

- Pemerintah Republik Indonesia. (2009). *Undang - Undang Republik Indonesia Nomor10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Jakarta.
- Prahasta, E. (2001). *Konsep - Konsep Dasar Sistem Informasi Geografis*. Bandung: Informatika Bandung.
- Prakoso, B. B., Sugianto, H., & Hermanto, D. (2011). Sistem Informasi Geografis Toko Oleh - oleh Berbasis Android Di Kota Palembang. *Jurnal SIG*, 1-11.
- Prayogi, D. (2017). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal. *Pesona*, 1-13, Vol 2 No 1 Juni 2017, ISSN: 2541 - 5859.
- Primadany, S. R. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Strategi Pengembangan*, 50-62.
- Rahma, N., Susilowati, I., & Purwanti, E. Y. (2017, Volume 18 No 1 Juli 2017). Minat Wisatawan Terhadap Makanan Lokal Kota Semarang Tourists' Interest to Local Food in Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 53-74.
- Rangkuti, F. (1997). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis Swot*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ratnasari, F. (2018). Strategi Pengmabangan Objek Wisata di Kabupaten Pati . *Efficient Indonesian Journal of Development Economics*, 250-259, Vol 1 (3).
- Saeroji, A., & Wijaya, D. A. (2017). Pemetaan Wisata Kuliner Khas Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 13 - 27, No.1, Volume 1.
- Sammeng, A. M. (2001). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sekaran, U. (2015). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Spillane, J. (1994). *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Lembaga Studi Realino.
- Subagyo, P., & Ps, D. (2014). *Statiksika Induktif*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

- Suwena, K., & Widyatmaja, G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Taya, L. (2012, Juni 1). *Potensi dan Kedala Pengembangan Obyek Wisata*. Dipetik April 22, 2018, dari La Taya: <http://komunikasi-pembangunan.blogspot.co.id>
- Visitjateng.(2019). Retrieved Juni 21,2019, from <http://www.visitjateng.com/>
- Wirangga, I. Y., Piarsa, I. N., & Purnawan, I. A. (2014). Aplikasi Sistem Informasi Geografis Untuk Pemetaan Letak Suatu Rumah Makan di Wilayah Denpasar. *Jurnal Pariwisata*, 238 - 245, Volume 2 No.2, Agustus 2014, ISSN : 2252 - 3006.
- Yuliana, P. R. (2016). Revitalisasi Daya Tarik Wisata Dalam Rangka Peningkatan Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus: Daya Tarik Wisata Sangeh, Kabupaten Bandung,Bandung). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 53-57.
- Zatar, A., Katili, P., & Suparno. (2017). Penentuan Kriteria Kualitatif Penentuan Dalam Pemilihan Obyek Audit Internal Menggunakan Metode Delphi. *Jurnal Teknik*, 1-6.