

BUKTI MENDAPATKAN HIBAH PENELITIAN KOMPETITIF TINGKAT NASIONAL

Tahun	Judul Penelitian	Skema	Sumber Dana
2019	Model percepatan pengembangan pariwisata di provinsi jawa tengah	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	DRTPM DITJEN DIKTIRISTEK
2020	Model percepatan pengembangan pariwisata di provinsi jawa tengah	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	DRTPM DITJEN DIKTIRISTEK
2022	Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	DRTPM DITJEN DIKTIRISTEK
2023	Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	DRTPM DITJEN DIKTIRISTEK
2024	Maksimisasi Kinerja Sektor Pariwisata Jawa Tengah Melalui Pendekatan Spasial Berbasis Klaster	Penelitian Terapan	DRTPM DITJEN DIKTIRISTEK

**BUKTI PENERIMAAN HIBAH PENELITIAN DANA DRTPM
DITJEN DIKTIRISTEK
TAHUN 2019**

- ✓ **Pengumuman Penerima Hibah**
- ✓ **Laporan Penelitian**

NO	PTN/LL DIKTI	NAMA INSTITUSI	SKEMA	NIDN	NAMA	JUDUL	DURASI PENELITIAN (THN)
				0005106708	HARYADI	IDENTIFIKASI DAN KARAKTERISASI LITERASI DI PERGURUAN TINGGI SEBAGAI WUJUD KONSERVASI BUDAYA	2
				0006115806	MURBANGUN NUSWOWATI	Inovasi Lembar Kerja Praktikum Kimia SMA Berbasis Bahan Alam Untuk Membangun Karakter Konservasi Peserta Didik	3
				0006117203	MEGAWATI	Scale Up Catalytic Fast Pyrolysis-Fluidized Bed Reactor untuk Produksi Bio-Oil dari Bagas Tebu Dalam Rangka Konservasi Energi dari Bahan Alam Terbarukan	2
				0007025202	RETNO SRI ISWARI	Pengembangan Rapid Diagnostik Test Berbasis miRNA untuk Diagnosis Dini Atherosklerosis : Studi Kasus Tikus Sprague Dawley yang Diinduksi Ekstrak Tomat	3
				0007036804	SUPATMO	TRADISI SENI ORNAMEN MASJID-MASJID WARISAN SEJARAH AWAL BUDAYA ISLAM DI PESISIR UTARA JAWA DALAM PERSPEKTIF MULTIKULTURAL	2
				0007038103	MASTURI	ISOLASI DAN KARAKTERISASI SENYAWA FLAVONOID DARI MATERIAL BIOWASTE BIJI BUAH MANGGA ARUM MANIS (<i>Mangifera indica</i> L.) DAN UJI AKTIVITASNYA SEBAGAI ANTIOKSIDAN	1
				0007117102	NOOR AINI HABIBAH	Produksi Senyawa Berpotensi Antidiabetes Melalui Teknologi Cell Suspension Culture Rejasa (<i>Elaeocarpus grandiflorus</i> J. E. Smith)	2
				0011048101	CEPI KURNIAWAN	Metalasi dan transmetalasi zat warna alam sebagai pemanen energi matahari pada sel surya	1
				0012108201	MUHAMMAD KHARIS	MODEL MATEMATIKA PENYEBARAN PENYAKIT ZIKA PADA MANUSIA	2
				0015077706	PUJI LESTARI	MODEL PENGEMBANGAN "ARUM LUHURING PAWIYATAN ING ASTANIRA" DALAM UPAYA MENGEMBANGKAN BUDAYA KEILMUAN BERWAWASAN KONSERVASI DI UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG	1
				0015087805	SHANTY OKTAVILIA	MODEL PENGEMBANGAN POTENSI PENDAPATAN DAERAH PROVINSI JAWA TENGAH MELALUI PENDEKATAN POTENTIAL MAPPING PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH	2
				0015088101	MAHARDIKA PRASETYA AJI	Dispersi Titanium Dioksida (TiO ₂) dalam Minyak Jelantah sebagai Bahan Double Photocatalyst untuk Dekomposisi Polutan Pewarna Cair	2
						Pemanfaatan Nanopartikel Carbon Dots (C-Dots) sebagai Suplemen Pupuk untuk Pemicu Pertumbuhan Tanaman	2
				0016028502	FAFURIDA	MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH	2
				0016037106	DEWI SELVIA FARDHYANTI	KAJIAN PERPINDAHAN MASSA VOLUMETRIS DAN SCALE UP BAFFLED STIRRED VESSEL PADA PROSES EKSTRAKSI SENYAWA FENOL DARI BIO-OIL HASIL PIROLISIS BIOMASSA DALAM UPAYA KONSERVASI ENERGI	3
				0016087104	SULHADI	Pemanfaatan Carbon Nanodots dari Daur Ulang Limbah Plastik Polyethylene untuk Dekomposisi Polutan Air	1
				0018057207	RR SRI RATNA RAHAYU	SINERGISITAS PENINGKATAN PETANDA STRES OKSIDATIF DAN INFLAMASI TERHADAP PETANDA CEDERA JANTUNG (Studi Pada Olahraga Bersepeda Jarak Jauh)	2



KONTRAK
Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi
Tahun Anggaran 2019
Nomor: 56.18.3/UN37/PPK.3.1/2019

Pada hari ini senin tanggal delapan belas bulan maret tahun dua ribu sembilan belas, kami yang bertandatangan dibawah ini :

- 1. Dr. Suwito Eko Pramono, M.Pd.** : **Pejabat Pembuat Komitmen** Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Semarang yang berkedudukan di Semarang, berdasarkan Keputusan Rektor Universitas Negeri Semarang Nomor : 1/P/2019 tanggal 02 Januari 2019, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama KPA Universitas Negeri Semarang, untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA;**
- 2. Fafurida, S.E, M.Sc.** : Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, dalam hal ini bertindak sebagai pengusul dan Ketua Pelaksana Penelitian Tahun Anggaran 2019 untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA.**

PIHAK PERTAMA dan **PIHAK KEDUA**, secara bersama-sama sepakat mengikatkan diri dalam suatu Kontrak Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2019 dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut:

Pasal 1
Dasar Hukum

Kontrak Penelitian ini berdasarkan kepada:

1. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2016 tentang Tata Cara Pembentukan Komite Penilaian dan/atau Reviewer Penelitian;
3. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2018 tentang Penelitian;
4. Peraturan Direktur Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan Republik Indonesia Nomor 15/PB/2017 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembayaran Anggaran Penelitian Berbasis Standar Biaya Keluaran Sub Keluaran Penelitian;
5. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 209/M/KPT/2018 tentang Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Edisi XII;
6. Keputusan Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Nomor 7/E/KPT/2019 tentang Penerima Pendanaan Penelitian di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2019;
7. Kontrak Penelitian TA 2019 antara Pejabat Pembuat Komitmen Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat dengan Universitas Negeri Semarang nomor 192/SP2H/LT/DRPM/2019 tanggal 11 Maret 2019.
8. Keputusan Rektor Universitas Negeri Semarang Nomor 1/P/2019 tanggal 2 Januari 2019, tentang Pengangkatan Pejabat Perbendaharaan / Pengelola Keuangan Tahun Anggaran 2019 Universitas Negeri Semarang.

9. Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Universitas Negeri Semarang (UNNES) Nomor DIPA : SP DIPA-042.01.2.400899/2019, tanggal 05 Desember 2018.

Pasal 2
Ruang Lingkup

PIHAK PERTAMA memberi pekerjaan kepada **PIHAK KEDUA** dan **PIHAK KEDUA** menerima pekerjaan tersebut dari **PIHAK PERTAMA**, untuk melaksanakan dan menyelesaikan Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2019 dengan judul "MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH".

Pasal 3
Dana Penelitian

- (1) Besarnya dana untuk melaksanakan penelitian dengan judul sebagaimana dimaksud pada Pasal 2 adalah sebesar **Rp 80.572.500,- (Delapan Puluh Juta Lima Ratus Tujuh Puluh Dua Ribu Lima Ratus Rupiah)** sudah termasuk pajak.
- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebankan pada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi melalui DIPA UNNES Nomor SP DIPA-042.01.2.400899/2019, tanggal 05 Desember 2018.

Pasal 4
Tata Cara Pembayaran Dana Penelitian

- (1) **PIHAK PERTAMA** akan membayarkan Dana Penelitian kepada **PIHAK KEDUA** secara sekaligus (100%) diawal sebagai berikut:
 - a. Pembayaran sebesar 100% dari total dana penelitian yaitu **Rp 80.572.500,- (Delapan Puluh Juta Lima Ratus Tujuh Puluh Dua Ribu Lima Ratus Rupiah)** yang akan dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah:
 - (1) Mengunggah hasil revisi proposal/RAB ke **simlitabmas**
 - (2) Mengunggah hasil revisi proposal dan instrumen penelitian ke **SIPP**
 - (3) Menyerahkan hardcopy hasil revisi proposal, instrumen, RAB, dan nota persetujuan hasil evaluasi instrumen penelitian masing-masing satu eksemplar kepada **PIHAK PERTAMA**
 - b. Bagi yang mendapat dana luaran tambahan dibayarkan kepada **PIHAK KEDUA** setelah luaran tambahan divalidasi oleh **PIHAK PERTAMA** dan mendapatkan SK Penetapan dari Kemenristekdikti.
- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan disalurkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** melalui rekening BNI atas nama Fafurida, S.E, M.Sc. dengan nomor rekening 0233516791
- (3) **PIHAK PERTAMA** tidak bertanggung jawab atas keterlambatan dan/atau tidak terbayarnya sejumlah dana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang disebabkan karena kesalahan **PIHAK KEDUA** dalam menyampaikan data peneliti, nama bank, nomor rekening, dan persyaratan lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan.

Pasal 5
Jangka Waktu

Jangka waktu pelaksanaan penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 sampai selesai 100%, adalah terhitung sejak **Tanggal 18 Maret** dan berakhir pada **Tanggal 11 November 2019**

Pasal 6
Target Luaran

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk mencapai target luaran wajib dan tambahan penelitian.

- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk melaporkan perkembangan pencapaian target luaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada **PIHAK PERTAMA**.
- (3) Target luaran wajib dan/atau tambahan penelitian tercantum dalam Rancangan Pelaksanaan Penelitian

Pasal 7
Hak dan Kewajiban Para Pihak

- (1) Hak dan Kewajiban **PIHAK PERTAMA**:
 - a. **PIHAK PERTAMA** berhak untuk mendapatkan dari **PIHAK KEDUA** luaran penelitian yang telah dijanjikan;
 - b. **PIHAK PERTAMA** berkewajiban untuk memberikan dana penelitian kepada **PIHAK KEDUA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dan dengan tata cara pembayaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4.
- (2) Hak dan Kewajiban **PIHAK KEDUA**:
 - a. **PIHAK KEDUA** berhak menerima dana penelitian dari **PIHAK PERTAMA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3;
 - b. **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan kepada **PIHAK PERTAMA** luaran Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi dengan judul "MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH" dan catatan harian pelaksanaan penelitian;
 - c. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk bertanggungjawab dalam penggunaan dana penelitian yang diterimanya sesuai dengan proposal kegiatan yang telah disetujui;
 - d. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** laporan penggunaan dana atas dana penelitian yang telah ditetapkan.

Pasal 8
Laporan Pelaksanaan Penelitian

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** berupa laporan kemajuan dan laporan akhir mengenai luaran penelitian dan rekapitulasi penggunaan anggaran sesuai dengan jumlah dana yang diberikan oleh **PIHAK PERTAMA** yang tersusun secara sistematis sesuai pedoman yang ditentukan oleh **PIHAK PERTAMA**.
- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah Buku catatan harian, laporan penggunaan dana 100%, Laporan kemajuan dan surat pernyataan tanggungjawab belanja (SPTB) atas dana yang telah ditetapkan ke **simlitabmas** dan **SIPP** paling lambat **7 September 2019**
- (3) **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan *Hardcopy* Buku catatan harian, laporan penggunaan dana 100%, Laporan kemajuan dan surat pernyataan tanggungjawab belanja (SPTB) atas dana yang telah ditetapkan masing-masing satu eksemplar kepada **PIHAK PERTAMA** paling lambat **7 September 2019**
- (4) **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah Catatan Harian, Laporan Akhir, kwitansi pengeluaran, capaian hasil, Poster, artikel ilmiah, profil pada **simlitabmas** dan **SIPP** paling lambat **11 Nopember 2019**
- (5) **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan *Hardcopy* Catatan Harian, Laporan Akhir, kwitansi pengeluaran, capaian hasil, Poster, artikel ilmiah, profil masing-masing satu eksemplar kepada **PIHAK PERTAMA** paling lambat **11 Nopember 2019**
- (6) Laporan hasil Penelitian sebagaimana tersebut pada ayat (4) harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 - a. Format font Times New Romans Ukuran 12 spasi 1,5
 - b. Bentuk/ukuran kertas A4;

c. Di bawah bagian sampul cover ditulis:

Dibiayai oleh:
Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat
Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan
Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi
Sesuai dengan Kontrak Nomor: 192/SP2H/LT/DRPM/2019, tanggal 11 Maret 2019

Pasal 9 Monitoring dan Evaluasi

PIHAK PERTAMA dalam rangka pengawasan akan melakukan Monitoring dan Evaluasi internal terhadap kemajuan pelaksanaan Penelitian Tahun Anggaran 2019 ini sebelum pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi eksternal oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.

Pasal 10 Penilaian Luaran

1. Penilaian luaran penelitian dilakukan oleh Komite Penilai/*Reviewer* Luaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai maka dana tambahan yang sudah diterima oleh peneliti harus disetorkan kembali ke kas negara.

Pasal 11 Penggantian Keanggotaan

1. Perubahan terhadap susunan tim pelaksana dan substansi pelaksanaan Penelitian ini dapat dibenarkan apa bila telah mendapat persetujuan tertulis dari Direktur Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.
2. Apabila Ketua Tim pelaksana penelitian tidak dapat menyelesaikan penelitian atau mengundurkan diri, maka **PIHAK KEDUA** harus menunjuk salah satu anggota tim sebagai pengganti setelah mendapat persetujuan tertulis dari Direktur Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.
3. Dalam hal tidak adanya pengganti Ketua tim pelaksana penelitian sesuai dengan syarat ketentuan yang ada, maka penelitian dibatalkan dan dana dikembalikan ke kas Negara.

Pasal 12 Sanksi

- (1) Apabila sampai dengan batas waktu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan Kontrak Penelitian telah berakhir, **PIHAK KEDUA** belum menyelesaikan tugasnya dan atau terlambat mengirim dan mengunggah laporan Kemajuan, catatan harian, Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) dan Laporan akhir, maka **PIHAK KEDUA** dikenakan sanksi administratif berupa penghentian pembayaran dan tidak dapat mengajukan proposal penelitian dalam kurun waktu dua tahun berturut-turut.
- (2) Peneliti/Pelaksana yang tidak hadir dalam kegiatan monitoring dan evaluasi tanpa pemberitahuan sebelumnya kepada Direktur Riset dan Pengabdian Masyarakat maka Pelaksana Penelitian mendapat sanksi sesuai ketentuan.
- (3) Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai maka dana tambahan yang sudah diterima harus disetorkan kembali ke kas negara.

Pasal 13
Pajak-Pajak

- (1) **PIHAK PERTAMA** berkewajiban memungut dan menyetor pajak ke kantor pelayanan pajak setempat yang berkenaan dengan belanja honorarium yang dikenakan PPh Pasal 21
- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyetor pajak ke kantor pelayanan pajak setempat yang berkenaan dengan:
 - a. Pembelian barang dan jasa dikenai PPN sebesar 10 % dan PPH 22 sebesar 1,5 %
 - b. Pajak-pajak lain sesuai ketentuan yang berlaku.

Pasal 14
Kekayaan Intelektual

- (1) Hak Kekayaan Intelektual yang dihasilkan dari Pelaksanaan Penelitian diatur dan dikelola sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan.
- (2) Setiap publikasi makalah dan/atau ekspos dalam bentuk apapun yang berkaitan dengan hasil penelitian ini wajib mencantumkan **PIHAK PERTAMA** sebagai pemberi dana.
- (3) Hasil Penelitian berupa peralatan dan/atau peralatan yang dibeli dari kegiatan ini adalah milik negara dan dapat dihibahkan kepada institusi/lembaga melalui Berita Acara Serah Terima (BAST).

Pasal 15
Keadaan Kahar (force majeure)

- (1) **PARA PIHAK** dibebaskan dari tanggung jawab atas keterlambatan atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban yang dimaksud dalam kontrak penelitian disebabkan atau diakibatkan oleh kejadian diluar kekuasaan **PARA PIHAK** yang dapat digolongkan sebagai keadaan memaksa (force majeure).
- (2) Peristiwa atau kejadian yang dapat digolongkan keadaan memaksa (force majeure) dalam Kontrak Penelitian ini adalah bencana alam, wabah penyakit, kebakaran, perang, blokade, peledakan, sabotase, revolusi, pemberontakan, huru-hara, serta adanya tindakan pemerintah dalam bidang ekonomi dan moneter yang secara nyata berpengaruh terhadap pelaksanaan Kontrak Penelitian.
- (3) Apabila terjadi keadaan memaksa (force majeure) maka pihak yang mengalami wajib memberitahukan kepada pihak lainnya secara tertulis, selambat-lambatnya dalam waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak terjadinya keadaan keadaaan memaksa (force majeure), disertai dengan bukti-bukti yang sah dari pihak berwajib dan **PARA PIHAK** dengan etiket baik akan segera membicarakan penyelesaiannya.

Pasal 16
Penyelesaian Perselisihan

Apabila terjadi perselisihan antara **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA** dalam pelaksanaan perjanjian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat, dan apabila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses hukum yang berlaku dengan memilih domisili Hukum di Pengadilan Negeri Semarang.

Pasal 17
Amandemen Kontrak

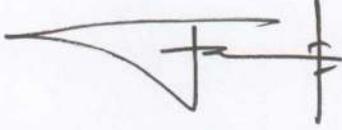
Apabila terdapat hal lain yang belum diatur atau terjadi perubahan dalam Kontrak Penelitian ini, maka akan dilakukan amandemen Kontrak Penelitian.

Pasal 18
Lain-lain

- (1) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa penelitian dengan judul tersebut di atas belum pernah dibiayai dan/atau diikutsertakan pada Pendanaan Penelitian lainnya, baik yang diselenggarakan oleh instansi, lembaga, perusahaan atau yayasan, baik di dalam maupun di luar negeri.
- (2) Apabila terdapat hal-hal yang belum diatur dalam Kontrak Penelitian ini dan memerlukan pengaturan, maka akan diatur kemudian oleh **PARA PIHAK** melalui amandemen Kontrak Penelitian dan/atau melalui pembuatan perjanjian tersendiri yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Kontrak Penelitian ini.

Pasal 19
Penutup

Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh **PARA PIHAK** pada hari dan tanggal tersebut di atas, dibuat dalam rangkap 2 (dua) dan bermeterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA	PIHAK KEDUA
	
Dr. Suwito Eko Pramono, M.Pd.	Fafurida, S.E, M.Sc.
NIDN: 0020095812	NIDN: 0016028502

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 561/Ekonomi Pembangunan
Bidang Fokus : Seni Budaya dan Sosial
Humaniora

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DASAR UNGGULAN
PERGURUAN TINGGI**



**MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA
DI PROVINSI JAWA TENGAH**

Oleh :

Fafurida, S.E., M.Sc. (NIDN. 0016028502)
Karsinah, S.E., M.Si. (NIDN. 0014107007)
Shanty Oktavilia, S.E., M.Si. (NIDN. 0015087805)

**UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2019**

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DASAR UNGGULAN PERGURUAN TINGGI

Judul Penelitian : MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI
PROVINSI JAWA TENGAH

Bidang Fokus : Seni Budaya dan Sosial Humaniora

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 561/Ekonomi Pembangunan

Bidang Unggulan PT : Sumber Daya dan Peningkatan Kualitas Hidup

Topik Unggulan : Pertumbuhan Ekonomi

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : FAFURIDA, S.E.M.Sc.

b. NIDN : 0016028502

c. Jabatan Fungsional : Lektor

d. Program Studi : Ekonomi Pembangunan

e. Nomor HP/Surel : 085228311501/fafurida@mail.unnes.ac.id

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap : KARSINAH, S.E.M.Sc.

b. NIDN : 0014107007

c. Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Semarang

Anggota Peneliti (2)

a. Nama Lengkap : SHANTY OKTAVILIA, S.E., M.Si.

NIDN : 0015087805

c. Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Semarang

Lama Penelitian Keseluruhan : 2 tahun

Usulan Penelitian Tahun ke- : 1

Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 376.347.500,00

Biaya Penelitian

- diusulkan ke DRPM : Rp 80.572.500,00

- dana internal PT : Rp 0

- dana institusi lain : Rp 0 /in kind tuliskan:

Biaya Luaran Tambahan : Rp 0

Semarang, September 2019

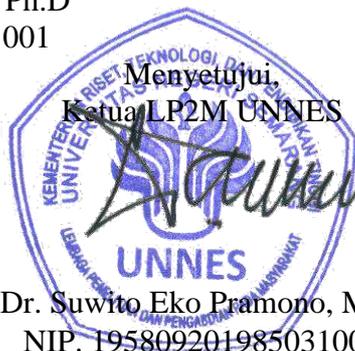


Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

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

Ketua Peneliti

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



Menyetujui,
Ketua LP2M UNNES

Dr. Suwito Eko Pramono, M.Pd.
NIP. 195809201985031003

RINGKASAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki *multiplier effect* tinggi terhadap sektor lain. Pengembangan sektor pariwisata akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan sektor lain seperti sektor perdagangan, hotel dan restoran, perhubungan, jasa-jasa, dll. Dilihat dari jumlah objek wisatanya, Jawa Tengah memiliki jumlah objek wisata paling tinggi diantara provinsi-provinsi lain di Pulau Jawa. Tetapi, walaupun Provinsi Jawa Tengah memiliki jumlah objek wisata paling tinggi, ternyata tidak membuat pendapatan sektor pariwisata Jawa Tengah tertinggi di antara 5 provinsi lainnya. Berdasarkan posisi pendapatan dari sektor pariwisata, Jawa Tengah justru menempati posisi keempat setelah DKI Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Timur. Melihat kondisi data tersebut, menunjukkan bahwa pemanfaatan potensi wisata yang dimiliki oleh Jawa Tengah belum maksimal. Dengan jumlah objek wisata paling tinggi, seharusnya pendapatan sektor pariwisata Jawa Tengah dapat berada diatas pendapatan sektor pariwisata provinsi lain di Pulau Jawa. Belum maksimalnya pendapatan sektor pariwisata Jawa Tengah juga ditunjukkan dengan hasil identifikasi awal penelitian ini yang menunjukkan bahwa dari banyaknya objek wisata yang dimiliki, 52 persennya ternyata belum dipungut retribusi. Melihat kondisi sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah tersebut dirasa sangat perlu upaya percepatan dalam upaya optimalisasi pendapatan pariwisata, agar pengelolaan dan hasil yang diperoleh terhadap objek-objek wisata di Provinsi Jawa Tengah dapat meningkat. Penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu menyusun pemetaan potensi wisata yang meliputi wisata alam, budaya, keagamaan atau religi, kuliner dan belanja yang terdapat di Jawa Tengah, dan kedua, menyusun model pengembangan potensi wisata alam, budaya, keagamaan atau religi, kuliner dan belanja yang terdapat di Jawa Tengah. Adapun analisis yang digunakan adalah dengan pendekatan *mix method* yaitu menggunakan deskriptif statistik dan *delphi method*. Dimana output penelitian ini nantinya akan menghasilkan suatu peta potensi wisata secara spasial dan model pengembangan tiap jenis wisata yang ada di Jawa Tengah, dimana model tersebut siap untuk diimplementasikan dalam upaya pengembangan pariwisata Jawa tengah. Upaya pengembangan wisata ini dirasa sangat mendesak untuk dilaksanakan dengan harapan jika upaya percepatan pengembangan sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah dilakukan akan memperoleh maksimalisasi hasil dan pendapatan sektor pariwisata Provinsi Jawa Tengah. Selain peta pariwisata dan model percepatan pengembangan wisata, penelitian ini memiliki target luaran dalam publikasi yang meliputi publikasi dalam jurnal internasional, prosiding, buku, prototipe dan keikutsertaan dalam seminar baik nasional maupun internasional

Kata kunci : model; pengembangan; pariwisata; optimalisasi; Jawa Tengah

PRAKATA

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, shalawat dan salam semoga tercurah kepada para Nabi dan Rasul yang bertugas memperkenalkan Allah SWT kepada umat manusia, khususnya kepada Rasul dan Nabi terakhir Muhammad SAW, pada akhirnya terangkum pula penelitian ini. Penulis menyadari bahwa penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada :

1. Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan dukungan atas pelaksanaan penelitian ini.
2. Kementrian Ristek Dikti yang telah memberikan pendanaan pada penelitian ini.
3. Dinas Pariwisata Provinsi dan kabupaten/kota di Jawa Tengah, BPS Provinsi Jawa Tengah dan semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam pengumpulan data sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini dengan baik dan lancar;
4. Rekan-rekan dosen dan mahasiswa yang tidak dapat penulis sebut satu-persatu atas segala bantuan dan motivasi sehingga memperlancar penyusunan penelitian ini;

Kerangka dan isi penulisan ini, tidak mustahil disertai banyak keterbatasan. Setiap kritik akan selalu penulis terima demi penyempurnaan tulisan ini. Hanya kepada Allah SWT penulis bermohon magfirah dan ganjaran-Nya. Semoga amal baik semua pihak yang telah membantu memperlancar penulisan dan menyempurnakan penelitian ini senantiasa mendapat rahmat dan ridho Allah Swt. Amin.

Semarang, September 2019

Penulis

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki *multiplier effect* tinggi terhadap sektor lain. Pengembangan sektor pariwisata akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan sektor lain seperti sektor perdagangan, hotel dan restoran, perhubungan, dll. Hal tersebut menyebabkan banyak daerah berusaha semaksimal mungkin dalam mengembangkan sektor ini.

Berdasarkan aspek ekonomi, sektor pariwisata menghasilkan kontribusi devisa dari kunjungan wisatawan dan Produk Domestik Bruto (PDB) beserta komponen-komponennya. Adapun dalam aspek sosial, pariwisata berperan sebagai penyerap tenaga kerja, apresiasi seni, tradisi dan budaya bangsa. Sedangkan dalam aspek lingkungan, pariwisata dapat mengangkat produk dan jasa wisata dari kekayaan dan keunikan alam dan laut, dan alat yang efektif bagi pelestarian lingkungan alam dan seni budaya tradisional.

Indonesia memiliki potensi yang luar biasa tinggi dalam hal pariwisata terutama pada wisata alam dan budaya. Kondisi Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau dengan kekayaan alam yang sangat menarik beserta aneka ragam budaya didalamnya, menjadikan kondisi tersebut sebagai modal besar dalam pembangunan pariwisata yang apabila dikembangkan akan memberikan kontribusi pendapatan yang besar terhadap penerimaan daerah maupun negara.

Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. Alam Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis, 17.508 pulau yang 6.000 di antaranya tidak dihuni, serta garis pantai terpanjang ketiga di dunia setelah Kanada dan Uni Eropa. Indonesia juga merupakan negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia. Pantai-pantai di Bali, tempat menyelam di Bunaken, Gunung Rinjani di Lombok, dan berbagai taman nasional di Sumatera merupakan contoh tujuan wisata alam di Indonesia. Tempat-tempat wisata itu didukung dengan warisan budaya yang kaya yang mencerminkan sejarah dan keberagaman etnis Indonesia yang dinamis dengan 719 bahasa daerah yang ada. Candi Prambanan dan Borobudur, Toraja, Yogyakarta, Minangkabau, dan Bali merupakan contoh tujuan wisata budaya di Indonesia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para turis adalah Bali, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DKI Jakarta, Sumatera Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, Banten dan Sumatera Barat. Sekitar 59% turis berkunjung ke Indonesia untuk tujuan liburan, sementara 38% untuk tujuan

bisnis. Singapura dan Malaysia adalah dua negara dengan catatan jumlah wisatawan terbanyak yang datang ke Indonesia dari wilayah ASEAN. Sementara dari kawasan Asia (tidak termasuk ASEAN) wisatawan Jepang berada di urutan pertama 14 disusul RRC, Korea Selatan, Taiwan dan India. Jumlah pendatang terbanyak dari kawasan Eropa berasal dari negara Britania Raya disusul oleh Perancis, Belanda dan Jerman (Spillane, 1987).

Jawa Tengah sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang tergolong merupakan salah satu provinsi yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan, memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. Jawa Tengah menawarkan berbagai daya tarik wisata dan event yang unik mulai dari daya tarik wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata religi maupun wisata berbasis pertanian dan perkebunan atau biasa juga disebut agrowisata. Banyaknya penawaran wisata yang diberikan tersebut menjadikan Jawa Tengah sebagai daerah tujuan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Pariwisata Jawa Tengah dari tahun ke tahun terus mengalami perkembangan. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah pengunjung yang datang ke berbagai tujuan wisata dan event di Jawa Tengah baik dari wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara selama lima tahun terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Tengah
Tahun 2012-2016

Wisatawan	Tahun				
	2012	2013	2014	2015	2016
Mancanegara	392.895	372.463	388.143	419.584	421.191
Domestik	21.838.351	25.240.021	29.430.609	29.852.095	33.030.843
Jumlah	22.231.246	25.612.484	29.818.752	30.271.679	33.452.034

Sumber: Provinsi Jawa Tengah dalam Angka 2017

Dilihat dari jumlah objek wisatanya, Jawa Tengah memiliki jumlah objek wisata paling tinggi diantara provinsi-provinsi lain di Pulau Jawa. Hingga tahun 2016 Jawa Tengah memiliki 317 objek wisata. Jumlah tersebut merupakan jumlah paling tinggi diantara provinsi lain di Pulau Jawa seperti DKI Jakarta yang hanya memiliki 32 objek wisata, Jawa Barat 218 objek, Banten 210 objek, DIY 115 objek dan Jawa Timur 235 objek. Hal tersebut menunjukkan bahwa Jawa Tengah memiliki potensi yang sangat tinggi dalam hal pariwisata.

Tabel 1.2
Jumlah Objek Wisata 6 Provinsi Pulau Jawa Tahun 2012-2016

Provinsi	Jumlah Objek Wisata
DKI Jakarta	32
Jawa Barat	218
Banten	210

Provinsi	Jumlah Objek Wisata
Jawa Tengah	317
DIY	115
Jawa Timur	235

Sumber: Pusdatin Kementerian Pariwisata Indonesia, 2012-2016

Banyaknya objek wisata yang berkembang di Jawa Tengah beraneka ragam jenisnya. Beberapa objek wisata yang berkembang di Jawa Tengah diantaranya adalah wisata alam, wisata budaya, wisata keagamaan atau religi, wisata belanja dan kuliner. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Spillane dimana ragam wisata yang berkembang di Indonesia ada beberapa macam yaitu sama dengan yang berkembang di Jawa Tengah.

Tabel 1.3
Pendapatan Sektor Pariwisata 6 Provinsi Pulau Jawa
Tahun 2011-2015 (dalam Juta)

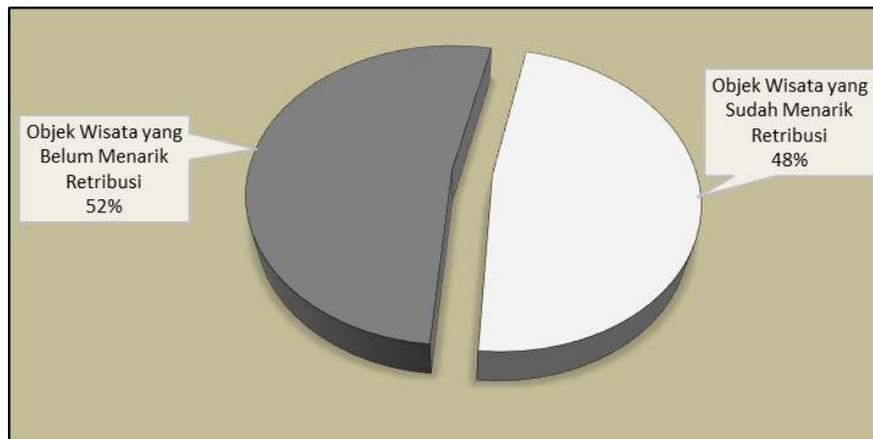
Provinsi	2012	2013	2014	2015	2016
DKI Jakarta	2.345.221	2.535.293	3.129.712	3.912.471	4.271.820
Jawa Barat	365.689	417.930	419.184	420.242	442.231
Banten	66.826	63.518	68.952	65.458	65.169
Jawa Tengah	130.876	182.513	220.025	236.813	261.702
DIY	106.215	153.174	188.839	241.955	286.993
Jawa Timur	269.430	298.619	323.854	361.983	398.210

Sumber: Pusdatin Kementerian Pariwisata Indonesia, 2012-2016

Jika dilihat dari pendapatan sektor pariwisatanya, walaupun Provinsi Jawa Tengah memiliki jumlah objek wisata paling tinggi, ternyata tidak membuat pendapatan sektor pariwisata Jawa Tengah tertinggi di antara 5 provinsi lainnya. Berdasarkan posisi pendapatan dari sektor pariwisata, Jawa Tengah justru menempati posisi keempat setelah posisi pertama DKI Jakarta selanjutnya Jawa Barat dan diposisi ketiga ditempati Jawa Timur. Namun kecenderungan pendapatan pariwisata Jawa Tengah setiap tahunnya positif, artinya pendapatan sektor pariwisata meningkat selama 5 tahun terakhir.

Melihat kondisi data diatas, menunjukkan bahwa pemanfaatan potensi yang dimiliki oleh Jawa Tengah belum maksimal. Dengan jumlah objek wisata paling tinggi, seharusnya pendapatan sektor pariwisata Jawa Tengah dapat berada diatas pendapatan sektor pariwisata Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Banten, DIY dan Jawa Timur.

Belum maksimalnya pendapatan sektor pariwisata Jawa Tengah juga ditunjukkan dengan hasil identifikasi awal penelitian ini yang menunjukkan bahwa dari banyaknya objek wisata yang dimiliki 52 persennya ternyata belum dipungut retribusi. Sehingga hal ini menyebabkan kurang maksimalnya pendapatan pariwisata dibanding dengan jumlah objek wisata yang dimiliki.



Gambar 1.1 Data Jumlah Penarikan Retribusi Pada Objek Wisata di Jawa Tengah Tahun 2017

Sumber: Dinas Pariwisata Jawa Tengah, 2017

Melihat kondisi sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah diatas dirasa sangat perlu upaya optimalisasi pendapatan pariwisata, agar pengelolaan dan hasil yang diperoleh terhadap objek-objek wisata di Provinsi Jawa Tengah dapat meningkat. Maka penelitian ini dirasa sangat mendesak untuk dilaksanakan dengan harapan jika upaya percepatan pengembangan sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah dilakukan akan memperoleh maksimalisasi hasil dan pendapatan sektor pariwisata Provinsi Jawa Tengah.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pariwisata

Secara etimologi pariwisata berasal dari dua kata yaitu “pari” yang berarti banyak/berkeliling, sedangkan pengertian wisata berarti “pergi”. Arti pariwisata dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Menurut Spillane (1987:21), dalam arti luas pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

2.2. Jenis-Jenis Wisata

Jenis-jenis pariwisata menurut James J. Spillane (1987:29-31) berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu:

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*). Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar, memenuhi kehendak ingintahunya, mengendorkan ketegangan syaraf, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, mengetahui hikayat rakyat setempat, mendapatkan ketenangan.
2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*). Pariwisata ini dilakukan untuk pemanfaatan hari-hari libur untuk beristirahat, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, dan menyegarkan diri dari keletihan dan kelelahannya. Dapat dilakukan pada tempat yang menjamin tujuan-tujuan rekreasi yang menawarkan kenikmatan yang diperlukan seperti tepi pantai, pegunungan, pusat-pusat peristirahatan dan pusat-pusat kesehatan.
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*). Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat pusat pengajaran dan riset,

mempelajari adat-istiadat, kelembagaan, dan cara hidup masyarakat yang berbeda-beda, mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan masa lalu, pusat-pusat kesenian dan keagamaan, festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

4. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*). Pariwisata ini dapat dibagi lagi menjadi dua kategori:
 - a. *Big sports events*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti Olympiade Games, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian bagi penonton atau penggemarnya.
 - b. *Sporting tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain.
5. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*). Menurut para ahli teori, perjalanan pariwisata ini adalah bentuk profesional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada seseorang untuk memilih tujuan maupun waktu perjalanan.
6. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*). Pariwisata ini banyak diminati oleh negara-negara karena ketika diadakan suatu konvensi atau pertemuan maka akan banyak peserta yang hadir untuk tinggal dalam jangka waktu tertentu dinegara yang mengadakan konvensi. Negara yang sering mengadakan konvensi akan mendirikan bangunan-bangunan yang menunjang diadakannya pariwisata konvensi.

2.3. Sifat Pariwisata

Menurut James J. Spillane (1987:87-88) sifat-sifat khusus mengenai industri pariwisata yaitu:

1. Produk wisata memiliki ciri tidak dapat dipindahkan. Wisatawan tidak dapat membawa produk wisata ketempat lain, harus datang untuk menikmati, mengunjungi, produksi wisata yang ditawarkan.
2. Dalam pariwisata produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama.
3. Pariwisata memiliki berbagai ragam bentuk, oleh karena itu bidang pariwisata tidak ada standar ukuran yang objektif.
4. Langgan tidak dapat menikmati, mengetahui, atau menguji produk wisata itu sebelumnya, yang dapat dilihat hanya berupa brosur dan gambar-gambar.
5. Produk wisata memiliki resiko yang besar, industri pariwisata memerlukan penanaman modal yang besar, sangat peka terhadap perubahan situasi ekonomi, politik, sikap

masyarakat atau kesenangan wisatawan. Perubahan tersebut dapat menggoyahkan sendi-sendi penanaman modal kepariwisataan karena mengakibatkan kemunduran usaha yang deras, sedangkan sifat produk itu relatif lambat untuk menyesuaikan keadaan pasar.

2.4. Pengembangan Pariwisata

Faktor-faktor pendorong pengembangan pariwisata di Indonesia menurut Spilane (1987:57), adalah : 1) berkurangnya peranan minyak bumi sebagai sumber devisa negara jika dibanding dengan waktu lalu; 2) merosotnya nilai ekspor pada sektro nonmigas; 3) adanya kecenderungan peningkatan pariwisata secara konsisten; 4) besarnya potensi yang dimiliki oleh bangsa Indonesia bagi pengembangan pariwisata.

2.5. Kepariwisataan

Menurut UU No. 10 Tentang Kepariwisataan tahun 2009, istilah Kepariwisataan didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah dan Pemerintah Daerah, serta pengusaha. Upaya penyelenggaraan pariwisata, selain pemenuhan aspek ekonomi, harus didukung juga dengan aspek intelektual dan rohani. Hal ini didasari bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Tujuan kepariwisataan menurut UU Kepariwisataan tahun 2009 adalah:

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
2. Meningkatkan kesejahteraan rakyat;
3. Menghapus kemiskinan;
4. Mengatasi pengangguran;
5. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
6. Memajukan kebudayaan;
7. Mengangkat citra bangsa;
8. Memupuk rasa cinta tanah air;
9. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan
10. Mempererat persahabatan antarbangsa.

Pada pengimplementasian kepariwisataan, asas yang harus dipatuhi meliputi: (1) manfaat; (2) kekeluargaan; (3) adil dan merata; (4) keseimbangan; (5) kemandirian; (6)

kelestarian; (7) partisipatif; (8) berkelanjutan; (9) demokratis; (10) kesetaraan; dan (11) kesatuan. Maka dari itu pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam asas-asas kepariwisataan yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Lingkup pembangunan kepariwisataan meliputi: (1) industri pariwisata; (2) destinasi pariwisata; (3) pemasaran dan (4) kelembagaan pariwisata.

2.6. Perencanaan Pariwisata

Sebelum memasuki pada tahapan pembangunan, dibutuhkan perencanaan yang matang sehingga kelak akan melahirkan kebijakan yang memberikan arah pembangunan sektor pariwisata. Dalam proses perencanaan ini, ditimbang hal yang perlu dilakukan serta mengevaluasi diri potensi yang harus dikembangkan dan permasalahan yang harus diatasi. Menurut Inskeep (1991), terdapat beberapa pendekatan yang menjadi pertimbangan dalam melakukan perencanaan pariwisata, di antaranya:

1. *Continous Incremental, and Flexible Approach*, di mana perencanaan dilihat sebagai proses yang akan terus berlangsung didasarkan pada kebutuhan dengan memonitor *feed back* yang ada.
2. *System Approach*, dimana pariwisata dipandang sebagai hubungan sistem dan perlu direncanakan seperti dengan tehnik analisa sistem.
3. *Comprehensive Approach*, berhubungan dengan pendekatan sistem di atas, dimana semua aspek dari pengembangan pariwisata termasuk di dalamnya institusi elemen dan lingkungan serta implikasi sosial ekonomi, sebagai pendekatan holistik.
4. *Integrated Approach*, berhubungan dengan pendekatan sistem dan keseluruhan di mana pariwisata direncanakan dan dikembangkan sebagai sistem dan keseluruhan di mana pariwisata direncanakan dan dikembangkan sebagai sistem yang terintegrasi dalam seluruh rencana dan total bentuk pengembangan pada area.
5. *Environmental and sustainable development approach*, pariwisata direncanakan, dikembangkan, dan dimanajemeni dalam cara dimana sumber daya alam dan budaya tidak mengalami penurunan kualitas dan diharapkan tetap dapat lestari sehingga analisa daya dukung lingkungan perlu diterapkan pada pendekatan ini.
6. *Community Approach*, pendekatan yang didukung dan dikemukakan juga oleh Peter Murphy (1991) menekankan pada pentingnya memaksimalkan keterlibatan masyarakat lokal dalam perencanaan dan proses pengambilan keputusan pariwisata, untuk dapat

meningkatkan yang diinginkan dan kemungkinan, perlu memaksimalkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan dan manajemen yang dilaksanakan dalam pariwisata dan manfaatnya terhadap sosial ekonomi.

7. *Implementable Approach*, kebijakan pengembangan pariwisata, rencana, dan rekomendasi diformulasikan menjadi realistis dan dapat diterapkan, dengan teknik yang digunakan adalah 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.

Selain pendekatan dalam perencanaan pariwisata, komponen yang terdapat di dalam sektor pariwisata harus dipersiapkan secara matang. Menurut Inskeep (1998) komponen dalam pariwisata yaitu:

1. *Tourist Markets*. Harus tersedianya calon wisatawan (pasar wisatawan) untuk mengunjungi suatu daerah. Pasar ini berasal dari internasional, nasional (domestik) atau dari daerah lokal dan seringkali merupakan kombinasi dari nasional dan internasional. Beberapa pasar wisatawan mungkin bersifat mempunyai minat umum, sementara lainnya memiliki minat khusus yang berusaha untuk dipuaskan. Pasar wisatawan termasuk bisnis pelancong. Penduduk lokal digunakan untuk pemikat wisatawan, fasilitas, layanan dan infrastruktur harus juga dipertimbangkan dalam mengembangkan pariwisata.
2. *Tourist attractions and activities*. Daya tarik dan keramaian harus tersedia untuk menarik wisatawan mengunjungi suatu daerah. Daya tarik bisa berasal dari alam seperti taman alam dan daerah pantai, situs purbakala dan situs bersejarah, daerah dengan keunikan budaya seperti seni dan hiburan, kerajinan tangan, bangunan bergaya tradisional, aktifitas ekonomi, upacara adat setempat, dan rekreasi buatan manusia seperti taman rekreasi dan kasino dan acara khusus seperti pameran, festival dan pertandingan olah raga. Beberapa keunggulan dapat ditonjolkan untuk dikembangkan menjadi daya tarik bagi wisatawan.
3. *Accommodation*. Hotel dan fasilitas lainnya yang wisatawan gunakan untuk menginap harus disiapkan. Akomodasi seringkali terdapat restoran dan fasilitas wisata lainnya. Terkadang tipe akomodasi yang bersejarah atau tidak biasa bisa saja menjadi obyek wisata tersendiri. Tanpa akomodasi, wisatawan bisa hanya mengunjungi daerah wisata sehari. Namun, untuk beberapa hari masyarakat setempat wisata dapat menghasilkan keuntungan lebih.
4. *Other tourist facilities and services*. Layanan biro jasa dibutuhkan untuk menyusun agenda wisata bagi para turis dan menyediakan layanan panduan. Menyediakan

informasi fasilitas bagi wisatawan dan layanan di suatu daerah merupakan hal yang sangat penting. Fasilitas dan layanan bagi wisatawan lainnya termasuk restoran dan fasilitas lainnya untuk makan dan minum, layanan dan fasilitas pos, fasilitas kesehatan untuk wisatawan yang mempunyai masalah medis selama perjalanan, fasilitas bank dan penukaran uang, toko ritel yang menjual berbagai macam barang, kerajinan tangan dan souvenir, galeri seni dan toko barang antik dan barang-barang khusus seperti desainer pakaian, layanan pribadi seperti penataan rambut, dan jenis lainnya. Menyediakan keamanan publik yang memadai di kawasan wisata sangat para wisatawan dilindungi dari tindakan kriminal atau teroris. Langkah-langkah kesehatan berbasis lingkungan masyarakat yang tepat untuk mencegah penyakit juga harus dijaga.

5. *Transportation*. Pentingnya akses transportasi yang memadai ke kawasan wisata dan jaringan transportasi fungsional untuk menjangkau daya tarik dan fasilitas wisata di daerah. Angkutan meliputi udara, tanah (jalan dan rel) dan air (lautan, danau, sungai). Angkutan umum termasuk fasilitas dan layanan seperti kereta, bus dan kereta, rute dan jadwal serta efisiensi dalam pelayanan transportasi.
6. *Other infrastructure*. Infrastruktur lain yang dibutuhkan untuk melayani wisata dan sarana wisata antara lain pasokan air yang higienis, tenaga listrik yang memadai, pengelolaan limbah yang tepat (pengumpulan limbah, limbah padat, pengolahan dan pembuangan) dan fasilitas komunikasi yang memadai. Kadang fasilitas ini disediakan oleh operator fasilitas, tapi biasanya harus disediakan oleh pemerintah setempat atau perusahaan terkait.
7. *Institutional elements*. Beberapa elemen kelembagaan diperlukan untuk pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Termasuk pendidikan dan pelatihan masyarakat untuk bekerja secara efektif di bidang pariwisata (pengembangan sumber daya manusia), pemasaran dan promosi tujuan wisata dan daya tarik serta fasilitasnya, standar tertentu dan mekanisme peraturan untuk sarana dan layanan wisata termasuk penggunaan lahan dan kontrol lingkungan, dan seringkali mekanisme keuangan mendorong investasi dalam pengembangan pariwisata. Struktur organisasi untuk pariwisata sangat penting dan termasuk agen pariwisata pemerintah dan papan dan asosiasi perusahaan pariwisata swasta.

2.7. Penelitian Terdahulu

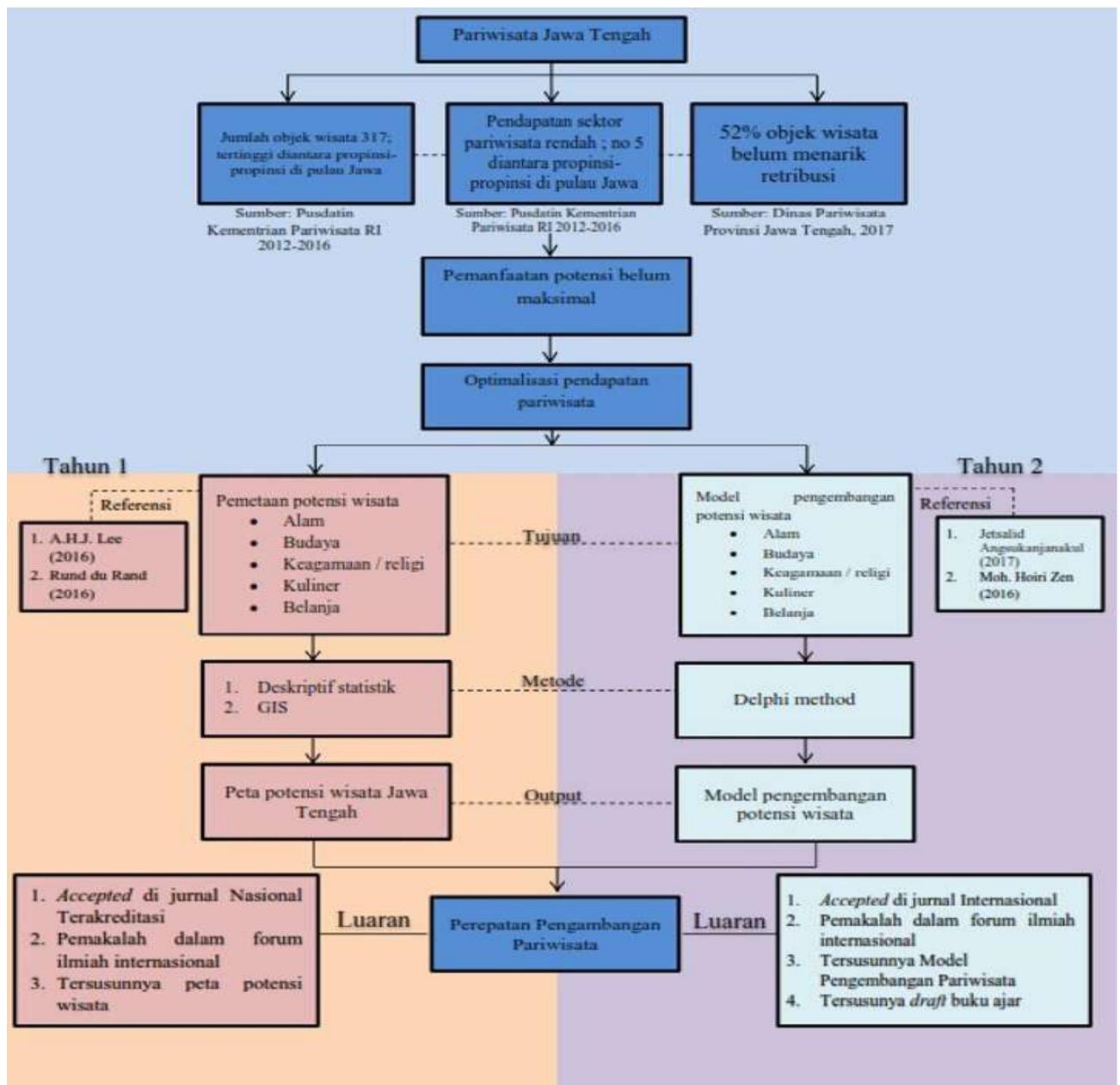
Pada penelitian Lee (2016), strategi kluster menjadi sarana untuk menjalin hubungan organisasi di tempat kuliner. Organisasi terdiri perusahaan pendukung dan penyedia layanan

pada kluster makanan di Savour Stratford, Perth County, Ohio, Kanada. Kumpulan penyedia kuliner berada di satu tempat sehingga terdapat persaingan namun diartikan sebagai diversifikasi dan spesialisasi produk. Unsur pendukung pada kluster makanan Savour Stratford terdiri dari empat faktor penentu yang saling tergantung (unsur dukungan seperti daya tarik, budaya dan alam, unsur permintaan, industri penunjang terkait dan struktur pasar) dan empat fasilitator pengembangan kluster pangan (arus komunikasi dan informasi, kolaborasi pemangku kebijakan, kepemimpinan dan gerakan ramah lingkungan). Responden yaitu direktur pemasaran eksekutif dan pengembang program makanan, staf administrasi organisasi pemasaran Stratford, petani, pengelola restoran dan karyawan, wisatawan, dan pengecer produk makanan dan pemerintahan. Terpenting bahwa fasilitasi organisasi membantu mempromosikan kemitraan dan kolaborasi inisiatif yang pada akhirnya membantu memasarkan suatu daerah ke masyarakat luas.

Pada penelitian Angsukanjanakul (2017), promosi pariwisata merupakan hal yang krusial bagi pertumbuhan ekonomi Thailand. Pasar terapung telah berkembang menjadi daya tarik bagi turis. Kegiatan wisata di pasar terapung sangat menarik sehingga menumbuhkan pariwisata dalam dan luar negeri permintaan dan dampak ekonomi yaitu pendapatan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari latar belakang pasar terapung di provinsi Thailand Tengah, pengelolaan pasar untuk pariwisata, dan manajemen model pengembangan keberlanjutan pasar terapung. Hasil temuan menyibak faktor-faktor pengembangan pasar terapung yang berkelanjutan, pertama yaitu komunitas di dalam pasar apung, pentingnya kesenian tradisional. Kedua, partisipasi masyarakat sekitar, swasta dan kerjasama dari pemerintah. Ketiga, manajemen pasar terapung yang diwujudkan oleh beberapa kelompok pemerintahan yang memiliki kualitas perencanaan yang sangat baik, transparan dan efektif.

Penelitian Zen (2016), bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan industri pariwisata di Banyuwangi terutama di Kawah Ijen. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif dengan studi kasus. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Banyuwangi memiliki kerjasama dengan Kementerian Kehutanan Indonesia dalam pengembangan wisata alam terutama di Kawah Ijen dan terkait dengan promosi, pembangunan infrastruktur, pusat informasi pariwisata dan pembangunan masyarakat. Dampak dari infrastruktur jalan menuju Kawah Ijen semakin membaik dan kualitas layanan perdagangan pariwisata semakin banyak, ditambah pemandu wisata khusus Kawah Ijen, sekaligus promosi Kawah Ijen di Media elektronik Jakarta dan cetak, billboard, serta kegiatan promosi berupa Banyuwangi Tour de Ijen.

Menurut penelitian Rand (2016) menitikberatkan pada pemetaan wisata kuliner berdasarkan masakan asli daerah Karoo, Afrika Selatan. Mengidentifikasi dan memetakan asset yang berwujud seperti informasi dan lokasi kuliner dengan menggunakan GIS (Geographic Information Systems). Jumlah keseluruhan aset kuliner yang dimiliki 354 di daerah Karoo. Restoran sebanyak 75 buah, makanan buatan rumah 70 buah, akomodasi sebanyak 62 buah dan sisanya pendukung wisata kuliner seperti kelas memasak, festival makanan dan pasar produk pertanian. Penemuan titik-titik pusat kuliner di Karoo yang muncul dalam database yaitu daerah Prince Albert merupakan pusat kuliner seperti restoran, warung makanan masakan local dan sekolah memasak. Daerah Nieu-Bethesda menyediakan restoran dan pasar produk pertanian. Kelas memasak terdapat di daerah Middelburg, Murraysburg, dan Richmond. Daerah Graaff-Reinet terkenal dengan juru masak masakan tradisional dan menggunakan produk lokal setempat. Peta wisata kuliner dapat membantu turis untuk mengunjungi tempat yang unik dan berkualitas di daerah Karoo. Adapun *roadmap* dalam penelitian ini, disajikan dalam gambar berikut :



Gambar 2.1. Roadmap Penelitian

BAB 3

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan khusus yaitu :

1. Menyusun pemetaan potensi wisata yang meliputi wisata alam, budaya, keagamaan atau religi, kuliner dan belanja yang terdapat di Jawa Tengah.

Penelitian ini akan melakukan pemetaan potensi berdasar jenis wisatanya yang dituangkan dalam peta potensi wisata secara spasial. Dengan adanya pemetaan potensi tersebut, akan digunakan menjadi dasar pada pengembangan tiap jenis wisata berikutnya, sehingga model pengembangan dapat spesifik pada tiap jenisnya.

2. Menyusun model pengembangan potensi wisata alam, budaya, keagamaan atau religi, kuliner dan belanja yang terdapat di Jawa Tengah.

Model pengembangan wisata akan disusun secara spesifik ke beberapa jenis wisata yang berkembang di Jawa Tengah. Hal ini dilakukan karena tiap jenis wisata memiliki sifat yang berbeda-beda, sehingga model pengembangannya pun harus spesifik pada tiap jenis wisata.

3.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian sejenis dalam kaitannya dengan pengembangan ekonomi dan wilayah.

2. Manfaat Praktis

Output penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam pengambilan kebijakan bagi pemerintah daerah maupun stakeholder dalam kaitannya dengan masalah ketimpangan antar daerah.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam hal ini adalah kombinasi penelitian kuantitatif dan kualitatif. Dimana dalam melakukan pemetaan potensi dilakukan survey data dan dalam penyusunan model pengembangan dilakukan dengan model kualitatif.

4.2. Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama atau diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara melakukan survey objek wisata dan kegiatan *Focus Group Discussion* bersama pihak-pihak yang terkait dengan pariwisata. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau data yang diperoleh secara tidak langsung dari berbagai sumber studi pustaka yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yaitu Biro Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah dan kabupaten/kota, Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah dan Badan Perencanaan pembangunan Daerah (BAPPEDA) Provinsi Jawa Tengah.

4.3. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi antara metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif adalah metode analisis dengan cara mengelompokkan data, memilah-milah data dan memberikan gambaran umum penjelasan pada data sesuai dengan teori seperti yang ada di landasan teori untuk kemudian ditarik suatu kesimpulan (Soeratno dan Lincoln Arsyad, 1999). Dalam perumusan model perencanaan pengembangan pariwisata dalam penelitian ini metode kualitatif yang digunakan adalah *delphi method*.

Sedangkan metode kuantitatif adalah sebuah metode analisis data dengan menganalisis data yang berhubungan dengan angka sebagai alat bantu. Dalam penelitian ini digunakan alat analisis deskriptif statistik, overlay dan pemetaan.

Analisis deskriptif statistik digunakan untuk memetakan potensi jumlah tiap jenis wisata yang ada di Provinsi Jawa Tengah, kemudian pemetaan secara spasial dilakukan dengan GIS (*Geographic Information System*) yang bertujuan untuk menggambarkan hasil pemetaan

potensi wisata wilayah Provinsi Jawa Tengah. Sedangkan analisis *overlay* digunakan untuk menyusun strategi pengembangan tiap jenis wisata.

Adapun rencana target capaian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1.
Rencana Target Capaian

No	Jenis Luaran		Indikator Capaian	
			TS-1 (2019)	TS (2020)
1	Publikasi ilmiah	Internasional	Ditargetkan <i>Accepted</i>	Ditargetkan <i>Accepted</i>
		Nasional Terakreditasi	-	-
2	Pemakalah dalam temu ilmiah	Internasional	Ditargetkan terlaksana	Ditargetkan terlaksana
		Nasional	-	-
3	<i>Invited Speaker</i> dalam temu ilmiah	Internasional	-	-
		Nasional	-	-
4	<i>Visiting Lecturer</i>	Internasional	-	-
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Paten	-	-
		Paten sederhana	-	-
		Hak Cipta	-	-
		Merek dagang	-	-
		Rahasia dagang	-	-
		Desain Produk Industri	-	-
		Indikasi Geografis	-	-
		Perlindungan Varietas Tanaman Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu	-	-
6	Teknologi Tepat Guna	-	-	
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya seni/ Rekeyasa Sosial	Ditargetkan Tersusun Peta Potensi Wisata	Ditargetkan tersusun Model Pengembangan Pariwisata	
8	Buku Ajar (ISBN)	-	Ditargetkan tersusun draft buku	
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)	2	3	

BAB 5 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1. Pemetaan Potensi Wisata

5.1.1. Wisata Alam

5.1.1.1. Daya Tarik Wisata Alam di Provinsi Jawa tengah

Pada Tahun 2017, Provinsi Jawa Tengah memiliki 209 daya tarik wisata alam yang tersebar di seluruh Kabupaten/Kota. Daya tarik wisata alam merupakan jenis wisata dengan jumlah paling banyak di Provinsi Jawa Tengah. Namun, banyaknya daya tarik wisata alam belum mampu menarik wisatawan dalam jumlah yang besar dikarenakan masih sedikit informasi yang diterima oleh wisatawan mengenai tempat wisata alam yang tersebar di Jawa Tengah.

Pemetaan potensi dan identifikasi wisata alam merupakan usaha yang dapat dilakukan untuk pengembangan sektor pariwisata melalui penyediaan informasi kepada wisatawan bahwa terdapat potensi wisata alam yang melimpah dan belum diketahui di Provinsi Jawa Tengah. Pemetaan potensi dan identifikasi dalam penelitian ini dilakukan dengan membuat daftar daya tarik wisata alam di Jawa Tengah dengan melihat kelengkapan komponen penunjang wisata meliputi tersedianya aspek daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan akomodasi.

Gambar 5.1 menunjukkan hasil pemetaan 210 daya tarik wisata alam di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2017 yang meliputi potensi wisata berupa pantai dan pulau, air terjun, gunung dan dataran tinggi, pemandian alam dan mata air, agrowisata, danau, goa, bumi perkemahan, dan hutan wisata.



Gambar 5.1 Peta Potensi Wisata Alam di Provinsi Jawa Tengah
Sumber : Data Sekunder, dioalah Tahun 2019.

Dalam mengetahui kondisi potensi wisata alam yang dimiliki pada masing – masing Kabupaten/Kota maka dilakukan perhitungan interval dengan mengklasifikasikan daerah menurut jumlah daya tarik wisata alam yang dimiliki. Kabupaten/Kota yang memiliki daya tarik wisata alam berjumlah 0 – 5 maka di klasifikasikan sebagai daerah dengan potensi wisata alam rendah yang pada Gambar 5.1 ditunjukkan dengan zona warna hijau, jika jumlah daya tarik wisata alam antara 6 – 11 maka diklasifikasikan sebagai daerah dengan potensi wisata alam sedang dengan zona warna kuning, dan jika memiliki 12 – 17 daya tarik wisata alam maka termasuk daerah dengan potensi wisata alam tinggi dengan zona warna merah.

Kabupaten/Kota dengan potensi wisata alam rendah meliputi Kota Tegal, Kabupaten Tegal, Kabupaten Pemalang, Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Batang, Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Temanggung, Kota Semarang, Kabupaten Demak, Kabupaten Kudus, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Blora, Kota Magelang, Kota Surakarta, Kabupaten Klaten, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Wonogiri. Dengan mengidentifikasi daerah yang memiliki potensi wisata alam rendah maka dapat disusun perencanaan dan pengembangan untuk yang dapat memaksimalkan daya tarik wisata alam yang telah ada sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

Kabupaten/ Kota yang memiliki potensi wisata alam sedang meliputi Kabupaten Brebes, Kabupaten Banyumas, Kabupaten Kebumen, Kota Pekalongan, Kabupaten Kendal, Kabupaten Semarang, Kabupaten Magelang, Kabupaten Purworejo, Kabupaten Karanganyar, dan Kabupaten Pati. Maka dapat disusun perencanaan dan pengembangan yang dapat memaksimalkan potensi wisata alam yang telah ada untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Sedangkan Kabupaten/ Kota yang memiliki potensi wisata alam tinggi meliputi Kabupaten Cilacap, Kabupaten Jepara, Kabupaten Rembang, Kabupaten Pekalongan, dan Kabupaten Boyolali dimana didominasi oleh daerah yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa dan Samudera Hindia sehingga memiliki potensi wisata alam berupa pantai.

Hasil pemetaan potensi wisata alam di Gambar 5.1 akan lebih dijelaskan dalam table potensi wisata alam pada masing – masing Kabupaten/ Kota menurut aspek daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan akomodasi sehingga dapat menjadi sumber informasi bagi wisatawan yang berkunjung ke Jawa Tengah. Kemudian, dari hasil pemetaan tersebut dapat disusun strategi yang tepat menurut kondisi potensi wisata alam yang dimiliki pada masing – masing Kabupaten dan Kota sehingga dapat mendukung sektor pariwisata Provinsi Jawa Tengah.

5.1.1.2. Identifikasi Potensi Wisata Alam di Provinsi Jawa Tengah

Hasil identifikasi potensi daya tarik wisata alam (DTWA) di Provinsi Jawa Tengah diketahui dengan melakukan skoring pada kelengkapan setiap komponen penunjang pariwisata yang disampaikan oleh (Sammeng 2001) dimana nilai masing – masing komponen adalah 25, sehingga apabila terdapat daya tarik wisata alam yang memenuhi seluruh komponen maka akan menghasilkan skor 100. Setelah diketahui skor total pada seluruh komponen setiap DTWA, maka akan dilakukan pengkategorian menurut hasil skor. Kategori pertama yaitu daya tarik wisata alam yang tidak potensial dengan skor 0 – 25, kemudian kategori kurang potensial dengan skor 26 – 50, selanjutnya kategori potensial dengan skor 51 – 75, dan terakhir yaitu kategori sangat potensial dengan skor 76 – 100. Hasil identifikasi potensi DTWA di Provinsi Jawa Tengah dapat diketahui dalam Tabel 5.35 berikut:

Tabel 5.1
Identifikasi Potensi Daya Tarik Wisata Alam di Provinsi Jawa Tengah

DTWA	Daya Tarik	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Skor	Kategori Potensi
Kabupaten Banjarnegara						
Taman Wisata Curug Pitu	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
UPTD Dieng Plateau	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Kabupaten Banyumas						
Bumi Perkemahan	25	25	25	12.5	87,5	Sangat Potensial
Curug Ceheng	25	18,75	25	12.5	81,25	Sangat Potensial
Curug Cipendok	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Curug Gede	25	6,25	12,5	12.5	56,25	Potensial
Lokawisata Baturraden	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pancuran Tiga	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Pancuran Tujuh	25	25	12,5	12.5	75	Potensial
Pemandian Air Mineral Kalibacin	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Telaga Sunyi	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Wana Wisata Baturraden	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Kabupaten Batang						
Pantai Celong	25	6.25	0	12,5	43,75	Kurang Potensial
Pantai Jodo	25	25	12.5	25	87,5	Sangat Potensial
Pantai Sigandu	25	25	25	25	100	Sangat Potensial

Pantai Ujung Negro	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pemandian Air Hangat Sangu Banyu	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Kabupaten Blora						
Goa Sentono	25	6,25	0	12,5	43,75	Kurang Potensial
Goa Terawang	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Puncak Pencu	25	0	0	0	25	Tidak Potensial
Kabupaten Boyolali						
Air Terjun Kedung Kayang	25	25	0	25	75	Potensial
Air Terjun Pantaran Curug Tempuran	25	12,5	0	12,5	50	Kurang Potensial
Air Terjun Semuncar	25	25	0	12,5	62,5	Potensial
Air Terjun Sipendok	25	25	0	0	50	Kurang Potensial
Bendungan Sidorejo	25	0	0	25	50	Kurang Potensial
Gancik Hill Top	25	18,75	0	25	68,75	Potensial
Objek Wisata Jembatan Gantung Selaran Jrahah	25	12,5	12,5	25	75	Potensial
Objek Wisata New Selo	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Taman Nasional Gunung Merapi	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Taman Nasional Gunung Merbabu	25	12,5	12,5	25	75	Potensial
Umbul Kendat/ Umbul Pengging	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Umbul Langse/ Umbul Lebak	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Taman Wisata Alam Kragilan	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Umbul Tlatar	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Umbul Tirtomulyo	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Wana Wisata Telawa	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Wisata Alam Sutra	25	12,5	0	25	62,5	Potensial
Kabupaten Brebes						
Curug Cimerak Bantarkawung	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Curug Dewa Cantel	25	25	0	12,5	62,5	Potensial

Curug Putri	25	0	0	12,5	37,5	Kurang Potensial
Kebun The Kaligua	25	25	0	25	75	Potensial
Pantai Randusanga Indah	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Ranto Canyon	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Telaga Renjeng	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Wisata Taman Mangrove Pandansari	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Cilacap						
Curug Cigombong	25	0	0	12,5	37,5	Kurang Potensial
Curug Cimendaway	25	12,5	12,5	25	75	Potensial
Curug Cisuru	25	6,25	0	0	31,25	Kurang Potensial
Curug Geulis	25	6,25	0	0	31,25	Kurang Potensial
Curug Giriwangi	25	0	0	0	25	Tidak Potensial
Curug Luhur	25	0	0	12,5	37,5	Kurang Potensial
Curug Mandala	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Pantai Bunton	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pantai Indah Widarapayung	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pantai Jetis	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Pantai Singkil Karang Pakis	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pantai Ketapang Indah	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Pantai Lancang Indah	25	0	0	12,5	37,5	Kurang Potensial
Pantai Menganti	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pantai Sedayu	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pantai Sodong	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pantai Teluk Penyu	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Kabupaten Demak						
Pantai Moro Demak	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Wisata Bahari Morosari	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kabupaten Grobogan						
Air Terjun Gulingan	25	12,5	0	12,5	50	Kurang Potensial
Api Abadi Merapen	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Bledug Kuwu	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Goa Lawa Goa Macan	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Waduk Kedung Ombo	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Kabupaten Jepara						

Air Terjun Songgolangit	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Benteng Portugis	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Desa Wisata Tempur	25	25	12,5	0	62,5	Potensial
Goa Tritip	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Pantai Gua Manik Pecatu	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pantai Bandengan	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pantai Beringin	25	25	12,5	0	62,5	Potensial
Pantai Blebak	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pantai Bondo	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Pantai Empu Rancak	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Pantai Kartini	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pantai Pailus	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Pantai Teluk Awur	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Pulau Karimunjawa	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Pulau Mandalika	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pulau Panjang	25	12,5	12,5	25	75	Potensial
Telaga Sejuta Akar	25	18,75	25	0	68,75	Potensial
Kabupaten Karanganyar						
Air Terjun Grojogan Sewu	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Air Terjun Jumog	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Air Terjun Parangjjo	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Candi Ceto	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Candi Sukuh	25	25	0	12,5	62,5	Potensial
Hutan Wisata Pringgondani	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Hutan Wisata Puncak Lawu/Cemoro Kandang	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Hutan Wisata Sekipan	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Taman Sakura	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Sapta Tirta Pablengan	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Wana Wisata Gunung Bromo	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Kebumen						
Goa Jatiajar	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pantai Karangbolong	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Pantai Logending	25	25	12,5	12,5	75	Potensial

Pantai Petanahan	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Pantai Suwuk	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pemandian Air Panas Krakal	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Kendal						
Air Terjun Curugsewu	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Goa Kiskendo	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Kampoeng Djowo Sekatul	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Pantai Muara Kencan	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Pantai Ngebum	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Pantai Sendang Sikucing	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Pemandian Air Panas Gonoharjo	25	25	0	25	75	Potensial
Kabupaten Klaten						
Dales Indah	25	25	12,5	0	62,5	Potensial
Jambor Permai	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Obyek Mata Air Cokro (OMAC)	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pemandian Jolotundo	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Umbul Ponggok	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Kabupaten Kudus						
Air Terjun Montel	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Air Tiga Rasa Rejenu	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Bumi Perkemahan Kajar	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Objek Wisata Colo	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Objek Wisata Rahtawu	25	18,75	12,5	0	56,25	Potensial
Kabupaten Magelang						
Air Terjun Curug Silawe	25	18,75	0	0	43,75	Kurang Potensial
Ketep Pass	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Air Terjun Sekarlangit	25	12,5	0	0	37,5	Kurang Potensial
Air Terjun Sumuran Seloprojo	25	18,75	0	12,5	56,25	Potensial
Bukit Barede	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Curug Delimas	25	12,5	12,5	0	50	Kurang Potensial
Punthuk Mongkrong	25	12,5	25	12,5	75	Potensial

Punthuk Setumbu	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Telaga Bledher	25	18,75	12,5	0	56,25	Potensial
Top Selfi Kragilan	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Kota Magelang						
Gunung Tidar	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Kabupaten Pati						
Agro Edu Forestry Resort (EAR) Regaloh	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Agrowisata Kebun Kopi Jollong	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Air Terjun Grenjengan Sewu	25	6,25	25	0	56,25	Potensial
Goa Pancur	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Goa Wareh	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Waduk Gunung Rowo Indah	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Pantai Banyutowo	25	12,5	0	12,5	50	Kurang Potensial
Kabupaten Pekalongan						
Curug Bidadari	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Curug Jlarang	25	6,25	0	0	31,25	Kurang Potensial
Curug Madu Resmi	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Curug Siwatang	25	12,5	0	12,5	50	Potensial
Karang Srity	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
OW Curug Bajing	25	25	0	25	75	Potensial
OW Curug Muncar	25	18,75	0	25	68,75	Potensial
OW Linggo Sari	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
OW Pantai Depok	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
OW Watu Ireng	25	18,75	0	0	43,75	Kurang Potensial
Watu Bangkong Adventure	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Watubahan	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Kota Pekalongan						
Pantai Pasir Kencana	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pantai Slamaran	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Pusat Informasi Mangrove	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Pemalang						

Agro Wisata Semugih Moga	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Pantai Blendung	25	18,75	12,5	0	56,25	Potensial
Pantai Wisata Joko Tingkir	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Taman Pesiar Widuri	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Telaga Silating	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Kabupaten Purbalingga						
Goa Lawa	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Pendakian Gunung Slamet	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Wana Wisata Serang	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Kabupaten Purworejo						
Curug Muncar	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Geger Menjangan	25	18,75	12,5	0	56,25	Potensial
Goa Seplawan	25	25	12,5	0	62,5	Potensial
Pantai Jatikontal	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Pantai Jatimalang	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Pantai Keburuhan	25	12,5	12,5	0	50	Kurang Potensial
Pantai Kertojayan	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Pantai Ketawang	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Pantai Jetis	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Kabupaten Rembang						
Pantai Balongan	25	18,75	12,5	0	56,25	Potensial
Pantai Caruban	25	18,75	25	0	68,75	Potensial
Pantai Dasun	25	12,5	25	0	62,5	Potensial
Pantai Karang Jahe	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pantai Nyamplung Indah	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Pantai Pasir Putih Tasikharjo	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Pulau Gede	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Pulau Marongan	0	0	12,5	0	12,5	Tidak Potensial
Taman Rekreasi Pantai Kartini	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Wisata Alam Kajar View	25	12,5	12,5	0	50	Kurang Potensial
Wisata Alam Watu Congol	25	25	12,5	0	62,5	Potensial

Wisata Mangrove	25	12,5	25	0	62,5	Potensial
Wisata Panohan	25	12,5	25	0	62,5	Potensial
Kota Salatiga						
Agrowisata Salib Putih Salatiga	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Kabupaten Semarang						
Air Terjun Curug Lawe	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Air Terjun Kali Pancur	25	25	12,5	0	62,5	Potensial
Air Terjun Semirang	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Curug Kembar Bolodewo	25	18,75	12,5	12,5	68,75	Potensial
Curug Tujuh Bidadari	25	25	0	12,5	62,5	Potensial
Wana Wisata Penggaron	25	12,5	25	0	62,5	Potensial
Kota Semarang						
Goa Kreo	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Hutan Wisata Tinjomoyo	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Kampoeng Wisata Taman Lele	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
MEC Tapak Tugurejo	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Pantai Marina	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Kabupaten Sragen						
Grojogan Teleng	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Pemandian Air Panas Bayanan	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pemandian Air Panas Ngunut	25	18,75	25	0	68,75	Potensial
Kabupaten Sukoharjo						
Batu Seribu	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Kota Surakarta						
N/A	0	0	0	0	0	Tidak Potensial
Kabupaten Tegal						
Guci	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Purwahaba Indah	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Kota Tegal						
Pantai Alam Indah	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Kabupaten Temanggung						
Posong	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Wana Wisata Jumprit	25	25	12,5	12,5	75	Potensial

Kabupaten Wonogiri						
Girimanik	25	25	12,5	0	62,5	Potensial
Goa Putri Kencono	25	12,5	12,5	0	50	Kurang Potensial
Kawasan Wisata Museum Karst	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Kahyangan	25	18,75	0	12,5	56,25	Potensial
Pantai Sembukan	25	6,25	12,5	0	43,75	Kurang Potensial
Kabupaten Wonosobo						
Kawasan Dataran Tinggi Dieng	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Kawasan Lembah Dieng	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Sunrise Sikunir	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Telaga Menjer	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2019

Pada Tabel 5.35 diketahui hasil dari identifikasi potensi daya tarik wisata alam menurut ketersediaan komponen penunjang wisata. Kabupaten/ Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata dengan kategori sangat potensial meliputi Kabupaten Banyumas yang memiliki 8 daya tarik wisata sangat potensial, Kabupaten Boyolali 7 daya tarik wisata, Kabupaten Jepara 7 daya tarik wisata, Kabupaten Karanganyar 6 daya tarik wisata, dan Kota Semarang 5 daya tarik wisata. Kerjasama antara pemerintah dan pihak swasta terlihat dari banyaknya daya tarik wisata alam dengan kondisi telah memenuhi adanya daya tarik wisata dan atraksi yang unik, fasilitas dan akomodasi yang baik sehingga dapat menunjang kegiatan wisatawan di tempat wisata, serta aksesibilitas yang mudah dijangkau yang membuat daya tarik tersebut siap untuk di promosikan oleh pemerintah guna menunjang kegiatan sektor pariwisata.

Kemudian, Kabupaten/ Kota yang memiliki daya tarik wisata dengan kategori potensial dengan meliputi Kabupaten Cilacap yang memiliki 10 daya tarik wisata, Kabupaten Pekalongan yang memiliki 7 daya tarik wisata, Kabupaten Purworejo yang memiliki 7 daya tarik wisata, dan Kabupaten Rembang dengan 8 daya tarik wisata potensial. Pada daerah tersebut terdapat banyak daya tarik wisata alam dengan kondisi pada empat komponen sudah baik akan tetapi belum mendukung penuh dan masih diperlukan pengembangan lebih lanjut.

Selanjutnya, Kabupaten/ Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata dengan kategori kurang potensial yaitu Kabupaten Cilacap dimana wilayah ini memiliki 5 daya tarik wisata alam dengan kondisi sangat terbatas dari segi fasilitas, akomodasi, dan aksesibilitas sehingga menyebabkan daya tarik wisata ini belum siap untuk dipasarkan dan banya menarik sedikit wisatawan. Terakhir yaitu Kabupaten/ Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki

daya tarik wisata dengan kategori tidak potensial yaitu Kota Surakarta yang tidak memiliki daya tarik wisata alam, dimana wilayah ini belum memiliki daya tarik wisata alam yang dapat dipasarkan sehingga dibutuhkan identifikasi potensi wisata alam baru di Kota Surakarta berikut pemenuhan komponen pendukung wisatanya.

5.1.2. Wisata Budaya

5.1.2.1. Daya Tarik Wisata Budaya di Provinsi Jawa Tengah

Jawa Tengah merupakan suatu provinsi yang memiliki peluang dalam mengembangkan potensi pariwisata. Karena letak geografis Jawa Tengah yang strategis dimana berada di tengah tengah pariwisata nasional dan banyaknya daya tarik wisata di Jawa Tengah pada tahun 2017 yakni sebanyak 615, hal tersebut menjadikan provinsi Jawa Tengah menjadi sasaran wisatawan dalam melakukan kegiatan pariwisata. Oleh karena itu perlu adanya identifikasi potensi wisata di Jawa Tengah yang dapat diklasifikasikan kedalam beberapa faktor menurut teori (Sammeng, 2001) diantaranya: daya tarik wisata yang lebih memperhatikan adanya keunikan yang dimiliki yang menjadikan wisatawan mengunjungi daerah tersebut, fasilitas yakni sarana yang mendukung didalam daya tarik wisata, akomodasi sarana yang mendukung kegiatan pariwisata yang berada diluar kawasan wisata, dan aksesibilitas yakni komponen yang menunjang pariwisata dalam melakukan perpindahan dari satu tempat ketempat lainnya. Keempat faktor tersebut di identifikasi berdasarkan jenis dan kondisi pariwisata sesuai dengan potensi yang dimiliki dalam beberapa daerah.

Adapun potensi wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah yang diklasifikasikan dalam beberapa jumlah daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah yang dapat dilihat dalam bentuk peta sebagai berikut:



Gambar 5.2. Peta Potensi Wisata Budaya Provinsi Jawa Tengah

Sumber : Data Primer dan sekunder diolah tahun 2019

Berdasarkan pada gambar 5.2 pemetaan potensi wisata budaya di Jawa Tengah dikategorikan dalam 3 potensi wisata diantaranya potensi wisata tinggi, sedang, dan rendah. Di Jawa Tengah sendiri potensi wisata budaya yang dikategorikan tinggi yakni Kabupaten Magelang, Kota Magelang, dan Kota Semarang. Hal tersebut digambarkan dalam wilayah yang berwarna merah. Untuk potensi wisata budaya tertinggi di Jawa Tengah terdapat pada interval 8-11. sehingga pemerintah dan para pelaku wisata perlu menerapkan kebijakan yang dapat mempertahankan daerah tersebut menjadi unggul dalam hal wisata budaya dan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara dan mancanegara.

Sedangkan wilayah yang tergolong pada potensi wisata sedang yakni Jepara, Sragen, Boyolali, Klaten, Kota Salatiga, Kabupaten Semarang, Temanggung, Banjarnegara dan Banyumas. Hal tersebut digambarkan pada peta potensi wisata yang berwarna kuning. Interval dalam potensi wisata budaya diantara 4-7. Sehingga perlu adanya pengoptimalan wisata budaya dalam mengembangkan objek wisata tersebut.

Sedangkan dalam potensi wisata budaya yang dikategorikan rendah yakni Cilacap, Brebes, Tegal, Pemalang, Purbalingga, Kab Pekalongan, Kota Pekalongan, Batang, Kendal,

Demak, Grobogan, Kudus, Pati, Rembang, Blora, Karanganyar, Sukoharjo, Wonogiri, Purworejo, Wonosobo, dan Kebumen. Hal tersebut digambarkan pada wilayah yang berwarna hijau. Untuk itu perlu adanya suatu penambahan objek wisata baru baik itu penambahan objek wisata yang bersifat event wisata seperti festival budaya atau atraksi wisata lainnya yang dikemas menarik sehingga dapat menarik wisatawan melakukan dalam melakukan kunjungan wisata.

Dalam mengidentifikasi pariwisata dengan memperhatikan beberapa aspek yakni daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, dan akomodasi tersebut akan dijelaskan lebih rinci berdasarkan pada Kabupaten/ Kota yang ada di Jawa Tengah. dengan adanya potensi yang ada di setiap kabupaten/ Kota tersebut dapat diketahui daerah yang masih perlu dikembangkan pariwisata budaya dan daerah yang harus mempertahankan potensi wisata budaya.

5.1.2.1. Identifikasi Potensi Wisata Budaya di Provinsi JawaTengah

Identifikasi potensi wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah diklasifikasikan dalam beberapa aspek menurut teori (Sammeng, 2001) diantaranya daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan akomodasi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pariwisata di Kabupaten/ Kota di Provinsi Jawa Tengah. untuk mengidentifikasi potensi wisata budaya dalam penelitian ini menggunakan analisis dengan jumlah pada tiap komponen maksimal 25. Adapun 4 kategori yang digunakan diantaranya kategori sangat potensial dengan jumlah skor 76-100, kategori potensial dengan jumlah skor 51-75, kategori kurang potensial dengan jumlah skor 26-50,dan kategori tidak potensial dengan jumlah skor 0-25. Masing – masing kategori tersebut diidentifikasi untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan pada objek wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah yang tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 5.2
Identifikasi potensi wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah

Objek Wisata Budaya	DTW Budaya	Fasilitas	Akseibilitas	Akomodasi	jumlah skor	Kategori
Kabupaten Banjarnegara						
Candi Dieng	25	25	12,5	25	87,50	Sangat potensial

Candi Dwarawati	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Museum Kaliasa	25	25	12,5	25	87,50	Sangat potensial
Dieng Culture Festival 9	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Nyadran Gedhe	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Kabupaten Banyumas						
Museum BRI	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum wayang sendang mas	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Panglima Besar Jenderal Soedirman	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Festival Rewanda Bojana	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Festival Baturraden	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Jaro Rajab	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Unggah-unggahan Adat Bonokeling	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Kabupaten Batang						
Sedekah Air	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Kabupaten Blora						
Festival Barong Nusantara	25	6,25	25	25	81,25	Potensial
Suran Sedulur Sikep Samin	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Kabupaten Boyolali						
Candhi Lawang	25	18,75	25	25	93,75	Sangat potensial
Candhi Sari	25	25	12,5	12,5	75	Potensial
Sedekah Gunung Merapi	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Festival Budaya Merti Desa	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kirab Budaya Selo	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Kabupaten Brebes						
Sedekah Waduk Mahalayu	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Kabupaten Cilacap						
Benteng Pendem	25	18,75	25	25	93,75	Sangat potensial
Sedekah Laut	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Kabupaten Demak						
Pagelaran Wayang Kulit Demak	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Perang Barong	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Grobogan						
Kirab Budaya	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Tradisi Boyong Grobog	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Jepara						
Museum R.A Kartini	25	25	25	25	100	Sangat potensial

Benteng Portugis	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat potensial
Festival Kartini	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Jembul Tulakan	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Tradisi Galungan	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Karanganyar						
Candi Ceto	25	18,75	25	25	93,75	Sangat potensial
Candi Sukuh	25	18,75	25	25	93,75	Sangat potensial
Kabupaten Kebumen						
Benteng Van Der Wick	25	12,5	25	25	87,50	Sangat potensial
Gebyag Cah Angon	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Galungan	25	6,25	25	25	68,75	Potensial
Kabupaten Kendal						
Festival Budaya Suro TPI Tawang	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Kabupaten Klaten						
Candi Prambanan	25	25	12,5	25	87,50	Sangat potensial
Candi Sewu	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Candi Plaosan	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Gula Gondang	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Kabupaten Kudus						
Museum Kretek	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Patiayam	25	18,75	25	25	93,75	Sangat potensial
Festival Ampyang Maulid	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Tradisi Dhandangan	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Tradisi Haul Mabah Rogomoyo	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Tradisi Kirab Tebokan	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Tradisi Kupatan Bulusan	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Tradisi Sewu Kupat	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Magelang						
Candi Borobudur	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Candi Pawon	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat potensial
Candi Mendhut	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat potensial
Candi Ngawen	25	25	12,5	25	87,50	Sangat potensial
Candi Selogriyo	25	12,5	12,5	25	75	Potensial
Museum H. Widayat	25	25	12,5	25	87,5	Sangat potensial
Gelar Budaya Wanurejo	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Parade Kesenian Rakyat Tingkat Kabupaten Dan Kota Magelang	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Kota Magelang						

Museum Abdul Jalil	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum AJB Bumi Putera	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Dipenogoro	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Sudirman	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Kabupaten Pati						
Sedekah Laut Kecamatan Juwana	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Upacara Tradisi Meron di Sukolilo	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Kabupaten Pekalongan						
Festival Rogojembangan	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Kota Pekalongan						
Nyadran	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Pemalang						
Festival Wong Gunung	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Baritan	25	6,25	25	25	68,75	Potensial
Kabupaten Purbalingga						
Festival Gunung Slamet	25	6,25	12,5	0	43,75	Kurang Potensial
Kabupaten Purworejo						
Museum Tosan Aji	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Sendratari Gumregahing Bumi Kayu Arahiwang	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Rembang						
Festival Thong-Thong Lek	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Tirakatan dan Pentas Wayang Kulit	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Salatiga						
Prasasti Plumpungan	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Kirab Budaya Salatiga	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Semarang						
Candi Gedong Songo	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Kereta Api Ambarawa	25	25	12,5	25	87,50	Sangat potensial
Kirab Budaya	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Pagelaran Kolosal Barongsai Baruklinting	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kota Semarang						
Kota Lama	25	12,50	25	25	87,50	Sangat potensial
Lawang Sewu	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Jamu Nyonya Maneer	25	25	12,5	25	87,50	Sangat potensial
Museum Mandala Bakti	25	18,75	25	25	93,75	Sangat potensial

Museum Rekor Indonesia	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Ronggowarsito	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Taman Budaya Raden Saleh	25	12,50	25	25	87,50	Sangat potensial
Pawai Ogoh- Ogoh	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Arak- Arakan Sam Poo Kong	25	18,75	12,5	25	81,25	Sangat potensial
Peringatan Pertempuran Lima Hari di Kota Semarang	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Dugderan	25	12,5	12,5	25	75	Potensial
Kabupaten Sragen						
Museum Klaster Bukuran	25	25	12,5	25	87,50	Sangat potensial
Museum Klaster Manyarejo	25	25	12,5	25	87,50	Sangat potensial
Museum Manusia Purba Sangiran	25	25	12,5	25	87,50	Sangat potensial
Kirab dan Hari Jadi Sragen	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Sukoharjo						
Festival Jatisobo	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kota Surakarta						
Keraton Surakarta	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Keraton Mangkunegaran	25	18,75	25	25	93,75	Sangat potensial
Museum Batik Danar Hadi	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Keris	25	18,75	25	25	93,75	Sangat potensial
Museum Radya Pustaka	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Museum Pers Nasional	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Wayang Orang Sriwedari	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Gelegar Solo Raya	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kirab Kebo Bule	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Opera Ramayana	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Indonesia International Mask Festival (IIMF) dan International Ancient Mask Summit (IAMS)	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Tegal						
Sedekah Bumi Purin	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Sedekah Bumi Cacaban	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Penjamasan Pusaka Sunan Amangkurat Agung	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kota Tegal						

Tegal Pesisir Karnival	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Temanggung						
Candi Pringapus	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Nyadran Tenong	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Suran Traji	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Lurung Ageng	25	6,25	12,50	12,5	56,25	Potensial
Susuk Wangan	25	6,25	25	25	81,25	Sangat potensial
Kabupaten Wonogiri						
Museum Karst Indonesia	25	25	12,50	25	87,50	Sangat potensial
Kabupaten Wonosobo						
Festival Sindoro Sumbing	25	18,75	25	25	93,75	Sangat potensial

Sumber: Data sekunder diolah tahun 2019

Tabel 5.71 menunjukkan bahwa Kabupaten/ Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata budaya dengan kategori sangat potensial meliputi Kota Semarang yang memiliki 10 daya tarik wisata dan Kota Surakarta yang memiliki 11 daya tarik wisata yang mana pada wilayah tersebut memiliki keunggulan dalam wisata budaya sehingga menjadi peluang dalam mengembangkan dan memasarkan pariwisata khususnya pada wisata budaya. Selain itu sudah baiknya kerjasama antara pihak pemerintah dan pihak swasta yang dapat dilihat dari akomodasi dan aksesibilitas yang baik dalam mendukung pariwisata di Kota Semarang dan Surakarta, kategori potensial meliputi Kabupaten Banjarnegara yang memiliki 3 daya tarik wisata, Kabupaten Banyumas yang memiliki 3 daya tarik wisata, Kabupaten Boyolali yang memiliki 3 daya tarik wisata, Kabupaten Magelang yang memiliki 3 daya tarik wisata yang artinya bahwa wilayah tersebut sudah memiliki aspek daya tarik wisata, fasilitas, dan akomodasi akan tetapi belum mendukung penuh dalam pengembangan wisata budaya, kategori kurang potensial meliputi wilayah Kabupaten Purbalingga yang memiliki 1 daya tarik wisata yang artinya wilayah tersebut sudah memiliki keempat aspek akan tetapi masih sangat terbatas dan belum bisa dikembangkan secara sepenuhnya.

5.1.3. Wisata Keagamaan atau Religi

5.1.3.1. Daya Tarik Wisata Religi di Provinsi Jawa Tengah

Jawa Tengah merupakan suatu provinsi yang memiliki cerita historis religi sunan dalam menyebarkan agama islam. Selain itu Jawa Tengah sendiri juga memiliki tempat beribadah seperti masjid, gereja, klenteng, dan pura yang dijadikan sebagai objek wisata karena keunikan dari bangunan tersebut. Adapun berdasarkan pada buku profil wisatawan nusantara yang menyatakan mengenai presentase maksud dan tujuan dari wisatawan yang akan berkunjung ke Jawa Tengah 5,76 % karena ingin melakukan ziarah sedangkan 57,89 % ingin berlibur. 10,28% ingin mengunjungi saudara, dan lain sebagainya. Hal ini dapat dilihat bahwa Jawa Tengah memiliki peluang dalam mengembangkan potensi wisata religi.



Gambar 5.3
Peta potensi wisata religi di Provinsi Jawa Tengah

Sumber: Data primer dan sekunder yang diolah tahun 2019

Berdasarkan pada gambar 4.5 potensi wisata religi dibedakan dalam 3 kategori yakni tinggi, sedang, dan rendah. Untuk kategori wisata religi di Jawa Tengah dengan potensi wisata yang tinggi yang digambarkan pada wilayah yang berwarna merah dengan 7 (tujuh) objek wisata yakni Kabupaten Rembang. Potensi wisata religi tertinggi ini memiliki interval antara 6-7.

Sedangkan untuk potensi wisata dengan kategori sedang ditunjukan kepada Pati, Blora, Demak, Kota Semarang, Jepara, Boyolali, Klaten, Kota Magelang, Kabupaten Magelang, Purbalingga dan Kabupaten Tegal. Hal ini digambarkan dalam peta potensi wisata yang berwarna kuning dan memiliki interval antara 3 -5. Untuk itu perlu adanya suatu pengembangan dan pemasaran wisata religi dengan melibatkan beberapa *stakeholder*. dengan menganalisis potensi wisata religi sesuai dengan kondisi daerah tersebut. Untuk potensi wisata religi dengan kategori rendah antara lain: Brebes, Cilacap, Banyumas, Kebumen, Banjarnegara, Wonosobo, Purworejo, Sukoharjo, Wonogiri, Karanganyar, Surakarta, Grobogan Kudus Jepara, Kabupaten Semarang, Salatiga, Temanggung, Kendal, Temanggung, Batang, Kota Pekalongan, Kabupaten Pekalongan, dan Pemalang. Potensi tersebut digambarkan dalam peta wisata religi yang berwarna hijau dengan kategori potensi wisata rendah. Yang berada pada interval 0-2. Untuk itu perlu adanya suatu pengembangan wisata religi dalam meningkatkan beberapa aspek seperti daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan akomodasi. Berdasarkan pada potensi wisata religi pada Kota/Kabupaten di Jawa Tengah

5.1.3.2. Identifikasi Potensi Wisata Religi di Provinsi Jawa Tengah

Identifikasi potensi wisata religi di Provinsi Jawa Tengah diklasifikasikan dalam beberapa aspek menurut teori (Sammeng, 2001) diantaranya daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan akomodasi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pariwisata di Kabupaten/ Kota di Provinsi Jawa Tengah. untuk mengidentifikasi potensi wisata religi dalam penelitian ini menggunakan analisis dengan jumlah pada tiap komponen maksimal 25. Adapun 4 kategori yang digunakan diantaranya kategori sangat potensial dengan jumlah skor 76-100, kategori potensial dengan jumlah skor 51-75, kategori kurang potensial dengan jumlah skor 26-50, dan kategori tidak potensial dengan jumlah skor 0-25. Masing – masing kategori tersebut diidentifikasi untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan pada objek wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah yang tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 5.3
Identifikasi potensi wisata religi di Provinsi Jawa Tengah

Objek Wisata Religi	DTW	Fasilitas	Aksebilitas	Akomodasi	jumlah skor	Kategori
Kabupaten Banjarnegara						
Makam Sunan Giprit	25	6.25	0	12.5	43.75	Kurang potensial
Kabupaten Banyumas						
Masjid Saka Tunggal Cikakak	25	18.75	25	12.5	81.25	Sangat potensial
Kabupaten Batang						
Makam Wonodrobo	25	12.5	0	12.5	50	Kurang potensial
Kabupaten Blora						
Makam Janjang	25	6.25	0	12.5	43.75	Kurang potensial
Makam Sunan Pojok	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Makam Syeh Abdul Khohar	25	6.25	25	12.5	68.75	Potensial
Kabupaten Boyolali						
Masjid Cipto Mulyo dan Umbul Sungsang	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Makam R.Ng.Yosodipuro	25	12.5	25	25	87.5	Sangat potensial
Makam Sekar Kedhaton dan Umbul Kendat	25	6.25	25	12.5	68.75	Potensial
Kabupaten Brebes						
Makam Syekh Junaedi	25	6.25	0	12.5	43.75	Kurang potensial
Makam Mbah Ahmad Badawi Kyai Ketanggungan	25	6.25	12.5	25	68.75	Potensial
Makam Pangeran Angkawijaya Losari	25	6.25	12.5	12.5	56.25	Potensial
Kabupaten Cilacap						
Masjid Batu Taman Hati	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Kabupaten Demak						
Makam Sunan Kalijaga	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Masjid Agung Demak	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Kabupaten Grobogan						
Makam Getas Pendowo	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Makam Ki Ageng Selo	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Makam Ki Ageng Tarub	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Kabupaten Jepara						
Klenteng Hian Thiam Siang Tee	25	12.5	12.5	25	75	Sangat potensial
Masjid Mantingan	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Kabupaten Karanganyar						
Makam Astana Mangadeg	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Pura Pamacekan	25	18.75	25	12.5	81.25	Sangat potensial
Kabupaten Kebumen						

Masjid Saka Tunggal	25	18.75	12.5	12.5	68.75	Potensial
Kabupaten Kendal						
Masjid Al Muttaqin Kaliwungu	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Kabupaten Klaten						
Makam Ki Ageng Gribig	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Makam Sunan Tembayat Atau KA. Pandanaran	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Makam Ronggowarsito	25	12.5	25	12.5	75	Sangat potensial
Kabupaten Kudus						
Masjid Menara Kudus	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Makam Sunan Muria	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Kabupaten Magelang						
Candhi Borobudur	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Makam Kyai Maksum Tempuran	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Komplek Makam Gunung Pring	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Kota Magelang						
Masjid Agung Magelang	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Makam Bukit Tidar	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Kabupaten Pati						
Makam Syeh Ahmad Mutamakkin	25	12.5	25	25	87.5	Sangat potensial
Makam Syekh Jangkung	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Makam Sunan Prawoto	25	12.5	12.5	0	50	Kurang potensial
Kabupaten Pekalongan						
Makam Ki Gedhe Penata Angin	25	6.25	12.5	0	43.75	Kurang potensial
Kota Pekalongan						
N/A	0	0	0	0	0	Tidak potensial
Kabupaten Pemalang						
N/A	0	0	0	0	0	Tidak potensial
Kabupaten Purbalingga						
Masjid Agung Darussalam	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Masjid Jami PITI Muhammad Cheng Hoo	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Makam Wali Perkasa	25	18.75	12.5	12.5	68.75	Potensial
Kabupaten Purworejo						
Masjid Loano	25	25	25	12.5	87.5	Sangat potensial
Kabupaten Rembang						
Makam RA Kartini	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Makam Sunan Bonang	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Masjid Jami Lasem	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial

Masjid Agung Rembang	25	18.75	12.5	25	81.25	Sangat potensial
Klenteng Gie Yong Bio Babagan	25	6.25	25	12.5	68.75	Potensial
Klenteng Tjoe Kiong Dasun	25	6.25	25	12.5	68.75	Potensial
Vihara Ratanavana Arama	25	6.25	25	12.5	68.75	Potensial
Kabupaten Salatiga						
N/A	0	0	0	0	0	Tidak potensial
Kabupaten Semarang						
Makam Hasan Munadi Nyatmyono	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Kota Semarang						
Makam Sunan Terboyo	25	6.25	12.5	25	68.75	Potensial
Gereja Blenduk	25	12.5	12.5	25	75	Potensial
Masjid Agung Jawa Tengah	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Klenteng Sam Poo Kong	25	12.5	25	25	87.5	Sangat potensial
Vihara Budha Gaya	25	12.5	25	25	87.5	Sangat potensial
Kabupaten Sragen						
Makam Kyai Srenggi	25	12.5	25	25	87.5	Sangat potensial
Makam Pangeran Samudra	25	18.75	12.5	25	81.25	Sangat potensial
Makam Sukowati	25	12.5	25	12.5	75	Potensial
Komplek masjid dan makam/ Petilasan Joko Tingkir dan Ki Kebo Kenongo	25	18.75	12.5	25	81.25	Sangat potensial
Kabupaten Sukoharjo						
Makam Balakan	25	25	25	25	100	Sangat potensial
Kota Surakarta						
N/A	0	0	0	0	0	Tidak potensial
Kabupaten Tegal						
Makam Sunan Amangkurat I	25	6.25	25	25	81.25	Sangat potensial
Makam Pangeran Purbaya	25	12.5	25	25	87.5	Sangat potensial
Makam Ki Gede Sebayu	25	18.75	12.5	12.5	68.75	Potensial
Kota Tegal						
Klenteng Tek Hay Kiong	25	6.25	25	25	81.25	Sangat potensial
Kabupaten Temanggung						
Makam Ki Agung Makukuhan	25	18.75	25	25	93.75	Sangat potensial
Kabupaten Wonogiri						
Petilasan Kahyangan	25	18.75	12.5	25	81.25	Sangat potensial
Kabupaten Wonosobo						
Makam Syekh Selomanik	25	12.5	12.5	25	75	Potensial

Sumber: Data sekunder diolah tahun 2019

Berdasarkan pada tabel 5.104 menunjukkan bahwa Kabupaten/ Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata religi dengan kategori sangat potensial meliputi Kabupaten Grobogan yang memiliki 3 daya tarik wisata, Kabupaten Klaten yang memiliki 3 daya tarik wisata, Kabupaten Magelang yang memiliki 3 daya tarik wisata, Kabupaten Rembang yang memiliki 4 daya tarik wisata, Kota Semarang yang memiliki 3 daya tarik wisata, dan Kabupaten Sragen yang memiliki 3 daya tarik wisata dimana wilayah tersebut memiliki keunggulan dalam wisata religi dan berpotensi untuk dikembangkan. kategori potensial meliputi Kabupaten Cilacap yang memiliki 2 daya tarik wisata, Kabupaten Rembang yang memiliki 3 daya tarik wisata, Kota Semarang yang memiliki 2 daya tarik wisata dimana keempat aspek dalam tabel tersebut sudah baik akan tetapi belum mendukung penuh dan masih perlunya pengembangan wisata religi di wilayah tersebut, kategori kurang potensial meliputi Kabupaten Banjarnegara yang memiliki 1 daya tarik wisata, Kabupaten Batang yang memiliki 1 daya tarik wisata, Kabupaten Brebes yang memiliki 1 daya tarik wisata, Kabupaten Pati yang memiliki 1 daya tarik wisata, dan Kabupaten Pekalongan yang memiliki 1 daya tarik wisata artinya dimana keempat aspek tersebut sudah ada dalam objek wisata religi namun sangat terbatas baik dari segi fasilitas, akomodasi, dan aksesibilitas yang menyebabkan minat wisatawan dalam mengunjungi objek wisata tersebut. kategori tidak potensial dimana wilayah tersebut tidak memiliki daya tarik wisata meliputi Kota Pekalongan, Kabupaten Pemalang, dan Kabupaten Rembang artinya wilayah tersebut tidak memiliki keempat aspek dalam tabel dan belum mendukung adanya potensi wisata religi

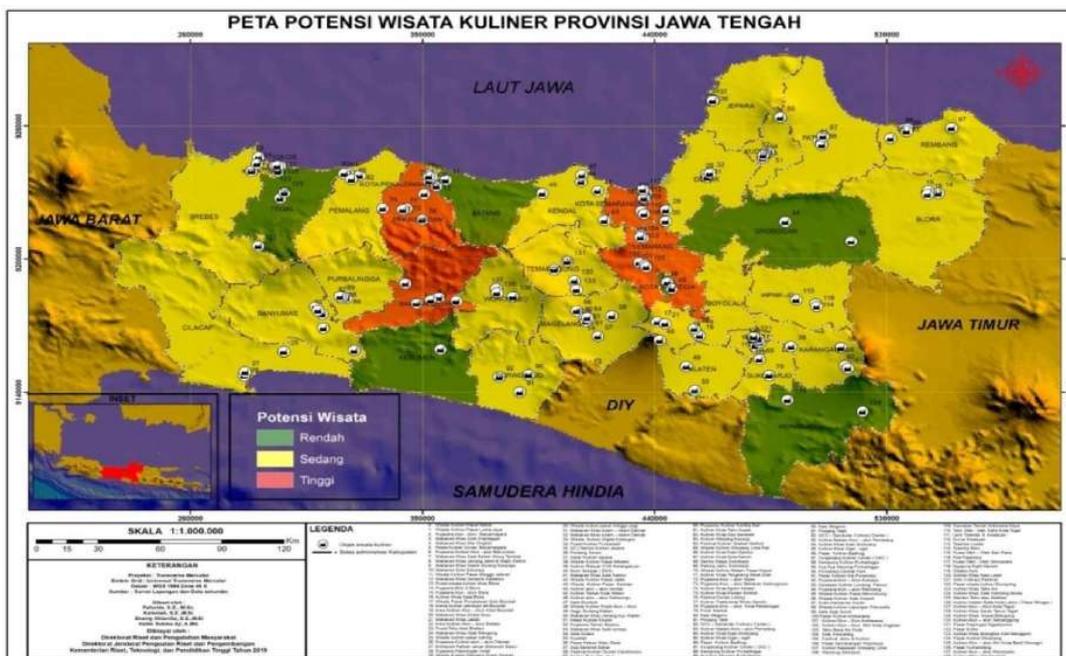
5.1.4. Wisata Kuliner

5.1.4.1 . Daya Tarik Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

Potensi wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah ini digunakan untuk menjelaskan kondisi wisata kuliner di Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Jawa Tengah yang digambarkan di dalam peta potensi wisata dengan menggunakan analisis GIS (*Geographic Information*

System). Dimana jumlah daya tarik wisata kuliner yang ada di Provinsi Jawa Tengah ini berjumlah 138 daya tarik wisata kuliner. Peta potensi wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah.

Dalam wisata kuliner tersebut di Provinsi Jawa Tengah ini lebih mengedepankan cita rasa Jawa Tengah, yang mana setiap Kabupaten/Kota harus memiliki satu kuliner khas atau unggulan sebagai ciri khas/icon kuliner Kabupaten/Kota tersebut. Sedangkan kuliner yang lebih dikenal Provinsi Jawa Tengah sendiri yaitu lumpia dan bandeng presto, yang terletak di Kota Semarang. Namun, untuk mengetahui potensi wisata kuliner yang ada di Provinsi Jawa Tengah dapat dilihat berdasarkan pada peta potensi dibawah ini.



Gambar 5.4 Peta Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

Sumber : Data Sekunder Telah Diolah Tahun 2019

Gambar 5.4 diatas merupakan gambar dari hasil pemetaan wisata kuliner yang dituangkan kedalam peta potensi wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah. Pemetaan potensi wisata Jawa Tengah ini bertujuan untuk mengetahui potensi wisata kuliner yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Sehingga dapat diketahui potensi yang ada pada wisata kuliner untuk dimanfaatkan secara maksimal. Sektor pariwisata khususnya wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah ini memberikan *multiplayer effect* yang cukup signifikan terhadap sektor lainnya yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat disekitarnya.

Pemetaan potensi wisata kuliner di provinsi Jawa Tengah digolongkan kedalam 3 kategori potensi wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah. Kategori pertama yaitu kategori rendah, pada kategori rendah ini potensi wisata kuliner yang ada di Kabupaten/Kota tersebut hanya memiliki 0 – 2 daya tarik wisata kuliner, dan ditunjukkan dengan warna hijau. Ada beberapa

Kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah yang termasuk kedalam kategori rendah, yaitu Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Batang, Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Kebumen. Wisata kuliner yang ada di kategori rendah ini sangat membutuhkan pengembangan dan perencanaan wisata kuliner, sehingga dapat ditemukan daya tarik kuliner baru yang sesuai dengan cita rasa Jawa Tengah, untuk dikembangkan guna pendukung sektor pariwisata yang ada di Provinsi Jawa Tengah.

Kategori potensi wisata kuliner yang kedua adalah kategori sedang, dimana dalam kategori sedang ini jumlah daya tarik yang dimiliki oleh Kabupaten/Kota sebanyak 3 – 5 daya tarik wisata kuliner. Dalam peta potensi wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah kategori sedang ditunjukkan dengan daerah berwarna kuning. Pada kategori ini banyak Kabupaten/Kota yang termasuk didalamnya, seperti Kabupaten Brebes, Kabupaten Banyumas, Kabupaten Cilacap, Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Pemalang, Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Purworejo, Kabupaten Temanggung, Kabupaten Magelang, Kabupaten Klaten, Kabupaten Kendal, Kabupaten Boyolali, kabupaten Karanganyar, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Demak, Kabupaten Kudus, Kabupaten Jepara, Kabupaten Pati, Kabupaten Rembang, Kota Salatiga, Kabupaten Blora, Kota Tegal, Kabupaten Tegal, Kabupaten Sragen, dan Kota Pekalongan.

Kategori potensi wisata kuliner yang terakhir adalah kategori tinggi atau potensial ditunjukkan dengan warna merah pada peta potensi wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten yang tergolong dalam kategori ini meliputi Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Semarang, Kota Semarang, Kota Surakarta dan Kota Magelang. Masing – masing kategori potensi wisata kuliner yang ada di Provinsi Jawa Tengah masih membutuhkan perencanaan dan pengembangan potensi wisata kuliner dengan mengedepankan cita rasa Jawa Tengah. Selain itu masih juga memerlukan penemuan potensi wisata kuliner lainnya, yang belum diketahui oleh masyarakat ataupun wisatawan, untuk dikembangkan. Berdasarkan peta potensi diatas maka di kembangkan tabel potensi wisata kuliner setiap Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, sebagai berikut :

5.1.4.2. Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

Identifikasi potensi wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah, dibuat berdasarkan tabel potensi wisata yang ada di Kabupaten/Kota, yang dilihat dari daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas dan akomodasi. Komponen tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Sammeng, 2001) dalam pengembangan pariwisata, sehingga didapatkan hasil

pengkategorian yang meliputi kategori sangat potensial, potensial, kurang potensial dan tidak potensial. Pengkategorian tersebut dilakukan untuk mengetahui kondisi dan potensi wisata yang ada di masing – masing Kabupaten/Kota. Sehingga dapat dilihat DTW mana yang tergolong kedalam kategori sangat potensial, potensial, kurang potensial dan tidak potensial.

Masing - masing kategori yang ditetapkan, memiliki interval diantaranya yaitu, kategori tidak potensial memiliki interval 0 – 25, kategori kurang potensial berada diantara 26 – 50. Sedangkan kategori potensial berada diantara 51 – 75, dan kategori sangat potensial berada pada 76 – 100. Masing – masing dari kategori potensi wisata tersebut digunakan untuk direkomendasikan dan dikembangkan kembali untuk menunjang pariwisata Jawa Tengah. Tabel identifikasi potensi dibawah ini menunjukkan penilaian dari masing – masing kategori potensi wisata di Kabupaten/Kota, sehingga dapat mencerminkan potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten.

Tabel 5.4

Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

Obyek Wisata Kuliner	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Kabupaten Banjarnegara						
Wisata Kuliner Pasar Manis	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Wisata Kuliner Pasar Lodra Jaya	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Pujasera Alun - alun Banjarnegara	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Makanan Khas Mie Ongklol	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Soto Krandegan	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Event Kuliner Durian Banjarnegara	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Kabupaten Banyumas						

Obyek Wisata Kuliner	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Pujasera Kuliner Alun - alun Banyumas	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Sate Bebek	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Makanan Khas Jenang Jacket dan Wajik Klethik	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Getuk Goreng Sokaraja	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Soto Sokaraja	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Batang						
Wisata Kuliner Pasar Minggu Jatinan	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Kuliner Khas Serambi Kalibeluk	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Kabupaten Blora						
Pujasera Blok T Blora	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Pujasera Blok S Blora	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Makanan Khas Sate Blora	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Boyolali						
Wisata Pasar Punakawan Selo Boyolali	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Pujasera pendopo alit Boyolali	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Area Kuliner Alun - Alun Kidul Boyolali	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Dodol Susu	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Jadah	25	6,25	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Brebes						
Area Kuliner Alun - Alun Brebes	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Telur Asin Brebes	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Sate Blengong	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial

Obyek Wisata Kuliner	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Kabupaten Cilacap						
Wisata kuliner pasar pahing	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Pujasera Kuliner alun - alun Cilacap	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Brekecek Pathak Jahan dan Brekecek Basur	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Demak						
Pujasera Plamongan Indah	25	6,25	0	25	56,25	Potensial
Wisata kuliner pasar minggu pagi	25	6,25	0	25	56,25	Potensial
Wisata Kuliner Simpang Enam Demak	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Asem - Asem Demak	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Nasi Ndoreng Demak	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Grobogan						
Wisata Kuliner Pasar Kalangon	25	6,25	0	12,5	43,75	Kurang Potensial
Pusat Kuliner Purwodadi	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Kabupaten Jepara						
Sentra Kuliner Jepara	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Pindang Serani	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Event Gelar Kuliner Jepara	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Karanganyar						
Wisata Kuliner Pasar Mbatok	25	12,5	12,5	12,5	62,5	Potensial
Kuliner Rakyat CVD Karanganyar	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Bukit Sekipan (BSN)	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Makanan Khas Sate Kelinci	25	6,25	12,5	12,5	56,25	Potensial
Kabupaten Kebumen						

Obyek Wisata Kuliner	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Wisata Kuliner Pasar Jaten	25	12,5	25	12,5	75	Potensial
Kabupaten Kendal						
Wisata Kuliner Pasar Karetan	25	12,5	12,5	25	75	Potensial
Wisata Kuliner alun - alun kendal	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Taman Kota Weleri	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner alun - alun Kaliwungu	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Makanan Khas Sate Bumbon	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kabupaten Klaten						
Wisata Kuliner Pojok Alun - Alun	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Makanan Khas Sego Gudang Klaten	25	12,5	12,5	25	75	Potensial
Makanan Khas Jenang Ayu Niten Klaten	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Kudus						
Pasar Kuliner Kliwon	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Pujasera Taman Bojana	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Sate kerbau	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Makanan Khas Soto Kudus	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Event Kuliner Kupatan	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Magelang						
Pasar Kebon Watu Gede	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Sop Senerek Banar	25	12,5	25	12,5	75	Potensial
Festival Kuliner Durian Candimulyo	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Kota Magelang						
Kuliner Tuin Van Java	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Pujasera Kuliner Kartika Sari	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial

Obyek Wisata Kuliner	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Tahu Kupat	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Sup Senerek	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Wedang Kacang	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Festival Kuliner Grebek Gethuk	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Pati						
Wisata Kuliner Simpang Lima Pati	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Nasi Gandul	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Soto Kemiri	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Sukoharjo						
Sentra Niaga Sukoharjo	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Patung Jamu Sukoharjo	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Wisata Kuliner Malam Pasar Kepuh	25	12,5	25	12,5	75	Potensial
Makanan Khas Tengkleng Mbak Diah	25	12,5	25	12,5	75	Potensial
Kabupaten Pekalongan						
Pujasera Alun - alun Kajen	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Pujasera Alun - alun Bebekan Kedungwuni	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Makanan Khas Apem Kesesi	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Kluban Bothok	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Festiva Durian Lolong	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Kuliner Tradisional Rindu Semilir	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kota Pekalongan						
Pujasera Alun - alun Kota Pekalongan	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Food Market	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Makanan Khas Nasi Megono	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial

Obyek Wisata Kuliner	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Makanan Khas Pindang Tetel	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Pemalang						
GCC (Gandulan Culinary Center)	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Malam Alun - alun Pemalang	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Nasi Grobyang	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Ogel - ogel	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Purbalingga						
Pasar Kuliner Badhog	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Curgecang Kuliner Center	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kampung Kuliner Purbalingga	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kya Kya Mayong Purbalingga	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Purworejo						
Purworejo Central Park	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Pasar Kuliner Inis Purworejo	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Alun - Alun Kutoarjo	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kabupaten Rembang						
Kawasan Kuliner Lontong Tuyuhan Pancur	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Alun - alun Rembang	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Wisata Kuliner Pasar Mbrumbung	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Makanan Khas Sate Srepeh	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Event Kenduren Duren	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Kabupaten Salatiga						
Wisata Kuliner Lapangan Pancasila	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial

Obyek Wisata Kuliner	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Makanan Khas Sate Sapi Suruh	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Semarang						
Pasar Kuliner Ambarawa	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Alun - Alun Ambarawa	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Alun - Alun Mini Kota Ungaran	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Makanan Khas Tahu Baxo Ibu Pudji	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Makanan Khas Sate Kempleng	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Festival Jamu & Kuliner	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kota Semarang						
Pasar Kuliner Semarang Tinjomoyo	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Kawasan Simpang Lima	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Warong Semawis	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kawasan Taman Indonesia Kaya	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Sedap Malam	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kuliner Khas Bandeng Presto	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kuliner Khas Wingko Babat	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kuliner Khas Lumpia	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Sragen						
Kuliner Malam Alun - Alun Sragen	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Khas Botok Mercon	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Kuliner Khas Wajik Jenang Krasikan	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kota Surakarta						
Kuliner alun - alun Kidul Surakarta	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial

Obyek Wisata Kuliner	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Ngapura Night Market	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Galabo Solo	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kuliner Khas Nasi Liwet	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Solo Culinary Festival	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kabupaten Tegal						
Pasar wisata kuliner Slumpring	25	12,5	0	12,5	50	Kurang Potensial
Makanan Khas Tahu Aci	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Makanan Khas Sate Kambing Muda	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Manten Tebu atau Metikan	25	12,5	25	12,5	75	Potensial
Kota Tegal						
Balai Kota Lama (Pasar Minggu)	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kuliner Alun - Alun Kota Tegal	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Khas Sauto Taucu Tegal	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kuliner Khas Kupat Blengong	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Temanggung						
Kuliner Alun - alun Temanggung	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Pasar Papringan Ngadiprono	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Pasar Entho	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Khas Brongkos Kikil Menggoro	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Wonogiri						
Pasar Kuliner Dhopleng	25	6,25	0	25	56,25	Potensial
Kuliner Alun - alun Giri Krida Bakti Wonogiri	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kabupaten Wonosobo						
Pasar Kumandang	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial

Obyek Wisata Kuliner	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Kuliner Alun – alun Wonosobo	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kuliner Khas Mie Ongklok	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial

Sumber: Data sekunder diolah tahun 2019

Tabel 4.40 diatas menunjukkan identifikasi potensi wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah, yang dilihat berdasarkan pada daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas dan akomodasi. Dimana dari empat aspek tersebut dinilai untuk didapatkan pengkategorian potensi wisata, yang meliputi kategori sangat potensial, potensial, kurang potensial dan tidak potensial. Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata kuliner dengan kategori sangat potensial meliputi Kabupaten Banjarnegara dengan 5 daya tarik wisata, Kabupaten Boyolali dengan 5 daya tarik wisata, Kabupaten Kudus memiliki 5 daya tarik wisata, Kota Magelang memiliki 6 daya tarik wisata, Kabupaten Pekalongan dengan 5 potensi daya tarik wisata, Kabupaten Semarang dengan 6 daya tarik wisata, Kota Semarang memiliki 8 daya tarik wisata, dan Kota Surakarta dengan 5 daya tarik wisata. Dimana Kabupaten/kota tersebut memiliki keunggulan pada wisata kuliner dibandingkan dengan Kabupaten/Kota. Sehingga wisata kuliner pada Kabupaten/Kota tersebut dirasa sudah siap untuk dipasarkan dan dikembangkan lebih lanjut, untuk mendukung pariwisata Jawa Tengah.

Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata kuliner dengan kategori potensial berada pada Kabupaten Demak dengan 2 daya tarik wisata, Kabupaten Karanganyar memiliki 3 potensi daya tarik wisata kuliner, Kabupaten Magelang dengan 2 daya tarik wisata, dan Kabupaten Sukoharjo dengan 2 daya tarik wisata.

Dalam kategori potensial ini yang artinya wisata kuliner yang ada di Kabupaten/Kota tersebut sudah bagus, namun masih membutuhkan dukungan penuh dari pemerintah dalam hal akses jalan dan fasilitas penunjang wisata. Selain itu juga masih memerlukan

pengembangan dari pihak swasta atau pengelola dalam hal fasilitas umum yang ada di wisata tersebut.

Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata kuliner dengan kategori kurang potensial berada pada Kabupaten Tegal dengan 1 daya tarik wisata, dan Kabupaten Grobogan dengan 1 daya tarik wisata. Dalam kategori kurang potensial ini berarti bahwa keempat aspek diatas sudah ada, namun sangat terbatas jumlah dan/atau kelengkapannya, sehingga masih memerlukan pengembangan wisata untuk menarik minat wisatawan.

5.1.5. Wisata Belanja

5.1.5.2. Daya Tarik Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

Identifikasi potensi wisata belanja di provinsi Jawa Tengah ini bertujuan untuk melihat potensi wisata belanja yang ada pada setiap Kabupaten/Kota yang ada di Jawa Tengah, dan kemudian dituangkan kedalam peta potensi wisata. Wisata belanja termasuk kedalam salah satu wisata buatan di Jawa Tengah sendiri merupakan salah satu daya tarik wisata yang cukup diminati oleh wisatawan yang melakukan perjalanan wisata. Selain itu adanya wisata belanja mampu mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat melalui transaksi jual beli antara pelaku usaha dalam wisata belanja.

Di Provinsi Jawa Tengah sendiri terdapat beberapa Kabupaten/Kota yang terkenal akan tempat belanja, seperti Kota Surakarta dengan PGS (Pusat Grosir Solo) dan Pasar Klewer, Kota Semarang yang terkenal dengan mall terbesar yaitu Paragon mall dan Pasar Johar sebagai tempat belanja termurah di Jawa Tengah, Kabupaten Pekalongan berupa Internasional Batik Center (IBC), dan Kota Pekalongan dengan destinasi wisata belanja batik setono. Dari beberapa potensi wisata belanja yang ada di Jawa Tengah tersebut dapat dilihat pada peta potensi wisata belanja dibawah ini.



Gambar 5.5. Peta Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah
 Sumber : Data Sekunder Yang Telah Diolah Tahun 2019

Gambar 4.8 diatas menunjukkan hasil dari identifikasi beberapa daya tarik wisata belanja yang ada pada Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, dan dituangkan kedalam bentuk peta potensi wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Dimana daya tarik wisata belanja yang ada di Provinsi Jawa Tengah berjumlah 123 daya tarik wisata belanja, yang terbagi kedalam 2 jenis wisata belanja yaitu wisata belanja pada pusat perbelanjaan dan wisata belanja pada pusat oleh – oleh. Dalam peta potensi wisata belanja diatas dikategorikan kedalam 3 kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi.

Masing – masing dari kategori tersebut memiliki kriteria yang berbeda yaitu pada kategori rendah, jumlah daya tarik wisata belanja yang ada di Kabupaten/Kota tersebut sejumlah 0 – 3. Kabupaten/Kota yang termasuk kedalam kategori ini yaitu Kabupaten Tegal, Kota Pekalongan, Kabupaten Pekalongan,

Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Batang, Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Magelang, Kabupaten Temanggung, Kabupaten Kendal, Kabupaten Semarang, Kabupaten Salatiga, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Klaten, Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Demak, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Jepara, Kabupaten Rembang, Kabupaten Blora. Kategori rendah ini ditandai dengan warna hijau pada peta potensi wisata belanja di Jawa Tengah. Pada kategori rendah ini diperlukan

adanya pengembangan potensi wisata belanja sehingga dapat ditemukan potensi wisata baru yang dapat mendukung perkembangan potensi wisata di Jawa Tengah.

Kategori sedang pada wisata belanja Provinsi Jawa Tengah ditandai dengan warna kuning, dimana kriteria pada kategori ini yaitu memiliki daya tarik sebanyak 4 -7 wisata belanja. Dalam kategori ini meliputi Kabupaten Brebes, Kabupaten Cilacap, Kabupaten Banyumas, Kabupaten Kebumen, Kabupaten Pemasang, Kabupaten Sukoharjo dan Kabupaten Kudus.

Di Provinsi Jawa Tengah sendiri potensi wisata belanja yang termasuk kedalam kategori tinggi yaitu hanya pada Kota Semarang, dimana Kota Semarang memiliki 10 daya tarik wisata belanja, yang tergolong dalam wisata belanja pusat perbelanjaan dan pusat oleh – oleh. Kota Semarang ini menjadi salah satu tujuan wisatawan dalam melakukan wisata belanja di provinsi Jawa Tengah. Pemetaan potensi wisata tersebut berdasarkan pada daya tarik wisata yang ada di Kabupaten/Kota, fasilitas, akomodasi, aksesibilitas yang ada pada wisata belanja tersebut.

Setelah dilakukan pemetaan potensi wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah maka dari hasil pemetaan tersebut akan di jelaskan kedalam 57able potensi wisata belanja pada masing – masing Kabupaten/Kota yang ada di Jawa Tengah, sesuai kriteria yang telah ditentukan dan potensi yang dimiliki tiap Kabupaten/Kota.

5.1.5.2 Identifikasi Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

Identifikasi potensi wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah, dibuat berdasarkan potensi wisata belanja yang ada di Kabupaten/Kota, dengan menggunakan aspek daya tarik wisata, fasilitas, akomodasi. Untuk diketahui kondisi wisata yang ada di masing – masing Kabupaten/Kota, sehingga dapat dilihat DTW mana yang sangat potensial, potensial, kurang potensial dan kurang potensial. Untuk dapat dikembangkan baik dalam jangka 57able57t maupun jangka pendek.

Dalam identifikasi potensi wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah ini dibagi kedalam 4 kategori, masing – masing kategori yang ditetapkan memiliki keunggulan dan kekurangan masing – masing. Kategori pertama merupakan kategori wisata belanja yang sangat potensial berada pada interval 76 – 100, kategori wisata belanja potensial menempati interval 51 – 75, sedangkan untuk kategori potensi wisata kurang potensial berada pada 26 – 50, dan pada

kategori wisata belanja dalam kategori tidak potensial yaitu 0 – 25. Masing – masing dari pengkategori wisata belanja yang ada dapat dikembangkan baik dalam jangka pendek, dan jangka 58able58t. Dari beberapa kategori potensi wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah tersebut, dapat diketahui Kabupaten/Kota yang memiliki kategori potensi wisata belanja yang sangat potensial, potensial, kurang potensial, dan tidak potensial yang dilihat dari 58able58tor diatas. Berikut adalah 58able identifikasi potensi wisata belanja Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 5.4

Identifikasi Potensi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

Obyek Wisata Belanja	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Kabupaten Banjarnegara						
Mall Depo pelita	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pasar Lodra Jaya	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Banjarnegara	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Banyumas						
Rita Supermall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Moro Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Intan Departemen Store	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Matahari Departmen Store	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Kabupaten Banjarnegara	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Batang						
Pasar Sojomerto	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Pusat Oleh – oleh Serambi Masjid	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Blora						
MD Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Luwes Mall Blora	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Blok T Pusat Blora	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Kabupaten Boyolali						
Grand Maharani Mall Boyolali	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Luwes Mall Boyolali	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Khas Boyolali	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Brebes						
Toserba Yogya Brebes	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Toserba Yogya Losari	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Toserba Yogya Ketanggungan	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Telur Asin Brebes	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Cilacap						
Borobudur Plaza Cilacap	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Rita Pasaraya Cilacap	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Duta Mode Department Store	25	25	25	25	100	Sangat Potensial

Obyek Wisata Belanja	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Pusat Oleh – oleh Citra Rasa Mandiri	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Demak						
Maharani Demak	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Aneka Jaya	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kios Oleh – oleh Khas Demak	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Grobogan						
Luwes Purwodadi	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pasar Hewan Kliwon Winosari	25	6,25	12,5	0	43,75	Kurang Potensial
Pusat Oleh – oleh Purwodadi	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Jepara						
Jepara Trade and Tourism Center	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Shopping Center Jepara	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Wisata Belanja Kerajinan Ukir Mulyohari	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Kabupaten Karanganyar						
Luwes Gading	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Palur Plasa Karanganyar	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Solo Javenir	25	6,25	12,5	25	68,75	Potensial
Pusat Oleh – oleh Khas Solo Mini Jaya	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Kebumen						
Toserba Jadi Baru	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Rita Pasaraya Kebumen	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusaka Indah Grocery Store	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Kebumen	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Kendal						
Sentral Kendal	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Aneka Jaya	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Khas Kendal	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Kabupaten Klaten						
Laris Toserba Swalayan	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Mitra Swalayan	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Matahari Klaten	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Kabupaten Kudus						
Kudus Extensi Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Matahari Department Store Kudus	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Ramayana Kudus	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Toko Oleh – oleh Jenang Barokah Kudus	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Magelang						
Artos Mall Magelang	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Carefour Magelang	25	25	25	25	100	Sangat Potensial

Obyek Wisata Belanja	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Laris Toserba Muntilan	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Kota Magelang						
Kawasan Pecinan Kota Magelang	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Trio Plaza Magelang	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Gardena Department Store Plaza Magelang	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Matahari Department Store	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh - oleh Khas Getuk Eco	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh - oleh Endang Jaya Istana	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kabupaten Pati						
Luwes Pati	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Plaza Pragolo Pati	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Ada Swalayan	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Kabupaten Sukoharjo						
Hartono Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
The Park Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Lottemart Solo Baru	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Mitra Toserba Swalayan	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Luwes Kartosura	25	25	12,5	25	87,5	Sangat Potensial
Pusat Oleh - oleh Khas Solo	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Pekalongan						
Klaster Belanja Batik (Sepanjang Jalan Raya Kedungwuni)	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Internasional Batik Center (IBC)	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Kota Pekalongan						
Ramayana Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Matahari Department Store	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Grosir Stono	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
BBC (Buaran Batik Center)	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Kabupaten Pemalang						
Yogya Pemalang	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Sirandu Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Basa Toserba	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Pusat Oleh - oleh Kabupaten Pemalang	25	6,25	12,5	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Purbalingga						
ABC Swalayan	25	12,5	12,5	25	75	Potensial
Pusat Oleh - oleh Getuk Goreng Sukoharjo	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Purworejo						
Laris Toserba	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kabupaten Rembang						
Pantes Swalayan	25	12,5	25	12,5	75	Potensial
Kabupaten Salatiga						

Obyek Wisata Belanja	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Matahari Department Store (Pasaraya II Salatiga)	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Plaza TSC Shopping Center Arcade	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Salatiga	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Semarang						
Luwes Mall	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Laris Toserba Ambarawa	25	18,75	25	12,5	81,25	Sangat Potensial
Toko Oleh – oleh Tahu Baxo Bu Pudji	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Kota Semarang						
Mall Ciputra	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Paragon Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
DP Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
E-Plaza	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Matahari Plaza Simpang Lima	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Java Supermall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Trans Studio Mini Semarang	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Semarang Town Square	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pasaraya Johar	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Pandanaran	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Sragen						
Harmony Trade Center	25	12,5	25	12,5	75	Potensial
Luwes Mall Sragen	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Getuk Semar Sragen	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kota Surakarta						
Solo Square Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
PGS (Pusat Grosir Solo)	25	18,75	25	25	93,75	Sangat Potensial
Solo Paragon Mall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pasar Klewer Solo	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Solo	25	12,5	25	12,5	75	Potensial
Ngapura Night Market	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Tegal						
Toko Oleh – oleh Al Madinah Tegal	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kota Tegal						
Toserba Yogya Kota Tegal	25	12,5	25	25	87,5	Sangat Potensial
Pasific Mall Tegal	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Rita Supermall	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Superindo Debe Mall Tegal	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Toko Oleh – oleh Khas Kota Tegal	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Transmart	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Kabupaten Temanggung						

Obyek Wisata Belanja	DTW	Fasilitas	Aksesibilitas	Akomodasi	Total	Kategori Potensi Wisata
Laris Toserba & Swalayan	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Surya Swalayan	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Wonogiri						
Toserba Luwes	25	6,25	25	12,5	68,75	Potensial
Toserba Baru	25	25	25	12,5	87,5	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Sari Rasa	25	6,25	25	25	81,25	Sangat Potensial
Kabupaten Wonosobo						
Rita Pasaraya	25	25	25	25	100	Sangat Potensial
Pusat Oleh – oleh Selera Wonosobo	25	25	25	25	100	Sangat Potensial

Sumber : Data Sekunder Yang Telah Diolah 2019

Tabel diatas menunjukkan identifikasi potensi wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan identifikasi diatas dikategorikan kedalam empat kategori potensi wisata, yaitu kategori sangat potensial, potensial, kurang potensial dan tidak potensial. Dalam kategori sangat potensial tersebut berupa Kota Semarang, Kota Magelang, Kabupaten Sukoharjo, Kota Tegal, Kota Surakarta, dan kabupaten Banyumas. Pada kategori sangat potensial ini kondisi daya tarik wisata, fasilitas, akomodasi dan aksesibilitas dianggap sudah bagus.

Kategori potensial pada wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah berada pada Kabupaten Batang, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Jepara, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Kendal, Kabupaten Sragen, Kota Surakarta, dan Kabupaten Wonogiri. Dimana dalam kategori ini berarti potensi wisata belanja di Kabupaten/Kota tersebut sudah bagus, namun masih diperlukan strategi pengembangan untuk mendorong wisata lainya yang ada di Provinsi Jawa Tengah. selanjutnya kategori potensi wisata belanja kurang potensial berada pada Kabupaten Grobogan. Dalam kategori potensi wisata kurang potensial ini berarti bahwa masih memerlukan kerjasama dalam mengembangkan potensi wisata belanja baik dari pemerintah pusat, pihak swasta dan masyarakat dalam hal daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas dan akomodasi yang ada pada daya tarik wisata tersebut. Setelah dilakukan pemetaan potensi wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah maka dari hasil pemetaan tersebut akan di jelaskan kedalam tabel potensi wisata belanja pada masing – masing Kabupaten/Kota yang ada di Jawa Tengah, sesuai kriteria yang telah ditentukan dan potensi yang dimiliki tiap Kabupaten/Kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Angsukanjanakul, Jetsalid. (2017). Modeling Sustainable Management For Community-Based Tourism: A Case Study of Floating Markets in The Lower Central Thailand. *International Journal of Management and Applied Science*. Vol. 3(1), 43-46.
- Bastiyani, Hana Azarine dan Safitri, Ira. 2013. *Arahan Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Dusun Selatan, Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah*. E-Journal Universitas Islam Bandung. Vol. 2(13), 20-31.
- Fauzy, Ahmad dan Putra, Anggara Setyabawana. 2015. *Pemetaan Lokasi Potensi Desa Wisata di Kabupaten Sleman Tahun 2015*. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*. Vol. 4 (2), 124-129.
- Hidayat, Marcellia. 2011. *Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)*. *Journal of Tourism and Hospitality Essentials (THE)*. Vol. 1 (1), 33-44.
- Inskeep, Edward, 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Inskeep, Edward, 1998. *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. World Tourism Organization, New York.
- Kusuma, Mashita Enggar dan Budisusanto, Yanto. 2015. *Aplikasi Google Maps Api dalam Pengembangan Sistem Informasi Geografis (SIG) Pariwisata Berbasis Web (Studi Kasus: Kabupaten Sidoarjo)*. *Jurnal GEOID*. Vol. 10 (2), 129-136.
- Lee, A. H. J., Wall, G., Kovacs, Kang, S. Y. (2016). Food Clusters and Creative Tourism Development: A Conceptual Framework. *The Journal of Rural and Community Development*. Vol. 11(2), 72-88.
- Lembaga Penelitian dan Pengabdian Unnes. 2015. *Rencana Strategis Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2015 – 2019*. Unnes: Semarang.
- Lembaga Penelitian dan Pengabdian Unnes. 2016. *Rencana Strategis Pengabdian Kepada Masyarakat 2016 – 2020*. Unnes: Semarang.
- Michopoulou, Eleni., Darcy, Simon dan Buhalis, Dimitros. 2015. *Accessible tourism futures: The World We Dream to Live In and The Opportunities We Hope to Have*. *Journal of Tourism Futures*. Vol. 1(3), 179-188.
- Rand, du. Rund., Booyesen, I., Atkinson, D.(2016). Culinary mapping and Tourism Development in South Africa's Karoo Region. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. Vol. 5(4).
- Soeratno, Lincoln Arsyad. 1998. *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Spillane, J.J. 1987. *Pariwisata Indonesia dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suzanti, Purnama. 2014. *Daya Tarik Pacu Jawi Sebagai Atraksi Wisata Budaya di Kabupaten Tanah Datar*. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Vol. 6 (1), 1-7.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Zen, Moh. Hoiri., Wulandari, Dwi. (2016). Development Strategy of The Tourism Industry in Banyuwangi Regency (Case Study: Natural Park Ijen Crater Banyuwangi). *IOSR Journal of Business and Management*. Vol. 18(8), 41-47

LAMPIRAN BUKTI LUARAN

Regional Science Inquiry



No 18
Athens, 24/03/2019

Acceptance Letter

Fafurida FAFURIDA

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Sekaran Gunungpati, Semarang City, Indonesia
fafurida@mail.unnes.ac.id

Avi Budi SETIAWAN

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Sekaran Gunungpati, Semarang City, Indonesia
avibudi@mail.unnes.ac.id

Shanty OKTAVILIA

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Sekaran Gunungpati, Semarang City, Indonesia
oktavilia@mail.unnes.ac.id

We are pleased to announce that your paper authored by Fafurida FAFURIDA etc, entitled 'INVESTMENT IMPROVEMENT EFFORTS IN THE AGRICULTURAL SECTOR' has been reviewed and accepted for publication in the Regional Science Inquiry Journal. The paper has been scheduled to be published in the forthcoming issue, vol. XI, n. 1, June 2019.

Best Regards,

On behalf of
the Regional Science Inquiry

Professor Christos Ap. Ladias
Publisher-Manager

Regional Science Inquiry, (EconLit, Scopus, RSA I)
196 Navarinou Street, Chalandri, Athens, 15232, Greece.
Tel/fax: 0030 210 6833700, website: <http://www.rsijournal.eu>, email: info@rsijournal.eu

Regional Science Inquiry



Regional Science Inquiry

June 2019 Volume XI Number 2 Special Issue

Regional Science Inquiry

THE JOURNAL OF THE
Hellenic Association of Regional Scientists

June 2019

Volume XI
Number 2

Special Issue

The Journal
is Indexed in



Editor-in-Chief
Christos Ap. Ladias



English Edition
ISSN: 1791-5961 Print
ISSN: 1791-7735 On line

Contents

	Page
Articles	
1 DO EXPORTS OF OIL AND GAS STILL MATTER FOR REGIONAL ECONOMIC GROWTH OF SUMATRA, INDONESIA?, <i>Sajful HURRI, Said MUHAMMAD, Abd JAMAL, M. Shabri Abd MAJID</i>	9
2 GREEN OPEN SPACE IN URBAN AREAS: A CASE IN THE GOVERNMENT OFFICE OF BOYOLALI, INDONESIA, <i>Fatma Nugrahaning NASTITI, Sri Rum GIYARSIH</i>	19
3 ON THE ISSUE OF EFFECTIVE ECONOMIC POLICY IN REGION UNDER LEASING, <i>Daniya A. PLESHANOVA, Tatiana V. YALYALIEVA</i>	29
4 STRATEGIES OF SMALL ENTERPRISES DEVELOPMENT IN AFRICAN COUNTRIES, <i>Yakubova, Tatiana NIKOLAEVNA, Sagaffe Boy MOUSTOIFA</i>	41
5 INVESTMENT IMPROVEMENT EFFORTS IN THE AGRICULTURAL SECTOR, <i>Fafrida FAFURIDA, Avi Budi SETIAWAN, Shanty OKTAVILLA</i>	49
6 MANAGEMENT OF THE TERRITORY TAX POTENTIAL TO ENSURE ITS TAX SECURITY, <i>Marina S. SHEMYAKINA, Elena A. MURZINA, Tatiana V. YALYALIEVA</i>	59
7 MODELING OF REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT BASED ON INNOVATIVE CLUSTERS, <i>Dmitry NAPOLSKIKH, Tatiana V. YALYALIEVA</i>	73
8 TOURISM AND ECONOMIC GROWTH NEXUS IN INDONESIA: THE DYNAMIC PANEL DATA APPROACH, <i>Elvina PRIMAYESA, Wahyu WIDODO, F.X. SUGIYANTO</i>	83
9 DOES INDONESIA AS THE WORLD LARGEST PALM OIL PRODUCING COUNTRY DETERMINE THE WORLD CRUDE PALM OIL PRICE VOLATILITY?, <i>SYAHRIL, Raja MASBAR, M. Shabri Abd MAJID, Saqijyan SYAHNUR</i>	93
10 DETERMINATION OF DEGREE OF THE INFLUENCE OF THE REGIONAL SCIENTIFIC ENVIRONMENT ON THE PERFORMANCE OF SCIENTIFIC ORGANIZATIONS, <i>Anna MALTSEVA, Igor MONAKHOV, Igor VESELOV, Aleksandra GRIDCHINA, Yuliya ALEKSAKHINA, Elena GORSHKOVA</i>	105
11 EFFECT OF COMMODITY PRICES ON INFLATION PERSISTENCE: PARTIAL ADJUSTMENT APPROACH, <i>SURLANI, Fuad RIDZQI</i>	121
12 STRATEGIES OF SMALL ENTERPRISES DEVELOPMENT IN AFRICAN COUNTRIES, <i>Tatiana Nikolaevna YAKUBOVA, Boy Moustoifa SAGAFFE</i>	136
13 THE LABOUR MARKET IMPACT IN THE DOURO VITICULTURE: A FUZZY CLUSTER DISTRIBUTION APPROACH, <i>Cátia SANTOS, Antbal GALINDRO, Ana MARTA-COSTA</i>	143



Certificate

Number: 3439/UN37.1.4/SR/2019

This is to certify that

Fafurida

has participated as

Presenter

with the article title

Sustainable Strategy: Karimunjawa National Park Marine Ecotourism, Jepara, Indonesia

in the International Conference on Environmental and Science Education (ICESE) 2019
held by Department of Integrated Sciences, Faculty of Mathematics and Natural Sciences
Universitas Negeri Semarang, Indonesia
on April 27, 2019



[Signature]
Pradita Susanti, M.Si.
Becan

ICESE
Stephania Diah Pameasari, S.S., M.Hum.
Conference Chair

Academic Conference
Network



CERTIFICATE OF PARTICIPATION

This is to certify that

FAFURIDA
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

has presented

Accessibility of Micro and Small Enterprises to Access of Banking Finance

at

3rd International Conference on Business and Industrial Research 2019.

02-03 July 2019

Langkawi, Malaysia

Dato' Syed Azuan Syed Ahmad Al-Idrus
Advisor
Academic Conference Network



Certificate of Presentation

This is to certify that

Fafurida

has participated in
Melaka International Conference on Social Sciences,
Science and Technology (MIC3ST) 2019

Date
7-8 August 2019

Venue
Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka
Kampus Bandaraya Melaka

A. Halim

Prof. Dr. Abd Halim bin Mohd Noor
Rector
Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka

Organized by:



Cawangan Melaka:



Co-organizers:



Certificate of Appreciation



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA



This is to certify that

Fafurida

has participated as

Presenter

in the International Conference on Economics, Business and Economic Education Science (ICE-BEES) 2019
Embracing economics, education and environment through sustainable innovation in the IR 4.0
Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang
Semarang, 30-31 July 2019



Dr. Heri Yanto, MBA, PhD
Dean Faculty of Economics
Universitas Negeri Semarang



Indah Fajarini Sri Wahyuningsrum, Ph.D.
Chair of Conference
Faculty of Economics
Universitas Negeri Semarang





REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini mencantumkan:

Nomor dan tanggal permohonan : ECD0201946725, 19 Juli 2019

Pencipta

Nama : **Fafulida, S.E., M.Sc., Shanty Oktavilla, S.E., M.Si., dkk**

Alamat : **Jl. Karangrejo Selatan 6 RT 1 RW 7 No. 74, Tinjomoyo, Banyuwangi, Semarang, Jawa Tengah, 50262**

Kewarganegaraan : **Indonesia**

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Fafulida, S.E., M.Sc., Shanty Oktavilla, S.E., M.Si., dkk**

Alamat : **Jl. Karangrejo Selatan 6 RT 1 RW 7 No. 74, Tinjomoyo, Banyuwangi, Semarang, 9, 50262**

Kewarganegaraan : **Indonesia**

Jenis Ciptaan : **Peta**

Judul Ciptaan : **Peta Persepsi Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : **27 Mei 2019, di Semarang**

Jangka waktu perlindungan : **Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.**

Nomor pencatatan : **000146830**

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau prosedur Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



Dr. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACSJ
NIP. 196611151994031001



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan	: EC00201946728, 19 Juli 2019
Pencipta	
Nama	: Fafarida, S.E., M.Sc., Shanty Oktavia, S.E., M.St., dkk
Alamat	: Jl. Karangrejo Selatan 6 RT 1/ RW 7 No. 7d, Tinjomoyo, Banyuwangi, Semarang, Jawa Tengah, 50262
Kewarganegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Fafarida, S.E., M.Sc., Shanty Oktavia, S.E., M.St., dkk
Alamat	: Jl. Karangrejo Selatan 6 RT 1/ RW 7 No. 7d, Tinjomoyo, Banyuwangi, Semarang, 50262
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Data
Judul Ciptaan	: Data Potensi Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah
Tanggal dan tempat dibuatkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 27 Mei 2019, di Semarang
Tingkat waktu perlindungan	: Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 tahun setelah maut setelah Pencipta meninggal dunia, whichever mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan	: 000146811

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 77 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACUS
NIP. 196611031994031001



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka pelaksanaan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan	: E000201946729, 19 Juli 2019
Pencipta	
Nama	: Faharida, S.K., M.Sc., Shanty Oktavia, S.E., M.Si., dik
Alamat	: Jl. Karangreja Selatan 6 RT 1/ RW 7 No. 74, Tinjonejo, Banyuwangi, Semarang, Jawa Tengah, 50262
Kewarganegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Faharida, S.K., M.Sc., Shanty Oktavia, S.E., M.Si., dik
Alamat	: Jl. Karangreja Selatan 6 RT 1/ RW 7 No. 74, Tinjonejo, Banyuwangi, Semarang, 9, 50262
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Peta
Judul Ciptaan	: Peta Potensi Wisata Budaya Provinsi Jawa Tengah
Tanggal dan tempat ditembakkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 27 Mei 2019, di Semarang
Jangka waktu perlindungan	: Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, dihitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan	: 000146852

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



o/n MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Fredly Haris, S.H., LL.M., ACUS
NIP. 196611101994031001

REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini mencatatkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC08201946734, 19 Juli 2019

Pencipta

Nama : **Fahrida, S.K., M.Sc., Shanty Oktavia, S.K., M.Si., dkk**

Alamat : **Jl. Karangrejo Selatan 6 RT 1/ RW 7 No. 34, Tanjung,
Banyuwangi, Semarang, Jawa Tengah, 50662**

Kewarganegaraan : **Indonesia**

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Fahrida, S.K., M.Sc., Shanty Oktavia, S.K., M.Si., dkk**

Alamat : **Jl. Karangrejo Selatan 6 RT 1/ RW 7 No. 34, Tanjung,
Banyuwangi, Semarang, 9, 50262**

Kewarganegaraan : **Indonesia**

Jenis Ciptaan : **Peta**

Judul Ciptaan : **Peta Potret Wisata Alam Provinsi Jawa Tengah**

Tanggal dan tempat dimasukkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : **27 Mei 2019, di Semarang**

Jangka waktu perlindungan : **Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, dihitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.**

Nomor pencatatan : **000146853**

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



W. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Freddy Heris, S.H., LL.M., ACCS
NIP. 1966110119940310001

REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan	: EC00201946735, 19 Juli 2019
Pencipta	
Nama	: Fafarida, S.K., M.Sc., Shanty Oktavilla, S.K., M.Si., dkk
Alamat	: Jl Karangreja Selatan 6 RT 1/ RW 7 No. 7d, Tanjungrejo, Banyuwangi, Semarang, Jawa Tengah, 50262
Kewarganegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Fafarida, S.K., M.Sc., Shanty Oktavilla, S.K., M.Si., dkk
Alamat	: Jl Karangreja Selatan 6 RT 1/ RW 7 No. 7d, Tanjungrejo, Banyuwangi, Semarang, 9, 50262
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Peta
Judul Ciptaan	: Peta Potensi Wisata Ralli Provinsi Jawa Tengah
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 27 Mei 2019, di Semarang
Jangka waktu perlindungan	: Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, dihitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan	: 000146854

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Semi Pencatatan Hak Cipta atas produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 77 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



di n. MENPERSI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS
NIP. 196511191944031000

**BUKTI PENERIMAAN HIBAH PENELITIAN DANA DRTPM
DITJEN DIKTIRISTEK
TAHUN 2020**

- ✓ **Pengumuman Penerima Hibah**
- ✓ **Laporan Penelitian**

NO	PTN / LLDIKTI	NAMA INSTITUSI	SKEMA	NAMA	NIDN	JUDUL	DURASI PENELITIAN (Tahun)	STATUS USULAN
696	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Dasar	ADHI KUSUMASTUTI	0009108102	KARAKTERISASI ALIRAN TAYLOR-COUETTE CAMPURAN MINYAK-AIR DI ANTARA DUA SILINDER BERPUTAR LAWAN ARAH UNTUK PEMBERSIHAN LOGAM BERAT DALAM AIR TANAH	2	lanjutan
697	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Dasar	ISNAINI ROSYIDA	0019027305	Konstruksi Formula dan Nilai Kekuatan Tak Reguler Total, Total Titik, serta Total Sisi pada Kelas Graf Rantai Cactus	2	lanjutan
698	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	EAFURIDA	0016028502	MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH	2	lanjutan
699	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	NOOR AINI HABIBAH	0007117102	Produksi Senyawa Berpotensi Antidiabetes Melalui Teknologi Cell Suspension Culture Rejasa (<i>Elaeocarpus grandiflorus</i> J. E. Smith)	2	lanjutan
700	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	SHANTY OKTAVILLA	0015087805	MODEL PENGEMBANGAN POTENSI PENDAPATAN DAERAH PROVINSI JAWA TENGAH MELALUI PENDEKATAN POTENTIAL MAPPING PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH	2	lanjutan
701	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Disertasi Doktor	WIYANTO	0012106309	SCIENCE BY INQUIRY UNTUK MENGEMBANGKAN KETERAMPILAN GENERIK ABAD KE-21	2	lanjutan
702	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Terapan	ADHI KUSUMASTUTI	0009108102	PRODUKSI DAN UJI PEWARNAAN NATURAL DYE POWDER DARI RUMPUT MALELA BERBASIS TEKNOLOGI SPRAY DRYER DAN ULTRASOUND	2	lanjutan
703	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Terapan	KARNOWO	0006067706	Pengembangan Reaktor Updraft Gasifikasi Untuk Produksi Bahan Bakar Gas	2	lanjutan
704	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Terapan	SAMSUDIN ANIS	0001017606	PRODUKSI DAN UJI PERFORMA GREEN DIESEL B100 DARI BAHAN BAKU CRUDE PALM OIL DAN WASTE COOKING OIL MELALUI METODE FAST PYROLYSIS BERBASIS MICROWAVE TECHNOLOGY	2	lanjutan
705	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Terapan	TRI MARHAENI PUDJI ASTUTI	0009066504	INTEGRASI MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN WISATA BAHARI UNTUK MEMBANGUN KETAHANAN SOSIAL DAN PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT KARIMUNJAWA	2	lanjutan
706	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Terapan	WIDI ASTUTI	0017107306	Penurunan kadar zinc dalam limbah cair industri batik menggunakan microwave induced KOH activated carbon-magnetite dalam modified packed bed column	2	lanjutan



Kontrak Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi
Tahun Anggaran 2020
Nomor: 17.23.3/UN37/PPK.3.1/2020

Pada hari ini senin tanggal Dua puluh tiga, bulan Maret tahun dua ribu dua puluh, kami yang bertandatangan dibawah ini :

1. **Dr. Suwito Eko Pramono, M.Pd.** : **Pejabat Pembuat Komitmen** Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Semarang yang berkedudukan di Semarang, berdasarkan Keputusan Rektor Universitas Negeri Semarang Nomor: B/1/UN37/HK/2020 tanggal 02 Januari 2020, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama KPA Universitas Negeri Semarang, untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
2. **Fafurida, S.E., M.Sc.** : Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, dalam hal ini bertindak sebagai pengusul dan Ketua Pelaksana Penelitian Tahun Anggaran 2020 untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.

PIHAK PERTAMA dan **PIHAK KEDUA**, secara bersama-sama sepakat mengikatkan diri dalam suatu Kontrak Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2020 dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut:

Pasal 1
Dasar Hukum

Kontrak Penelitian ini berdasarkan kepada:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Indonesia;
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 01 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara;
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2004 tentang Pemeriksaan Pengelolaan dan Tanggung Jawab Keuangan Negara;
5. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
6. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
7. Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah;
8. Peraturan Presiden Nomo 73 Tahun 2019 tentang Kementerian Riset dan Teknologi sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 94 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 73 Tahun 2019 tentang Kementerian Riset dan Teknologi;
9. Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2019 tentang Badan Riset dan Inovasi Nasional sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2019 tentang Kementerian Riset dan Teknologi;
10. Keputusan Presiden Nomor 113/P Tahun 2019 tentang Pembentukan Kementerian dan

- Pengangkatan Menteri Kabinet Kerja Periode Tahun 2019-2024;
11. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 78/PMK.02/2019 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2020;
 12. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia nomor 12 tahun 2018 tentang Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri;
 13. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 38 Tahun 2019 tentang Prioritas Riset Nasional Tahun 2020-2024;
 14. Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 209/M/KPT/2018 tentang Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Edisi XII;
 15. Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 105/M/KPT/2019 tentang Penggunaan Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2019;
 16. Keputusan Kuasa Pengguna Anggaran Deputy Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional Nomor 8/E1/KPT/2020 tentang Penetapan Pendanaan Penelitian di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2020
 17. Kontrak Penelitian TA 2020 antara Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Deputy Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional dengan Universitas Negeri Semarang Nomor 056/SP2H/LT/DRPM/2020 tanggal 16 Maret 2020.
 18. Keputusan Rektor Universitas Negeri Semarang Nomor B/1/UN37/HK/2020 tanggal 2 Januari 2020, tentang Pengangkatan Pejabat Perbendaharaan / Pengelola Keuangan Tahun Anggaran 2020 Universitas Negeri Semarang.
 19. Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Universitas Negeri Semarang (UNNES) Nomor DIPA-023.17.2.677507/2020, tanggal 27 Desember 2019.

Pasal 2 **Ruang Lingkup**

PIHAK PERTAMA memberi pekerjaan kepada **PIHAK KEDUA** dan **PIHAK KEDUA** menerima pekerjaan tersebut dari **PIHAK PERTAMA**, untuk melaksanakan dan menyelesaikan Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2020 dengan judul "MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH".

Pasal 3 **Dana Penelitian**

- (1) Besarnya dana untuk melaksanakan penelitian dengan judul sebagaimana dimaksud pada Pasal 2 adalah sebesar **Rp 295.775.000,- (Dua Ratus Sembilan Puluh Lima Juta Tujuh Ratus Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)** sudah termasuk pajak.
- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebankan pada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Deputy Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional melalui DIPA UNNES Nomor DIPA-023.17.2.677507/2020, tanggal 27 Desember 2019.

Pasal 4 **Tata Cara Pembayaran Dana Penelitian**

- (1) **PIHAK PERTAMA** akan membayarkan Dana Penelitian kepada **PIHAK KEDUA** secara sekaligus (100%) diawal sebagai berikut:
 - a. Pembayaran sebesar 100% dari total dana penelitian yaitu **Rp 295.775.000,- (Dua Ratus Sembilan Puluh Lima Juta Tujuh Ratus Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)** yang akan dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah mengunggah hasil revisi proposal dan RAB ke *simlitabmas*
 - b. Dana luaran tambahan dibayarkan kepada **PIHAK KEDUA** setelah luaran tambahan divalidasi oleh **PIHAK PERTAMA** dan mendapatkan SK Penetapan dari Kemenristek/Badan Riset dan Inovasi Nasional.

- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan disalurkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** melalui rekening BNI atas nama Fafurida, S.E., M.Sc. dengan nomor rekening 0233516791
- (3) **PIHAK PERTAMA** tidak bertanggung jawab atas keterlambatan dan/atau tidak terbayarnya sejumlah dana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang disebabkan karena kesalahan **PIHAK KEDUA** dalam menyampaikan data peneliti, nama bank, nomor rekening, dan persyaratan lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan.

Pasal 5 **Jangka Waktu**

Jangka waktu pelaksanaan penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 sampai selesai 100%, adalah terhitung sejak **Tanggal 23 Maret 2020**, dan berakhir pada **Tanggal 16 November 2020**.

Pasal 6 **Target Luaran**

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk mencapai target luaran wajib dan/atau tambahan penelitian.
- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk melaporkan perkembangan pencapaian target luaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada **PIHAK PERTAMA**.
- (3) Target luaran wajib dan/atau tambahan penelitian tercantum dalam Rancangan Pelaksanaan Penelitian

Pasal 7 **Hak dan Kewajiban**

- (1) Hak dan Kewajiban **PIHAK PERTAMA**:
 - a. **PIHAK PERTAMA** berhak untuk mendapatkan dari **PIHAK KEDUA** luaran penelitian yang telah dijanjikan;
 - b. **PIHAK PERTAMA** berkewajiban untuk memberikan dana penelitian kepada **PIHAK KEDUA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dan dengan tata cara pembayaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4.
- (2) Hak dan Kewajiban **PIHAK KEDUA**:
 - a. **PIHAK KEDUA** berhak menerima dana penelitian dari **PIHAK PERTAMA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3;
 - b. **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan kepada **PIHAK PERTAMA** luaran Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi dengan judul "MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH" dan catatan harian pelaksanaan penelitian;
 - c. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk bertanggungjawab dalam penggunaan dana penelitian yang diterimanya sesuai dengan proposal kegiatan yang telah disetujui;
 - d. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** laporan penggunaan dana atas dana penelitian yang telah ditetapkan.

Pasal 8 **Pelaksanaan Penelitian**

- (1) Mengunggah dan menyerahkan *hardcopy* hasil revisi proposal, instrumen, RAB, dan nota persetujuan hasil pembahasan instrumen penelitian masing-masing satu eksemplar kepada **PIHAK PERTAMA**

- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** berupa laporan kemajuan dan laporan akhir mengenai luaran penelitian dan rekapitulasi penggunaan anggaran sesuai dengan jumlah dana yang diberikan oleh **PIHAK PERTAMA** yang tersusun secara sistematis sesuai pedoman yang ditentukan oleh **PIHAK PERTAMA**.
- (3) **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah catatan harian, laporan penggunaan dana, Laporan kemajuan dan surat pernyataan tanggungjawab belanja (SPTB) atas dana yang telah ditetapkan ke **simlitabmas** paling lambat tanggal **18 September 2020**
- (4) **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah Catatan Harian, Laporan Akhir, kwitansi pengeluaran, capaian hasil, Poster, artikel ilmiah, profil pada **simlitabmas** paling lambat **16 November 2020**
- (5) **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan *hardcopy* catatan harian, laporan akhir, laporan penggunaan dana 100%, capaian hasil, poster, artikel ilmiah dan surat pernyataan tanggungjawab belanja (SPTB) atas dana yang telah ditetapkan masing-masing satu eksemplar kepada **PIHAK PERTAMA** paling lambat tanggal **30 November 2020**
- (6) Laporan hasil penelitian sebagaimana tersebut pada ayat (4) harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 - a. Format font Times New Romans Ukuran 12 spasi 1,5
 - b. Bentuk/ukuran kertas A4
 - c. Di bawah bagian sampul cover ditulis:

Dibiayai oleh:
Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat
Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan
Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional
Sesuai dengan Kontrak Nomor: 056/SP2H/LT/DRPM/2020, tanggal 16 Maret 2020

Pasal 9 Monitoring dan Evaluasi

PIHAK PERTAMA dalam rangka pengawasan akan melakukan Monitoring dan Evaluasi internal terhadap kemajuan pelaksanaan Penelitian Tahun Anggaran 2020 kepada **PIHAK KEDUA** sebelum pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi eksternal oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional.

Pasal 10 Penilaian Luaran

1. Penilaian luaran penelitian dilakukan oleh Komite Penilai/*Reviewer* Luaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai, maka dana tambahan yang sudah diterima harus disetorkan kembali ke kas negara.

Pasal 11 Penggantian Keanggotaan

1. Perubahan terhadap susunan tim pelaksana dan substansi pelaksanaan penelitian ini dapat dibenarkan apabila telah mendapat persetujuan tertulis dari Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional.

2. Apabila Ketua Tim pelaksana penelitian tidak dapat menyelesaikan penelitian atau mengundurkan diri, maka **PIHAK KEDUA** harus menunjuk salah satu anggota tim sebagai pengganti setelah mendapat persetujuan tertulis dari Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional.
3. Dalam hal tidak adanya pengganti Ketua tim pelaksana penelitian sesuai dengan syarat ketentuan yang ada, maka penelitian dibatalkan dan dana dikembalikan ke kas Negara.

Pasal 12 **Sanksi**

- (1) Apabila sampai dengan batas waktu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan Kontrak Penelitian telah berakhir, **PIHAK KEDUA** belum menyelesaikan tugasnya dan atau terlambat mengirim dan mengunggah laporan kemajuan, catatan harian, Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) dan Laporan akhir, maka **PIHAK KEDUA** dikenakan sanksi administratif berupa penghentian pembayaran dan tidak dapat mengajukan proposal penelitian dalam kurun waktu dua tahun berturut-turut.
- (2) Peneliti/Pelaksana yang tidak hadir dalam kegiatan monitoring dan evaluasi tanpa pemberitahuan sebelumnya kepada Direktur Riset dan Pengabdian Masyarakat maka Pelaksana Penelitian mendapat sanksi sesuai ketentuan.
- (3) Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai maka dana tambahan yang sudah diterima harus disetorkan kembali ke kas negara.

Pasal 13 **Pajak-Pajak**

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyeter pajak ke kantor pelayanan pajak setempat yang berkenaan dengan:
 - a. Pembayaran honorarium yang dikenakan PPh 21 dengan ketentuan:
5% (lima persen) bagi yang memiliki NPWP untuk Golongan III, serta 6 % (enam persen) bagi yang tidak memiliki NPWP, dan untuk Golongan IV sebesar 15 % (lima belas persen)
 - b. Pembelian barang dan jasa dikenai PPN sebesar 10 % dan PPH 22 sebesar 1,5 %
 - c. Pajak-pajak lain sesuai ketentuan yang berlaku.
- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyerahkan bukti setor pajak kepada **PIHAK PERTAMA** bersamaan dengan laporan pertanggungjawaban keuangan atas dana penelitian yang telah diperoleh.

Pasal 14 **Kekayaan Intelektual**

- (1) Hak Kekayaan Intelektual yang dihasilkan dari Pelaksanaan Penelitian diatur dan dikelola sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan.
- (2) Setiap publikasi makalah dan/atau ekspos dalam bentuk apapun yang berkaitan dengan hasil penelitian ini wajib mencantumkan **PIHAK PERTAMA** sebagai pemberi dana.
- (3) Hasil Penelitian berupa peralatan dan/atau peralatan yang dibeli dari kegiatan ini adalah milik negara dan dapat dihibahkan kepada institusi/lembaga melalui Berita Acara Serah Terima (BAST).

Pasal 15 **Keadaan Kahar (force majeure)**

- (1) **PARA PIHAK** dibebaskan dari tanggung jawab atas keterlambatan atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban yang dimaksud dalam kontrak penelitian disebabkan atau diakibatkan oleh kejadian di luar kekuasaan **PARA PIHAK** yang dapat digolongkan sebagai keadaan memaksa (force majeure).

- (2) Peristiwa atau kejadian yang dapat digolongkan keadaan memaksa (force majeure) dalam Kontrak Penelitian ini adalah bencana alam, wabah penyakit, kebakaran, perang, blokade, peledakan, sabotase, revolusi, pemberontakan, huru-hara, serta adanya tindakan pemerintah dalam bidang ekonomi dan moneter yang secara nyata berpengaruh terhadap pelaksanaan Kontrak Penelitian.
- (3) Apabila terjadi keadaan memaksa (force majeure) maka pihak yang mengalami wajib memberitahukan kepada pihak lainnya secara tertulis, selambat-lambatnya dalam waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak terjadinya keadaan memaksa (force majeure), disertai dengan bukti-bukti yang sah dari pihak berwajib dan **PARA PIHAK** dengan etiket baik akan segera membicarakan penyelesaiannya.

Pasal 16
Penyelesaian Perselisihan

Apabila terjadi perselisihan antara **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA** dalam pelaksanaan perjanjian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat, dan apabila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses hukum yang berlaku dengan memilih domisili Hukum di Pengadilan Negeri Semarang.

Pasal 17
Amandemen Kontrak

Apabila terdapat hal lain yang belum diatur atau terjadi perubahan dalam Kontrak Penelitian ini, maka akan dilakukan amandemen Kontrak Penelitian.

Pasal 18
Lain-lain

- (1) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa penelitian dengan judul tersebut di atas belum pernah dibiayai dan/atau diikutsertakan pada Pendanaan Penelitian lainnya, baik yang diselenggarakan oleh instansi, lembaga, perusahaan atau yayasan, baik di dalam maupun di luar negeri.
- (2) Apabila terdapat hal-hal yang belum diatur dalam Kontrak Penelitian ini dan memerlukan pengaturan, maka akan diatur kemudian oleh **PARA PIHAK** melalui amandemen Kontrak Penelitian dan/atau melalui pembuatan perjanjian tersendiri yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Kontrak Penelitian ini.

Pasal 19
Penutup

Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh **PARA PIHAK** pada hari dan tanggal tersebut di atas, dibuat dalam rangkap 3 (tiga) dan bermeterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA	PIHAK KEDUA
	
Dr. Suwito Eko Pramono, M.Pd.	Fafurida, S.E., M.Sc.
NIDN: 0020095812	NIDN: 0016028502



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fafurida, S.E., M.Sc.
NIP : 198502162008122004
Pangkat/Golongan : Penata - III/c
Unit Kerja : Ekonomi Pembangunan - FE
Universitas Negeri Semarang (UNNES)

Dengan ini menyatakan bahwa Penelitian saya berjudul:

“MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH”

yang dibiayai oleh DIPA Deputi Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional melalui DIPA UNNES Nomor: DIPA-023.17.2.677507/2020, tanggal 27 Desember 2019, dengan Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Penelitian Nomor: 17.23.3/UN37/PPK.3.1/2020 tanggal 23 Maret 2020, adalah **bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga/sumber dana lain.**

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke kas negara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 23 Maret 2020

Mengetahui,
Ketua LP2M Unnes

Dr. Suwito Eko Pramono, M.Pd.
NIP. 196410271991021001

Yang menyatakan,
Ketua Pelaksana

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

PROTEKSI ISI LAPORAN AKHIR PENELITIAN

Dilarang menyalin, menyimpan, memperbanyak sebagian atau seluruh isi laporan ini dalam bentuk apapun kecuali oleh peneliti dan pengelola administrasi penelitian

LAPORAN AKHIR PENELITIAN MULTI TAHUN

ID Proposal: 48b9098b-4a4e-4622-93a3-12989a15643b
Laporan Akhir Penelitian: tahun ke-2 dari 2 tahun

1. IDENTITAS PENELITIAN

A. JUDUL PENELITIAN

MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH

B. BIDANG, TEMA, TOPIK, DAN RUMPUN BIDANG ILMU

Bidang Fokus RIRN / Bidang Unggulan Perguruan Tinggi	Tema	Topik (jika ada)	Rumpun Bidang Ilmu
Seni Budaya dan Sosial Humaniora	-	Sosial Humaniora	Ekonomi Pembangunan

C. KATEGORI, SKEMA, SBK, TARGET TKT DAN LAMA PENELITIAN

Kategori (Kompetitif Nasional/ Desentralisasi/ Penugasan)	Skema Penelitian	Strata (Dasar/ Terapan/ Pengembangan)	SBK (Dasar, Terapan, Pengembangan)	Target Akhir TKT	Lama Penelitian (Tahun)
Penelitian Desentralisasi	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	SBK Riset Dasar	SBK Riset Dasar	3	2

2. IDENTITAS PENGUSUL

Nama, Peran	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/ Bagian	Bidang Tugas	ID Sinta	H-Index
FAFURIDA Ketua Pengusul	Universitas Negeri Semarang	Ekonomi Pembangunan		529	1
KARSINAH S.E. Anggota Pengusul 1	Universitas Negeri Semarang	Ekonomi Pembangunan		6089449	0
SHANTY OKTAVILIA S.E., M.Si Anggota Pengusul 2	Universitas Negeri Semarang	Ekonomi Pembangunan		534	2

3. MITRA KERJASAMA PENELITIAN (JIKA ADA)

Pelaksanaan penelitian dapat melibatkan mitra kerjasama, yaitu mitra kerjasama dalam melaksanakan penelitian, mitra sebagai calon pengguna hasil penelitian, atau mitra investor

Mitra	Nama Mitra
-------	------------

4. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Luaran Wajib

Tahun Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian (<i>accepted, published, terdaftar atau granted, atau status lainnya</i>)	Keterangan (<i>url dan nama jurnal, penerbit, url paten, keterangan sejenis lainnya</i>)
2	Publikasi Ilmiah Jurnal Internasional	accepted/published	Journal of Indonesian Economy and Business

Luaran Tambahan

Tahun Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian (<i>accepted, published, terdaftar atau granted, atau status lainnya</i>)	Keterangan (<i>url dan nama jurnal, penerbit, url paten, keterangan sejenis lainnya</i>)
2	Prosiding dalam pertemuan ilmiah Internasional	sudah terbit/sudah dilaksanakan	
2	Buku Hasil Penelitian	sudah terbit	Model Pengembangan Pariwisata
2	Keikutsertaan dalam Seminar Internasional	sudah dilaksanakan	

5. ANGGARAN

Rencana anggaran biaya penelitian mengacu pada PMK yang berlaku dengan besaran minimum dan maksimum sebagaimana diatur pada buku Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Edisi 12.

Total RAB 2 Tahun Rp. 295,775,000

Tahun 1 Total Rp. 0

Tahun 2 Total Rp. 295,775,000

Jenis Pembelanjaan	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Analisis Data	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	OB	2	1,500,000	3,000,000
Analisis Data	HR Pengolah Data	P (penelitian)	3	3,000,000	9,000,000
Analisis Data	Honorarium narasumber	OJ	3	5,000,000	15,000,000
Analisis Data	Uang Harian	OH	24	150,000	3,600,000
Analisis Data	Transport Lokal	OK (kali)	24	150,000	3,600,000
Analisis Data	Biaya konsumsi rapat	OH	24	150,000	3,600,000
Bahan	Barang Persediaan	Unit	10	1,000,000	10,000,000
Bahan	Bahan Penelitian (Habis Pakai)	Unit	35	250,000	8,750,000
Bahan	ATK	Paket	39	300,000	11,700,000
Pelaporan, Luaran	Publikasi artikel di Jurnal	Paket	1	10,000,000	10,000,000

Jenis Pembelanjaan	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Wajib, dan Luaran Tambahan	Internasional				
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Luaran KI (paten, hak cipta dll)	Paket	1	1,000,000	1,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Luaran Iptek lainnya (purwa rupa, TTG dll)	Paket	1	20,000,000	20,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya penyusunan buku termasuk book chapter	Paket	1	8,000,000	8,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	OB	2	1,500,000	3,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya seminar internasional	Paket	2	15,000,000	30,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Publikasi artikel di Jurnal Nasional	Paket	2	2,000,000	4,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Uang harian rapat di dalam kantor	OH	30	150,000	4,500,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya konsumsi rapat	OH	30	150,000	4,500,000
Pengumpulan Data	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	OB	1	1,500,000	1,500,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti	OJ	3	1,500,000	4,500,000
Pengumpulan Data	FGD persiapan penelitian	Paket	4	5,000,000	20,000,000
Pengumpulan Data	Transport	OK (kali)	35	150,000	5,250,000
Pengumpulan Data	Uang harian rapat di luar kantor	OH	35	150,000	5,250,000
Pengumpulan Data	Penginapan	OH	70	300,000	21,000,000
Pengumpulan Data	Biaya konsumsi	OH	70	40,000	2,800,000
Pengumpulan Data	HR Petugas Survei	OH/OR	245	200,000	49,000,000
Sewa Peralatan	Peralatan penelitian	Unit	2	2,612,500	5,225,000
Sewa Peralatan	Transport penelitian	OK (kali)	35	800,000	28,000,000

6. HASIL PENELITIAN

A. RINGKASAN: Tuliskan secara ringkas latar belakang penelitian, tujuan dan tahapan metode penelitian, luaran yang ditargetkan, serta uraian TKT penelitian.

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki multiplier effect tinggi terhadap sektor lain. Pengembangan sektor pariwisata akan memberikan dampak positif

terhadap peningkatan sektor lain seperti sektor perdagangan, hotel dan restoran, perhubungan, jasa-jasa, dll. Dilihat dari jumlah objek wisatanya, Jawa Tengah memiliki jumlah objek wisata paling tinggi diantara provinsi-provinsi lain di Pulau Jawa. Tetapi, walaupun Provinsi Jawa Tengah memiliki jumlah objek wisata paling tinggi, ternyata tidak membuat pendapatan sektor pariwisata Jawa Tengah tertinggi di antara 5 provinsi lainnya. Berdasarkan posisi pendapatan dari sektor pariwisata, Jawa Tengah justru menempati posisi keempat setelah DKI Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Timur. Melihat kondisi data tersebut, menunjukkan bahwa pemanfaatan potensi wisata yang dimiliki oleh Jawa Tengah belum maksimal. Dengan jumlah objek wisata paling tinggi, seharusnya pendapatan sektor pariwisata Jawa Tengah dapat berada diatas pendapatan sektor pariwisata provinsi lain di Pulau Jawa. Melihat kondisi sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah tersebut dirasa sangat perlu upaya percepatan dalam upaya optimalisasi pendapatan pariwisata, agar pengelolaan dan hasil yang diperoleh terhadap objek-objek wisata di Provinsi Jawa Tengah dapat meningkat. Penelitian pada tahun kedua ini memiliki tujuan yaitu Menyusun strategi dan model integrasi pengembangan potensi wisata alam, budaya, keagamaan atau religi, kuliner dan belanja yang terdapat di Jawa Tengah. Adapun analisis yang digunakan adalah dengan pendekatan mix method yaitu menggunakan deskriptif statistik, SWOT dan delphi method.

Hasil penelitian menemukan beberapa strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan tiap jenis wisata diantaranya adalah : 1) Strategi pengembangan wisata alam dapat dilakukan dengan melakukan inovasi produk dan atraksi wisata, perbaikan kualitas jalan menuju daya tarik wisata alam yang rusak, terjal, dan dilengkapi dengan baliho, penunjuk jalan dan penerangan yang memadai untuk memudahkan wisatawan yang berkunjung. Kemudian dapat dilakukan strategi dengan bekerjasama bersama Pemerintah melalui Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah untuk menjalin kerjasama dengan biro perjalanan wisata dan usaha jasa pariwisata lainnya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Jawa Tengah. 2) Strategi pengembangan wisata budaya dapat dilakukan dengan mengadakan acara festival-festival budaya daerah yang nantinya akan menjadi daya tarik wisatawan, memanfaatkan potensi wisata budaya dengan memperhatikan inovasi produk wisata seperti paket-paket wisata budaya, serta melakukan kerjasama antara pemerintah dan swasta. 3) Strategi pengembangan wisata religi meliputi upaya peningkatan promosi wisata religi melalui media massa maupun media sosial, perlu adanya kerjasama dengan investor dalam pengembangan wisata religi, mengoptimalkan tingkat kebersihan daya tarik wisata religi agar memberikan rasa nyaman kepada wisatawan. 4) Strategi pengembangan wisata belanja, diantaranya adalah dengan meningkatkan inovasi baru pada daya tarik wisata belanja, memperbaiki dan menambah komponen penunjang wisata untuk memudahkan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata, melakukan kerjasama dalam kegiatan pameran, event, bazar yang mendukung pengembangan wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah. 5) Strategi pengembangan wisata kuliner dapat dilakukan dengan mengoptimalkan potensi dan keunikan yang ada pada wisata kuliner, mengembangkan kawasan sentra kuliner yang memberikan multiplier effect bagi masyarakat, menambah dan memperbaiki komponen penunjang wisata kuliner seperti ketersediaan toilet, tempat khusus disabilitas, area parkir, spot foto, mushola dan menambah kesediaan transportasi umum yang memudahkan wisatawan, meningkatkan promosi wisata kuliner untuk meningkatkan minat wisatawan pada daya tarik wisata kuliner melalui media sosial maupun media massa, bekerja sama dengan 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.

Model integrasi pengembangan wisata Jawa Tengah dapat dilakukan dengan triple helix, dimana kerjasama antara pemerintah, swasta dan masyarakat dapat dilakukan. Wisata alam, budaya, religi dan belanja dapat menjadi daya tarik utama wisatawan, karena jenis wisata tersebut mampu menarik datangnya wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Sedangkan wisata kuliner merupakan jenis wisata pendukung yang melengkapi keempat jenis wisata yang lain. Dalam pengembangan berbagai jenis wisata dilakukan dengan memaksimalkan peran pemerintah, swasta dan masyarakat. Swasta atau

dalam hal ini adalah investor baik dalam negeri maupun luar negeri yang berperan dalam melakukan Penanaman Modal Asing (PMA) ataupun Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN). Pemerintah memiliki beberapa peran diantaranya adalah sebagai pengambil kebijakan, penyusun perencanaan pembangunan dan sebagai salah satu pelaku pembangunan. Adapun unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata diantaranya adalah 1) daya tarik yang menjadi magnet utama untuk mendatangkan wisatawan, 2) aksesibilitas, kemudahan akses untuk mencapai lokasi daya tarik, 3) fasilitas, kelengkapan berbagai macam fasilitas yang mendukung kenyamanan pengunjung pada lokasi daya tarik dan, 4) akomodasi, berbagai macam pelayanan yang diberikan agar wisatawan dapat tinggal lama di daerah lokasi daya tarik. Jika seluruh unsur utama pengembangan wisata telah terpenuhi, maka langkah penting selanjutnya adalah promosi. Promosi ini akan menentukan seberapa kunjungan wisatawan pada daya tarik yang disediakan. Kegiatan promosi dapat dilakukan oleh berbagai pihak, diantaranya adalah 1) Pemerintah, dimana pemerintah memiliki slogan pariwisata yang dapat disosialisasikan melalui media massa maupun media sosial, 2) agen wisata, dapat memberikan penawaran paket-paket wisata yang menarik, dan 3) masyarakat, dimasa banyaknya penggunaan media sosial seperti saat ini, peran masyarakat untuk ikut mempromosikan daya tarik wisata yang ada di daerah maupun nasional sangat membantu bagi promosi wisata lokal. Jika kolaborasi dari perencanaan, pembangunan hingga promosi ini dapat dilakukan, harapannya pariwisata Jawa Tengah akan selalu meningkat. Beberapa luaran yang ditargetkan dari penelitian ini sudah dapat direalisasikan, yaitu dengan telah diterbitkannya artikel publikasi pada empat jurnal internasional bereputasi, dideseminasikan pada international conference, satu artikel diterima pada jurnal nasional terakreditasi peringkat Sinta 2, model pengembangan wisata, serta output berupa buku ajar yang telah mendapatkan HKI.

B. KATA KUNCI: Tuliskan maksimal 5 kata kunci.

model; pengembangan; pariwisata; optimalisasi; Jawa Tengah

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/modifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian dapat berupa data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

C. **HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN:** Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian dapat berupa data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/memodifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

1.1 Strategi Pengembangan Wisata Alam

Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan *key person*, dapat disusun kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah sebagai berikut:

1. Kekuatan
 - a. Besarnya potensi wisata alam di Jawa Tengah
 - b. Wisata alam di Jawa Tengah memiliki lokasi strategis
 - c. Harga tiket terjangkau oleh wisatawan
 - d. Area parkir luas dan teduh
 - e. Keramahan masyarakat sekitar terhadap pengunjung
 - f. Wisata alam di Jawa Tengah memiliki tempat kuliner
 - g. Lokasi wisata berdekatan dengan tempat oleh – oleh sebagai tempat belanja
2. Kelemahan
 - a. Kurangnya promosi daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah
 - b. Kurangnya tenaga kerja profesional (ahli dalam bidang wisata)
 - c. Program pengembangan yang masih sederhana
 - d. Alokasi anggaran pengelolaan yang terbatas
 - e. Kurangnya keamanan di sekitar lokasi wisata
 - f. Kurangnya kebersihan di sekitar lokasi wisata
 - g. Sektor pariwisata pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan
3. Peluang
 - a. Tingkat investasi yang tinggi pada sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah
 - b. Otonomi daerah berdampak pada keleluasaan pengembangan dan promosi wisata
 - c. Inovasi produk dan atraksi wisata
 - d. Aksesibilitas mudah dan terjangkau
 - e. Kerjasama dengan OPD dan pihak swasta dalam pengembangan wisata alam
4. Ancaman
 - a. Perkembangan jumlah wisata alam yang semakin meningkat menyebabkan daya saingnya semakin besar
 - b. Jarak antar daya tarik wisata alam cenderung berjauhan satu dengan yang lain
 - c. Kurangnya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata alam yang terletak jauh dari pusat Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah.
 - d. Kesadaran wisatawan dalam menjaga lingkungan sekitar wisata alam yang rendah
 - e. Kerusakan lingkungan sebagai akibat dari perkembangan daya tarik wisata alam yang tinggi

1.1.1 Pembobotan Faktor Strategis Internal dan Faktor Strategis Eksternal

Pemberian bobot dalam analisis SWOT dilakukan dengan membandingkan tingkat kepentingan antara satu kriteria dengan kriteria lainnya oleh *keypersons*. Hasil dari rata – rata pembobotan akan dikalikan dengan rata – rata rating yang telah diisi oleh *keypersons* sehingga diketahui faktor strategis internal dan eksternal Daya Tarik Wisata Alam di Provinsi Jawa Tengah.

Pada Tabel 1 diketahui bahwa faktor kekuatan daya tarik wisata alam di di Provinsi Jawa Tengah terdiri atas tujuh kriteria. Untuk mengetahui kriteria kekuatan yang paling berpengaruh terhadap daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah maka dilakukan rata – rata pada setiap kriteria sehingga dapat diidentifikasi kriteria kekuatan dengan nilai tertinggi. Hasil pembobotan yang telah dilakukan dapat diketahui melalui Tabel 1.

Tabel 1
Pembobotan Faktor Kekuatan Wisata Alam Jawa Tengah

No	Kriteria	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata - Rata
1	Besarnya potensi wisata alam di Jawa Tengah	0,08	0,09	0,08	0,06	0,07	0,38	0,08
2	Wisata alam di Jawa Tengah memiliki lokasi strategis	0,07	0,10	0,08	0,06	0,08	0,39	0,08
3	Harga tiket terjangkau oleh wisatawan	0,05	0,09	0,04	0,06	0,08	0,33	0,07
4	Area parkir luas dan teduh	0,06	0,09	0,04	0,06	0,08	0,33	0,07
5	Keramahan masyarakat sekitar terhadap pengunjung	0,06	0,09	0,08	0,06	0,08	0,37	0,07
6	Wisata alam di Jawa Tengah memiliki tempat kuliner	0,05	0,09	0,05	0,06	0,10	0,35	0,07
7	Lokasi wisata berdekatan dengan tempat oleh – oleh	0,06	0,09	0,05	0,06	0,08	0,34	0,07

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2020

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, kriteria faktor kekuatan yang memperoleh hasil rata – rata pembobotan paling tinggi ialah lokasi strategis pada daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah dan potensi wisata alam yang besar di Provinsi Jawa Tengah telah dimanfaatkan, yang mana keduanya bernilai 0,08. Hal tersebut berarti kedua kriteria tersebut merupakan kekuatan utama sehingga perlu dimanfaatkan secara optimal untuk pengembangan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah.

Kriteria kekuatan lainnya memiliki nilai rata – rata yang sama yaitu 0,07 meliputi kriteria keramahan masyarakat disekitar daya tarik wisata alam terhadap pengunjung, wisata alam di Jawa Tengah memiliki tempat kuliner, lokasi daya tarik wisata alam berdekatan dengan tempat oleh - oleh, daya tarik wisata alam memiliki area parkir luas dan teduh, dan harga tiket yang ditawarkan pada daya tarik wisata alam di Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan. Kriteria dengan nilai rata – rata pembobotan 0,07 lebih rendah daripada 0,08 sehingga kriteria tersebut memerlukan perlakuan untuk dapat mendukung pengembangan daya tarik wisata alam.

Hasil pembobotan pada faktor kelemahan yang mempengaruhi pengembangan daya tarik wisata di Provinsi Jawa Tengah dapat diketahui melalui Tabel 2.

Tabel 2
Pembobotan Faktor Kelemahan Wisata Alam Jawa Tengah

No	Kriteria	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata - Rata
1	Kurangnya promosi daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah	0,09	0,06	0,09	0,06	0,04	0,34	0,07
2	Kurangnya tenaga kerja profesional (ahli dalam bidang wisata)	0,07	0,06	0,08	0,09	0,04	0,34	0,07
3	Program pengembangan yang masih sederhana	0,10	0,06	0,09	0,08	0,08	0,40	0,08
4	Anggaran pengelolaan yang terbatas	0,10	0,05	0,09	0,09	0,08	0,39	0,08
5	Kurangnya keamanan di sekitar lokasi wisata	0,07	0,04	0,08	0,09	0,04	0,32	0,06

No	Kriteria	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata - Rata
6	Kurangnya kebersihan disekitar lokasi wisata	0,06	0,04	0,09	0,09	0,08	0,35	0,07
7	Sektor pariwisata pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan	0,09	0,04	0,07	0,09	0,08	0,37	0,07

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2020

Menurut data pada Tabel 2 diketahui terdapat 7 kriteria dalam faktor kelemahan pengembangan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah. Kriteria kelemahan yang memiliki nilai tertinggi ialah program pengembangan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah yang masih sederhana dan alokasi anggaran yang terbatas untuk pengelolaan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah yang mana keduanya memiliki nilai rata - rata bobot sebesar 0,08. Hal ini menunjukkan bahwa kedua kriteria tersebut merupakan kelemahan terbesar yang harus diminimalisir kondisinya dan harus segera ditindak lanjuti sehingga dapat tercipta kemajuan pada daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah.

Kriteria kelemahan pada urutan selanjutnya ialah kriteria sektor pariwisata pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan, disusul rendahnya tingkat kebersihan pada daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah, kurangnya tenaga kerja professional (ahli dalam bidangnya) pada daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah, kurangnya promosi daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah yang mana keempat kriteria tersebut memiliki nilai rata - rata 0,07.

Kriteria kelemahan dengan nilai terendah yaitu kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki rata – rata bernilai 0,06, artinya bahwa kriteria tersebut kurang berpengaruh terhadap kelemahan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah. Keamanan disekitar lokasi wisata merupakan tanggung jawab masyarakat sekitar dan instansi terkait sehingga diperlukan himbuan bagi masyarakat untuk ikut menjaga kemandirian disekitar lokasi wisata.

Faktor kekuatan dan kelemahan dalam penelitian ini termasuk dalam Faktor Strategis Internal atau disingkat dengan IFE. Kriteria dalam faktor – faktor tersebut disusun berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti dalam wawancara dengan Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah untuk memperoleh faktor – faktor wisata alam di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 3
Pembobotan Faktor Peluang Wisata Alam Jawa Tengah

No	Kriteria	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata - Rata
1	Tingkat investasi yang tinggi pada sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah	0,09	0,11	0,07	0,09	0,10	0,46	0,09
2	Otonomi daerah berdampak pada keleluasaan pengembangan dan promosi wisata	0,11	0,11	0,06	0,09	0,11	0,49	0,10
3	Inovasi produk dan atraksi wisata	0,14	0,13	0,11	0,09	0,08	0,56	0,11
4	Aksesibilitas mudah dan terjangkau	0,10	0,14	0,11	0,10	0,08	0,53	0,11
5	Kerjasama dengan OPD terkait dan pihak swasta dalam pengembangan wisata alam	0,13	0,12	0,11	0,09	0,10	0,55	0,11

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2020

Faktor peluang dalam penelitian ini terdiri atas 5 kriteria yang ditunjukkan pada Tabel 3. Menurut hasil pembobotan yang diperoleh, terdapat 3 kriteria tertinggi yang masing - masing bernilai 0,11 yaitu kriteria Inovasi

produk dan atraksi wisata, kerjasama dengan OPD terkait dan pihak swasta dalam pengembangan wisata alam, dan aksesibilitas mudah dan terjangkau. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga kriteria tersebut merupakan peluang terbesar sehingga perlu dimanfaatkan secara maksimal untuk pengembangan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah.

Kemudian kriteria otonomi daerah berdampak pada keleluasaan pengembangan dan promosi wisata memiliki nilai 0,10 dan terakhir ialah kriteria faktor peluang dengan bobot terendah bernilai 0,09 yaitu tingkat investasi yang tinggi pada sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 4
Pembobotan Faktor Ancaman Wisata Alam Jawa Tengah

No	Kriteria	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata - Rata
1	Perkembangan jumlah wisata alam yang semakin meningkat menyebabkan daya saingnya semakin besar	0,10	0,10	0,11	0,11	0,13	0,55	0,11
2	Jarak antar daya tarik wisata alam cenderung berjauhan satu dengan lain	0,05	0,10	0,11	0,11	0,14	0,51	0,10
3	Kurangnya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata alam yang terletak jauh dari pusat Kabupaten/Kota	0,05	0,07	0,11	0,11	0,09	0,43	0,09
4	Kesadaran wisatawan dalam menjaga lingkungan sekitar wisata alam yang rendah	0,11	0,06	0,11	0,11	0,08	0,47	0,09
5	Kerusakan lingkungan sebagai akibat dari perkembangan daya tarik wisata alam yang tinggi	0,11	0,05	0,11	0,09	0,08	0,45	0,09

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2020

Tabel 4 menunjukkan perhitungan pembobotan pada faktor ancaman yang terdiri atas 5 kriteria. Menurut hasil penelitian, kriteria ancaman yang memiliki rata – rata nilai bobot tertinggi ialah perkembangan jumlah wisata alam yang semakin meningkat menyebabkan daya saingnya semakin besar dengan nilai 0,11. Hal itu menunjukkan bahwa kriteria daya saing merupakan ancaman terbesar diantara kriteria ancaman lainnya sehingga perlu diperhatikan dan segera diatasi untuk dapat mendukung pengembangan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah.

Kriteria dengan rata – rata bobot tertinggi selanjutnya dengan nilai 0,10 yaitu Jarak antar daya tarik wisata alam cenderung berjauhan satu dengan yang lain. Tiga kriteria lainnya memiliki nilai rata – rata bobot yang sama sebesar 0,09 yaitu berturut – turut kesadaran wisatawan dalam menjaga lingkungan sekitar wisata alam yang rendah, kerusakan lingkungan sebagai akibat dari perkembangan daya tarik wisata alam yang tinggi, dan kurangnya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata alam yang terletak jauh dari pusat Kabupaten/Kota.

Faktor peluang dan ancaman dalam penelitian ini termasuk dalam Faktor Strategis Eksternal atau disingkat dengan EFE. Kriteria yang terdapat dalam faktor – faktor tersebut disusun berdasarkan analisis hasil wawancara bersama *key persons*.

1.1.2 Peratingan Faktor Strategis Internal dan Faktor Strategis Eksternal

Peratingan dilakukan tidak jauh berbeda dengan pembobotan, yaitu semua *key persons* yang telah ditentukan akan mengisi instrument penelitian yang memuat faktor – faktor internal dan eksternal daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah. Dalam peratingan, *key persons* akan memilih nilai yang sesuai dengan kondisi masing – masing kriteria di Jawa Tengah menurut instansi mereka.

Tabel 5
Peratingan Faktor Kekuatan Wisata Alam Jawa Tengah

No	Kriteria	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata - Rata
1	Besarnya potensi wisata alam di Jawa Tengah	4	4	4	4	4	20	4
2	Wisata alam di Jawa Tengah memiliki lokasi strategis	3	3	4	4	4	18	3,6
3	Harga tiket terjangkau oleh wisatawan	4	4	4	4	4	20	4
4	Area parkir luas dan teduh	4	3	3	4	3	17	3,4
5	Keramahan masyarakat sekitar terhadap pengunjung	4	4	4	4	4	20	4
6	Wisata alam di Jawa Tengah memiliki tempat kuliner	3	3	3	4	3	16	3.2
7	Lokasi wisata berdekatan dengan tempat oleh - oleh sebagai tempat belanja	3	3	3	4	3	16	3.2

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2020

Menurut Tabel 5 diketahui bahwa faktor kekuatan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah terdiri atas 7 kriteria. Dalam hal ini terdapat beberapa kriteria yang dinilai paling berpengaruh dalam pengembangan daya tarik wisata alam yang ditunjukkan dengan nilai rata – rata rating tertinggi dibanding lainnya. Untuk mengetahui nilai rata – rata dari kriteria maka akan dilakukan penjumlahan terhadap rating masing - masing kriteria yang telah diisi oleh *keypersons*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka diketahui bahwa terdapat 3 kriteria dengan rata – rata rating tertinggi yang bernilai 4 yang mana berarti ke-5 responden berpendapat bahwa ketiga kriteria tersebut merupakan kekuatan terbesar yang dimiliki oleh daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah dibandingkan dengan kriteria lainnya. Ketiga kriteria tersebut ialah kriteria besarnya potensi wisata alam di Jawa Tengah, harga tiket terjangkau oleh wisatawan, dan keramahan masyarakat sekitar terhadap pengunjung. Ketiga kriteria kekuatan tersebut dapat mendukung pengembangan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah apabila dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh pembuat kebijakan.

Kemudian kriteria dengan nilai rata – rata rating tertinggi kedua ialah wisata alam di Jawa Tengah memiliki lokasi strategis dengan nilai 3,6. Selanjutnya, kriteria area parkir luas dan teduh merupakan kriteria dengan nilai rata – rata rating terbesar ketiga yaitu dengan nilai 3,4. Terakhir, dua kriteria memiliki rata – rata rating yang sama bernilai 3,2 wisata alam di Jawa Tengah memiliki tempat kuliner dan lokasi wisata berdekatan dengan tempat oleh - oleh sebagai tempat belanja. Kriteria kekuatan dengan nilai rata – rata rating paling kecil tersebut perlu untuk ditingkatkan seperti penyediaan tempat kuliner dan pusat oleh – oleh terdekat di lokasi wisata sehingga dapat mendukung pengembangan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 6
Peratingan Faktor Kelemahan Wisata Alam Jawa Tengah

No	Kriteria	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata - Rata
1	Kurangnya promosi daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah	2	2	2	2	2	10	2
2	Kurangnya tenaga kerja profesional (ahli dalam bidang wisata)	1	1	1	1	1	5	1
3	Program pengembangan yang masih sederhana	2	1	1	2	1	7	1,4
4	Alokasi anggaran pengelolaan yang terbatas	2	1	1	1	2	7	1,4
5	Kurangnya tingkat keamanan di sekitar lokasi wisata	2	2	1	1	2	8	1,6

6	Kurangnya kebersihan disekitar lokasi wisata	2	1	1	1	1	6	1,2
7	Sektor pariwisata pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan	2	1	1	1	1	6	1,2

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2020

Pada Tabel 6 diketahui bahwa faktor kelemahan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah terdiri atas 7 kriteria. Menurut hasil penelitian yang dilakukan, kriteria kelemahan kurangnya tenaga kerja profesional (ahli dalam bidang wisata) merupakan kriteria dengan nilai rata – rata rating 1, artinya ialah kriteria tersebut merupakan kelemahan terbesar wisata alam di Provinsi Jawa Tengah dibandingkan dengan kriteria kelemahan lainnya sehingga yang penting untuk segera diatasi. Kemudian disusul oleh kriteria kurangnya kebersihan disekitar lokasi wisata dan kriteria sektor pariwisata pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan yang mana keduanya bernilai 1,2. Selanjutnya, program pengembangan yang masih sederhana dan alokasi anggaran pengelolaan yang terbatas merupakan kriteria kelemahan dengan nilai rata – rata sebesar 1,4. Kurangnya tingkat keamanan di sekitar lokasi wisata merupakan kriteria dengan nilai rata – rata rating sebesar 1,6. Terakhir, kriteria kelemahan kurangnya promosi daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah bernilai 2, artinya ialah kriteria tersebut merupakan kelemahan minor dibandingkan dengan kriteria lainnya atau tidak memiliki pengaruh besar terhadap kelemahan daya tarik wisata alam di Jawa Tengah.

Tabel 7
Peratingan Faktor Peluang Wisata Alam Jawa Tengah

No	Kriteria	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata - Rata
1	Tingkat investasi yang tinggi pada sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah	4	4	4	3	3	18	3,6
2	Otonomi daerah berdampak pada keleluasaan pengembangan dan promosi wisata	4	4	3	3	4	18	3,6
3	Inovasi produk dan atraksi wisata	3	3	4	4	4	18	3,6
4	Aksesibilitas mudah dan terjangkau	2	2	3	3	3	13	2,6
5	Kerjasama dengan OPD terkait dan pihak swasta dalam pengembangan wisata alam	2	3	4	4	4	17	3,4

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2020

Pada Tabel 7 diketahui bahwa faktor peluang daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah memiliki lima kriteria, dari semua kriteria tersebut nilai rata – rata peluang ke empat kriteria berada diatas 3 yang artinya ialah Pemerintah Provinsi Jawa Tengah merespon dengan baik setiap peluang yang ada untuk meningkatkan pengembangan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah. Empat kriteria dengan nilai rata – rata baik itu ialah tingkat investasi yang tinggi pada sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah, otonomi daerah berdampak pada keleluasaan pengembangan dan promosi wisata, inovasi produk dan atraksi wisata yang mana semuanya bernilai 3,6 sedangkan 1 kriteria bernilai 3,4 yaitu kerjasama dengan OPD terkait dan pihak swasta dalam pengembangan wisata alam.

Kriteria aksesibilitas mudah dan terjangkau memiliki nilai 2,6 yang berarti bahwa respon Pemerintah Provinsi Jawa Tengah terhadap kemudahan aksesibilitas kurang maksimal, hal tersebut dikarenakan Provinsi Jawa Tengah masih memiliki keterbatasan dalam meningkatkan sarana di setiap pintu masuk wisatawan baik melalui bandara, pelabuhan, dan stasiun. Di sisi lain, untuk mengatasi hal tersebut, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah berupaya meningkatkan peluang kunjungan wisatawan yang melalui pintu masuk dari Provinsi D.I Yogyakarta dengan memperbaiki sarana jalan raya menuju Jawa Tengah baik dengan perbaikan jalan raya, pemasangan rambu lalu lintas, dan penerangan jalan yang memadai, selain itu pemerintah juga meningkatkan kuantitas dan kualitas pada daya tarik wisata alam yang berdekatan dengan D.I Yogyakarta.

Tabel 8
Peratingan Faktor Ancaman Wisata Alam Jawa Tengah

No	Kriteria	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata - Rata
1	Perkembangan jumlah wisata alam yang semakin meningkat menyebabkan daya saingnya semakin besar	1	3	4	2	2	12	2,4
2	Jarak antar daya tarik wisata alam cenderung berjauhan satu dengan yang lain	2	3	4	2	1	12	2,4
3	Kurangnya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata alam yang terletak jauh dari pusat Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah.	2	3	3	2	4	14	2,8
4	Kesadaran wisatawan dalam menjaga lingkungan sekitar wisata alam yang rendah	2	3	3	1	4	13	2,6
5	Kerusakan lingkungan sebagai akibat dari perkembangan daya tarik wisata alam yang tinggi	2	3	3	1	1	10	2

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2020

Pada Tabel 8 diketahui bahwa faktor ancaman terdiri atas 5 kriteria dengan nilai rata – rata rating pada semua kriteria di kisaran 2, yang berarti bahwa ancaman terhadap daya tarik wisata alam Provinsi Jawa Tengah tergolong rendah. Kriteria dengan rata – rata nilai rating paling rendah yaitu 2 ialah kerusakan lingkungan sebagai akibat dari perkembangan daya tarik wisata alam yang tinggi, yang berarti ancaman tersebut berpengaruh paling rendah terhadap daya tarik wisata alam dibanding kriteria lainnya. Kemudian terdapat dua kriteria dengan nilai 2,4 yaitu wisata alam yang semakin meningkat menyebabkan daya saingnya semakin besar dan jarak antar daya tarik wisata alam cenderung berjauhan satu dengan yang lain. Selanjutnya kriteria dengan nilai rata – rata rating 2,6 yaitu kesadaran wisatawan dalam menjaga lingkungan sekitar wisata alam yang rendah.

Kriteria dengan nilai rata – rata rating tertinggi yaitu 2,8 yang berarti kriteria ancaman ini paling berpengaruh bagi daya tarik wisata alam Jawa Tengah, yaitu kriteria kurangnya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata alam yang terletak jauh dari pusat Kabupaten/Kota Jawa Tengah. Kondisi ini juga dibenarkan oleh Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Tengah dan Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah dimana saat ini sarana transportasi umum yang menjangkau sampai pada tempat wisata secara langsung masih sangat sedikit dan jika ada didominasi oleh DTW Provinsi sehingga transportasi umum yang langsung menuju daya tarik wisata alam di masing – masing Kabupaten/ Kota belum tersedia.

1.1.3 Faktor Strategi Internal dan Eksternal Daya Tarik Wisata Alam di Provinsi Jawa Tengah

Dalam menentukan strategi pengembangan daya tarik wisata alam dengan analisis SWOT, maka diperlukan untuk mengidentifikasi faktor strategi internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor strategi eksternal (peluang dan ancaman). Berikut hasil perhitungan faktor strategi internal dan eksternal :

Tabel 9
Perhitungan Faktor Strategi Internal Wisata Alam Jawa Tengah

Faktor Strategis Internal		Bobot	Rating	Skor
A	Kekuatan: Besarnya potensi wisata alam di Jawa Tengah	0,08	4	0,31
B	Wisata alam Jawa Tengah memiliki lokasi strategis	0,08	3,6	0,28
C	Harga tiket terjangkau oleh wisatawan	0,07	4	0,26
D	Area parkir luas dan teduh	0,07	3,4	0,23

Faktor Strategis Internal		Bobot	Rating	Skor
E	Keramahan masyarakat terhadap pengunjung	0,07	4	0,30
F	Wisata alam Jawa Tengah memiliki tempat kuliner	0,07	3,2	0,22
G	Lokasi wisata berdekatan dengan tempat oleh - oleh sebagai tempat belanja	0,07	3,2	0,22
JUMLAH SKOR KEKUATAN				1,81
H	Kelemahan: Kurang promosi daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah	0,07	2	0,13
I	Kurangnya tenaga kerja profesional (ahli dalam bidang wisata)	0,07	1	0,07
J	Program pengembangan yang masih sederhana	0,08	1,4	0,11
K	Alokasi anggaran pengelolaan yang terbatas	0,08	1,4	0,11
L	Kurangnya tingkat keamanan sekitar lokasi wisata	0,06	1,6	0,10
M	Kurangnya kebersihan disekitar lokasi wisata	0,07	1,2	0,08
N	Sektor pariwisata pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan	0,07	1,2	0,09
JUMLAH SKOR KELEMAHAN				0,70

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2020

Pada Tabel 9 diketahui hasil dari skor kekuatan dan kelemahan yang mana keduanya adalah faktor strategis internal daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah. Untuk memperoleh skor dilakukan perkalian antara hasil rata – rata bobot dengan hasil rata – rata rating pada masing – masing kriteria. Jumlah skor kekuatan yang diperoleh dari faktor strategi internal ialah 1,81 dan jumlah skor kelemahan sebesar 0,70.

Tabel 10
Perhitungan Faktor Strategi Eksternal Wisata Alam Jawa Tengah

Faktor Strategis Eksternal		Bobot	Rating	Skor
A	Peluang : Tingkat investasi yang tinggi pada sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah	0.09	3.6	0.33
B	Otonomi daerah berdampak pada keleluasaan pengembangan dan promosi wisata	0.10	3.6	0.35
C	Inovasi produk dan atraksi wisata	0.11	3.6	0.40
D	Aksesibilitas mudah dan terjangkau	0.11	2.6	0.27
E	Kerjasama dengan OPD terkait dan pihak swasta dalam pengembangan wisata alam	0.11	3.4	0.37
JUMLAH SKOR PELUANG				1.73
F	Ancaman : Perkembangan jumlah wisata alam yang semakin meningkat menyebabkan daya saingnya semakin besar	0.11	2.4	0.26
G	Jarak antar daya tarik wisata alam cenderung berjauhan satu dengan yang lain	0.10	2.4	0.24
H	Kurangnya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata alam yang terletak jauh dari pusat Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah.	0.09	2.8	0.24

Faktor Strategis Eksternal		Bobot	Rating	Skor
I	Kesadaran wisatawan dalam menjaga lingkungan sekitar wisata alam yang rendah	0.09	2.6	0.25
J	Kerusakan lingkungan sebagai akibat dari perkembangan daya tarik wisata alam yang tinggi	0.09	2	0.18
JUMLAH SKOR ANCAMAN				1.18

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2020

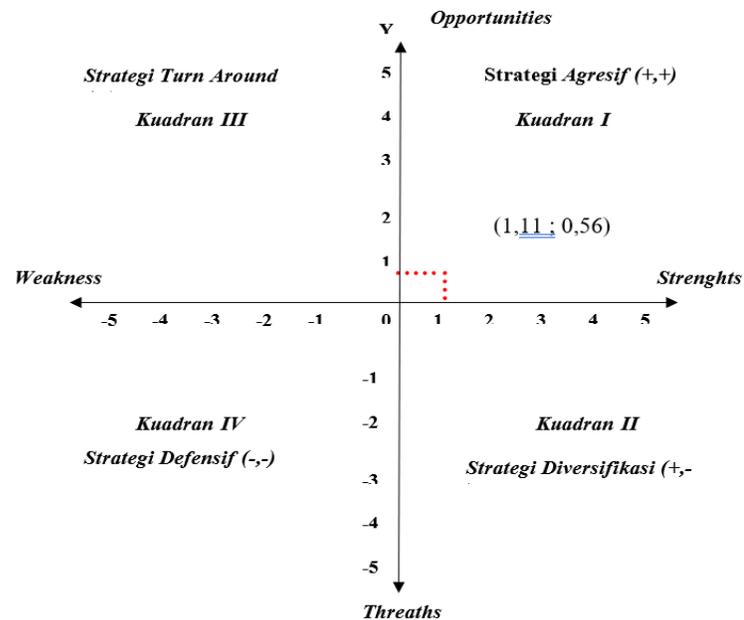
Tabel 10 menunjukkan hasil skor pada faktor strategis eksternal daya tarik wisata alam di Jawa Tengah, yaitu faktor peluang dan ancaman. Jumlah skor yang diperoleh pada faktor peluang yaitu 1,73 dan jumlah skor pada faktor ancaman adalah 1.18.

Menurut rekapitulasi perhitungan pada Tabel 4.49 dan 4.50 diketahui bahwa nilai faktor internal adalah positif, hal tersebut menunjukkan faktor kekuatan daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah masih dominan dibandingkan dengan faktor kelemahannya. Hal serupa juga terjadi pada hasil faktor peluang dan ancaman, dimana nilai faktor peluang lebih besar daripada faktor ancaman. Berdasarkan hasil perhitungan pada masing – masing faktor hingga menghasilkan nilai akhir atau skor dari faktor kekuatan - kelemahan dan faktor peluang - ancaman daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah maka dapat dilakukan perhitungan untuk memperoleh nilai dari faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Faktor Internal} &= \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan} \\ &= 1,81 - 0,70 = 1,11 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Faktor Eksternal} &= \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman} \\ &= 1,73 - 1,18 = 0,56 \end{aligned}$$

Nilai akhir faktor internal dan faktor eksternal diatas selanjutnya akan digunakan untuk menentukan posisi kuadran dari melalui *Matrix Grand Strategy* pada gambar dibawah



Gambar 1 Matrix Grand Strategy DTWA Provinsi Jawa Tengah

Sumber: Data diolah 2020

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa titik potong (1,11 ; 0,56) berada pada Kuadran 1, yang berarti diperlukan strategi yang diperlukan yaitu secara agresif dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang secara bersama – sama untuk dapat berkembang lebih baik.

Kekuatan yang dimiliki oleh daya tarik wisata alam di Jawa Tengah seperti lokasi yang strategis; area parkir luas; dan keramahan masyarakat kepada pengunjung, sedangkan peluang yang dimiliki seperti inovasi produk dan atraksi wisata; aksesibilitas mudah; serta kerjasama dengan OPD terkait dalam pengembangan. Mengingat sektor pariwisata adalah sektor strategis dan dapat member manfaat pada banyak sektor pendukungnya, maka seluruh faktor tersebut diharapkan dapat dioptimalkan pemanfaatannya sehingga tercipta pengembangan terutama pada daya tarik wisata alam yang lebih baik dan dapat meningkatkan pertumbuhannya baik secara kuantitas dan kualitas.

1.1.4 Hasil Analisis Matriks SWOT Daya Tarik Wisata Alam Jawa Tengah

Setelah mengetahui posisi daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah berada pada Kuadran 1, maka strategi yang digunakan adalah secara agresif terhadap pemanfaatan faktor kekuatan dan peluang secara bersama – sama. Untuk dapat memahami lebih rinci, maka hasil analisis SWOT dapat diuraikan kedalam matriks SWOT yang berisi kombinasi strategi antara faktor kekuatan dan peluang, kombinasi faktor kelemahan dan peluang, kombinasi faktor kekuatan dan ancaman, dan kombinasi faktor ancaman dan kelemahan.

Tabel 11
Matriks SWOT Wisata Alam di Provinsi Jawa tengah

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Kekuatan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Besarnya potensi wisata alam di Jawa Tengah 2. Wisata alam di Jawa Tengah memiliki lokasi strategis 3. Harga tiket terjangkau oleh wisatawan 4. Area parkir luas dan teduh 5. Keramahan masyarakat terhadap pengunjung 6. Wisata alam di Jawa Tengah memiliki kuliner 7. Lokasi wisata berdekatan dengan tempat oleh-oleh sebagai tempat belanja 	<p>Kelemahan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah 2. Kurangnya tenaga kerja profesional (ahli dalam bidang wisata) 3. Program pengembangan yang masih sederhana 4. Alokasi anggaran pengelolaan yang terbatas 5. Kurangnya tingkat keamanan sekitar lokasi wisata 6. Kurangnya kebersihan disekitar lokasi wisata 7. Sektor pariwisata pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan
<p>Peluang :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat investasi yang tinggi pada sektor pariwisata di Provinsi Jawa Tengah 2. Otonomi daerah berdampak pada keleluasaan pengembangan dan promosi wisata 3. Inovasi produk dan atraksi wisata 4. Aksesibilitas mudah dan terjangkau 5. Kerjasama dengan OPD terkait dan pihak swasta dalam pengembangan wisata alam 	<p>Strategi SO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata alam di Provinsi Jawa Tengah memiliki lokasi yang strategis dan didukung dengan aksesibilitas mudah terlebih lagi dengan adanya jalan tol Trans Jawa juga berpengaruh terhadap cepatnya waktu tempuh bagi wisatawan yang menggunakan kendaraan darat, oleh karenanya diperlukan baliho, penunjuk jalan dan penerangan yang memadai untuk memudahkan wisatawan yang berkunjung. 2. Besarnya potensi wisata alam di Jawa Tengah dapat diketahui dari jumlahnya yang mencapai 210 daya tarik wisata alam, hal tersebut dapat mendatangkan banyak wisatawan melalui inovasi produk dan atraksi wisata serta perbaikan dari segala bidang dengan memanfaatkan investasi yang tinggi di sektor pariwisata. 3. Secara umum, daya tarik wisata alam di Provinsi Jawa Tengah masih terjangkau untuk dikunjungi wisatawan karena memiliki aksesibilitas mudah dan didukung dengan harga tiketnya terjangkau, oleh karenanya diperlukan kerjasama antara OPD terkait bersama pihak swasta untuk dapat mengembangkan wisata alam seperti menambah fasilitas dan atraksi wisata yang menarik sehingga wisatawan nyaman berwisata di Jawa Tengah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan adanya otonomi daerah, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dapat mengenalkan potensi daya tarik wisata alam dengan memaksimalkan promosi berbasis teknologi yang memanfaatkan sosial media (Instagram, twitter, blogger, dan facebook) dan juga mengajak anggota Genpi (Generasi Pesona Indonesia) di masing – masing Kabupaten untuk lebih mengenalkan wisata alam Jawa Tengah. 2. Pemerintah dan pengelola daya tarik wisata alam menghimbau dan mengajak wisatawan dalam menjaga kebersihan lokasi wisata dan juga lingkungan sekitar. Pemerintah juga dapat bekerjasama dengan OPD terkait untuk pengadaan fasilitas umum penunjang wisata seperti tempat sampah, mushola, penerangan dan petunjuk arah di lokasi wisata. 3. Pemerintah mengajukan penambahan alokasi sumber dana pengembangan wisata alam atau dapat memanfaatkan investasi yang ada untuk membentuk program pengembangan yang lebih baik seperti dengan menambah atraksi wisata di daya tarik wisata alam. 4. Pemerintah mengajak masyarakat untuk bersikap “memiliki bersama” terhadap daya tarik wisata alam yang ada di dekat tempat tinggal mereka sehingga dapat meningkatkan kemannya karena masyarakat ikut menjaga dan menerapkan gerakan S3 (senyum, sopan, dan santun). Selain itu, pemerintah juga memberi izin bagi masyarakat untuk bekerja di daerah sekitar lokasi wisata untuk meningkatkan perekonomian keluarga.

	4. Pemerintah melalui Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah menjalin kerjasama dengan biro perjalanan wisata dan usaha jasa pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Jawa Tengah.	
<p>Ancaman :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan jumlah wisata alam semakin meningkat menyebabkan daya saingnya semakin besar 2. Jarak antar daya tarik wisata alam cenderung berjauhan satu dengan yang lain 3. Kurangnya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata alam yang terletak jauh dari pusat Kabupaten/ Kota Provinsi Jawa Tengah 4. Kesadaran wisatawan dalam menjaga lingkungan sekitar wisata alam yang rendah 5. Kerusakan lingkungan akibat dari perkembangan daya tarik wisata alam yang tinggi 	<p>Strategi ST :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan potensi wisata alam yang melimpah di Jawa Tengah, karena banyak potensi alam yang menarik yang sampai saat ini belum dijadikan sebagai tempat wisata. Dengan begitu wisatawan memiliki banyak pilihan wisata yang dapat dikunjungi pada 1 lokasi. Contohnya seperti wisata Baturraden, Curug 3, Curug 7, wanawisata Baturraden yang mana semua daya tarik wisata alam tersebut berada pada 1 lokasi yang berdekatan. Selain itu, pada lokasi wisata yang berdekatan juga didukung dengan adanya tempat kuliner dan oleh – oleh terpusat sehingga wisatawan dapat membelanjakan uang mereka. 2. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui Dinas Perhubungan dan bekerja sama dengan Pemerintah Kabupaten/Kota mengadakan pemetaan kebutuhan transportasi umum menuju lokasi wisata dan menyiapkan infrastruktur untuk menunjang terciptanya transportasi umum yang langsung menuju lokasi wisata alam. Perluasan wilayah operasi Trans Jateng dan Bus Wisata juga perlu dilakukan di kabupaten/kota lain selain Kota Semarang dan Kabupaten Semarang, karena daya tarik wisata alam banyak ditemukan di wilayah Kabupaten dan banyak yang belum diakses transportasi umum sehingga mengurangi minat wisatawan. 	<p>Strategi WT :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan promosi daya tarik wisata alam unggulan di masing – masing Kabupaten/Kota dengan mengangkat tema khusus dan di desain secara menarik kemudian di sebarkan baik dengan baliho, <i>pamphlet</i>, atau sosial media. Diharapkan hal tersebut dapat membuat daya tarik wisata alam di Jawa Tengah dikenal memiliki keunikan khas yang tidak ditemui di daerah lain. Contohnya seperti Dieng Negeri Diatas Awan. 2. Meminta dukungan pemerintah untuk pengembangan daya tarik wisata alam, seperti mengadakan sarana transportasi umum yang menjangkau ke daya tarik wisata alam di Kabupaten/Kota sehingga dapat mengundang minat wisatawan terutama <i>backpacker</i> dan wisatawan mancanegara, karena untuk menuju ke lokasi wisata dapat ditempuh dengan transportasi umum yang terjangkau. 3. Pemerintah menerbitkan regulasi terkait pengelolaan wisata alam, hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat sanksi bagi wisatawan yang mengotori tempat wisata alam dengan menerbitkan Peraturan Daerah yang dipajang di pintu masuk wisata. Kemudian bagi wisata alam berupa taman nasional juga dibatasi daerah – daerah yang dapat dikunjungi wisatawan dan tidak sehingga keasrian dan lingkungan sekitar lokasi wisata alam tetap terjaga. Pemerintah secara berkala mengajak warga masyarakat untuk melakukan reboisasi di daerah wisata alam yang mengalami degradasi lingkungan, seperti lokasi wisata disekitar DAS, tambak, pantai, gunung.

Sumber: Data diolah, 2020

1.2 Strategi Pengembangan Wisata Budaya

1.2.1 Pemberian Bobot Wisata Budaya di Provinsi Jawa Tengah

Berikut merupakan hasil dari pembobotan faktor kekuatan wisata budaya di Jawa Tengah. Dalam kuisisioner tersebut terdapat 5 (lima) responden diantaranya Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Jawa Tengah bagian pengembangan wisata, Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (Disporapar) Provinsi Jawa Tengah bagian pemasaran wisata, dan Kepala bidang pemasaran di Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata di Jawa Tengah, Dinas Perhubungan Jawa Tengah, dan Badan Perencanaan Pengembangan Daerah Jawa Tengah. Pembagian kuisisioner tersebut memperhatikan faktor kekuatan dalam daya tarik wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah. Adapun beberapa kriteria yang digunakan diantaranya potensi wisata, harga tiket, letak wisata yang strategis, keramahan tamahan masyarakat sekitar, dan sebagainya. Berikut pemberian bobot faktor kekuatan daya tarik wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah sebagai berikut:

Tabel 12
Pemberian Bobot Faktor Kekuatan Daya Tarik Wisata Budaya di Jawa Tengah

No	Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
1	besarnya potensi wisata budaya di Jawa Tengah	0.07	0.07	0.09	0.09	0.1	0.39	0.078
2	wisata budaya di Jawa Tengah terletak sangat strategis	0.07	0.08	0.07	0.1	0.1	0.39	0.078
3	Harga tiket wisata budaya di Jawa Tengah terjangkau	0.05	0.07	0.06	0.09	0.1	0.35	0.07
4	wisata budaya di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh	0.04	0.07	0.07	0.09	0.1	0.35	0.07
5	Keramah tamahan Masyarakat Daya Tarik wisata budaya	0.08	0.08	0.08	0.09	0.1	0.41	0.082
6	wisata budaya di Jawa Tengah memiliki tempat wisata kuliner	0.04	0.08	0.1	0.09	0.1	0.39	0.078
7	wisata budaya di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat oleh - oleh	0.04	0.06	0.08	0.09	0.1	0.35	0.07

Sumber: data primer diolah Tahun 2020

Tabel 12 menunjukkan bahwa faktor kekuatan wisata budaya di Jawa Tengah yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni keramahaman masyarakat di daya tarik wisata budaya sebesar 0,082, selanjutnya besarnya potensi wisata budaya di Jawa Tengah, letak wisata budaya di Jawa Tengah sangat strategis dan wisata budaya memiliki tempat wisata kuliner memiliki nilai rata-rata sebesar 0,078 sedangkan faktor kekuatan wisata budaya di Jawa Tengah yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yakni harga tiket wisata budaya yang terjangkau, wisata budaya Jawa Tengah memiliki area parkir yang luas dan teduh dan wisata budaya di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat oleh-oleh sebesar 0,07. Sehingga yang menjadi kekuatan utama dalam wisata budaya yakni keramahaman masyarakat terhadap wisatawan diantara kriteria lain. Kekuatan tersebut harus dilakukan secara maksimal dalam pengembangan wisata budaya sedangkan untuk kekuatan terendah wisata budaya yakni harga tiket wisata yang terjangkau, wisata budaya memiliki area parkir yang luas dan teduh, dan wisata budaya berdekatan dengan tempat oleh oleh sehingga diperlukan suatu solusi dalam pengembangan wisata budaya

Berdasarkan dengan hasil wawancara dengan salah satu staff di Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Jawa Tengah. Beliau mengatakan bahwa Jawa Tengah dikenal dengan wisata budaya. Salah satu contoh yang menjadi icon wisata budaya di Jawa Tengah yakni Candi Borobudur karena candi merupakan

salah satu yang menjadi icon Jawa Tengah maka Jawa Tengah disebut dengan istilah provinsi seribu candi. Selain itu juga terdapat atraksi wisata yang menjadi daya tarik wisata budaya seperti festival budaya Dieng Culture Festival (DCF), upacara adat pemotongan rambut gembel dan lain sebagainya yang memberikan multiplier effect bagi penduduk sekitar. Kurangnya penerapan harga tiket masuk yang ada di daya tarik wisata Jawa Tengah salah satunya disebabkan karena wisata budaya Jawa Tengah lebih mengedepankan pemberdayaan pariwisata

Tabel 13
Pemberian Bobot Faktor Kelemahan Daya Tarik Wisata Budaya di Jawa Tengah

No	Kriteria Kelemahan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
1	Promosi wisata budaya di Jawa Tengah kurang.	0.09	0.06	0.07	0.06	0.1	0.33	0.066
2	Kurangnya tenaga kerja profesional) pada wisata budaya di Jawa Tengah.	0.08	0.07	0.07	0.06	0.1	0.35	0.07
3	wisata budaya di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	0.09	0.07	0.08	0.06	0.1	0.37	0.074
4	wisata budaya di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaan	0.09	0.07	0.03	0.05	0.1	0.31	0.062
5	Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata budaya di Jawa Tengah.	0.09	0.07	0.07	0.04	0.1	0.35	0.07
6	Tingkat Kebersihan pada wisata budaya di Jawa Tengah yang kurang	0.10	0.07	0.07	0.04	0.1	0.34	0.068
7	Sektor pariwisata di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	0.06	0.07	0.08	0.04	0.1	0.33	0.066

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2020

Tabel 13 dapat menunjukkan bahwa pemberian bobot faktor kelemahan wisata budaya di Jawa Tengah yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yakni wisata budaya memiliki program pengembangan yang masih sederhana sebesar 0,074 selanjutnya kurangnya tenaga kerja yang profesional di wisata budaya dan kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata budaya memiliki nilai rata-rata sebesar 0,07 tingkatnya kebersihan wisata budaya yang masih kurang memiliki nilai rata-rata sebesar 0,068 promosi wisata budaya yang kurang dan sektor pariwisata yang masih jauh dari pasar utama memiliki nilai rata-rata sebesar 0,06 sedangkan untuk faktor kelemahan yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yakni wisata budaya memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaan sebesar 0,062. Sehingga kelemahan terbesar dalam faktor wisata budaya yakni program pengembangan yang masih sederhana. Kelemahan tersebut perlu diminimalisir dan perlu adanya pembenahan dalam pengembangan wisata budaya.

Tabel 14
Pemberian Bobot Faktor Peluang Daya Tarik Wisata Budaya di
Jawa Tengah

No	Kriteria Peluang	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
1	Sektor pariwisata di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	0.09	0.11	0.10	0.11	0.08	0.49	0.10
2	Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah	0.10	0.11	0.09	0.11	0.10	0.51	0.10
3	potensi wisata budaya mengarah pada pendidikan dan karakter budaya saat ini	0.15	0.11	0.08	0.14	0.11	0.59	0.12
4	wisata budaya di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	0.10	0.11	0.09	0.14	0.09	0.53	0.11
5	kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata budaya di Jawa Tengah.	0.10	0.10	0.10	0.12	0.09	0.51	0.10

Sumber : data primer diolah tahun 2020

Tabel 14 menunjukkan bahwa faktor peluang wisata budaya di Jawa Tengah yang memiliki nilai rata-rata pembobotan tertinggi yakni potensi wisata budaya yang mengarah pada pendidikan dan karakter budaya saat ini sebesar 0,12 selanjutnya wisata budaya didukung dengan aksesibilitas yang mudah dengan nilai rata-rata sebesar 0,11 sedangkan untuk pembobotan wisata budaya yang memiliki nilai rata-rata terendah yakni sektor wisata budaya memiliki tingkat investasi yang tinggi, otonomi daerah memberikan keleluasaan dalam pengembangan dan promosi wisata budaya, dan kerjasama dalam mengikuti festival, pameran dan event dengan nilai rata rata sebesar 0,10. Sehingga peluang terbesar dalam wisata budaya di Jawa Tengah yakni potensi wisata budaya yang mengarah pada pendidikan dan karakter budaya saat ini. Peluang tersebut perlu adanya pemanfaatan secara optimal terutama dalam wisata budaya di Jawa Tengah.

Tabel 15
Pemberian Bobot Faktor Ancaman Daya Tarik Wisata Budaya di
Jawa Tengah

No	Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
1	Berkembangnya wisata budaya lain dapat meningkatkan persaingan antar daya tarik wisata Budaya di Jawa Tengah	0.05	0.10	0.11	0.10	0.08	0.44	0.09
2	Jarak antar daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah, cenderung berjauhan	0.10	0.10	0.13	0.10	0.11	0.54	0.11
3	Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah.	0.11	0.09	0.08	0.07	0.10	0.45	0.09

No	Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
4	Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah masih rendah	0.10	0.09	0.09	0.06	0.11	0.45	0.09
5	Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata budaya di Jawa Tengah.	0.10	0.09	0.13	0.05	0.14	0.51	0.10

Sumber :Data primer diolah tahun 2020

Tabel 15 menunjukkan beberapa faktor ancaman wisata budaya di Jawa Tengah yang memiliki nilai rata rata pembobotan tertinggi yakni jarak antar daya tarik wisata budaya sebesar 0,11 selanjutnya kerusakan lingkungan akibat dari pengembangan wisata budaya di Jawa Tengah dengan nilai rata-rata sebesar 0,10 sedangkan untuk faktor ancaman wisata budaya yang memiliki nilai rata-rata terendah yakni berkembangnya wisata budaya dapat meningkatkan persaingan antar daya tarik wisata budaya lainnya, tidak adanya transportasi umum menuju daya tarik wisata budaya dan kesadaran wisata dalam menjaga daya tarik wisata yang masih rendah sebesar 0,09. Sehingga yang menjadi ancaman utama wisata budaya yakni jarak antar daya tarik wisata budaya. Dalam wisata budaya sendiri objek wisata yang berjauhan akan menyulitkan wisatawan karena aksesibilitas yang jauh, sedangkan untuk daya tarik wisata yang dekat akan mempermudah wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata sehingga memberikan rasa nyaman wisatawan.

1.2.2 Pemberian Rating Wisata Budaya di Provinsi Jawa Tengah

Pemberian rating pada penelitian ini meliputi 5 (lima) keyperson yakni Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata di Jawa Tengah bidang pengembangan wisata, Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Jawa Tengah bidang pemasaran wisata Jawa Tengah, Kepala bidang pemasaran wisata Jawa Tengah Bidang Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata, Dinas Perhubungan Jawa Tengah, dan Badan Perencanaan Pengembangan Daerah Provinsi Jawa Tengah. pemberian rating tersebut bertujuan untuk mengetahui nilai rata-rata dari faktor kekuatan wisata budaya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel sebagai berikut:

Tabel 16
Pemberian Rating Faktor Kekuatan Wisata Budaya Jawa Tengah

No	Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
1	besarnya potensi wisata budaya di Jawa Tengah	4	4	4	4	3	19	3.8
2	wisata budaya di Jawa Tengah terletak sangat strategis	4	4	4	3	3	18	3.6
3	Harga tiket wisata budaya di Jawa Tengah terjangkau	3	4	4	4	3	18	3.6
4	wisata budaya di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh	4	4	4	3	3	18	3.6
5	Keramah tamahan Masyarakat Daya Tarik wisata budaya	4	4	4	4	4	20	4.0
6	wisata budaya di Jawa Tengah memiliki tempat wisata kuliner	3	4	4	3	4	18	3.6

No	Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
7	wisata budaya di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat oleh - oleh	3	4	4	3	4	18	3.6

Sumber : Data primmer diolah tahun 2020

Tabel 16 menunjukkan bahwa pemberian rating pada faktor kekuatan wisata budaya di Jawa Tengah yang memiliki nilai rata-rata terbesar yakni keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata budaya sebesar 4, selanjutnya besarnya potensi wisata budaya yang nilai rata-rata rating pada faktor kekuatan sebesar 3.8. letak wisata budaya yang strataegis, harga tiket wisata budaya yang terjangkau, wisata budaya memiliki area parkir yang luas, wisata budaya memiliki tempat wisata kuliner dan wisata budaya berdekatan dengan tempat oleh-oleh memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6.

Kekuatan terbesar dalam peratingan yakni keramah tamahan masyarakat terhadap wisatawan. untuk itu perlu adanya pengoptimalan dalam mengembangkan wisata budaya terutama dalam kesadaran masyarakat akan kegiatan wisata.

Tabel 17
Pemberian Rating Faktor Kelemahan wisata budaya di Jawa Tengah

No	Kriteria Kelemahan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
1	Promosi wisata budaya di Jawa Tengah kurang.	1	2	2	2	2	9	1.8
2	Kurangnya tenaga kerja professional) pada wisata budaya di Jawa Tengah.	2	1	1	1	1	6	1.2
3	wisata budaya di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	1	1	2	2	1	7	1.4
4	wisata budaya di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaan	1	2	2	2	2	9	1.8
5	Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata budaya di Jawa Tengah.	2	1	2	2	2	9	2
6	Tingkat Kebersihan pada Wisata budaya di Jawa Tengah yang kurang	1	2	1	2	2	8	1.6
7	Sektor pariwisata di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	2	1	1	1	1	6	1.2

Sumber :Data primer diolah tahun 2020

Pada tabel 17 menunjukkan mengenai tabel pemberian rating faktor kelemahan wisata budaya di Jawa Tengah dengan nilai rata-rata tertinggi yakni kurangnya tingkat keamanan wisata budaya di Jawa Tengah sebesar 2. Selanjutnya promosi wisata budaya yang kurang dan wisata budaya memiliki keterbatasan anggaran dalam mengelola daya tarik wisata budaya memiliki nilai rata-rata sebesar 1,8 selanjutnya tingkat kebersihan wisata budaya yang kurang dengan nilai rata-rata 1,6 wisata budaya memiliki program pengembangan yang masih sederhana dengan nilai rata-rata 1,4. Sedangkan rating faktor kelemahan wisata budaya yang memiliki nilai rata-rata terendah yakni sector pariwisata yang masih jauh dari pasar utama wisatawan sebesar 1,2. Sehingga kelemahan terbesar dalam peratingan wisata budaya yakni kurangnya

tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata budaya. Untuk itu perlu adanya solusi dalam mengatasi kelemahan tersebut.

Tabel 18
Pemberian rating faktor peluang wisata budaya di Jawa Tengah

No	Kriteria Peluang	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
1	Sektor pariwisata di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	4	3	2	4	3	16	3.2
2	Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah	1	3	3	4	3	14	2.8
3	potensi wisata budaya mengarah pada pendidikan dan karakter budaya saat ini	4	3	3	3	3	16	3.2
4	wisata budaya di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	4	2	3	2	2	13	2.6
5	kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata budaya di Jawa Tengah.	4	2	4	3	2	15	3

Sumber :Data primer diolah tahun 2020

Tabel 18 menunjukkan bahwa pemberian rating peluang pada wisata budaya di Jawa Tengah yang memiliki nilai tertinggi yakni sektor pariwisata budaya memiliki nilai tingkat investor yang tinggi dan potensi wisata budaya mengarah pada pendidikan dan karakter budaya saat ini sebesar 3,2 selanjutnya kerjasama dengan mengikuti pameran event dan bazaar memiliki nilai rata rata sebesar 3 otonomi daerah memberikan keleluasaan pengembangan dan promosi wisata budaya dengan nilai rata-rata sebesar 2,8 sedangkan yang memiliki nilai terendah dalam rating peluang wisata budaya di Jawa Tengah yakni wisata budaya didukung dengan aksesibilitas yang mudah dengan nilai rata rata sebesar 2,6.

Tabel 19
Pemberian Rating Faktor ancaman wisata budaya di Jawa Tengah

No	Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
1	Berkembangnya wisata budaya lain dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata Budaya di Jawa Tengah	4	1	4	3	2	14	2.8
2	Jarak antar daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah, cenderung berjauhan	2	3	2	3	4	14	2.8
3	Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah.	2	3	3	3	3	14	2.8

No	Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
4	Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah masih rendah	4	3	3	3	3	16	3.2
5	Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata budaya di Jawa Tengah.	1	3	3	3	3	13	2.6

Sumber : data diolah tahun 2020

Tabel 19 menunjukkan bahwa pemberian rating faktor ancaman wisata budaya di Jawa Tengah yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yakni kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah sebesar 3,2 selanjutnya berkembangnya wisata budaya lain dapat meningkatkan persaingan antar obyek wisata budaya dan jarak antar daya tarik wisata budaya cenderung berjauhan dan tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata budaya dengan nilai rata-rata sebesar 2,8 sedangkan untuk rating faktor ancaman wisata budaya di Jawa Tengah yang memiliki nilai rata-rata terendah yakni terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata budaya Jawa Tengah sebesar 2,6. Sehingga dalam wisata budaya yang memiliki ancaman terbesar yakni kesadaran wisatawan dalam menjaga daya tarik wisata untuk perlu adanya suatu solusi dalam mengatasi ancaman wisata budaya tersebut.

1.2.3 Faktor Strategi Internal dan Eksternal Daya Tarik Wisata Budaya di Provinsi Jawa Tengah

Faktor internal wisata budaya ini dilakukan dengan cara mengkalikan antara pembobotan dan peratingan dari faktor kekuatan dan kelemahan wisata budaya. Sedangkan faktor eksternal wisata budaya dilakukan dengan cara mengkalikan antara pembobotan dan peratingan faktor peluang dan ancaman wisata budaya. Adanya pemberian faktor internal dan eksternal tersebut digunakan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan dalam wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah. Adapun beberapa kriteria yang digunakan seperti dalam tabel pembobotan dan rating pada faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diklasifikasikan seperti pada tabel sebagai berikut:

Tabel 20
Faktor Strategi Internal Daya Tarik Wisata Budaya di Jawa Tengah

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
			(Bobot × Rating)
Kekuatan: besarnya potensi wisata budaya di Jawa Tengah	0.078	3.8	0.2964
wisata budaya di Jawa Tengah terletak sangat strategis	0.078	3.6	0.2808
Harga tiket wisata budaya di Jawa Tengah terjangkau	0.07	3.6	0.252
Wisata budaya di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh	0.07	3.6	0.252
Keramah tamahan Masyarakat Daya Tarik wisata budaya	0.082	4.0	0.328
wisata budaya di Jawa Tengah memiliki tempat wisata kuliner	0.078	3.6	0.2808

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
			(Bobot × Rating)
wisata budaya di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat oleh - oleh	0.07	3.6	0.252
JUMLAH SKOR KEKUATAN	1.94		
Kelemahan: Promosi wisata budaya di Jawa Tengah kurang.	0.066	1.8	0.1188
Kurangnya tenaga kerja professional) pada wisata budaya di Jawa Tengah.	0.07	1.2	0.084
wisata budaya di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	0.074	1.4	0.1036
wisata budaya di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaan	0.062	1.8	0.1116
Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata budaya di Jawa Tengah.	0.07	2.0	0.14
Tingkat Kebersihan pada Wisata budaya di Jawa Tengah yang kurang	0.068	1.6	0.1088
Sektor pariwisata di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	0.066	1.2	0.0792
JUMLAH SKOR KELEMAHAN	0.75		

Sumber : Data primer diolah tahun 2020

Tabel 20 menunjukan jumlah skor kekuatan yang diperoleh dari kekuatan wisata budaya di Jawa Tengah sebesar 1,94 sedangkan jumlah skor kelemahan yang kelemahan yang diperoleh dari faktor internal wisata budaya di Jawa Tengah sebesar 0,75.

Tabel 21
Faktor Strategi Eksternal Daya Tarik Wisata Budaya di Jawa Tengah

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
			(Bobot × Rating)
Peluang: Sektor pariwisata di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	0.10	3.2	0.32
Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah	0.10	2.8	0.28
potensi wisata budaya mengarah pada pendidikan dan karakter budaya saat ini	0.12	3.2	0.384
wisata budaya di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	0.11	2.6	0.286
kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata budaya di Jawa Tengah.	0.10	3.0	0.3
JUMLAH SKOR PELUANG	1.57		

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
			(Bobot × Rating)
Ancaman: Berkembangnya wisata budaya lain dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata Budaya di Jawa Tengah	0.09	2.8	0.252
Jarak antar daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah, cenderung berjauhan	0.11	2.8	0.308
Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah.	0.09	2.8	0.252
Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah masih rendah	0.09	3.2	0.288
Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata budaya di Jawa Tengah.	0.10	2.6	0.26
JUMLAH SKOR ANCAMAN	1.36		

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2020

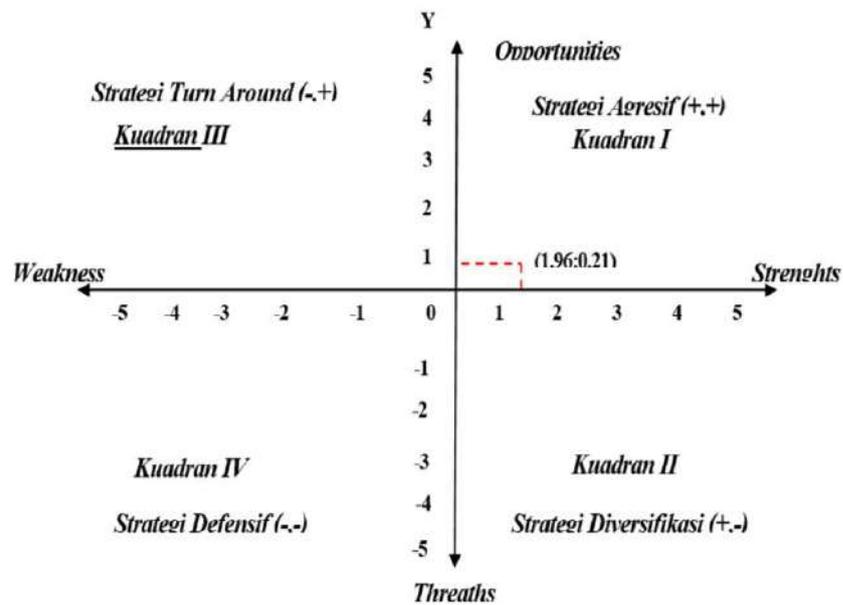
Tabel 21 menunjukkan jumlah skor yang diperoleh dari peluang wisata budaya di Jawa Tengah sebesar 1,57 sedangkan banyaknya jumlah skor yang diperoleh dari ancaman wisata budaya di Jawa Tengah sebesar 1,36. Hasil perhitungan faktor strategi internal tersebut dapat dilihat bahwa wisata budaya saat ini sedang mengalami banyak peluang dibandingkan dengan ancaman. Oleh karena itu untuk memperhatikan peluang dari wisata budaya maka indikator yang perlu diperhatikan diantaranya investasi pada wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah, tingginya peran otonomi daerah yang dapat memacu berkembangnya wisata budaya di Jawa Tengah, dan sebagainya.

Hasil perhitungan Strategi Internal daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah dengan Strategi Eksternal daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah didapat jumlah skor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dari hasil tersebut nilai kekuatan wisata budaya lebih besar dibandingkan dengan nilai kelemahannya, hal ini berarti faktor kekuatan lebih dominan di wisata budaya. Sedangkan nilai peluang lebih besar dibandingkan dengan ancaman hal ini pula dapat diartikan bahwa wisata budaya memiliki peluang yang besar dibandingkan dengan ancaman.

$$\begin{aligned} \text{Faktor internal} &= \text{Jumlah skor kekuatan} - \text{jumlah skor kelemahan} \\ &= 1,94 - 0,7 \\ &= 1,96 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Faktor eksternal} &= \text{jumlah skor peluang} - \text{jumlah skor ancaman} \\ &= 1,57 - 1,36 \\ &= 0,21 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan faktor internal dan eksternal dimasukkan kedalam *matrix grand strategy* sebagai berikut:



Gambar 2 Matrix Grand Strategy Daya Tarik Wisata Budaya di Jawa Tengah

Sumber : Data diolah tahun 2020

Gambar 2 menunjukkan bahwa wisata budaya terletak pada kuadran I yakni dititik potong (1,20; 0,21), dimana dalam kuadran I merupakan posisi kekuatan dan peluang dimanfaatkan secara maksimal agar dapat meningkatkan pengembangan wisata budaya di Jawa Tengah. Situasi ini sangat menguntungkan bagi wisata budaya dan strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini yakni mendukung kebijakan pertumbuhan yang lebih agresif (*growth oriented strategy*) dengan memperhatikan kriteria peluang dan kekuatan yang ada.

Matriks ini digambarkan secara rinci bagaimana kriteria kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dari wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat dalam tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 22
Matriks SWOT wisata Budaya di Provinsi Jawa Tengah

<p align="center">IFAS</p> <p align="center">EFAS</p>	<p>Kekuatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. besarnya potensi wisata budaya di Jawa Tengah 2. wisata budaya di Jawa Tengah terletak sangat strategis 3. Harga tiket parkir wisata budaya di Jawa Tengah terjangkau 4. wisata budaya di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh 5. Keramah tamahan Masyarakat Daya Tarik wisata budaya dan religi 6. wisata budaya di Jawa Tengah memiliki tempat wisata kuliner 7. wisata budaya di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat oleh - oleh 	<p>Kelemahan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi wisata budaya di Jawa Tengah kurang. 2. Kurangnya tenaga kerja (professional) pada wisata budaya di Jawa Tengah. 3. wisata budaya di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana 4. wisata budaya di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaan. 5. Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata budaya di Jawa Tengah. 6. Tingkat Kebersihan pada Wisata budaya di Jawa Tengah yang kurang 7. Sektor pariwisata budaya di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.
<p>Peluang:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sektor pariwisata di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi. 2. Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah 3. potensi wisata budaya mengarah pada pendidikan dan karakter budaya saat ini 4. wisata budaya di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah. 5. kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata budaya di Jawa Tengah. 	<p>Strategi SO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan wisata budaya Jawa Tengah melalui investasi yang baik guna untuk meningkatkan potensi wisata budaya. 2. Memanfaatkan letak wisata budaya yang strategis dengan melakukan atraksi budaya seperti mengadakan festival budaya, event music untuk kaum milenial yang mana dapat mendukung pengembangan wisata budaya dan menjadi ketertarikan dalam wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata budaya 3. Memanfaatkan potensi wisata budaya dengan memperhatikan inovasi produk wisata seperti paket wisata guna untuk menarik perhatian wisatawan di daya tarik wisata budaya 4. Menambah fasilitas pada objek wisata berupa kereta gantung, becak mini, atau sepeda yang dapat digunakan untuk wisatawan 	<p>Strategi WO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan program pengembangan yang masih sederhana dengan cara membentuk wadah organisasi pariwisata dengan masyarakat setempat dan pemerintah daerah dalam memanfaatkan otonomi daerah untuk pengembangan wisata budaya di Jawa Tengah 2. Menyediakan pusat pelayanan wisatawan berupa saran, kritik, dan pesan untuk evaluasi produk wisata, sarana prasarana, dan fasilitas penunjang wisata budaya di Jawa Tengah dalam mengembangkan wisata budaya tersebut 3. Mengoptimalkan tenaga kerja di daya tarik wisata budaya dengan memberikan pelatihan kepada <i>tour guide</i> dan pegawai di daya tarik wisata tersebut.
<p>Ancaman:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya wisata budaya lain dapat 	<p>Strategi ST:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membentuk badan konservasi wisata budaya dengan tujuan 	<p>Strategi WT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kinerja pegawai di wisata budaya agar lebih

<p>meningkatkan persaingan antar objek wisata budaya di Jawa Tengah</p> <p>2. Jarak antar daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah, cenderung berjauhan</p> <p>3. Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah.</p> <p>4. Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata budaya di Jawa Tengah masih rendah.</p> <p>5. Terdapat kerusakan lingkungan sebagai dampak dari wisata budaya</p>	<p>menjaga potensi yang ada pada daya tarik wisata budaya sehingga tidak merusak atraksi yang ada di kawasan tersebut.</p> <p>2. Mengoptimalkan sarana prasarana transportasi umum yang menunjang wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata budaya</p> <p>3. Mengoptimalkan potensi wisata seperti membuat wahana baru di daya tarik wisata budaya dan religi yang ramah lingkungan.</p>	<p>kreatif dalam mengembangkan wisata budaya dan meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung di wisata budaya</p> <p>2. Mengembangkan kawasan budaya yang berdampak pada lingkungan sekitar daya tarik tersebut seperti desa wisata</p> <p>3. Meningkatkan tingkat keamanan lokasi daya tarik wisata budaya dan religi untuk kenyamanan wisatawan.</p>
--	--	--

1.3 Strategi Pengembangan Wisata Religi

1.3.1 Pemberian Bobot

Pemberian bobot dalam wisata religi di Jawa Tengah menggunakan 5 (lima) *keyperson* yakni Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (Disporapar) Jawa Tengah bidang pengembangan wisata, Dinas Kepemudaan, Olahraga, Dan Pariwisata (disporapar) Jawa Tengah bidang pemasaran wisata, kepala bidang pemasaran di Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (disporapar) Jawa Tengah, Dinas Perhubungan, dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Tengah. Terdapat beberapa kriteria yang digunakan dalam menentukan nilai rata-rata yang ada dalam tabel pembobotan seperti kriteria kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil dari tabel tersebut digunakan untuk mengetahui kriteria mana yang memiliki nilai rata-rata tertinggi atau terendah Untuk lebih jelasnya pemberian bobot akan dijelaskan tabel di bawah ini

Tabel 23
Pemberian bobot faktor kekuatan wisata religi di Jawa Tengah

Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
besarnya potensi wisata religi di Jawa Tengah	0.08	0.10	0.09	0.08	0.08	0.43	0.086
wisata religi di Jawa Tengah terletak sangat strategis	0.09	0.05	0.07	0.08	0.07	0.36	0.072
Harga tiket parkir wisata religi di Jawa Tengah terjangkau	0.05	0.07	0.06	0.08	0.05	0.31	0.062
wisata religi di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh	0.05	0.07	0.07	0.05	0.06	0.30	0.06
Keramah tamahan Masyarakat Daya Tarik wisata religi	0.06	0.10	0.08	0.06	0.06	0.36	0.072
wisata religi di Jawa Tengah memiliki tempat wisata kuliner	0.05	0.07	0.10	0.07	0.05	0.34	0.068

Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
wisata religi di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat oleh - oleh	0.05	0.06	0.08	0.05	0.06	0.30	0.06

Sumber : Data primer diolah tahun 2020

Tabel 23 menunjukkan bahwa pemberian bobot faktor kekuatan wisata religi di Jawa Tengah dengan nilai rata-rata tertinggi yakni besarnya potensi wisata religi sebesar 0,086 selanjutnya wisata religi terletak sangat strategis dan keramah-tamahan masyarakat wisata religi yang memiliki nilai rata-rata sebesar 0,72 wisata religi memiliki tempat wisata kuliner memiliki nilai rata-rata sebesar 0,068 harga tiket parkir wisata religi yang terjangkau memiliki nilai rata-rata sebesar 0,062 sedangkan untuk faktor kekuatan wisata religi di Jawa Tengah dengan nilai terendah yakni wisata religi memiliki area parkir yang luas dan teduh dan wisata religi berdekatan dengan tempat oleh-oleh sebesar 0,06. Sehingga dalam hal ini kekuatan terbesar dari wisata religi di Jawa Tengah adalah besarnya potensi wisata religi. Untuk itu perlu adanya pengoptimalan dalam mengembangkan wisata religi sedangkan untuk kekuatan terendah wisata religi yakni memiliki area parkir yang luas dan berdekatan dengan tempat oleh-oleh. Sehingga perlu adanya solusi dari adanya kriteria tersebut.

Tabel 24
Pemberian bobot faktor kelemahan wisata religi di Jawa Tengah

Kriteria Kelemahan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
Promosi wisata religi di Jawa Tengah kurang.	0.09	0.03	0.07	0.06	0.09	0.34	0.068
Kurangnya tenaga kerja profesional) pada wisata religi di Jawa Tengah.	0.07	0.08	0.07	0.07	0.07	0.36	0.072
wisata religi di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	0.09	0.08	0.08	0.07	0.10	0.42	0.084
wisata religi di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaan	0.09	0.07	0.03	0.11	0.10	0.4	0.08
Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata religi di Jawa Tengah.	0.09	0.06	0.07	0.06	0.07	0.35	0.07
Tingkat Kebersihan pada Wisata religi di Jawa Tengah yang kurang	0.09	0.08	0.07	0.08	0.06	0.38	0.076
Sektor pariwisata religi di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	0.06	0.07	0.08	0.08	0.09	0.38	0.076

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Tabel 24 menunjukkan bahwa faktor kelemahan wisata religi di Jawa Tengah yang memiliki nilai rata-rata terbesar yakni wisata religi memiliki program pengembangan yang masih sederhana sebesar 0,084 selanjutnya wisata religi memiliki keterbatasan anggaran dengan nilai rata-rata sebesar 0,08 tingkat kebersihan wisata religi dan sektor wisata religi yang masih jauh dari pasar utama memiliki nilai rata-rata sebesar 0,076 kurangnya tenaga kerja wisata religi memiliki nilai rata-rata sebesar 0,072 tingkat keamanan wisata religi

dengan nilai rata-rata sebesar 0,07 sedangkan untuk wisata religi yang memiliki nilai rata-rata terendah yakni promosi wisata religi yang kurang sebesar 0,068. Sehingga dalam hal ini yang menjadi faktor kelemahan terbesar yaitu program pengembangan yang masih sederhana sehingga perlu adanya solusi untuk meminimalisir wisata religi sedangkan untuk kelemahan terkecil wisata religi yaitu promosi wisata religi yang masih kurang untuk perlu adanya peningkatan guna untuk meminimalisir kelemahan wisata religi.

Tabel 25
Pemberian pembobotan faktor peluang wisata religi di Jawa Tengah

Kriteria Peluang	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
Sektor pariwisata di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	0.09	0.11	0.10	0.10	0.09	0.49	0.10
Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata religi di Provinsi Jawa Tengah	0.09	0.11	0.09	0.11	0.11	0.51	0.10
daya tarik wisata religi di Jawa Tengah selalu melakukan inovasi produk	0.11	0.11	0.08	0.11	0.14	0.55	0.11
wisata religi di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	0.09	0.11	0.09	0.10	0.10	0.49	0.10
kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata budaya di Jawa Tengah.	0.09	0.10	0.10	0.08	0.13	0.50	0.10

Sumber : Data primer diolah tahun 2020

Tabel 25 menunjukkan bahwa nilai rata-rata peluang wisata religi yang memiliki rata-rata tertinggi yakni wisata religi selalu melakukan inovasi produk sebesar 0,11 sedangkan untuk nilai rata-rata peluang wisata religi terendah yakni wisata religi memiliki tingkat investasi yang tinggi, otonomi daerah memberikan keleluasaan dalam hal pengembangan dan promosi wisata religi, wisata religi didukung dengan aksesibilitas yang mudah, dan kerjasama dalam mengikuti bazaar, event, festival dalam mendukung pengembangan wisata religi sebesar 0,10. Sehingga didapat peluang terbesar dalam wisata religi yaitu melakukan inovasi produk untuk peluang ini dapat dimanfaatkan dengan optimal dalam mengembangkan wisata religi.

Tabel 26
Pemberian pembobotan faktor ancaman wisata religi di Provinsi Jawa Tengah

Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
Berkembangnya wisata religi lain dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata religi di Jawa Tengah	0.09	0.10	0.11	0.10	0.09	0.49	0.10
Jarak antar daya tarik wisata religi di Jawa Tengah, cenderung berjauhan	0.10	0.11	0.13	0.11	0.11	0.56	0.11
Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata religi di Jawa Tengah.	0.10	0.09	0.08	0.11	0.14	0.52	0.10

Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata religi di Jawa Tengah masih rendah	0.14	0.11	0.11	0.10	0.10	0.56	0.11
Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata religi di Jawa Tengah.	0.09	0.09	0.13	0.08	0.13	0.52	0.10

Sumber : Data primer diolah tahun 2020

Tabel 26 menunjukkan bahwa beberapa ancaman wisata religi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yakni jarak daya tarik wisata religi yang masih berjauhan, kesadaran wisatawan dalam menjaga daya tarik wisata religi memiliki nilai rata-rata sebesar 0,11 sedangkan nilai rata-rata terendah dari wisata religi yakni berkembang wisata religi lain dapat meningkatkan persaingan wisata religi, tidak ada transportasi umum untuk menuju daya tarik wisata religi dan terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata religi sebesar 0,10. Sehingga ancaman wisata religi terbesar yakni jarak daya tarik wisata yang masih berjauhan untuk itu perlu adanya solusi guna meminimalisir ancaman tersebut.

1.3.2 Pemberian Rating

Pemberian rating pada wisata religi ini menggunakan 5 (lima) *keyperson* yakni Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (disporapar) Jawa Tengah bidang pengembangan wisata, Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (disporapar) Jawa Tengah bidang pemasaran wisata, kepala bidang pemasaran Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (disporapar) Jawa Tengah, Dinas Perhubungan, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Tengah, dengan beberapa kriteria seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman wisata religi. Pemberian rating ini bertujuan untuk mengetahui kriteria manakah yang paling dominan dibandingkan dengan kriteria lainnya. Untuk lebih lanjutnya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini

Tabel 27
Pemberian rating faktor kekuatan wisata religi di Provinsi Jawa Tengah

Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
besarnya potensi wisata religi di Jawa Tengah	4	4	4	4	3	19	3.8
wisata religi di Jawa Tengah terletak sangat strategis	4	4	4	3	3	18	3.6
Harga tiket parkir wisata religi di Jawa Tengah terjangkau	3	4	4	4	3	18	3.6
wisata religi di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh	4	4	4	3	3	18	3.6
Keramah tamahan Masyarakat Daya Tarik wisata religi	4	4	4	4	3	19	3.8
wisata religi di Jawa Tengah memiliki tempat wisata kuliner	3	4	4	3	3	17	3.4

Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
wisata religi di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat oleh - oleh	3	4	4	3	3	17	3.4

Sumber :Data primer diolah tahun 2020

Tabel 27 menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi kekuatan wisata religi Jawa Tengah yakni besarnya potensi wisata religi di Jawa Tengah dan keramahmataman masyarakat wisata religi sebesar 3,8 selanjutnya wisata religi terletak strategis, wisata religi memiliki area parkir yang luas dan teduh, dan harga tiket parkir wisata religi yang terjangkau memiliki rata-rata sebesar 3,6 sedangkan untuk nilai rata-rata terendah wisata religi di Jawa Tengah yakni wisata religi memiliki tempat wisata kuliner dan wisata religi berdekatan dengan tempat oleh-oleh sebesar 3,4. Sehingga besarnya potensi wisata religi di Jawa Tengah dan keramahmataman masyarakat wisata religi memiliki kekuatan yang paling dominan untuk itu perlu adanya pengoptimalan wisata religi tersebut.

Tabel 28
Pemberian rating faktor kelemahan wisata religi di Provinsi Jawa Tengah

Kriteria Kelemahan	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
Promosi wisata religi di Jawa Tengah kurang.	1	2	2	2	2	9	1.8
Kurangnya tenaga kerja (professional) pada wisata religi di Jawa Tengah.	1	1	1	1	1	5	1.4
wisata religi di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	1	1	2	2	2	8	1.3
wisata religi di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaan	1	2	2	2	2	9	1.7
Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata religi di Jawa Tengah.	2	1	2	2	2	9	1.8
Tingkat Kebersihan pada Wisata religi di Jawa Tengah yang kurang	2	2	1	2	2	9	1.8
Sektor pariwisata religi di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	1	1	1	1	2	6	1.5

Sumber : Data primer diolah tahun 2020

Tabel 28 menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi wisata religi yakni kurangnya promosi wisata religi Jawa Tengah, kurangnya tingkat keamanan di lokasi wisata religi, dan tingkat kebersihan pada wisata religi yang kurang sebesar 1,8 selanjutnya wisata religi memiliki keterbatasan anggaran dalam pengembangan sebesar 1,7 sektor wisata religi masih jauh dari pasar utama memiliki nilai rata-rata sebesar 1,5 kurangnya tenaga kerja professional wisata religi sebesar 1,4 sedangkan nilai rata-rata terendah kelemahan wisata religi yakni wisata religi memiliki program pengembangan yang masih sederhana sebesar 1,3. Sehingga kelemahan terbesar dari wisata religi yaitu kurangnya promosi dan tingkat keamanan wisata religi untuk itu perlu adanya

promosi khusus potensi wisata religi dan meningkatkan keamanan wisatawan yang melakukan kegiatan wisata religi di Jawa Tengah.

Tabel 29
Pemberian rating faktor peluang wisata religi di Provinsi Jawa Tengah

Kriteria Peluang	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
Sektor pariwisata religi di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	3	1	3	2	4	13	2.6
Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata religi di Provinsi Jawa Tengah	3	3	4	3	4	17	3
daya tarik wisata religi di Jawa Tengah selalu melakukan inovasi	3	3	3	2	3	14	3.1
wisata religi di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	2	3	3	3	2	13	2.7
kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata religi di Jawa Tengah.	3	2	4	4	3	16	2.9

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Tabel 29 menunjukkan bahwa nilai peluang tertinggi dari wisata religi yakni wisata religi selalu melakukan inovasi produk sebesar 3,1 selanjutnya otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata religi sebesar 3 kerjasama dengan mengikuti event, festival dan bazaar dapat mendukung pengembangan wisata sebesar 2,9 wisata religi di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah dengan nilai tertinggi sebesar 2,7 sedangkan nilai rata-rata terendah peluang wisata religi yakni tingkat investasi yang tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 2,6. Sehingga peluang terbesar dalam wisata religi yakni wisata selalu melakukan inovasi produk untuk itu perlu dimanfaatkan lagi untuk meningkatkan potensi wisata religi di Jawa Tengah.

Tabel 30
Pemberian rating faktor ancaman wisata religi di Provinsi Jawa Tengah

Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
Berkembangnya wisata religi lain dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata religi di Jawa Tengah	1	3	2	2	1	9	1.8
Jarak antar daya tarik wisata religi di Jawa Tengah, cenderung berjauhan	1	2	3	2	2	10	2
Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata religi di Jawa Tengah.	1	1	4	2	2	10	2
Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata religi di Jawa Tengah masih rendah	4	1	3	2	3	13	2.6

Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	Jumlah	Rata-rata
Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata religi di Jawa Tengah.	4	1	2	1	3	11	2.2

Sumber :Data primer diolah tahun 2020

Tabel 30 menunjukkan bahwa rating ancaman wisata religi yang memiliki nilai-nilai rata-rata tertinggi yakni kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata religi sebesar 2,6 selanjutnya kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata religi yang memiliki nilai rata-rata sebesar 2,2 jarak antar daya tarik wisata religi Jawa Tengah yang masih rendah dan tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata religi yang memiliki nilai rata-rata sebesar 2 sedangkan untuk berkembangnya wisata religi lain dapat meningkatkan persaingan antar wisata religi lainnya dengan nilai rata-rata sebesar 1,8. Sehingga ancaman terbesar dari wisata religi di Jawa Tengah yakni kesadaran wisatawan dalam menjaga daya tarik wisata religi perlu di optimalkan agar pengembangan wisata religi Jawa Tengah menjadi lebih baik.

1.3.3 Faktor Strategi Internal dan Eksternal Daya Tarik Wisata Religi di Jawa Tengah

Menghitung faktor strategi internal wisata religi di Jawa Tengah sama seperti dengan wisata budaya dengan mengkalikan antara hasil rata-rata pembobotan dan rating. Agar mendapat faktor strategi internal daya tarik wisata religi maka menggunakan perkalian antara kekuatan dan kelemahan dari wisata religi sedangkan untuk faktor eksternal menggunakan perkalian dari peluang dan ancaman wisata religi. Untuk lebih jelasnya wisata dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 31
Faktor strategi internal daya tarik wisata religi di Provinsi Jawa Tengah

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
			(Bobot × Rating)
Kekuatan:besarnya potensi wisata religi di Jawa Tengah	0.086	3.8	0.3268
wisata religi di Jawa Tengah terletak sangat strategis	0.072	3.6	0.2592
Harga tiket wisata religi di Jawa Tengah terjangkau	0.062	3.6	0.2232
wisata religi di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh	0.06	3.6	0.216
Keramah tamahan Masyarakat Daya Tarik wisata religi	0.072	3.8	0.2736
wisata religi di Jawa Tengah memiliki tempat wisata kuliner	0.068	3.44	0.23392
wisata religi di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat oleh - oleh	0.06	3.4	0.2064
JUMLAH SKOR KEKUATAN			1.74
Promosi wisata religi di Jawa Tengah kurang.	0.34	1.8	0.612

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
			(Bobot × Rating)
Kurangnya tenaga kerja profesional pada wisata religi di Jawa Tengah.	0.36	1.4	0.504
wisata religi di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	0.42	1.3	0.546
wisata religi di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaan	0.40	1.7	0.68
Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata religi di Jawa Tengah.	0.35	1.8	0.63
Tingkat Kebersihan pada Wisata religi di Jawa Tengah yang kurang	0.38	1.8	0.684
Sektor pariwisata religi di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	0.38	1.5	0.57
JUMLAH SKOR KELEMAHAN	4.23		

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Tabel 31 menunjukkan mengenai hasil yang didapat 2 (dua) kriteria yang digunakan dalam hasil internal yakni kriteria kekuatan dan kelemahan wisata budaya di Jawa Tengah. Dari hasil tersebut diperoleh jumlah skor kekuatan sebesar 1,74 sedangkan untuk jumlah skor kelemahan sebesar 4,23. Sehingga dalam hal ini kelemahan dari wisata budaya cenderung lebih dominan dibandingkan dengan kekuatan. Untuk itu perlu adanya solusi dalam penanggulangan kelemahan wisata religi di Provinsi Jawa Tengah. Adapun pada faktor kekuatan yang memiliki nilai paling rendah yakni pada kriteria besarnya potensi wisata religi di Provinsi Jawa Tengah dengan jumlah skor sebesar 0,33 sedangkan faktor kelemahan wisata religi di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki nilai skor tertinggi yakni pada kriteria tingkat kebersihan wisata religi di Provinsi Jawa Tengah sebesar 0,69.

Tabel 32
Faktor strategi eksternal daya tarik wisata religi di Provinsi Jawa Tengah

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
			(Bobot × Rating)
Peluang Sektor pariwisata di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	0.10	2.6	0.26
Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata budaya di Provinsi Jawa Tengah	0.10	3	0.3
potensi wisata religi mengarah pada pendidikan dan karakter budaya saat ini	0.11	3.1	0.341
wisata religi di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	0.10	2.7	0.27
kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata religi di Jawa Tengah.	0.10	2.9	0.29
JUMLAH SKOR PELUANG	1.46		

Ancaman Berkembangnya wisata budaya lain dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata religi di Jawa Tengah	0.10	1.8	0.18
Jarak antar daya tarik wisata religi di Jawa Tengah, cenderung berjauhan	0.11	2	0.22
Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata religi di Jawa Tengah.	0.1	2	0.2
Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata religi di Jawa Tengah masih rendah	0.11	2.6	0.286
Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata budaya di Jawa Tengah.	0.10	2.2	0.22
JUMLAH SKOR ANCAMAN			1.11

Sumber :data primer diolah tahun 2020

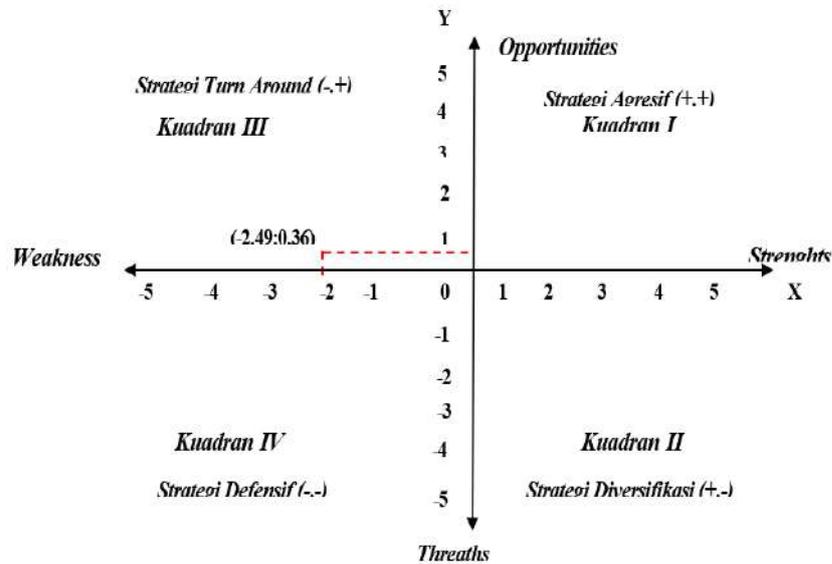
Tabel 32 menunjukkan hasil faktor strategis eksternal wisata religi di Jawa Tengah yang terdiri dari 2 (dua) kriteria diantaranya kriteria peluang dan ancaman. Hasil dari kriteria tersebut menunjukan jumlah skor peluang sebesar 1,46 sedangkan jumlah skor ancaman sebesar 1,11. sehingga peluang dari wisata religi cenderung lebih dominan dibandingkan dengan ancaman. Untuk itu perlu adanya pemanfaatan peluang tersebut dalam mengembangkan wisata religi di Jawa Tengah.

Hasil perhitungan Strategi Internal daya tarik wisata religi di Jawa Tengah dengan Strategi Eksternal daya tarik wisata religi di Jawa Tengah didapat jumlah skor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dari hasil tersebut dapat didapat hasil rekapitulasi berupa faktor internal diantaranya jumlah skor kekuatan dan kelemahan sedangkan untuk faktor eksternal diantaranya jumlah skor peluang dan ancaman.

$$\begin{aligned} \text{Faktor internal} &= \text{Jumlah skor kekuatan} - \text{jumlah skor kelemahan} \\ &= 1,74 - 4,23 \\ &= -2,49 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Faktor eksternal} &= \text{jumlah skor peluang} - \text{jumlah skor ancaman} \\ &= 1,46 - 1,11 \\ &= 0,36 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan faktor internal dan eksternal dimasukkan kedalam *matrix grand strategy* yang mana menunjukan posisi pengembangan wisata religi di Jawa Tengah. Berikut hasil matriks wisata religi di Jawa Tengah.



Gambar 3 Matrix Grand Strategy Daya Tarik Wisata Budaya di Jawa Tengah

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Gambar 3 menunjukkan bahwa hasil matriks dalam wisata religi di Jawa Tengah berada di kuadran III dengan titik potong $(-2,49;0,36)$ hal ini dapat dilihat bahwa wisata religi di Jawa Tengah berada pada posisi dimana faktor internal kelemahan lebih besar dibandingkan dengan kekuatan sedangkan dalam faktor eksternal peluang lebih besar dibandingkan ancaman. Artinya pariwisata religi di Jawa Tengah menghadapi peluang pasar yang besar tetapi ada beberapa kendala ancaman internal. Untuk itu strategi yang digunakan yaitu meminimalkan masalah internal sehingga dapat mengembangkan potensi wisata religi di Jawa Tengah.

1.3.4 Hasil Analisis Matriks SWOT Daya Tarik Wisata Religi di Provinsi Jawa Tengah

Hasil analisis SWOT disusun disini digunakan dalam penyusun faktor- faktor strategis pariwisata terutama wisata religi di Jawa Tengah. Dalam matriks ini digambarkan secara rinci bagaimana kriteria kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dari wisata budaya dan religi di Jawa Tengah yang kemudian menghasilkan strategi baru antara dua kriteria terbut. Kombinasi tersebut seperti kombinasi wisata kekuatan dan peluang, kelemahan dan peluang, kekuatan dan kelemahan, kelemahan dan ancaman. Matriks ini dapat menghasilkan empat set yang kemungkinan menjadi alternatif strategi pengembangan wisata religi di Jawa Tengah. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat dalam tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 33
Matriks SWOT wisata Religi di Provinsi Jawa Tengah

<p align="center">IFAS</p> <p align="center">EFAS</p>	<p>Kekuatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. besarnya potensi wisata religi di Jawa Tengah 2. wisata religi di Jawa Tengah terletak sangat strategis 3. wisata religi di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh 4. Keramah tamahan Masyarakat Daya Tarik wisata religi 5. wisata religi di Jawa Tengah memiliki tempat wisata kuliner 6. wisata religi di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat oleh - oleh 	<p>Kelemahan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi wisata religi di Jawa Tengah kurang. 2. Kurangnya tenaga kerja (professional) pada wisata religi di Jawa Tengah. 3. wisata religi di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana 4. wisata religi di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaan. 5. Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata religi di Jawa Tengah. 6. Tingkat Kebersihan pada Wisata religi di Jawa Tengah yang kurang 7. Sektor pariwisata religi di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.
<p>Peluang:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sektor pariwisata di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi. 2. Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata religi di Provinsi Jawa Tengah 3. Daya Tarik wisata religi di Jawa Tengah melakukan inovasi produk 4. wisata religi di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah. 5. kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata religi di Jawa Tengah. 	<p>Strategi SO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan peluang wisata religi di Jawa Tengah. dengan historis religius sebagai daya tarik wisata religi yang dijadikan sebagai potensi wisata dan dengan menerapkan otonomi daerah dapat memberikan keleluasaan untuk mengembangkan dan melakukan promosi di daya tarik sesuai dengan kondisi wisata religi di Jawa Tengah 2. Melakukan kerjasama dengan masyarakat sekitar kawasan wisata religi dalam menyambut wisatawan untuk mengenalkan potensi dan melakukan inovasi produk wisata religi dalam pengembangan wisata religi di Jawa Tengah. 3. Mengembangkan fasilitas penunjang wisata religi dengan memperbaiki aksesibilitas untuk menuju daya tarik wisata religi 	<p>Strategi WO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan promosi wisata religi melalui media cetak baik itu koran, televisi, atau sosial media agar dapat meningkatkan kunjungan wisata 2. wisata religi memiliki keterbatasan anggaran dalam pengembangan wisata sehingga perlu adanya kerjasama dengan investor dalam pengembangan wisata religi di Jawa Tengah. 3. mengoptimalkan tingkat kebersihan daya tarik wisata religi untuk memberikan rasa nyaman kepada wisatawan. 4. Membuat inovasi produk dengan paket wisata religi yang mana sudah lengkap dengan penginapan dan makan serta memiliki pemandu wisata yang dapat memberikan informasi lengkap kepada wisatawan dalam berkunjung ke wisata religi.
<p>Ancaman:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya wisata budaya dan religi lain dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata budaya dan religi di Jawa Tengah 	<p>Strategi ST:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan potensi wisata religi dengan memperbaiki aksesibilitas menuju daya tarik wisata sebagai salah satu faktor 	<p>Strategi WT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerjasama antara masyarakat sekitar, pemerintah daerah dalam memperbaiki sarana prasarana dalam menarik

<p>2. Jarak antar daya tarik wisata budaya dan religi di Jawa Tengah, cenderung berjauhan</p> <p>3. Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi daya tarik wisata budaya dan religi di Jawa Tengah.</p> <p>4. Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata budaya dan religi di Jawa Tengah masih rendah.</p> <p>5. Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata budaya dan religi di Jawa Tengah.</p>	<p>pendorong pengembangan wisata religi.</p> <p>2. Mengembangkan potensi wisata religi dengan memperhatikan tingkat kebersihan lingkungan untuk kenyamanan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata di kawasan tersebut</p> <p>3. Mengoptimalkan potensi wisata seperti membuat wahana baru di daya tarik wisata religi yang ramah lingkungan.</p>	<p>investor untuk melakukan kerjasama di kawasan wisata religi.</p> <p>2. Melakukan program pengembangan khususnya dalam hal fasilitas- fasilitas yang dibutuhkan wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata religi di Jawa Tengah guna meningkatkan persaingan antar daya tarik wisata religi lainnya.</p> <p>3. Meningkatkan tingkat keamanan lokasi daya tarik wisata religi untuk kenyamanan wisatawan.</p>
---	---	---

1.4 Strategi Pengembangan Wisata Belanja

1.4.1. Pemberian Bobot Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

Pembobotan yang dilakukan pada wisata belanja ini meliputi pembobotan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Penghitungan pembobotan di dapatkan berdasarkan pada penelitian yang telah penulis lakukan kepada 6 *Key persons*, yang telah ditunjuk sebagai pihak yang dianggap ahli dan memiliki peran penting dalam pengembangan wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah.

Pihak – pihak tersebut meliputi 2 *key persons* Bidang Pemasaran pada Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, Bidang Pengembangan DTW Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Jawa Tengah, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Tengah, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah, dan Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Tengah. Masing – masing *key person* tersebut memiliki peran penting dalam pengembangan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah, sehingga didapatkan hasil pembobotan sebagai berikut :

Tabel 34
Pembobotan Faktor Kekuatan Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Potensi wisata belanja di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan	0,07	0,09	0,08	0,08	0,09	0,11	0,52	0,09
2	Wisata belanja di Jawa Tengah sangat strategis	0,07	0,10	0,05	0,07	0,09	0,10	0,48	0,08
3	Harga tiket parkir wisata belanja Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan.	0,05	0,07	0,07	0,05	0,09	0,10	0,43	0,07
4	Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh.	0,07	0,07	0,06	0,06	0,09	0,09	0,44	0,07
5	Keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata belanja	0,07	0,07	0,07	0,06	0,09	0,09	0,45	0,08
6	Wisata belanja berdekatan dengan obyek wisata lainnya	0,05	0,08	0,07	0,05	0,08	0,08	0,41	0,07
7	Wisata belanja di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat belanja	0,07	0,05	0,10	0,06	0,09	0,07	0,44	0,07

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Tabel 34 diatas telah memaparkan hasil pembobotan pada faktor kekuatan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Dimana hasil pembobotan tersebut menunjukkan bahwa kekuatan terbesar sebagai kekuatan utama pada wisata belanja Provinsi Jawa Tengah dengan nilai rata – rata sebesar 0,09 yaitu kriteria potensi wisata belanja di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan. Kekuatan terbesar pada wisata belanja di Jawa Tengah ini harus dijaga dan dikembangkan lebih lanjut sehingga dapat menjadi kekuatan utama dan mendukung kekuatan lainnya dalam pengembangan wisata belanja. Hasil pembobotan pada faktor kekuatan selanjutnya berupa Wisata belanja di Jawa Tengah sangat strategis dan Keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata belanja, dengan hasil rata – rata sebesar 0,08.

Kriteria pembobotan pada faktor kekuatan terendah berupa harga tiket parkir wisata belanja Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan, wisata belanja di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh, wisata belanja berdekatan dengan obyek wisata lainnya dan wisata belanja di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat belanja, dengan nilai rata – rata pembobotan sebesar 0,07. Kriteria pembobotan faktor kekuatan terendah pada wisata belanja in menjadi salah satu kriteria yang masih membutuhkan perhatian khusus untuk dikembangkan, sehingga masing – masing kriteria terendah pada pembobotan ini dapat mendukung pengembangan wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah.

Pembobotan selanjutnya yaitu pembobotan pada faktor kelemahan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil pembobotan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 35
Pembobotan Faktor Kelemahan Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Kelemahan	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Promosi wisata belanja di Jawa Tengah kurang.	0,08	0,06	0,05	0,09	0,07	0,07	0,42	0,07
2	Kurangnya tenaga kerja professional wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah.	0,07	0,07	0,07	0,07	0,06	0,06	0,40	0,07
3	Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	0,07	0,06	0,08	0,10	0,06	0,06	0,43	0,07
4	Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya.	0,07	0,08	0,07	0,09	0,06	0,05	0,42	0,07
5	Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata belanja di Jawa Tengah.	0,10	0,08	0,07	0,07	0,05	0,05	0,42	0,07
6	Tingkat kebersihan wisata belanja di Jawa Tengah yang kurang.	0,09	0,08	0,05	0,06	0,05	0,04	0,37	0,06
7	Wisata belanja pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	0,06	0,06	0,10	0,09	0,05	0,04	0,40	0,07

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Pembobotan pada faktor kelemahan tabel 35 menjelaskan bahwa terdapat enam kriteria sebagai kelemahan terbesar pada pembobotan wisata belanja yaitu berupa promosi wisata belanja di Jawa Tengah kurang, kurangnya tenaga kerja professional wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah, wisata belanja di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana, wisata belanja di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya, kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata belanja di Jawa Tengah dan wisata belanja pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan. Dimana keenam kriteria tersebut memiliki nilai rata – rata sebesar 0,07. Sehingga diperlukan solusi dalam mengatasi kelemahan pada pembobotan wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah.

Kriteria dengan nilai kelemahan terendah pada pembobotan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah berupa tingkat kebersihan wisata belanja di Jawa Tengah yang kurang, dengan nilai rata – rata pembobotan sebesar 0,06. Pembobotan selanjutnya yaitu berupa pembobotan faktor peluang wisata belanja Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 36
Pembobotan Faktor Peluang Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Peluang	RI	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-Rata
1	Tingkat investasi yang tinggi pada wisata belanja	0,10	0,14	0,09	0,09	0,11	0,11	0,64	0,11
2	Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah.	0,06	0,12	0,11	0,11	0,12	0,15	0,67	0,11
3	Wisata belanja di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada.	0,13	0,12	0,09	0,14	0,13	0,13	0,74	0,12
4	Wisata belanja di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	0,09	0,11	0,09	0,10	0,14	0,12	0,70	0,12
5	Adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata belanja di Jawa Tengah.	0,13	0,10	0,11	0,13	0,12	0,11	0,70	0,12

Sumber : Data Primer Telah Diolah 2020

Tabel 36 terdapat tiga kriteria dengan nilai peluang yang sama dengan nilai pembobotan sebesar 0,12, berupa kriteria wisata belanja di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada, wisata belanja di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah, dan adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata belanja di Jawa Tengah. Sedangkan pembobotan terendah yaitu wisata belanja di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi dan otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah, dengan nilai rata – rata sebesar 0,11.

Tabel 37
Pembobotan Faktor Ancaman Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Ancaman	RI	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Berkembangnya wisata belanja baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata belanja di Jawa Tengah	0,09	0,06	0,11	0,10	0,10	0,09	0,55	0,09
2	Jarak antar daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain.	0,08	0,09	0,13	0,05	0,10	0,08	0,53	0,09
3	Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata belanja Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah	0,08	0,08	0,13	0,05	0,07	0,07	0,48	0,08
4	Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata belanja masih rendah	0,13	0,10	0,08	0,11	0,06	0,07	0,55	0,09
5	Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata belanja di Jawa Tengah.	0,09	0,08	0,08	0,11	0,05	0,06	0,47	0,08

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Tabel 37 tersebut menjelaskan terkait dengan pembobotan pada faktor ancaman wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Hasil pembobotan pada faktor ancaman dengan nilai rata – rata 0,09 terdapat pada kriteria berkembangnya wisata belanja baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata belanja di Jawa Tengah, jarak antar daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain, dan kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata belanja masih rendah. Sedangkan hasil pembobotan pada faktor ancaman dengan nilai rata – rata terendah berupa tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata belanja Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah dan terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata belanja di Jawa Tengah, dengan nilai rata – rata 0,08.

1.4.2. Pemberian Rating Pada Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

Pemberian rating pada wisata belanja sama halnya pemberian nilai pada pembobotan, yang terdiri atas rating kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan enam *keyperson* yang telah digunakan. Berikut adalah hasil peratingan pada faktor kekuatan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Tabel 4.90 dibawah menjelaskan terkait dengan hasil peratingan, dimana hasil peratingan terbesar pada faktor kekuatan wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah berupa wisata belanja di Jawa Tengah sangat strategis, sebesar 3,67. Kriteria ini menjadi kriteria utama atau keunggulan sehingga harus dijaga dan dikembangkan lebih lanjut sehingga mampu mendorong kriteria lainnya dalam pengembangan wisata belanja di Provinsi Jawa tengah.

Kriterian kekuatan selanjutnya dengan nilai rata – rata sebesar 3,5 yaitu pada kriteria potensi wisata belanja di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan, keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata belanja, wisata belanja berdekatan dengan obyek wisata lainnya, dan wisata belanja di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat belanja. Kriteria kekuatan pada peratingan wisata belanja dengan nilai rata – rata terendah berupa harga tiket parkir wisata belanja Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan dan wisata belanja di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh, dengan nilai rata – rata sebesar 3,33.

Tabel 38
Peratingan Pada Faktor Kekuatan Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-Rata
1	Potensi wisata belanja di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan	3	3	4	3	4	4	21	3,5
2	Wisata belanja di Jawa Tengah sangat strategis	3	4	4	3	4	4	22	3,67
3	Harga tiket parkir wisata belanja Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan.	4	3	4	3	3	3	20	3,33
4	Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh.	3	3	4	3	4	3	20	3,33
5	Keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata belanja	4	4	4	3	3	3	21	3,5
6	Wisata belanja berdekatan dengan obyek wisata lainnya	3	4	4	3	4	3	21	3,5
7	Wisata belanja di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat belanja	3	4	4	3	4	3	21	3,5

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Selain peratingan pada faktor kekuatan wisata belanja, peratingan selanjutnya berupa peratingan terhadap faktor kelemahan yang ada di wisata belanja Provinsi Jawa tengah. Berikut adalah tabel yang menjelaskan tentang peratingan faktor kelemahan wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 39
Peratingan Faktor Kelemahan Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Kelemahan	RI	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Promosi wisata belanja di Jawa Tengah kurang.	1	2	1	2	1	1	8	1,3
2	Kurangnya tenaga kerja professional wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah.	1	2	2	1	2	2	10	1,7
3	Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	1	1	1	2	1	1	7	1,2
4	Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya.	1	1	1	2	2	1	8	1,3
5	Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata belanja di Jawa Tengah.	1	2	1	2	2	2	10	1,7
6	Tingkat kebersihan wisata belanja di Jawa Tengah yang kurang.	2	1	1	2	2	2	10	1,7
7	Wisata belanja pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	1	2	1	2	1	2	9	1,5

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Berdasarkan tabel 39 kriteria kelemahan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah di dapatkan hasil kelemahan terbesar pada wisata belanja berupa Kurangnya tenaga kerja professional wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah, kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata belanja di Jawa Tengah, dan tingkat kebersihan wisata belanja di Jawa Tengah yang kurang. Kriteria ini memiliki nilai rata – rata sebesar 1,7. Dimana besaran nilai tersebut masih membutuhkan solusi dan pengembangan wisata belanja berdasarkan kriteria di atas. Hasil rata – rata peratingan wisata belanja sebesar 1,5 berupa kriteria wisata belanja pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.

Hasil peratingan pada kriteria promosi wisata belanja di Jawa Tengah kurang dan wisata belanja di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya, memiliki nilai rata – rata sebesar 1,3. Sedangkan nilai kelemahan terendah pada wisata belanja berupa wisata belanja di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana. Kriteria ini memiliki nilai rata – rata sebesar 1,2. Rendahnya nilai pada kriteria ini menunjukkan bahwa kriteria tersebut sudah cukup bagus pada wisata belanja dan harus dikembangkan lebih lanjut sehingga mampu mendorong kriteria lainnya dalam pengembangan wisata.

Peratingan selanjutnya berupa peratingan pada faktor ancaman wisata belanja. Peratingan yang pada tabel 4.95 dibawah ini menjelaskan terkait dengan peratingan faktor peluang pada wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah. Hasil yang diperoleh dari tabel tersebut terdapat kriteria dengan nilai rata – rata tertinggi sebesar 3,7 berupa otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah. Dimana kriteria ini dapat dimanfaatkan pada faktor peluang untuk pengembangan wisata belanja.

Kriteria tertinggi dengan nilai 3,3 berupa wisata belanja di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah dan adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata belanja di Jawa Tengah. Kriteria wisata belanja di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi, dengan nilai 3,2. Nilai kriteria terendah berupa wisata belanja di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada, berupa 2,5 pada kriteria ini diperlukan pengembangan dan solusi untuk mendukung pengembangan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 40
Peratingan Faktor Peluang Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Peluang	RI	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-Rata
1	Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	1	3	4	4	4	3	19	3,2
2	Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah.	4	3	4	4	4	3	22	3,7

3	Wisata belanja di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada.	1	3	2	3	3	3	15	2,5
4	Wisata belanja di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	4	4	3	2	4	3	20	3,3
5	Adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata belanja di Jawa Tengah.	4	4	3	3	3	3	20	3,3

Sumber : Data Primer Telah Diolah 2019

Peratingan berikutnya merupakan peratingan pada faktor ancaman yang ada di wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Perangtingan terhadap faktor ancaman pada wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah ini untuk melihat posisi wisata belanja pada matrix grand strategi. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil peratingan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 41
Peratingan Faktor Ancaman Wisata Belanja Di Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Ancaman	RI	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Berkembangnya wisata belanja baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata belanja di Jawa Tengah	4	2	4	2	3	2	16	2,67
2	Jarak antar daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain.	4	2	2	2	2	2	14	2,3
3	Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata belanja Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah	4	2	4	2	1	2	15	2,5
4	Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata belanja masih rendah	4	3	4	3	2	2	18	3
5	Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata belanja di Jawa Tengah.	4	3	4	3	3	2	19	3,2

Sumber : Data Diloah Tahun 2020

Hasil peratingan faktor ancaman wisata belanja Provinsi Jawa Tengah pada tabel 41, menunjukkan hasil ancaman terbesar pada wisata belanja berupa kriteria terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata belanja di Jawa Tengah, dengan nilai kriteria sebesar 3,2. Sedangkan kriteria kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata belanja masih rendah memiliki nilai kriteria sebesar 3. Kriteria berkembangnya wisata belanja baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata belanja di Jawa Tengah dengan nilai kriteria 2,67. Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata belanja Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah memiliki nilai kriteria rata – rata sebesar 2,5. Kriteria faktor ancaman dengan nilai rata – rata ancaman terendah berupa jarak antar daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain.

1.4.3. Faktor Strategi Internal dan Eksternal Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

Penghitungan strategi internal maupun eksternal ini didapatkan dari perhitungan antara hasil dari pembobotan dengan hasil yang didapatkan dari peratingan pada wisata belanja. Dimana masing – masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang telah di hitung didapatkan hasil yang dirumuskan kedalam faktor strategi internal dan eksternal. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil dari perhitungan pada faktor strategi internal wisata belanja Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 42
Faktor Strategi Internal Wisata Belanja di Provinsi Jawa Tengah

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
KEKUATAN	0,09	3,5	0,32
1. Potensi wisata belanja di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan			
2. Wisata belanja di Jawa Tengah sangat strategis	0,08	3,67	0,29
3. Harga tiket parkir wisata belanja Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan.	0,07	3,33	0,23
4. Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh.	0,07	3,33	0,23
5. Keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata belanja	0,08	3,5	0,28
6. Wisata belanja berdekatan dengan obyek wisata lainnya	0,07	3,5	0,25
7. Wisata belanja di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat belanja	0,07	3,5	0,25
JUMLAH SKOR KEKUATAN			1,85
KELEMAHAN	0,07	1,3	0,09
1. Promosi wisata belanja di Jawa Tengah kurang.			
2. Kurangnya tenaga kerja professional wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah.	0,07	1,7	0,12
3. Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	0,07	1,2	0,08
4. Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya.	0,07	1,3	0,09
5. Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata belanja di Jawa Tengah.	0,07	1,7	0,12
6. Tingkat kebersihan wisata belanja di Jawa Tengah yang kurang.	0,06	1,7	0,10
7. Wisata belanja pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	0,07	1,5	0,11
JUMLAH SKOR KELEMAHAN			0,71

Sumber : Data primer Diolah Tahun 2020

Tabel 42 menjelaskan hasil dari faktor strategi internal yang didapatkan dari faktor kekuatan dan kelemahan yang ada pada wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Dimana hasil yang didapatkan pada faktor kekuatan sejumlah 1,85, hasil tersebut didapatkan dengan cara mengkalikan hasil dari peratingan dengan hasil dari pembobotan. Sedangkan hasil yang didapatkan pada faktor kelemahan sejumlah 0,71. Hasil tersebut didapatkan dengan cara mengkalikan hasil yang diperoleh dari pembobotan dan peratingan. Setelah didapatkan strategi internal maka langkah selanjutnya yaitu mencari hasil dari strategi eksternal, berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil dari strategi eksternal.

Tabel 43
Faktor Strategi Eksternal Wisata Belanja di Provinsi Jawa Tengah

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
PELUANG			
1. Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	0,11	3,2	0,35
2. Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah.	0,11	3,7	0,41
3. Wisata belanja di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada.	0,12	2,5	0,3
4. Wisata belanja di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	0,12	3,3	0,40

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
5. Adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata belanja di Jawa Tengah.	0,12	3,3	0,40
JUMLAH SKOR PELUANG			1,86
ANCAMAN	0,09	2,67	0,24
1. Berkembangnya wisata belanja baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata belanja di Jawa Tengah			
2. Jarak antar daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain.	0,09	2,3	0,21
3. Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata belanja Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah	0,08	2,5	0,20
4. Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata belanja masih rendah	0,09	3	0,27
5. Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata belanja di Jawa Tengah.	0,08	3,2	0,26
JUMLAH SKOR ANCAMAN			1,18

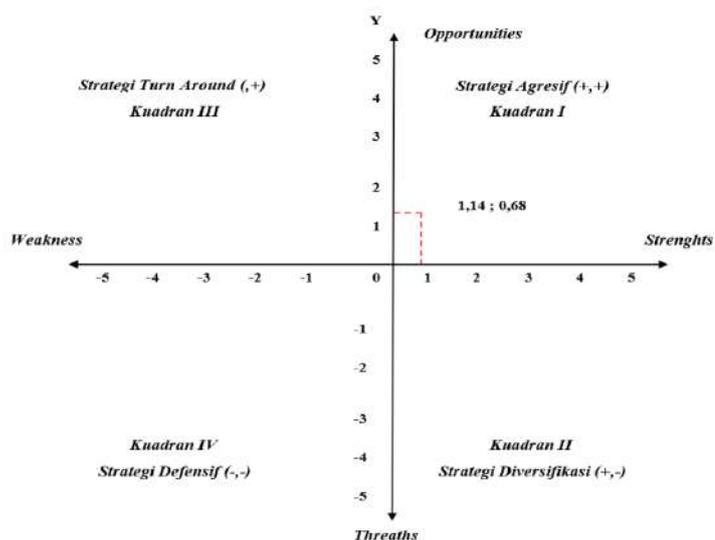
Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Tabel 43 menjelaskan terkait dengan hasil dari faktor strategi eksternal, yang didapatkan dari pengkalian antara faktor peluang dan ancaman yang ada pada wisata belanja Provinsi Jawa tengah. dimana jumlah dari skor peluang sebesar 1,86 sedangkan jumlah dari skor ancaman yang didapatkan sejumlah 1,18. Berdasarkan tabel faktor strategi eksternal dan internal diatas maka disusunlah perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Faktor Internal} &= \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan} \\ &= 1,85 - 0,71 = 1,14 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Faktor Eksternal} &= \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman} \\ &= 1,86 - 1,18 = 0,68 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan faktor internal dan eksternal, maka nilai yang dihasilkan tersebut dimasukkan ke dalam *Matrix Grand Strategy*, maka didapatkan hasil sebagai berikut.



Gambar 4 Matrix Grand Strategy Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

Sumber : Data Penelitian Diolah

Gambar *matrix grand strategy* 4 menunjukkan posisi wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah yang berada pada titik (1,14 ; 0,68), posisi titik koordinat tersebut berada di kuadran I. Dimana kuadran I merupakan suatu posisi yang memanfaatkan faktor kekuatan dan peluang dengan maksimal untuk meningkatkan pertumbuhan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Pemanfaatan kekuatan dan peluang tersebut bertujuan untuk mempercepat pengembangan strategi yang diterapkan untuk mendukung strategi agresif.

Strategi agresif yang dapat dilakukan dalam penelitian ini berupa menciptakan inovasi baru pada potensi wisata belanja yang sudah ada untuk daerah yang tergolong dalam kategori sangat potensial. Yang mana dalam kategori sangat potensial ini telah memenuhi komponen pengembangan wisata, seperti daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan akomodasi. Untuk daerah dalam kategori potensial strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan memperkenalkan potensi wisata belanja melalui beberapa event dan pameran potensi wisata belanja untuk meningkatkan minat wisatawan pada wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah. Sedangkan untuk kategori potensi wisata belanja yang kurang potensial yang dapat dilakukan yaitu dengan cara menambah dan memperbaiki komponen wisata.

Selain berdasarkan pada strategi diatas, pengembangan potensi wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan kriteria yang ada pada faktor kekuatan dan peluang yang ada didalam wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Kekuatan dan peluang tersebut diantaranya potensi wisata belanja di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan, letak wisata yang sangat strategis, dan kriteria lainnya. Sedangkan kriteria peluang yang dapat dikembangkan pada wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah berupa wisata belanja di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi, otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah, wisata belanja di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada, dan kriteria lainnya yang ada di faktor peluang pada wisata belanja Provinsi Jawa Tengah. Strategi agresif yang ada pada aktor peluang dan kekuatan wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah kemudian disusun kedalam matrik swot. Berikut adalah matrik swot yang menunjukkan strategi yang dapat digunakan pada wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 44
Matrik SWOT Wisata Belanja Provinsi Jawa Tengah

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>Kekuatan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi wisata belanja di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan 2. Wisata belanja di Jawa Tengah sangat strategis. 3. Harga tiket parkir wisata belanja Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan. 4. Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh. 5. Keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata belanja 6. Wisata belanja berdekatan dengan obyek wisata lainnya. 7. Wisata belanja di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat wisata kuliner 	<p>Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi wisata belanja di Jawa Tengah kurang. Kurangnya tenaga kerja profesional wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah. 2. Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana. 3. Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya. 4. Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata belanja di Jawa Tengah. 5. Tingkat kebersihan wisata belanja di Jawa Tengah yang kurang. 6. Wisata belanja pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.
<p>Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata belanja di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi. 2. Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah. 3. Wisata belanja di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada. 4. Wisata belanja di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah. 5. Adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan inovasi pada wisata potensi wisata belanja yang telah ada. 2. Memanfaatkan potensi wisata belanja dengan cara mengenalkan wisata belanja (kerajinan local setempat) dengan cara melakukan kerjasama dalam pameran, event, bazar untuk mendukung pengembangan wisata belanja Provinsi Jawa Tengah 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki aksesibilitas dan penambahan akomodasi penunjang wisata, pada tempat wisata belanja yang memiliki akses yang kurang bagus. 2. Meningkatkan promosi wisata belanja melalui sosial media, paket wisata dan peta potensi wisata belanja untuk dikenal oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara. 3. Membentuk wadah atau organisasi pendukung wisata belanja yang dikelola oleh masyarakat serta pemerintah setempat, untuk meningkatkan komunikasi dan koordinasi antar pihak yang mendukung pengembangan wisata belanja.

wisata belanja di Jawa Tengah.		
<p>Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> Berkembangnya wisata belanja baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata belanja di Jawa Tengah Jarak antar daya tarik wisata belanja di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain. Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata belanja Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah. Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata belanja masih rendah. Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata belanja di Jawa Tengah. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengoptimalkan potensi dan keunikan yang ada pada wisata belanja dalam menghadapi persaingan antar objek wisata lainnya di Jawa Tengah. Mengembangkan kawasan sentra oleh-oleh yang memberikan <i>multiplier effect</i> pada masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendapatan daerah dikawasan tersebut. Menambah dan memperbaiki fasilitas penunjang wisata seperti kesediaan toilet, tempat khusus disabilitas, mushola yang mendukung wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Menambah ketersediaan transportasi umum bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata pada wisata belanja di Provinsi Jawa Tengah 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> Memberikan pelayanan khusus wisatawan berupa pusat informasi, untuk menampung pesan, kesan, dan keluhan wisatawan sebagai evaluasi program pengembangan wisata yang masih sederhana dalam pengembangan produk wisata, sarana dan prasarana obyek wisata belanja. Melakukan kerjasama baik antara pemerintah setempat, pihak swasta, masyarakat dan sektor usaha lainnya dalam hal mengatasi minimnya anggaran dan ketersediaan dana, kebersihan lingkungan wisata, dan menjaga fasilitas – fasilitas yang ada di wisata belanja.

1.5 Strategi Pengembangan Wisata Kuliner

1.5.1. Pemberian Bobot Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

Pembobotan dalam penelitian ini terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah yang didapatkan dari 6 *Key person* yang telah ditentukan, sehingga di dapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 45
Pembobotan Faktor Kekuatan Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Potensi wisata kuliner di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan	0,06	0,07	0,07	0,09	0,06	0,05	0,4	0,07
2	Wisata kuliner di Jawa Tengah sangat strategis	0,08	0,05	0,07	0,06	0,07	0,05	0,38	0,05
3	Harga tiket parkir wisata kuliner Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan.	0,06	0,05	0,04	0,06	0,05	0,05	0,31	0,06
4	Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki	0,06	0,06	0,09	0,07	0,06	0,06	0,4	0,07

	area parkir luas dan teduh.								
5	Keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata kuliner	0,07	0,05	0,05	0,07	0,06	0,05	0,35	0,06
6	Wisata kuliner berdekatan dengan obyek wisata lainnya	0,08	0,05	0,07	0,05	0,05	0,05	0,35	0,06
7	Wisata kuliner di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat belanja	0,05	0,06	0,05	0,07	0,09	0,07	0,39	0,07

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari tabel 45 menunjukkan bahwa dari beberapa indikator yang ada dalam faktor kekuatan diatas yang merupakan kekuatan tertinggi pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah berupa pemanfaatan potensi wisata kuliner di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan, daya tarik wisata kuliner memiliki tempat parkir yang teduh dan luas, dan daya tarik wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah berdekatan dengan tempat belanja adalah 0,07. Berdasarkan hasil wawancara yang di peroleh dari dinas pariwisata Provinsi Jawa Tengah Bidang Pengembangan DTW yang menyatakan bahwa :

“ Pengembangan kuliner di Jawa Tengah itu mengedepankan cita rasa masakan Jawa Tengah sebagai ciri khas dan keunikannya, jadi setiap kabupaten/kota di Jawa Tengah harus punya 1 makanan khas sebagai identitas kabupaten tersebut.”

Kemudian indikator lainnya yang menjadi kekuatan pada wisata kuliner Jawa Tengah ini berupa harga tiket parkir yang ditawarkan pada wisata kuliner Jawa Tengah terjangkau, keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata kuliner, dan wisata kuliner berdekatan dengan obyek wisata lainnya dengan hasil rata – rata pembobotan sebesar 0,06. Untuk kriteria faktor kekuatan dengan hasil rata – rata pembobotan terendah adalah letak daya tarik wisata kuliner yang sangat strategis dengan hasil rata – rata sebesar 0,05. Selain beberapa kriteria atau indikator faktor kekuatan terdapat beberapa indikator yang menjelaskan faktor kelemahan pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil pembobotan faktor kelemahan pada wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 46
Pembobotan Faktor Kelemahan Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Kelemahan	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Promosi wisata kuliner di Jawa Tengah kurang.	0,10	0,11	0,10	0,07	0,08	0,10	0,56	0,09
2	Kurangnya tenaga kerja profesional wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah.	0,09	0,10	0,07	0,07	0,10	0,10	0,53	0,09
3	Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	0,07	0,06	0,08	0,08	0,09	0,10	0,48	0,08
4	Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya.	0,08	0,09	0,06	0,07	0,08	0,09	0,47	0,08
5	Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata kuliner di Jawa Tengah.	0,07	0,08	0,08	0,07	0,07	0,07	0,44	0,07
6	Tingkat kebersihan wisata kuliner di Jawa Tengah yang kurang.	0,06	0,08	0,07	0,09	0,07	0,07	0,44	0,07
7	Wisata kuliner pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	0,09	0,10	0,10	0,07	0,07	0,09	0,52	0,09

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Tabel 46 menjelaskan bahwa dari tujuh indikator yang menunjukkan faktor kelemahan pada wisata kuliner yang ada di Provinsi Jawa Tengah, indikator promosi wisata kuliner di Jawa Tengah kurang, kurangnya tenaga kerja profesional wisata kuliner di Jawa Tengah dan wisata kuliner pada Kabupaten dan Kota di

Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan, menjadi faktor kelemahan terbesar dari beberapa indikator yang ada, yaitu sebesar 0,09. Maka hasil dari indikator tersebut memerlukan solusi untuk mengatasi kelemahan pada wisata kuliner di Jawa Tengah.

Kriteria selanjutnya yang merupakan kelemahan terbesar pada wisata kuliner yaitu wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki program pengembangan yang sederhana dan wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya, dimana besaran rata – rata yang didapatkan dari pembobotan tersebut sebesar 0,08. Sedangkan hasil pembobotan dengan nilai kelemahan yang terendah atau kurang berpengaruh terhadap kelemahan wisata kuliner di Jawa Tengah yaitu kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar daya tarik wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah dan tingkat kebersihan pada daya tarik wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah yang kurang, dengan nilai pembobotan sebesar 0,07.

Pengembangan wisata kuliner yang masih sederhana ini dapat dilihat dari jenis wisata kuliner berupa makanan khas daerah, dimana penjual yang menjajakan wisata kuliner makanan khas daerah ini masih sederhana yaitu hanya sebatas kegiatan menjual makanan (berdagang), tidak diikuti dengan motif wisata kuliner. Meskipun wisata kuliner merupakan salah satu wisata yang di minati oleh wisatawan, namun tidak jarang wisatawan hanya menganggap melakukan perjalanan kuliner itu tidak termasuk wisata kuliner. Hal ini juga yang mendorong kurang berkembangnya wisata kuliner di Jawa Tengah. Sehingga masih diperlukan pengembangan wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah berdasarkan pada faktor kelemahan diatas. Pembobotan selanjutnya pada wisata kuliner di Jawa Tengah berupa pembobotan pada faktor peluang, berikut adalah tabel yang menjelaskan pembobotan pada faktor peluang wisata kuliner di Jawa Tengah.

Tabel 47
Pembobotan Faktor Peluang Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Peluang	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-Rata
1	Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	0,09	0,06	0,10	0,09	0,06	0,07	0,47	0,08
2	Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata kuliner di Jawa Tengah.	0,06	0,07	0,08	0,09	0,09	0,09	0,48	0,08
3	Wisata kuliner di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada.	0,12	0,10	0,09	0,11	0,09	0,08	0,59	0,10
4	Wisata kuliner di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	0,08	0,09	0,08	0,09	0,11	0,07	0,52	0,09
5	Adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.	0,13	0,12	0,06	0,12	0,07	0,07	0,57	0,10

Sumber : Data Primer Telah Diolah 2020

Tabel 47 diatas menjelaskan terkait dengan lima indikator yang ada faktor peluang, dimana kriteria peluang dengan nilai tertinggi berupa wisata kuliner di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada, dan adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, bazar dapat mendukung perkembangan wisata kuliner di Jawa Tengah, bobot yang dihasilkan sebesar 0,10. Kriteria peluang terbesar selanjutnya berupa daya tarik wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah dengan hasil pembobotan yang didapatkan sebesar 0,09. Hasil pembobotan dengan nilai peluang tertinggi merupakan kriteria peluang utama sehingga perlu di optimalkan dan dimanfaatkan secara maksimal dalam pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.

Hasil pembobotan peluang yang terendah berupa sektor wisata kuliner di Jawa Tengah berupa tingkat investasi pada bidang pariwisata yang tinggi dan otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah dengan nilai pembobotan sebesar 0,08. Sedangkan hasil pembobotan pada faktor peluang dengan nilai kriteria terendah diperlukan pengembangan lebih lanjut untuk mengoptimalkan potensi yang ada pada wisata kuliner di Jawa Tengah. Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap pembobotan wisata kuliner berupa faktor ancaman. Faktor ancaman ini sangat

mempengaruhi perkembangan wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah. Sehingga diperlukan solusi untuk mengatasi faktor ancaman pada wisata kuliner. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil pembobotan dari faktor ancaman wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 48
Pembobotan Faktor Ancaman Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Berkembangnya wisata kuliner baru dapat meningkatkan persaingan antar obyek wisata kuliner di Jawa Tengah	0,10	0,08	0,12	0,10	0,12	0,14	0,66	0,11
2	Jarak antar daya tarik wisata kuliner di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain.	0,08	0,12	0,11	0,11	0,12	0,14	0,68	0,11
3	Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata kuliner Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah	0,09	0,09	0,12	0,09	0,12	0,13	0,64	0,11
4	Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata kuliner masih rendah	0,13	0,13	0,12	0,10	0,11	0,12	0,71	0,12
5	Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.	0,11	0,15	0,12	0,13	0,11	0,10	0,72	0,12

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Pada tabel 48 diatas menjelaskan terkait dengan pembobotan faktor ancaman yang ada pada wisata kuliner di Jawa Tengah. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa faktor ancaman terbesar pada wisata kuliner berupa kurangnya fasilitas penunjang wisata yang ada pada daya tarik wisata kuliner di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah, seperti kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata kuliner masih rendah dan adanya kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah, sebesar 0,12. Kriteria tersebut merupakan faktor ancaman terbesar pada wisata kuliner di Jawa Tengah, sehingga diperlukan solusi untuk mengatasi faktor ancaman tersebut.

1.5.2. Pemberian Rating Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

Pemberian rating pada wisata kuliner ini sama seperti pemberian pembobotan, dimana rating yang akan diberikan berupa rating kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah. Adanya perantingan ini merupakan suatu upaya yang dapat digunakan untuk melihat potensi dan/atau keunggulan yang ada pada wisata kuliner sehingga dapat dimanfaatkan dengan baik dan dapat dikembangkan untuk meningkatkan penerimaan dari wisata kuliner itu sendiri.

Disisi lain adanya perantingan berupa kelemahan dan ancaman yang ada pada wisata kuliner ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang menjadi sebuah ancaman pada wisata kuliner. Sehingga wisata kuliner di Jawa Tengah tersebut kurang berkembang dan tertinggal dibandingkan dengan wisata kuliner di provinsi lainnya. Setelah diketahui permasalahan yang menjadi ancaman yang ada pada wisata kuliner maka dari ancaman tersebut, dapat kita dihindari dan/atau dicari solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada. Langkah pertama yang dilakukan penulis dalam pemberian rating pada wisata kuliner ini berupa pemberian rating berdasarkan faktor kekuatan terlebih dahulu. Berikut adalah tabel terkait dengan perantingan faktor kekuatan pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 49
Peratingan Faktor Kekuatan Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Kekuatan	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-Rata
1	Potensi wisata kuliner di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan	3	3	4	4	3	4	21	3,5
2	Wisata kuliner di Jawa Tengah sangat strategis	4	3	3	3	3	4	20	3,3
3	Harga tiket parkir wisata kuliner Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan.	4	3	4	4	4	3	22	3,7
4	Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh.	3	3	3	3	4	3	19	3,2
5	Keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata kuliner	4	3	4	4	3	3	21	3,5
6	Wisata kuliner berdekatan dengan obyek wisata lainnya	3	3	4	3	4	3	20	3,3
7	Wisata kuliner di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat belanja	3	3	4	3	3	3	19	3,2

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Tabel 49 diatas menjelaskan terkait dengan peratingan pada faktor kekuatan yang ada di wisata kuliner Jawa Tengah, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa kriteria harga tiket parkir yang ditawarkan wisata kuliner Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan, menjadi kriteria kekuatan terbesar sebesar 3,7. Kriteria ini menjadi kriteria terbesar dalam peratingan wisata kuliner di Jawa Tengah sehingga perlu dioptimalkan untuk mendukung pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.

Kriteria selanjutnya berupa kekuatan terbesar dalam perantingan wisata kuliner ini adalah besarnya potensi daya tarik wisata terutama dalam wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah yang sudah dimanfaatkan di Provinsi Jawa Tengah, dan masyarakat dan pengelola daya tarik wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah ramah terhadap pengunjung, dengan nilai perankingan sebesar 3,5. Kriteria ini menjadi salah satu kekuatan terbesar kedua. Sehingga dapat dimanfaatkan dalam pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah. Kriteria kekuatan berupa wisata kuliner di Jawa Tengah terletak sangat strategis, dan obyek wisata kuliner berdekatan dengan obyek wisata lainnya di Jawa Tengah sebagai destinasi kunjungan wisatawan sebesar 3,3. Letak wisata kuliner sangat strategis menjadi sebuah kekuatan yang terendah. Kriteria kekuatan terendah pada wisata kuliner di Jawa Tengah ini masih diperlukan solusi atas kriteria tersebut, untuk mendukung pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.

Kriteria kekuatan yang terendah berupa daya tarik wisata kuliner memiliki area parkir luas dan teduh dan wisata kuliner berdekatan dengan tempat belanja sebagai tempat wisata belanja di Jawa Tengah, sebesar 3,2. Kriteria tersebut menjadi sebuah kekuatan terendah sehingga masih diperlukan pengembangan pada kriteria yang ada di faktor kekuatan. Perantingan selanjutnya berupa faktor kelemahan yang ada pada wisata kuliner, Berikut adalah tabel perankingan yang menjelaskan faktor kelemahan yang ada di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 48
Perantingan Faktor Kelemahan Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Kelemahan	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Promosi wisata kuliner di Jawa Tengah kurang.	2	1	1	2	2	1	9	1,5
2	Kurangnya tenaga kerja profesional wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah.	2	2	2	2	2	2	12	2
3	Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	1	1	2	2	2	1	9	1,5
4	Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya.	1	1	2	2	1	1	8	1,3
5	Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata kuliner di Jawa Tengah.	2	1	2	2	2	2	11	1,8
6	Tingkat kebersihan wisata kuliner di Jawa Tengah yang kurang.	2	2	2	2	1	2	11	1,8
7	Wisata kuliner pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	2	2	1	2	2	2	11	1,8

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

Hasil yang didapatkan pada perantingan tabel 48 menjelaskan faktor kelemahan pada wisata kuliner di Jawa Tengah, dimana faktor kelemahan terbesar yang ada pada wisata kuliner berupa kurangnya tenaga kerja profesional (ahli dalam bidangnya) wisata kuliner di Jawa Tengah, sebesar 2. Kriteria tersebut menjadi kriteria terbesar pada faktor kelemahan wisata kuliner, sehingga di perlukan strategi pengembangan dan solusi dalam pengembangan wisata kuliner berdasarkan pada faktor kelemahan. Kurangnya tenaga kerja profesional ini dikarenakan kurangnya SDM (pemandau wisata/ TL) dalam bidang pariwisata di Jawa Tengah yang sudah bersertifikasi dan sesuai kualifikasi yang telah ditentukan, terutama pada wisata kuliner. Kondisi ini berbeda dengan pariwisata yang ada di Provinsi Yogyakarta dan daerah lainnya.

Kriteria kelemahan terbesar selainnya berupa kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata kuliner di Jawa Tengah, tingkat kebersihan pada wisata kuliner di Jawa Tengah yang kurang, dan wisata kuliner pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan, kriteria tersebut memiliki nilai perantingan sebesar 1,8. Kondisi obyek sekitar wisata kuliner, tingkat kebersihan, dan target pasar pada wisata kuliner di Jawa Tengah sangat berpengaruh besar terhadap kelemahan pada wisata kuliner di Jawa Tengah, hal ini berpengaruh juga terhadap kesan dan minat wisatawan dalam berwisata pada wisata kuliner di Jawa Tengah.

Promosi wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah kurang, dan daya tarik wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah memiliki program pengembangan yang masih sederhana, juga menjadi salah satu kelemahan pada wisata kuliner di Jawa Tengah dengan nilai rating sebesar 1,5. Sedangkan kriteria perantingan kelemahan terkecil pada wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolannya. Faktor kelemahan terkecil pada perantingan wisata kuliner di Jawa Tengah ini masih memerlukan solusi dan manajemen pengelolaan keuangan yang lebih baik untuk pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah. Perantingan selanjutnya yang ada di wisata kuliner berupa perantingan pada faktor peluang wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah tabel yang menjelaskan terkait rating pada faktor peluang yang ada pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 49
Perantingan Faktor Peluang Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

No	Kriteria Peluang	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-Rata
1	Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.	1	2	2	2	1	3	11	1,8
2	Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata kuliner di Jawa Tengah.	1	3	2	4	1	3	14	2,3
3	Wisata kuliner di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada.	2	2	3	3	1	3	14	2,3
4	Wisata kuliner di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	2	2	2	1	2	3	12	2
5	Adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.	4	4	2	4	3	3	20	3,3

Sumber : Data Primer Telah Diolah 2020

Kriteria yang memiliki nilai perantingan terbesar pada faktor peluang tabel 49 ini berupa kriteria adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan daya tarik wisata kuliner di Jawa Tengah, sebesar 3,3. Kriteria ini menjadi kriteria peluang utama yang mendukung pengembangan wisata kuliner berdasarkan pada peluang wisata kuliner di Jawa Tengah.

Kriteria peluang selanjutnya dengan nilai rata – rata perantingan sebesar 2,3 yaitu otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata kuliner di Jawa Tengah dan wisata kuliner di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada. Sedangkan kriteria peluang dengan nilai rata – rata perantingan sebesar 2 yaitu pada kriteria Wisata kuliner di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.

Wisata kuliner dengan nilai rata – rata perantingan peluang terendah yaitu pada kriteria Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi, sebesar 1,8. Nilai rata – rata kriteria peluang ini masih diperlukan pengembangan untuk meningkatkan peluang investasi pada wisata kuliner di Jawa Tengah. Sehingga kriteria ini dapat pendukung pengembangan wisata kuliner. Perantingan selanjutnya berupa perantingan pada faktor ancaman yang ada pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah tabel yang menjelaskan tentang perantingan pada faktor ancaman pada wisata kuliner di Jawa Tengah.

Tabel 50
Peratingan Faktor Ancaman Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah
Sumber : Data Diolah Tahun 2020

No	Kriteria Ancaman	RI	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata-rata
1	Berkembangnya wisata kuliner baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata kuliner di Jawa Tengah	4	1	3	1	4	2	15	2,5
2	Jarak antar daya tarik wisata kuliner di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain.	4	3	3	3	3	2	18	3
No	Kriteria Ancaman	R1	R2	R3	R4	R5	R6	Jumlah	Rata - Rata
1	Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata kuliner Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah	4	3	3	4	4	2	20	3,3
2	Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata kuliner masih rendah	4	3	3	4	3	2	19	3,2
3	Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.	2	3	3	4	2	2	16	2,7

Pada tabel 50 menjelaskan terkait dengan peratingan faktor ancaman pada wisata kuliner, dimana faktor ancaman dengan nilai rata – rata tertinggi yaitu kriteria tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata kuliner Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah, dengan nilai rata – rata 3,3. Tingginya nilai rata – rata pada faktor ancaman ini, diperlukan solusi dalam memecahkan masalah sesuai dengan kriteria. Sehingga dari solusi tersebut didapatkan strategi yang mendukung pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.

Kriteria ancaman selanjutnya berupa kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata kuliner masih rendah, dengan nilai 3,2. Kriteria terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah, memiliki nilai rata – rata sebesar 2,7. Sedangkan kriteria dengan nilai rata – rata peratingan terendah pada faktor ancaman wisata kuliner di Jawa Tengah berupa berkembangnya wisata kuliner baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata kuliner di Jawa Tengah, dengan nilai 2,5. Kriteria pada ancaman terendah ini tidak berpengaruh terhadap pengembangan wisata kuliner, sehingga perlu dukungan pengembangan terhadap kriteria tersebut untuk meningkatkan pengembangan potensi wisata kuliner di Jawa Tengah.

1.5.3. Faktor Strategi Internal dan Eksternal Wisata Kuliner di Provinsi Jawa Tengah

Faktor strategi internal didapatkan dengan cara mengkalikan hasil dari pembobotan dan peratingan pada faktor kekuatan dan kelemahan yang ada pada wisata kuliner di Jawa Tengah. Sedangkan faktor eksternal didapatkan dengan cara mengkalikan hasil dari pembobotan dan peratingan yang ada pada faktor peluang dan ancaman pada wisata kuliner di Jawa Tengah. Berikut adalah hasil yang didapatkan dari mengkalikan hasil dari faktor internal dan eksternal pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 51
Faktor Strategi Internal Wisata Kuliner di Provinsi Jawa Tengah

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
KEKUATAN	0,07	3,5	0,25
1. Potensi wisata kuliner di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan			
2. Wisata kuliner di Jawa Tengah sangat strategis	0,05	3,3	0,17
3. Harga tiket parkir wisata kuliner Jawa Tengah terjangkau oleh wisatawan.	0,06	3,7	0,22
4. Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki area parkir luas dan teduh.	0,07	3,2	0,22
2. Keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata kuliner	0,06	3,5	0,21
3. Wisata kuliner berdekatan dengan obyek wisata lainnya	0,06	3,3	0,20
4. Wisata kuliner di Jawa Tengah berdekatan dengan tempat belanja	0,07	3,2	0,22
JUMLAH SKOR KEKUATAN			1,49
KELEMAHAN	0,09	1,5	0,14
1. Promosi wisata kuliner di Jawa Tengah kurang.			
2. Kurangnya tenaga kerja profesional wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah.	0,09	2	0,18

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
3. Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki program pengembangan sederhana.	0,08	1,5	0,12
4. Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya.	0,08	1,3	0,11
5. Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata kuliner di Jawa Tengah.	0,07	1,8	0,13
6. Tingkat kebersihan wisata kuliner di Jawa Tengah yang kurang.	0,07	1,8	0,13
7. Wisata kuliner pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.	0,09	1,8	0,16
JUMLAH SKOR KELEMAHAN			0,97

Sumber : Data primer Diolah Tahun 2020

Berdasarkan pada tabel 51 didapatkan hasil dari faktor kekuatan dan kelemahan wisata kuliner. Hasil kekuatan yang didapatkan pada faktor internal Wisata Kuliner sebesar 1,49, sedangkan kelemahan yang didapatkan dari hasil perhitungan faktor kelemahan wisata kuliner Jawa Tengah sebesar 0,97.

Tabel 52
Faktor Strategi Eksternal Wisata Kuliner di Provinsi Jawa Tengah

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
PELUANG	0,08	1,8	0,14
1. Wisata kuliner di Jawa Tengah memiliki tingkat investasi yang tinggi.			
2. Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi daya tarik wisata kuliner di Jawa Tengah.	0,08	2,3	0,18
3. Wisata kuliner di Jawa Tengah melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada.	0,10	2,3	0,23
4. Wisata kuliner di Jawa Tengah didukung dengan aksesibilitas yang mudah.	0,09	2	0,18
5. Adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.	0,10	3,3	0,33
JUMLAH SKOR PELUANG			1,06
ANCAMAN	0,11	2,5	0,28
6. Berkembangnya wisata kuliner baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata kuliner di Jawa Tengah			
7. Jarak antar daya tarik wisata kuliner di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain.	0,11	3	0,33
8. Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata kuliner Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah	0,11	3,3	0,36
9. Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata kuliner masih rendah	0,12	3,2	0,38
10. Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah.	0,12	2,7	0,32
JUMLAH SKOR ANCAMAN			1,62

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2020

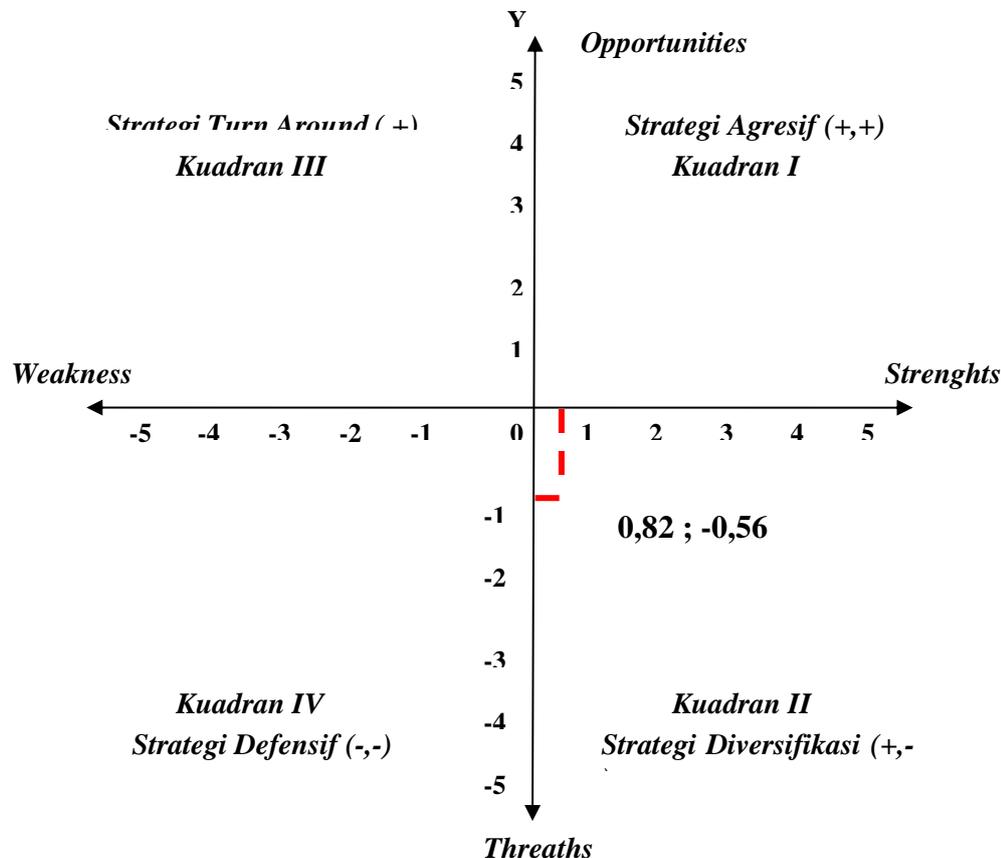
Tabel 52 menjelaskan bahwa hasil dari strategi eksternal yang didapatkan berdasarkan hasil pengkalian dari peratingan dan pembobotan. Skor peluang yang didapatkan sejumlah 1,06, sedangkan jumlah ancaman yang didapatkan sebesar 1,62. Berdasarkan hasil dari perhitungan antara faktor eksternal dan internal, berikut adalah hasil yang menunjukkan dari pengkalian tersebut

$$\begin{aligned} \text{Faktor Internal} &= \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan} \\ &= 1,49 - 0,67 = 0,82 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Faktor Eksternal} &= \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman} \\ &= 1,06 - 1,62 = -0,56 \end{aligned}$$

Hasil yang didapatkan dari perhitungan faktor eksternal dan internal tersebut maka dimasukkan ke dalam *Matrix Grand Strategy*, sehingga akan diketahui posisi potensi wisata kuliner di Jawa Tengah berada pada titik Kuadran berapa. Setelah di ketahui posisi wisata kuliner di Jawa Tengah pada titik kuadran tersebut, maka dapat disusun strategi pengembangan wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah berdasarkan kuadran yang ditempatinya. Dimana diagram SWOT ini

berdasarkan pada hasil faktor eksternal dan internal yang ada pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah diagram yang menunjukkan posisi wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah.



Gambar 5 Matrix Grand Strategy Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

Sumber : Data Primer Yang Diolah 2020

Gambar 5 di atas menunjukkan titik perpotongan pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah berada pada kuadran II, dengan titik potong (0,82 ; -0,56). Pada kuadran II ini mendukung strategi yang bersifat *Diversifikasi* (positif, negatif) yang artinya meskipun wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah menghadapi ancaman yang cukup besar, namun dapat memanfaatkan faktor kekuatan dan peluang dalam jangka panjang. Strategi yang dapat dilakukan untuk mendukung *strategi diversifikasi* pada wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah berupa mengoptimalkan potensi dan keunikan wisata kuliner dengan mengedepankan cita rasa Jawa Tengah, serta melakukan pengembangan kawasan sentra kuliner bagi Kabupaten dan Kota yang tergolong kedalam kategori sangat potensial. Untuk Kabupaten dan Kota yang tergolong dalam kategori potensial maka strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan menambah dan memperbaiki fasilitas penunjang (ketersediaan toilet, area parkir, mushola, tempat khusus disabilitas, wifi, dan spot foto), dan menambah ketersediaan transportasi umum penunjang wisata. Bagi daerah yang berada pada kategori kurang potensial maka dapat melakukan perbaikan pada komponen penunjang wisata dan meningkatkan promosi wisata kuliner dengan cara mengajak para GenPI, duta wisata, blogger dan pecinta kuliner untuk ikut serta dalam mempromosikan wisata kuliner tiap Kabupaten dan Kota di Provinsi Jawa Tengah untuk meningkatkan minat wisatawan.

Strategi Diversifikasi diatas merupakan strategi yang didapatkan dari faktor kekuatan dan peluang yang ada di wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah, yang meliputi; potensi wisata kuliner yang ada, letak wisata kuliner yang sangat strategis, harga tiket parkir yang murah, keramah tamahan masyarakat dalam menyambut wisatawan, dan wisata kuliner berdekatan dengan tempat belanja. Faktor peluang yang ada berupa tingkat investasi yang tinggi, promosi, inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi, aksesibilitas yang mudah, dan adanya kerjasama maupun event dalam wisata kuliner dapat dijadikan kriteria yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah. Strategi Diversifikasi dapat dilihat pada matrik SWOT dibawah ini.

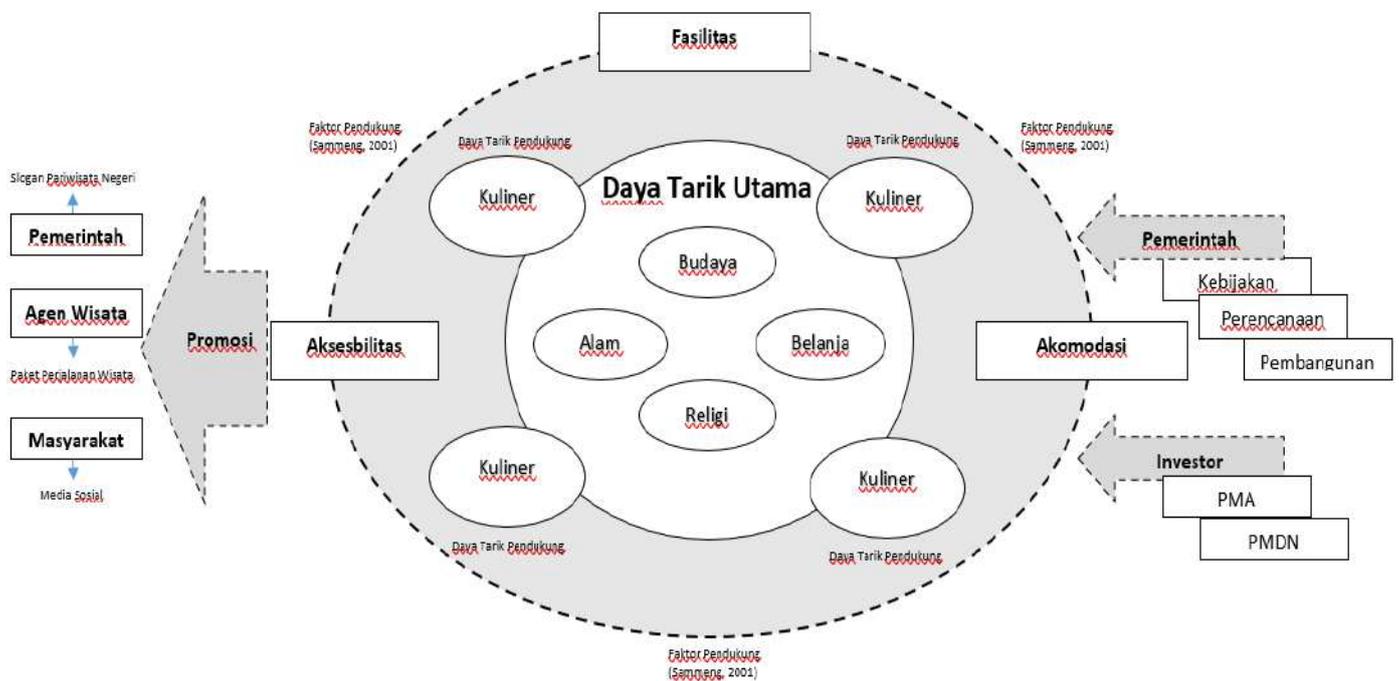
Tabel 53
Matrik SWOT Wisata Kuliner Provinsi Jawa Tengah

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>Kekuatan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi wisata kuliner di Jawa Tengah sudah dimanfaatkan 2. Wisata kuliner di Jawa Tengah sangat strategis 3. Harga tiket parkir wisata kuliner terjangkau oleh wisatawan. 4. Wisata kuliner memiliki area parkir luas dan teduh. 5. Keramah tamahan masyarakat daya tarik wisata kuliner 6. Wisata kuliner berdekatan dengan obyek wisata lainnya 7. Wisata kuliner berdekatan dengan tempat belanja 	<p>Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi wisata kuliner masih kurang. 2. Kurangnya tenaga kerja professional wisata kuliner. 3. Wisata kuliner memiliki program pengembangan sederhana. 4. Wisata kuliner memiliki keterbatasan anggaran dalam pengelolaannya. 5. Kurangnya tingkat keamanan di lokasi sekitar wisata kuliner. 6. Tingkat kebersihan wisata kuliner masih kurang. 7. Wisata kuliner pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah masih jauh dari pasar utama wisatawan.
<p>Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata kuliner memiliki tingkat investasi yang tinggi. 2. Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk pengembangan dan promosi wisata kuliner . 3. Wisata kuliner perlu melakukan inovasi produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada. 4. Wisata kuliner didukung dengan aksesibilitas yang mudah. 5. Adanya kerjasama dengan mengikuti pameran, event, dan bazar dapat mendukung perkembangan wisata kuliner. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan keunggulan kompetitif yang ada pada wisata kuliner dengan cara melakukan inovasi pada atraksi wisata yang telah ada, sehingga setiap daerah tidak hanya mempunyai 1 keunikan yang diunggulkan saja, namun juga melihat potensi lainnya yang menjadi keunggulan daerah untuk dapat dimaksimalkan. 2. Memanfaatkan potensi wisata kuliner dengan cara mengenalkan wisata kuliner (makanan khas daerah, makanan dan/atau jajanan tradisional) dengan cara melakukan kerjasama dalam pameran, event, bazar untuk mendukung pengembangan wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah. 3. Meningkatkan kualitas pada wisata kuliner dengan mengedepankan cita rasa Jawa Tengah 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi wisata kuliner yang cukup banyak, seperti makanan khas pada setiap daerah dengan cita rasa Jawa Tengah yang menarik bagi wisatawan Adanya otonomi daerah maka potensi tersebut menjadi peluang bagi pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk mempromosikan wisata belanja dan kuliner melalui sosial media, paket wisata dan peta potensi wisata kuliner dan belanja, untuk dikenal oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara. 2. Menyediakan buku panduan di <i>Tourist Information Center</i> bagi wisatawan yang akan melakukan wisata kuliner di Provinsi Jawa Tengah. 3. Membentuk wadah atau organisasi pendukung wisata kuliner yang dikelola oleh masyarakat serta pemerintah setempat, yang hanya menyediakan wisata atau makanan khas Jawa Tengah. dengan tujuan untuk memanfaatkan potensi wisata kuliner. 4. Mengundang <i>food blogger</i> untuk ikut serta mempromosikan potensi wisata kuliner Provinsi Jawa Tengah.
<p>Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya wisata kuliner baru dapat meningkatkan persaingan antar objek wisata kuliner . 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan potensi dan keunikan daerah yang ada pada wisata kuliner dalam menghadapi adanya persaingan antar objek wisata kuliner lainnya di Jawa Tengah. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan khusus wisatawan berupa pusat informasi, untuk menampung pesan, kesan, dan keluhan wisatawan sebagai evaluasi program pengembangan wisata yang masih

<ol style="list-style-type: none"> 2. Jarak antar daya tarik wisata kuliner di Jawa Tengah, cenderung berjauhan satu dengan yang lain. 3. Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi wisata kuliner Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah 4. Kesadaran wisatawan untuk menjaga daya tarik wisata kuliner masih rendah. 5. Terdapat kerusakan lingkungan sebagai akibat dari pengembangan wisata kuliner di Jawa Tengah. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Mengembangkan kawasan sentra kuliner yang memberikan <i>multiplier effect</i> pada masyarakat sekitar dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah dikawasan tersebut. 3. Menambah dan memperbaiki fasilitas penunjang wisata kuliner seperti kesediaan toilet, tempat khusus disabilitas, mushola dll yang mendukung wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. 4. Menambah ketersediaan transportasi umum yang dapat digunakan oleh wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata pada wisata kuliner. 	<p>2. Melakukan kerjasama baik antara pemerintah setempat, pihak swasta, masyarakat dan sektor usaha lainnya dalam hal mengatasi minimnya anggaran dan ketersediaan dana, kebersihan lingkungan wisata, dan menjaga fasilitas – fasilitas yang ada di wisata kuliner .</p> <p>3. Meyediakan fasilitas untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan untuk meningkatkan kesadaran wisatawan dalam menjaga daya tarik wisata kuliner.</p>
---	---	---

1.6. Model Integrasi Pengembangan Potensi Wisata

Potensi wisata baik wisata alam, budaya, religi, belanja dan kuliner yang dimiliki Jawa Tengah merupakan modal besar yang dapat digunakan sebagai salah satu instrumen peningkatan ekonomi. Upaya pengembangan sektor tersebut memerlukan strategi khusus. Pengembangan berbagai jenis wisata tersebut dapat diintegrasikan dalam satu model pengembangan sebagai berikut.



Gambar 6. Model Integrasi Pengembangan Potensi Wisata
 Sumber : Data diolah 2020.

Model tersebut menggambarkan integrasi pengembangan setiap jenis pariwisata. Wisata alam, budaya, religi dan belanja dapat menjadi daya tarik utama wisatawan, karena jenis wisata tersebut mampu menarik datangnya wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Sedangkan wisata kuliner merupakan jenis wisata pendukung yang melengkapi keempat

jenis wisata yang lain. Wisata khusus kuliner kurang mampu menarik wisatawan secara khusus untuk datang ke suatu daerah, sehingga jenis wisata ini digunakan sebagai daya tarik pendukung. Biasanya wisatawan akan datang atau berkunjung pada suatu daerah untuk mengunjungi jenis-jenis wisata alam, budaya, religi maupun budaya, namun wisata kuliner hanya digunakan sebagai objek tambahan setelah melakukan perjalanan wisata ke empat wisata utama.

Pengembangan berbagai jenis wisata tentunya dibutuhkan kerjasama oleh berbagai pihak yaitu seperti pemerintah dan swasta atau dalam hal ini adalah investor baik dalam Penanaman Modal Asing (PMA) ataupun Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN). Pemerintah memiliki beberapa peran diantaranya adalah sebagai pengambil kebijakan, penyusun perencanaan pembangunan dan sebagai salah satu pelaku pembangunan. Adanya kolaborasi antara pemerintah dan swasta tentunya akan dapat mempercepat dilakukannya pembangunan pariwisata.

Adapun unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata, menurut Sammeng (2001) terdapat empat unsur, diantaranya adalah 1) daya tarik yang menjadi magnet utama untuk mendatangkan wisatawan, 2) aksesibilitas, kemudahan akses untuk mencapai lokasi daya tarik, 3) fasilitas, kelengkapan berbagai macam fasilitas yang mendukung kenyamanan pengunjung pada lokasi daya tarik dan, 4) akomodasi, berbagai macam pelayanan yang diberikan agar wisatawan dapat tinggal lama di daerah lokasi daya tarik.

Jika seluruh unsur utama pengembangan wisata telah terpenuhi, maka langkah penting selanjutnya adalah promosi. Promosi ini akan menentukan seberapa kunjungan wisatawan pada daya tarik yang disediakan. Kegiatan promosi dapat dilakukan oleh berbagai pihak, diantaranya adalah 1) Pemerintah, dimana pemerintah memiliki slogan pariwisata yang dapat disosialisasikan melalui media massa maupun media sosial, 2) agen wisata, dapat memberikan penawaran paket-paket wisata yang menarik, dan 3) masyarakat, dimasa banyaknya penggunaan media sosial seperti saat ini, peran masyarakat untuk ikut mempromosikan daya tarik wisata yang ada di daerah maupun nasional sangat membantu bagi promosi wisata lokal. Jika kolaborasi dari perencanaan, pembangunan hingga promosi ini dapat dilakukan, harapannya pariwisata Jawa Tengah akan selalu meningkat.

- D. **STATUS LUARAN:** Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan pada tahun pelaksanaan penelitian. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta mengunggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui Simlitabmas mengikuti format sebagaimana terlihat pada bagian isian luaran

Capaian luaran dari penelitian ini disajikan dalam tabel berikut ini :

Target Luaran		Capaian Luaran	
Jenis Luaran	Status	Jenis Luaran	Status
Wajib		Wajib	
Publikasi Ilmiah Jurnal Internasional	Accepted/Published	Publikasi Ilmiah Jurnal Internasional (3 Jurnal)	1. Published pada Internasional Journal of Scientific & Technology Research Vol 9 Issue 3, March 2020 Page 6476-6479 Judul : Tourism and Economic Development in Indonesia 2. Published pada Internasional Journal of Scientific & Technology Research Vol 9 Issue 3, March 2020 Page 3234-3239 Judul : Sustainable Strategy: Karimunjawa National Park Marine Ecotourism, Jepara, Indonesia. 3. Published pada Internasional Journal of Innovation, Creativity

			and Change Vol 14 Issue 5 2020, Page 59-73. Judul : Development Planning of Cultural and Religious Tourism.
Tambahan		Tambahan	
Prosiding dalam pertemuan ilmiah Internasional	Sudah terbit/sudah dilaksanakan	Prosiding dalam pertemuan ilmiah Internasional (1 artikel)	Luaran Conference terpilih dipublikasikan pada jurnal internasional. Telah terbit pada International Journal of Psychosocial Rehabilitation Vol. 24 Issue 4 February 2020 Page 226-235 Judul : Regional Sustainable Tourism for Developing the Ecotourism
Model	Draf	Model	Model Pengembangan Pariwisata Jawa Tengah (dalam bentuk draf)
Keikutsertaan dalam Seminar Internasional	Sudah dilaksanakan	Keikutsertaan dalam Seminar Internasional	Sudah dilaksanakan pada acara : The 1 st Dinasty International Conference on Digital Business and Management 2020, 20 Februari 2020, Bandung Sebagai Presenter dengan judul artikel : Regional Sustainable Tourism For Developing The Ecotourism
Buku Hasil Penelitian	Sudah terbit	Buku Hasil Penelitian (2 buku)	1. Wisata Alam ; Strategi Ekowisata Jawa Tengah ISBN 978-979-8541-93-3 (sudah terbit) 2. Wisata Kuliner : Strategi Pengembangan Pariwisata Gastronomi Jawa Tengah ISBN 978-623-6879-00-9 (sudah terbit)

E. **PERAN MITRA:** Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (jika ada). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui Simlitabmas mengikuti format sebagaimana terlihat pada bagian isian mitra

Penelitian ini tidak menggunakan mitra.

F. **KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN:** Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

Dalam pelaksanaan penelitian ini tidak terdapat kendala yang berarti. Semua data baik berupa data sekunder maupun data primer yang dibutuhkan dapat didapatkan. Pengolahan data juga dapat dilakukan dengan baik. Penyusunan strategi sebagai dasar penyusunan model juga dapat disusun dengan baik.

G. RENCANA TINDAK LANJUT PENELITIAN: Tuliskan dan uraikan rencana tindak lanjut penelitian selanjutnya dengan melihat hasil penelitian yang telah diperoleh. Jika ada target yang belum diselesaikan pada akhir tahun pelaksanaan penelitian, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai tersebut.

Penelitian ini telah dilakukan selama dua tahun dari tahun 2019-2020, dengan memiliki dua tujuan khusus yaitu melakukan pemetaan potensi wisata (dilakukan pada tahun pertama) dan menyusun strategi serta model pengembangan potensi wisata (dilakukan pada tahun kedua). Kedua tujuan tersebut telah tercapai dan dapat dilakukan dengan baik. Langkah selanjutnya adalah melakukan seminar atau paparan hasil penelitian, sehingga diharapkan penelitian ini akan bermanfaat bagi stakeholder untuk pengembangan pariwisata Jawa tengah kedepannya.

H. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan akhir yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

1. Angsukanjanakul, Jetsalid. (2017). Modeling Sustainable Management For Community-Based Tourism: A Case Study of Floating Markets in The Lower Central Thailand. *International Journal of Management and Applied Science*. Vol. 3(1), 43-46.
2. Bastiyani, Hana Azarine dan Safitri, Ira. 2013. *Arahan Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Dusun Selatan, Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah*. E-Journal Universitas Islam Bandung. Vol. 2(13), 20-31.
3. Fauzy, Ahmad dan Putra, Anggara Setyabawana. 2015. *Pemetaan Lokasi Potensi Desa Wisata di Kabupaten Sleman Tahun 2015*. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*. Vol. 4 (2), 124-129.
4. Hidayat, Marcellia. 2011. *Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)*. *Journal of Tourism and Hospitality Essentials (THE)*. Vol. 1 (1), 33-44.
5. Inskeep, Edward, 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold, New York.
6. Inskeep, Edward, 1998. *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. World Tourism Organization, New York.
7. Kusuma, Mashita Enggar dan Budisusanto, Yanto. 2015. *Aplikasi Google Maps Api dalam Pengembangan Sistem Informasi Geografis (SIG) Pariwisata Berbasis Web (Studi Kasus: Kabupaten Sidoarjo)*. *Jurnal GEOID*. Vol. 10 (2), 129-136.
8. Lee, A. H. J., Wall, G., Kovacs, Kang, S. Y. (2016). Food Clusters and Creative Tourism Development: A Conceptual Framework. *The Journal of Rural and Community Development*. Vol. 11(2), 72-88.
9. Michopoulou, Eleni., Darcy, Simon dan Buhalis, Dimitros. 2015. *Accessible tourism futures: The World We Dream to Live In and The Opportunities We Hope to Have*. *Journal of Tourism Futures*. Vol. 1(3), 179-188.
10. Rand, du. Rund., Booyesen, I., Atkinson, D.(2016). Culinary mapping and Tourism Development in South Africa's Karoo Region. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. Vol. 5(4).
11. Soeratno, Lincolin Arsyad. 1998. *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
12. Spillane, J.J. 1987. *Pariwisata Indonesia dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
13. Suzanti, Purnama. 2014. *Daya Tarik Pacu Jawi Sebagai Atraksi Wisata Budaya di Kabupaten Tanah Datar*. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Vol. 6 (1), 1-7.
14. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
15. Zen, Moh. Hoiri., Wulandari, Dwi. (2016). Development Strategy of The Tourism Industry in Banyuwangi Regency (Case Study: Natural Park Ijen Crater Banyuwangi). *IOSR Journal of Business and Management*. Vol. 18(8), 41-47.

Dokumen pendukung luaran Wajib #1

Luaran dijanjikan: Publikasi Ilmiah Jurnal Internasional

Target: accepted/published

Dicapai: Published

Dokumen wajib diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen sudah diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen belum diunggah:

- Sudah lengkap

Nama jurnal: Internasional Journal of Scientific & Technology Research

Peran penulis: first author | EISSN: 2277-8616

Nama Lembaga Pengindek: Scopus

URL jurnal: <http://www.ijstr.org/>

Judul artikel: Tourism and Economic Development in Indonesia

Tahun: 2020 | Volume: 9 | Nomor: 3

Halaman awal: 6476 | akhir: 6479

URL artikel: <http://www.ijstr.org/final-print/mar2020/Tourism-And-Economic-Development-In-Indonesia.pdf>

DOI: -

Tourism And Economic Development In Indonesia

Fafurida Fafurida, Shanty Oktavilia, Suchatiningsih Dian Wisika Prajanti, Yoris Adi Mareta

Abstract: Tourism sector is important as the leveraging sector of regional economic growth. It is because tourism activities bring multiplier effect to the economic sector movement in it. The Indonesian government encourages the tourism sector development because it is expected to be fast enough to accelerate the increase in economy and social welfare. This research analyzes a relationship between the tourism using the proxy with the number of international tourist visits and the economic development in Indonesia by using two models of econometric data panel (33 provinces in 2011-2017 period of time). The first model hypothesis covering gross domestic regional income (GDRB), human development index (HDI), and international trade (TRD) has the positive effect on tourism variable (WIS), while poverty (POV) has the negative effect. The second model analyzes the relationship between WIS, HDI, and TRD variables and GDRB with a hypothesis having the positive effect. Poverty variable (POV) has the negative effect on the economic development. The result of research on the first model indicates that there is a conformity of the hypothesis and the significant relationship ($\alpha = 1$ percent) on tourism. Similarly, the second model also indicates the significant result and is in accordance with the hypothesis. The findings in this study indicate that tourism sector is capable to give the positive effect on the economic development in Indonesia during the period of research.

IndexTerms: data panel, development, economic, tourism.

1 INTRODUCTION

Tourism is designated as a leading sector in increasing the economic growth and in encouraging the increase in foreign exchange reserves. The Acts No. 10 of 2009 defines tourism as various kinds of tourism activities and supported by various facilities and services provided by the society, entrepreneurs, government, and local government. The Acts states that tourism is the integral part of the national development, which is conducted systematically, planned, integratedly, sustainably, and responsibly by still giving protection to religious values, cultures living in society, preservation and environmental quality, and national interests. The government projects Tourism Industry in 2019 to be the greatest foreign exchange in Indonesia that is US\$ 24 billion, going beyond the Oil and Gas, Coal and Palm Oil sectors (Ministry of Tourism RI, 2017). Country Branding Wonderful Indonesia that previously was not included in the branding rank in the world, in 2015 has sped up more than 100 ranks to be the 47th rank, beating out Country Branding Truly Asia Malaysia (the 96th rank) and Country Branding Amazing Thailand (the 83rd rank). Country Branding Wonderful Indonesia reflects the Positioning and Differentiating of the Indonesian Tourism (World Economic Forum, 2017) [1]. The performance of Indonesian tourism sector is indicated by the increase in the number of foreign tourists that has increased since 2009. The greatest number proportions of foreign tourists are from Tiongkok (21.4%), India (16.7%), Australia (10.4%), and Malaysia (9.3%) (Ministry of Tourism RI, 2017) [2]. Tourism has been a potential contributor on the economy through the multiplier effect existing in this sector. Experiences in some countries indicate that the increase in economy is contributed by tourism sector (Kreishan (2010), Saha & Cambell (2016); Simundi, Kulis, Seric (2016)) [3]. Kim, Chen and Jang (2006) state that tourism sector becomes a stimulus for the increase in capital investment activities supporting the tourism sector especially in the infrastructure expansion and the tourism network to other economic sectors such as transportation, retailing, manufacture, and distribution of other goods and

service [4]. It is in line with a research conducted by Eugenio et al. (2004) stating that tourism demands four main services those are accommodation, transportation, food, and entertainment service in its tourism journey. Thus, the industries supporting tourism such as hotelier, food, and transportation also develop in line with the development of tourism sector. In the performance report of the Ministry of Tourism in 2016, it is stated that the government has succeeded in reaching the target of the number of employment of tourism sector amounted 12 million due to the ease of investment and the increase in the number of tourism business. The Ministry of Tourism has conducted efforts to increase the number of tourism business by many activities such as technical guidance for excellent services in tourism business, preparation of investment proposals and investment promotion and community empowerment. The tourism sector that develops in aggregate in an area will also be influenced by the economic condition existing in that period. This research analyzes the influence of relationship between tourism in Indonesia and some indicators of economic development and analyzes how the effect of tourism sector in increasing the Indonesia economy is.

2 LITERATURE REVIEW

The studies conducted to analyze the relationship between the economic growth and tourism and vice versa are conducted in some countries. There are two groups of study thinking those are studies conducted on single country and on groups of countries. Besides the relationship between the effect and the correlation among variables, some studies focus on the causal relationship between tourism expansion and economic growth, and some are combined with some existing development issues. Researchers conducted by Ekanayake & Long (2012), Brida & Pulina (2010), Kreishan (2010) and Lee and Chang (2008), find the empirical evidence that the economic growth is influenced by the tourism sector [5]. The different results of studies, as conducted by Katircioglu (2009), Narayan (2004), and Lanza et al. (2003), show that the rapid growth of the tourism sector is encouraged by an increase in economic growth in the aggregate. Although it is relatively few, the reciprocal hypothesis is still supported by some researchers conducted by, for example, Dritsakis N. (2012), Arslanturk, et al. (2011) and Kim, et al. (2006) [6]. Tourism is often seen as an

- Fafurida Fafurida, Universitas Negeri Semarang, Indonesia. E-mail: fafurida@mail.unnes.ac.id
- Shanty Oktavilia, Universitas Negeri Semarang, Indonesia
- Suchatiningsih Dian Wisika Prajanti, Universitas Negeri Semarang, Indonesia
- Yoris Adi Mareta, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

important engine for the economic growth and the development of a country and helps improve the economic welfare of the local residents. This is indicated by the results of some researches that have developed rapidly in the last decade, especially those measuring the tourism contribution to the economic growth (Tiwari, 2011; Brida & Risso, 2009; Tang & Jan, 2009) [7]. The development of international tourism is recognized as having the positive effect on the increase in long-term economic growth through some transmissions. First, through the role of tourism as the source of foreign exchange, it is possible to increase the quality of payments for imported capital goods or basic inputs used in the production process. Second, tourism plays an important role in spurring investment in the new infrastructure and the competition between the local companies and the companies in other tourism countries. Third, tourism stimulates other economic industries with direct, indirect and induced effects. Fourth, tourism contributes to creating employment and increasing income. Fifth, tourism may lead to positive exploitation on the scale of production in the national companies (Schubert, Brida, & Risso, 2010) [8]. Besides, consumption and purchase of goods and services by the tourists may affect the increase in economic activities such as accommodation, transportation and tour operators, tourism-related retail businesses (restaurants and souvenir retailers), and the development of tourism attractions (including natural site, cultural / historical sites, and the development of artificial tourism attractions). Other economic benefits derived from the tourism activities include tax revenues, employment, and additional sources of income (Archer, 1995, Khan et al., 1990). The development of tourism sector also increases the contribution of this sector to the economic growth. Quantitative measurement of the role of tourism sector needs to be specifically conducted because tourism sector involves many sectors in the components making gross domestic product. So that the analysis of the interaction between tourism and GDP needs a comprehensive view, especially in accommodating the involvement of some economic sectors (Holzner, 2011; Ivanov & Webster, 2007) [9]. The rapid tourism development leads to some effects on the household income and the government revenues either directly or indirectly. An explanation of some results of studies suggests that tourism development contributes positively to the economic growth (Schubert, Brida, & Risso, 2010) [10].

3 METHOD

This research uses a data panel to overcome the limitation of time series data that are not available in the long series. The use of data panel model makes it possible to get efficient estimation results by the increase in the number of observations having implications for the increase in degree of freedom (Baltagi, 2005) [11]. The data panel in this research is a joint cross-section of 33 provinces in Indonesia in 2011-2017 period of time. North Kalimantan Province is not included in this research because it is the new one so that the data series available is those in 2015. The data panel model recognizes two approaches those are fixed effect model (FEM) and random effect model (REM). The determination of the best model analyzed from the two models (FEM or REM) uses the Hausman Test (Gujarati and Porter, 2009) [12]. This research uses two empirical models to answer the research objectives. The first model analyzes the influence of variables on gross domestic regional income (GDRB), human

development index (HDI), poverty (POV) and international trade (TRD) on the tourism variable (WIS). The second model analyzes the relationship among tourism (WIS), human development index (HDI), poverty (POV) and international trade (TRD) for the economy (GDRB). The empirical model of this research is formulated as follows:

$$LWIS_{it} = \beta_0 + \beta_1 LGDRB_{it} + \beta_2 LHDI_{it} + \beta_3 LPOV_{it} + \beta_4 LTRDE_{it} + u_{it} \quad (1)$$

$$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_4 > 0 \text{ and } \beta_3 < 0$$

$$LWIS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 LWIS_{it} + \alpha_2 LHDI_{it} + \alpha_3 LPOV_{it} + \alpha_4 LTRDE_{it} + v_{it} \quad (2)$$

$$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_4 > 0 \text{ and } \alpha_3 < 0$$

In both models, (L) shows the natural logarithm, (u) and (v) are the error terms, (i) shows the observations based on provinces and (t) shows the observations based on the time series. At the next step, an analysis is conducted by considering the results of statistic test and classical assumption test applied to the data panel regression model.

4 RESULT AND ANALYSIS

Regression in both data panel models in this research should pass the Hausman test first. The Hausman test results on both models show that the chi-square probability is > 0.0000, which means that the regression of the data panel with the Fixed Effect Model (FEM) method is more advisable to use than the Random Effect Model (REM). The results of analysis and discussion will then be explained by the FEM approach. The regression results in the first model, which are with the tourism dependent variable (WIS) and the independent variables those are LGDRP, LHDI, LPOV, and LTRD, indicate a conformity with the hypothesis, in which the first model with FEM that shows the variables of regional income (GDRP), human development index (HDI), and international trade (TRD) has the positive and significant effect on tourism in Indonesia at the error rate $\alpha = 1$ percent. The poverty variable (POV) has the negative and significant effect on tourism in Indonesia at the error rate $\alpha = 1$ percent. The coefficient of determination (R²) in the first model is 0.509. This means that 50.09 percent of the total variation of the tourism variable (WIS) can be explained by four independent variables in the empirical model. While the rest amounted 49.01 percent is explained by other variations outside the empirical model.

TABLE 1
ESTIMATION RESULT OF PANEL DATA MODEL:
DEPENDENT VARIABLE OF TOURISM (LWIS)

Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob.*
LGDRP	0.550254	2.884604	0.0044
LHDI	9.689696	5.864316	0.0000
LPOV	-0.343430	-5.837461	0.0003
LTRD	0.183089	2.433029	0.0159
C	-41.46176	-6.845023	0.0000

Notes: *) significant at 1%

Based on the results of the first regression model, the LGDRP coefficient value is 0.5502, which means that a 1 percent increase in GDRP will increase the tourism sector (the number of international tourists to Indonesia) by 0.55 percent. This result is in line with the results of research in some developing countries stating that the growth of tourism sector is encouraged by the economic growth in aggregate

(Katircioglu, 2009; Narayan, 2004; and Lanza et al., 2003) [13]. The LHDI coefficient of 9.69696 means that a 1 percent increase in the human development index will increase the tourism sector by 9.68 percent. Tourism development index is an indicator of the human resource quality, which includes health and education indicators. The more increasing the health conditions, education and other human quality indicators will encourage an increase in the number of tourist visits in Indonesia (Martawardaya, 2017) [14]. The coefficient of LPOV of -0.3434 means that an increase in the number of poor people in Indonesia by 1 percent will reduce the number of tourist visits by 0.34 percent. The trade variable shows a coefficient of 0.1830, which means that a 1 percent increase in the value of international trade will increase tourism by 0.18 percent. This is in line with the results of research (Schubert, Brida, & Risso, 2010) stating that the growth of economies of scale and trade in a country indicates improvements in economic infrastructure and facilities in the country [15]. For Indonesia, which has diverse natural and cultural resources as the main capital of tourism, the increase in economies of scale and in trade activities among the countries will further encourage the development of tourism sector. The analysis of the second model is based on the regression results summarized in Table 2. The second model, which is a panel regression with dependent variables, is the gross regional domestic product (GDRP) and the independent variables are LWIS, LHDI, LPOV, and LTRD. The focus of analysis on this second model is to answer the purpose of whether the tourism sector influences the economic development in Indonesia. The results of analysis shows a conformity of the sign with the hypothesis and shows a significance on the degree of error $\alpha = 1$ percent. The coefficient value of determination (R²) in the first model is 0.8894. This means that 88.94 percent of the total variation in the gross regional domestic product (GDRP) variable can be explained by four independent variables in the empirical model. While the rest amounted 11.06 percent is explained by other variations outside the empirical model.

TABLE 2
ESTIMATION RESULT OF PANEL DATA MODEL:
DEPENDENT VARIABLE OF GROSS DOMESTIC
REGIONAL PRODUCT (LGDRP)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
LHDI	4.833495	0.206647	23.39009	0.0000
LPOV	-0.516997	0.011467	-45.08652	0.0000
LTRD	0.300987	0.010309	29.19755	0.0000
LWIS	0.027226	0.008119	3.353266	0.0010
C	-14.11933	0.852376	-16.56466	0.0000

Notes: *) significant at 1%

The coefficient on each independent variable shows the magnitude of the effect of these variables on the economic development in Indonesia. The LHDI coefficient is 4.833, which means that a 1 percent increase in the human development index will increase the Gross Domestic Regional Product (GDRP) by 4.983 percent. This shows that the role of human capital is quite large in the economic development in Indonesia. The quality of human resources reflected in the human development index is proved to be able to statistically encourage the economic growth reflected in the growth of the

Gross Domestic Regional Product (GDRP). The tourism variable coefficient (LWIS) is 0.027, which means an increase of 1 percent in the number of international tourist visits may increase the growth of GDRP by 0.027 percent. This result states that tourism is able to encourage the economic growth, and it is in line with researches in some countries as conducted by Ekanayake & Long (2012), Brida & Pulina (2010), Kreishan (2010) and Lee and Chang (2008) [16]. The poverty variable coefficient shows the negative effect, with a coefficient of -0.5169. This shows that a 1 percent increase in the poverty rate in Indonesia will reduce the Gross Domestic Regional Product (GDRP) by 0.51 percent. While trade is able to encourage the growth of the Gross Domestic Regional Product (GDRP) by 0.3 percent if there is an increase in the international trade activities by 1 percent. This is indicated by the results of the coefficients on the LTRD variable of 0.3009. Overall the results of analysis on two models on the economic and tourism development in Indonesia show a conformity with the theories and some of the results of studies in the world, especially in the developing countries.

5 CONCLUSION

This study explores the long-term relationship of tourism and economic development in 33 provinces in Indonesia in seven-year period of time. The entire empirical model is able to answer the objectives of the research with significant results and in accordance with hypothesis. This study shows that the development of tourism in Indonesia cannot be separated from the improvement of the performance of economic development indicators. Directly or indirectly the development indicators used in the first empirical model affect the tourism in Indonesia. So that the problems of tourism are not only related to the technical efforts to increase the number of visits and the improvement of tourist facilities and attractions, but also guarding the performance of other economic development indicators. The role of tourism sector in the economy as a whole is explained in the results of research with the second model, which cannot be as strong as the effect of the variable of human development quality that is reflected in the human development index variable. This shows that tourism sector as part of the economic development as a whole is also strongly influenced by the human resource quality. The Indonesian great strength of tourism, supported by the ownership of diverse natural and cultural resources, will increasingly have the effect on the economy in the aggregate if supported by the better quality of human resources. Therefore, the efforts to improve the human quality in managing the tourism sector are the important key in the development of tourism in Indonesia.

REFERENCES

- [1] Arslanturk, Y., Balcilar, M. and Ozdemir, Z. A. Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy. *Economic Modelling*, 28(2), 664-671 (2011)
- [2] Baltagi, H. Badi. *Econometric Analysis of Panel Data*. Chichester: John Wiley & Son (2005)
- [3] Berly Martawardaya. Tourism and Economic Development in ASEAN 1998–2013, *Economics and Finance in Indonesia Vol. 63 No. 2, December 2017* (2017)
- [4] Brida, J. G., & Pulina, M. A literature review on the tourism led growth hypothesis. *Working Papers, CRENoS*, 17 (2010)
- [5] Dritsakis N. Tourism Development and Economic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data Approach. *Tourism Economics*. 18 (4): 801-816 (2012)

- [6] Ekanayake E M, Long A E. Tourism Development and Economic Growth in Developing Countries. *The International Journal of Business and Finance Research*. 6 (1) (2012)
- [7] Eugenio-Martin, J. L., Morales, N. M., & Scarpa, R. Tourism and economic growth in Latin American Countries: A panel data approach. *FEEM Working Paper No. 26* (2004)
- [8] Gujarati N Damodar and Porter D C. *Basic Econometrics* 5th ed., New York: McGraw- (2009)
- [9] Hill, Holzner, M. Tourism and economic development: The beach disease? *Tourism Management*, 32 (4), pp. 922-933 (2011)
- [10] Ivanov, S. and Webster C. Measuring the impact of tourism on economic growth, *Tourism Economics*, 13 (3), pp. 379-388 (2007)
- [11] Katircioglu, S. T. Revisiting the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for cointegration. *Tourism Management*, 30, 17–20 (2009)
- [12] Kementerian Pariwisata RI. Capaian Sektor Pariwisata 3 Tahun Jokowi-JK (*Performance of Tourism Sector, 3 Years, Jokowi-JK*), <http://presidenri.go.id/wp-content/uploads/2017/10/KEMENPAR-Laporan-3-Th-Jkw-JK.pdf> (2017)
- [13] Kementerian Pariwisata. Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016, Biro Perencanaan Keuangan Sekretariat Kementerian Pariwisata (*Report of Performance of Ministry of Tourism in 2016, Financial Planning Bureau of the Secretariat of Ministry of Tourism*) (2017)
- [14] Kim, H. J., Chen, M. H., and Jang, S. C. Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism Management*, 27(5), 925–933 (2006)
- [15] Kreishan, F. M. M. Tourism and Economic Growth: The Case of Jordan, *European Journal of Social Sciences*, 15 (2), 229-234 (2010)
- [16] Lanza, A., Templec, P., and Urgad, G. The implications of tourism specialization in the long-run: An econometric analysis for 13 OECD economies. *Tourism Management*, 24, 315–321 (2003)
- [17] Lee, C. C. and Chang, C. P. Tourism development and economic growth: A closer look at panels, *Tourism Management*, 29, 180–192 (2008)
- [18] Narayan, P. K. Economic impact of tourism on Fiji's economy: Empirical evidence from the computable general equilibrium model. *Tourism Economics*, 10, 419–433 (2004)
- [19] Saha S, Su JJ, Campbell N. Does Political and Economic Freedom Matter for Inbound Tourism? A cross-National Panel Data Estimation. *Journal of Travel Research*. 56 (2):221-234 (2016)
- [20] Schubert F.S., J.G. Brida, W.A. Risso. The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent of tourism. *Tourism Management*, 32 (2), pp. 377-385 (2010)
- [21] Simundic B, Kulis Z, Seric N. Tourism and Economic Growth: An Evidence for Latin American and Caribbean Countries. *Tourism & Hospitality Industry. Congress Proceedings, PP:457-46* (2016)
- [22] Tang, C. H., & Jang, S. C. The tourism economy causality in the United States: A sub industry level examination. *Tourism Management*, 30 (4), 553-558 (2009)
- [23] Tiwari, A. K. 2011. Tourism, exports and FDI as a means of growth: Evidence from four Asian countries. *The Romanian Economic Journal*, 14 (40), 131-151 (2011)

Dokumen pendukung luaran Tambahan #1

Luaran dijanjikan: Prosiding dalam pertemuan ilmiah Internasional

Target: sudah terbit/sudah dilaksanakan

Dicapai: Published

Dokumen wajib diunggah:

1.

Dokumen sudah diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen belum diunggah:

-

Peran penulis: first author

Nama Konferensi/Seminar: The 1st Dinasty International Conference on Digital Business and Management 2020

Lembaga penyelenggara: Universitas Winaya Mukti dan Dinasti Publisher

Tempat penyelenggara: Bandung

Tgl penyelenggaraan mulai: 20 Februari 2020 | Tgl selesai: 20 Februari 2020

ISBN/ISSN: 1475-7192

Lembaga pengindeks: Scopus

URL website: <https://www.dicdbm.com/>

Judul artikel: Regional Sustainable Tourism for Developing the Ecotourism

Regional Sustainable Tourism For Developing The Ecotourism

Fafurida

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Email: fafurida@mail.unnes.ac.id

Shanty Oktavilia

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Nurjannah Rahayu Kistanti

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Avi Budi Setiawan

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

ABSTRACT

Abundant and beautiful natural wealth in Central Java Province, Indonesia is a natural asset for tourism sector. The problem raised is the tradeoff between the increase in income from the tourism sector and the risk of damage to nature, due to the increased efficiency of the tourism. This study aims at: 1) Analyzing the potential of nature-based tourism in the province of Central Java; (2) Analyzing sustainable tourism development strategies. These objectives were carried out using descriptive analysis, and IFAS (Internal Factor Analysis Strategy) and EFAS (External Factor Analysis Strategy) methods to analyze strategies. The results of the study show a map of nature-based tourism potential in Central Java based on the district and its characteristics analysis. Strategies based on internal factors (IFAS) and external factor analysis strategies (EFAS) include: Development of tourism in Central Java requires an aggressive strategy by fostering ecological enthusiasm and conservation of nature from the beginning at every level of education. Improving the quality of human resources in the tourism sector. Massive education is needed about the need for ecosystem preservation for domestic and foreign tourists. Support from stakeholders at the central and regional levels has an important role. Development of education that accommodates nature conservation curriculum material and the concept of ecotourism. Technology development to provide tourism information, especially for people who currently have a lifestyle back to nature.

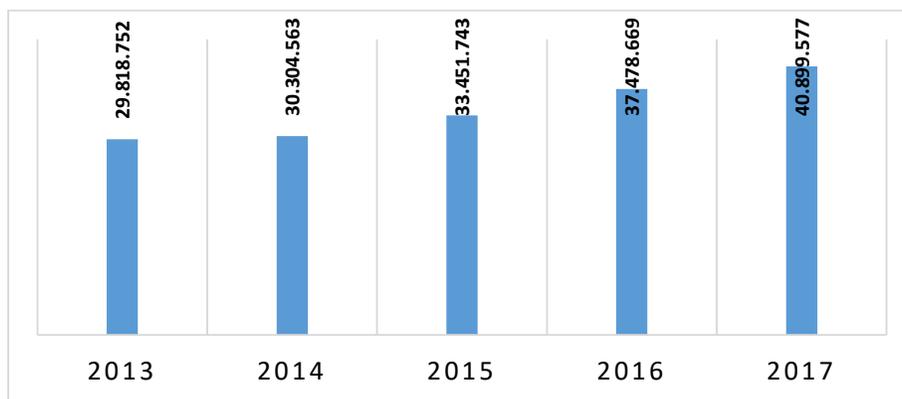
Keywords: *Nature-based tourism, ecotourism, IFAS, EFAS, strategy*

INTRODUCTION

The development of tourism sector in the last decade was marked by changes in people's lifestyles, in which they are more interested in diversifying typical tourism markets with environmental themes, natural beauty, culture and adventure in the wild nature. The offer of activities to travel in nature, enjoy traveling (hiking) and interact with other living things becomes one of the interesting segments for the tourists (Sweeting &

Bruner, 1999). According to The International Ecotourism Society (2006), nature-based tourism has grown significantly with an annual growth rate of 10 to 30%. This proportion increases because the nature-based tourism continues to grow faster than the whole tourism sectors. The geographical development of the ecotourism market is very significant in Asia, Africa and South America. Moreover, it may even reach 40 to 60% of all international tourist visits in certain countries in this region. This then has encouraged the tourism sector in several countries to be developed based on natural beauty although, they also realize that excessive activity in nature and the environment will disturb the ecosystem (Awazi, 2002; Weaver, 1995). Therefore, a strict policy is required in managing tourism activities in the environmental field.

The development of tourism sector in Central Java Province, as summarized in Figure 1, shows an increase every year. In 2016 the growth of the number of tourists reached 12% and in 2017 the growth of it reached 8.3%. In the era of President Joko Widodo, tourism sector is designated as the leading sector, which is expected to be able to drive other sectors to support it. Tourism sector is a new type of industry that may accelerate the economic growth through employment providing, standard of living, and driving other productive sectors.



Source: Department of Youth, Sports, and Tourism, Central Java Province

Fig 1 Number of Tourists in Central Java

The increase in the number of tourist visits in Central Java Province is supported by an increase in the number of tourism objects visited. The biggest proportion of tourism objects in Central Java is nature-based tourism. Table 1 shows that the number of natural tourism sites in Central Java has increased every year. This shows that more and more natural beauty that were originally closed and could not be enjoyed by the people have been open as tourism sites.

Table 1 Number of Tourist Attractions according to Types in Central Java Province

Year	Nature	Culture	Artificial	Special Interest	Others	Total Number
2013	132	88	105	21	71	417
2014	148	85	117	19	98	467
2015	160	82	131	27	77	477
2016	182	110	146	31	82	551
2017	209	173	127	32	74	615

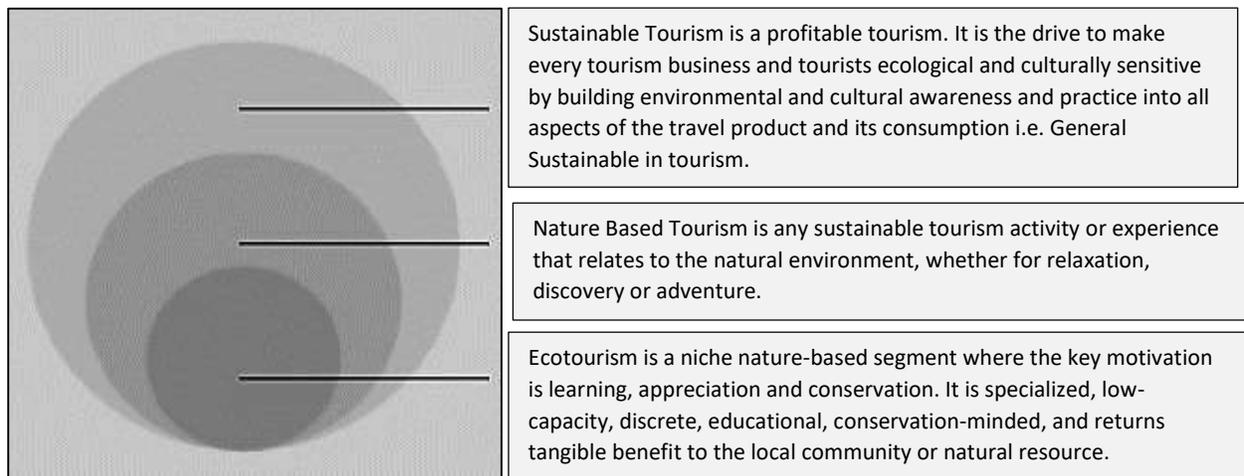
Source: Department of Youth, Sports, and Tourism, Central Java Province

This development is a challenge for increasing the development of the tourism sector. It is because on the one hand the increase in tourist attractions and the number of tourist visits is a hope for the economic growth of the people, on the other hand it faces the challenges of negative impacts on nature and environment. This

study has two objectives those are analyzing the potential of nature-based tourism in Central Java Province and analyzing the sustainable tourism development strategies.

LITERATURE REVIEW

Nature-based tourism and ecotourism are the new lifestyle trends that encourage the high regional growth. Although the number of nature-based and ecotourism tourists is still less than the total of the international visitors, the high growth rates and the unique and interesting characteristics of natural wealth are the leverage of commercial tourism business in natural tourism objects (Merlino 1993; Moore & Carter 1993; and Pleumarom A, 1994). Various researches and studies have developed rapidly related to the concept of nature-based tourism and ecotourism. Researches conducted by Eagles et al. (1995) and Chiu, Lee, & Chen. (2014) show that ecotourism business has the potential to globally change the structure of the nature-based tourism industry.



Government of South Australia (2003)

Fig 2 Relationship between nature-based tourism, sustainable tourism and eco-tourism

Various definitions of sustainable tourism, nature-based tourism and ecotourism obviously have various understanding of thinking. According to Ashton & Ashton (1993), a term of ecotourism was first mentioned in a literature by Miller (1978) and then it found its way into the concept of sustainable development. From this perspective, ecotourism is environment-minded and sustainable tourism, which might include nature-based tourism. A study that explicitly considers the development of this opinion is an investigation by Wilson (1992) who uses a consumer approach to nature. He identifies ecotourism as a branch of more recent nature-based tourism, along with adventure tourism, without defining one of these ideas in detail. In this context, ecotourism is the more recent and more refined version of nature-based tourism, with little emphasis on resource conservation or reducing the environmental impacts. These two different ecotourism visions and also other combinations appear in the literature. In particular, the Government of South Australia (2003) defines three concepts as follows. Sustainable tourism is a profitable tourism. It is a drive to make every tourism business and tourists ecological and culturally sensitive by building environmental and cultural awareness and practice into all aspects of travel products and its consumption that is Sustainable General in Tourism. Nature-based tourism is an activity or experience of sustainable tourism related to the natural environment, whether for relaxation, discovery or adventure. Ecotourism is a nature-based segment

in which the main motivation is learning, appreciation, and conservation. It is specialized, low capacity, discrete, educational, conservation-minded, and returns the tangible benefits to local communities or natural resources.

Several other researches in several countries as conducted by Ziffer (1989); Ingram and Durst (1987); Brandon, 1996; Bissix & Kilcollins, 1999; Government of South Australia, 2003; Dunkley, 2016, state that the problem of natural tourism is not only about how to package the natural beauty into an object that may increase people's income, but it also has potential to lead to an increase in conservation and ecological projects related to natural areas and to give income opportunities for the rural communities. On the one hand, well-managed nature tourism will increase people's income, and on the other hand there is the possibility of ecosystem and ecological damage.

RESEARCH METHODOLOGY

This research uses a combination of secondary and primary data. Secondary data is used to support the descriptive analysis on socio-economic conditions of the nature-based tourism characteristics in Central Java Province. Primary data is obtained through focused discussions with informant respondents having information related to the problem. The respondents are selected purposively using the judgment sampling method, which is purposely taking samples of certain people who can give information related to the problem. The SWOT analysis used in this study is conducted to identify various factors systematically in formulating a strategy (Rangkuti, 2009). The analysis step is conducted in several steps as follows. First, identifying key factors. Key factors in this research include Natural Resources (SDA), Human Resources (HR), facilities, infrastructure, regulations, and potential tourists. Second, conducting an internal environment analysis (internal factor analysis summary or IFAS) and external environment (external factor analysis summary or EFAS). The determination of various factors, the weight of each factor, and the level of importance of each factor are obtained from the results of interviews and questionnaires with people being competent in their field and adapted to any conditions in the field.

The determination of internal strategy factors is conducted as follows. First, determining the factors that are the strengths and weaknesses of ecotourism development activities in Karimunjawa. Second, giving weight to each of factor in accordance with the level of importance or the level of benefits. The weight is obtained by the average of the benefit level of each factor divided by the total average of the benefit level of all factors then multiplied by 100%. The total of all weights must be 100% or 1.00. Third, calculating the rating or the suitability value for each factor based on the response of educational indicator factors to the development of ecotourism in Karimunjawa (value: 5 = very appropriate, 4 = appropriate, 3 = appropriate enough, 2 = not appropriate, 1 = very inappropriate). Fourth, determining the weighted score by multiplying the weight by the rating on each factor. The determination of external strategy factors and the analysis step are conducted as the analysis step on the internal strategy factors. The next analysis step is to develop the alternative strategies for S-O, S-T, W-O, and W-T by using the SWOT matrix and determining the priority of strategy by conducting an assessment.

Table 2 Matrix SWOT

Internal Exterenal	Strength (S) Determine the internal strength factors	Weakness (W) Determine the internal weakness factors
Opportunity (O) Determine the external opportunity factors	S-O Strategy (Strategy using strength to utilize opportunity)	W-O Strategy (Strategy minimizing weakness to utilize opportunity)
Threat (T) Determine the external threat factors	S-T Strategy (Strategy using strength to overcome threat)	W-T Strategy (Strategy using weakness to overcome threat)

Source: Rangkuti, 2009

RESULT AND DISCUSSION

The big thing required to be underlined is that the nature-based tourism aims at preserving the environment, facilitating the economic and social development of the local communities and the national economy, while simultaneously promoting the environmental awareness and the education at the local, national and international levels. The idea of nature-based tourism contributing to social and environmental benefits is famous. Today, nature-based tourism is considered as one of the most important industries in many countries and it seems to be responsible for most of the global tourism industry (Eagles, 2002; Newsome et al., 2002).

Identification of Potential Natural Tourist Attractions in Central Java Province

The identification results of tourist attractions in 2017 show that Central Java Province has 209 nature-based tourist attractions spread all over Regencies / Cities. The government together with the community and the business world need a synergic effort for a development to manage the potential existing nature-based tourism to support the tourism sector in Central Java Province. The identification and the mapping of all aspects whether location, facilities and infrastructure, events using development funds for each tourist destination need to be programmed, measurable, and continuous. Figure 3 is a map of the potential natural tourism in Central Java in 2018, which is the identification results of the researchers.

The Regencies / cities with low potential natural tourism potential include Tegal City, Tegal Regency, Pemalang Regency, Purbalingga Regency, Batang Regency, Banjarnegara Regency, Wonosobo Regency, Temanggung Regency, Semarang City, Demak Regency, Kudus Regency, Grobogan Regency, Blora Regency, Blora Regency, Magelang Regency, Surakarta City, Klaten Regency, Sukoharjo Regency, Wonogiri Regency. By identifying the regions having low potential nature-based tourism, the planning and development can be developed to be able to maximize the existing nature-based tourist attractions so that they may increase the tourist visits



Fig 3 Map of Potential Nature-Based Tourism in Central Java in 2018

The Regencies / Cities having moderate potential nature-based tourism include Brebes Regency, Banyumas Regency, Kebumen Regency, Pekalongan City, Pekalongan Regency, Kendal Regency, Semarang Regency, Magelang Regency, Purworejo Regency, Karanganyar Regency, and Pati Regency. Then the planning and development can be prepared to be able to maximize the existing potential nature-based tourism to increase the tourist visits. While the Regencies / Cities having high potential nature-based tourism include Cilacap Regency, Jepara Regency, Rembang Regency, and Boyolali Regency, which are dominated by the regions directly adjacent to the Java Sea and the Indian Ocean so that they have the potential nature-based tourism those are beaches.

Development Strategy of Nature-Based Tourism in Central Java

The results of the IFAS matrix analysis, the total score of weighted average of the IFAS matrix is 1.11, which consists of the total weight value of the strength average score of 1.81 and a weakness of 0.70. This shows that the internal position of nature-based tourism is higher than its external position, with the weighted average of the EFAS of 0.56 that consists of the opportunity score of 1.73 and the threat score of 1.18. as a whole from the internal side, the strength score is still above the weakness score and on the external side the weighted average score of the opportunity is still greater than the threat score.

Table 3 Calculation of Internal Strategy Factors of Nature-Based Tourist Attractions in Central Java

	Internal Strategy Factors	Weight	Rating	Score
Strengths:				
A	Magnitude of potential nature-based tourism in Central Java	0.08	4	0.31
B	Nature-based tourism in Central Java has strategic location	0.08	3.6	0.28
C	Ticket price is affordable by tourists	0.07	4	0.26
D	Spacious and shady parking area	0.07	3.4	0.23
E	Community's hospitality to visitors	0.07	4	0.30
F	Nature-based tourism in Central Java has culinary places	0.07	3.2	0.22
G	Tourism location is close to souvenir places as shopping centers	0.07	3.2	0.22
TOTAL SCORE OF STRENGTH				1.81
H	Weaknesses:	0.07	2	0.13

Internal Strategy Factors		Weight	Rating	Score
	Lack of promotion of nature-based tourist attractions in Central Java Province			
I	Lack of professional workers (expert in tourism)	0.07	1	0.07
J	Development program is still simple	0.08	1.4	0.11
K	Limited management budget allocation	0.08	1.4	0.11
L	Lack of safety around tourism location	0.06	1.6	0.10
M	Lack of cleanliness around tourism location	0.07	1.2	0.08
N	Tourism sectors in Regencies and Cities in Central Java are still far from main market of tourists	0.07	1.2	0.09
TOTAL SCORE OF WEAKNESSES				0.70

Source: Primary Data Processed in 2019

Table 4. Calculation of External Strategy Factors of Nature-Based Tourist Attractions in Central Java

External Strategy Factors		Weight	Rating	Score
Opportunities :				
A	High investment level in tourism sector in Central Java Province	0.09	3.6	0.33
B	Regional autonomy has impact on freedom of tourism development and promotion	0.10	3.6	0.35
C	Product innovation and tourist attractions	0.11	3.6	0.40
D	Easy and affordable accessibility	0.11	2.6	0.27
E	Cooperation with related OPD and private parties in natural tourism development	0.11	3.4	0.37
TOTAL SCORE OF OPPORTUNITIES				1.73
Threats :				
F	Increasing development of number of nature-based tourism leads to greater competitiveness	0.11	2.4	0.26
G	Distance among nature-based tourist attractions tends to be far from one another	0.10	2.4	0.24
H	Lack of public transports reaching location of nature-based tourist attractions that are far from central Regencies / Cities in Central Java	0.09	2.8	0.24
I	Tourist awareness in taking care of environment around nature-based tourism is still low	0.09	2.6	0.25
J	Environmental damage due to high development of nature-based tourist attractions	0.09	2	0.18
TOTAL SCORE OF THREATS				1.18

Source: Primary Data Processed in 2019

The recapitulation results of calculation show that the value of internal factors is positive. It shows that the strength factors of nature-based tourist attractions in Central Java Province are still dominant compared to the weakness factors. The same thing also occurs in the results of opportunity and threat factors, in which the value of opportunity factors is greater than the value of threat factors. The final value of internal and external factors above will then be used to determine the position of the quadrant through the Grand Strategy Matrix

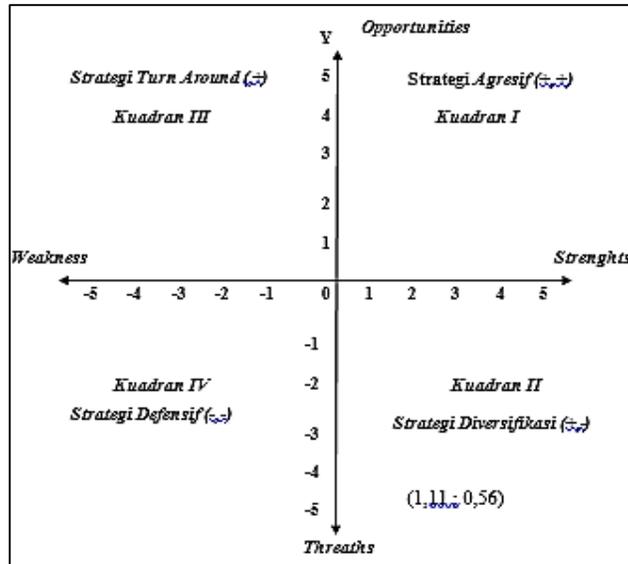


Fig 3 Grand Strategy Matrix of Nature-Based Tourism in Central Java in 2018

As a whole, the realization of aggressive strategy (of growth) based on the identification of IFAS and EFAS matrix is as follows.

SO Strategy:

1. Supports for promotional facilities at the main transportation route points and the Java trans highway. The information is easy to understand by the foreign tourists at ports and airports. The promotional innovation via website and social media is informative and detailed on the events, the way to reach the tourism destination, and the attractions offered.
2. Communication-based promotion, which is inviting the tourism conscious community to give information about the natural beauty at the tourism sites, and to persuasively invite them to protect the nature to be the sustainable nature-based tourism sites.
3. Cooperation between the related local government and the private parties to be able to develop the nature-based tourism such as adding facilities and interesting tourist attractions so that the tourists feel comfortable to travel in Central Java.
4. Structured promotion through cooperation between the central government and the local government, the tourism businessmen and the social communities around the tourism sites.

WO Strategy:

1. Utilizing the information technology and social media (Instagram, twitter, blogger, and facebook) and also inviting the Genpi (Generasi Pesona Indonesia) members in each Regency to introduce more the nature-based tourism in Central Java.
2. The persuasive efforts of the government and the managers of nature-based tourist attractions to suggest and invite the tourist to maintain the cleanliness in the tourism location and the surrounding environment.
3. The procurement of public facilities such as trash can, prayer room, lighting and direction to the tourism location, and the effort to manage public facilities to keep clean and maintained.
4. Additional allocation for fund sources and investment to develop the nature-based tourism.
5. Increasing the number of visits by increasing the tourist attractions while still considering the natural conservation.
6. Encouraging the society to always behave “having together” to the nature-based tourist attractions existing close to their residence so that the safety can be increased because the society also maintain and practice the S3 movement (smile, courteous, polite).

7. Increasing the community-based efforts by training and the ease in business permit around the tourism sites to increase the community's economy.

ST Strategy:

1. Offering inter-regional tour packages through close inter-regional cooperation.
2. Encouraging synergy among the tourist destination managers, culinary businessmen, transport service businessmen, and accommodation businessmen with the community around the tourism sites.
3. The government of Central Java Province through the Department of Transportation and cooperate with the government of Regencies/Cities hold a mapping of public transports necessity to the tourist sites and prepare the infrastructure to support the existence of public transports directly reaching the nature-based tourism sites.
4. The operational regional expansion of Trans Jateng and Tour Bus also needs to be conducted in other regencies/cities besides Semarang City and Semarang Regency because many nature-based tourist attractions are found in Regency areas and many of them have not been access to the public transportation so that this decrease the tourists' interest.

WT Strategy:

1. Maximizing the promotion of the leading nature-based tourist attractions in each Regency/City by raising a special theme and making an interesting design to be distributed in the form of billboards, pamphlets, or social media.
2. Holding international-scaled events in the tourist site areas.
3. Repairing environmentally friendly facilities and infrastructure.
4. Conducting training to the environmentally conscious tourism actors in the tourist areas. The government and its stakeholders greatly and effectively promote via media about the cleanliness of tourism environment.
5. Preparing the blue print of tourist area establishment and its surroundings by prioritizing the natural and environmental preservation.
6. The formal and informal education supporting the quality improvement of human resources involving in the tourism activities, such as English course for tourism, a delivery on conservation to the tourism business actors, and a subject of disasters in tourism environment.

CONCLUSION

The results of research state that the tourism development strategy needs to be conducted synergistically and sustainably that involves the central government, the local government, the tourism business actors, and the community. One structured effort that can be used to maintain the continuity of the ecosystem of nature-based tourism sites, tourism business actors, and the government is to implement a strategy to improve the quality of human resources. Improving the quality of human resources is one of the keys to improve the quality of tourism growth in Central Java.

The increased development of tourism sector creates direct and indirect benefits for the community. The investment conducted in the tourism sector will bring benefits to the community not only to increase their condition. Among direct capital injections, the benefits for the community may also include improving the local health care, increasing the educational opportunities, and providing greater opportunities to reinvest direct finance in local initiatives for preserving the local environmental facilities that become tourism objects.

REFERENCES

- Awazi, W. (2002). "Third World Economic Development: Tourism as a Critical Engine for Growth" *Journal of Current Research in Global Business*, Vol. 4, No. 5: 71-81

- Brandon, K. (1996). Ecotourism and conservation: A review of the issues, Environment Department, Paper No. 33. Global Environment Division, World Bank
- Chiu, Y. T. H., W. I. Lee, & T. H. Chen. (2014). "Environmentally Responsible Behavior in Ecotourism: Antecedents and Implications." *Tourism Management* 40:321–29.
- Dunkley, R. A. (2016). "Learning at Eco-attractions: Exploring the Bifurcation of Nature and Culture through Experiential Environmental Education." *Journal of Environmental Education* 47 (3): 213–21
- Eagles, P. (1992). "The Travel Motivations of Canadian Ecotourists." *Journal of Travel Research*, 31 (Fall): 3-7
- Government of South of Australia. (2003). South Australian Tourism Plan 2003-2008. Inspiring partnerships for sustainable tourism, South Australian Tourism Commission: South Australia
- Hanif, L., & Fafurida, F. (2018). Development Strategy of Small Industry of Typical Food as Supporting Tourism Sector. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 11(1), 62-77.
doi:<https://doi.org/10.15294/jejak.v11i1.12988>
- Merlino, D., ed. (1993). "The Ecotourism Resource for Travel Agents." October 25, supplement to *Tour & Travel News*
- Moore, S., & B. Carter (1993). "Ecotourism in the 21st Century." *Tourism Management*, 14 (2): 123-30
- Pleumarom, A. (1994). "The Political Economy of Tourism." *The Ecologist*, 24 (4): 142-48
- Bissix, G. and Kilcollins, A. (1999) "The Potential Impact of Ecotourism and Nature Tourism Development on a Coastal Community: The Case of Chet camp, Inverness County, Cape Breton, Ns" Ninth Canadian Congress on Leisure Research. May 12 - 15. Acadia University, Wolfville, Nova Scotia.
- Rangkuti, F. (2009), *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sweeting, J., Bruner, A., & Rosenfeld, A. (1999). *The Green Host Effect*, Conservation International: Washington, D.C
- Weaver, D.B. (1995). Alternative Tourism in Montserrat, *Tourism Management*, 16(8), 593-604.

Dokumen pendukung luaran Tambahan #2

Luaran dijanjikan: Keikutsertaan dalam Seminar Internasional

Target: sudah dilaksanakan

Dicapai: Published

Dokumen wajib diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen sudah diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen belum diunggah:

-

Peran penulis: first author

Nama Konferensi/Seminar: The 1st Dinasty International Conference on Digital Business and Management 2020

Lembaga penyelenggara: Universitas Winaya Mukti dan Dinasti Publisher

Tempat penyelenggara: Bandung

Tgl penyelenggaraan mulai: 20 Februari 2020 | Tgl selesai: 20 Februari 2020

ISBN/ISSN: 1475-7192

Lembaga pengindeks: Scopus

URL website: <https://www.dicdbm.com/>

Judul artikel: Regional Sustainable Tourism for Developing the Ecotourism

Regional Sustainable Tourism For Developing The Ecotourism

Fafurida

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Email: fafurida@mail.unnes.ac.id

Shanty Oktavilia

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Nurjannah Rahayu Kistanti

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Avi Budi Setiawan

Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

ABSTRACT

Abundant and beautiful natural wealth in Central Java Province, Indonesia is a natural asset for tourism sector. The problem raised is the tradeoff between the increase in income from the tourism sector and the risk of damage to nature, due to the increased efficiency of the tourism. This study aims at: 1) Analyzing the potential of nature-based tourism in the province of Central Java; (2) Analyzing sustainable tourism development strategies. These objectives were carried out using descriptive analysis, and IFAS (Internal Factor Analysis Strategy) and EFAS (External Factor Analysis Strategy) methods to analyze strategies. The results of the study show a map of nature-based tourism potential in Central Java based on the district and its characteristics analysis. Strategies based on internal factors (IFAS) and external factor analysis strategies (EFAS) include: Development of tourism in Central Java requires an aggressive strategy by fostering ecological enthusiasm and conservation of nature from the beginning at every level of education. Improving the quality of human resources in the tourism sector. Massive education is needed about the need for ecosystem preservation for domestic and foreign tourists. Support from stakeholders at the central and regional levels has an important role. Development of education that accommodates nature conservation curriculum material and the concept of ecotourism. Technology development to provide tourism information, especially for people who currently have a lifestyle back to nature.

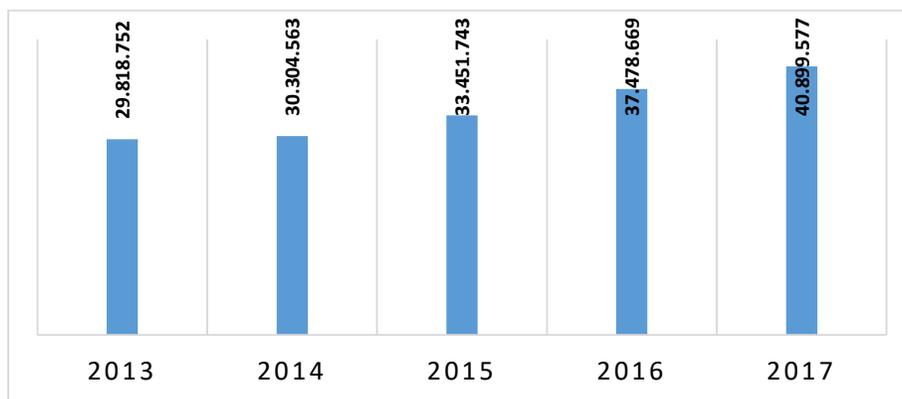
Keywords: *Nature-based tourism, ecotourism, IFAS, EFAS, strategy*

INTRODUCTION

The development of tourism sector in the last decade was marked by changes in people's lifestyles, in which they are more interested in diversifying typical tourism markets with environmental themes, natural beauty, culture and adventure in the wild nature. The offer of activities to travel in nature, enjoy traveling (hiking) and interact with other living things becomes one of the interesting segments for the tourists (Sweeting &

Bruner, 1999). According to The International Ecotourism Society (2006), nature-based tourism has grown significantly with an annual growth rate of 10 to 30%. This proportion increases because the nature-based tourism continues to grow faster than the whole tourism sectors. The geographical development of the ecotourism market is very significant in Asia, Africa and South America. Moreover, it may even reach 40 to 60% of all international tourist visits in certain countries in this region. This then has encouraged the tourism sector in several countries to be developed based on natural beauty although, they also realize that excessive activity in nature and the environment will disturb the ecosystem (Awazi, 2002; Weaver, 1995). Therefore, a strict policy is required in managing tourism activities in the environmental field.

The development of tourism sector in Central Java Province, as summarized in Figure 1, shows an increase every year. In 2016 the growth of the number of tourists reached 12% and in 2017 the growth of it reached 8.3%. In the era of President Joko Widodo, tourism sector is designated as the leading sector, which is expected to be able to drive other sectors to support it. Tourism sector is a new type of industry that may accelerate the economic growth through employment providing, standard of living, and driving other productive sectors.



Source: Department of Youth, Sports, and Tourism, Central Java Province

Fig 1 Number of Tourists in Central Java

The increase in the number of tourist visits in Central Java Province is supported by an increase in the number of tourism objects visited. The biggest proportion of tourism objects in Central Java is nature-based tourism. Table 1 shows that the number of natural tourism sites in Central Java has increased every year. This shows that more and more natural beauty that were originally closed and could not be enjoyed by the people have been open as tourism sites.

Table 1 Number of Tourist Attractions according to Types in Central Java Province

Year	Nature	Culture	Artificial	Special Interest	Others	Total Number
2013	132	88	105	21	71	417
2014	148	85	117	19	98	467
2015	160	82	131	27	77	477
2016	182	110	146	31	82	551
2017	209	173	127	32	74	615

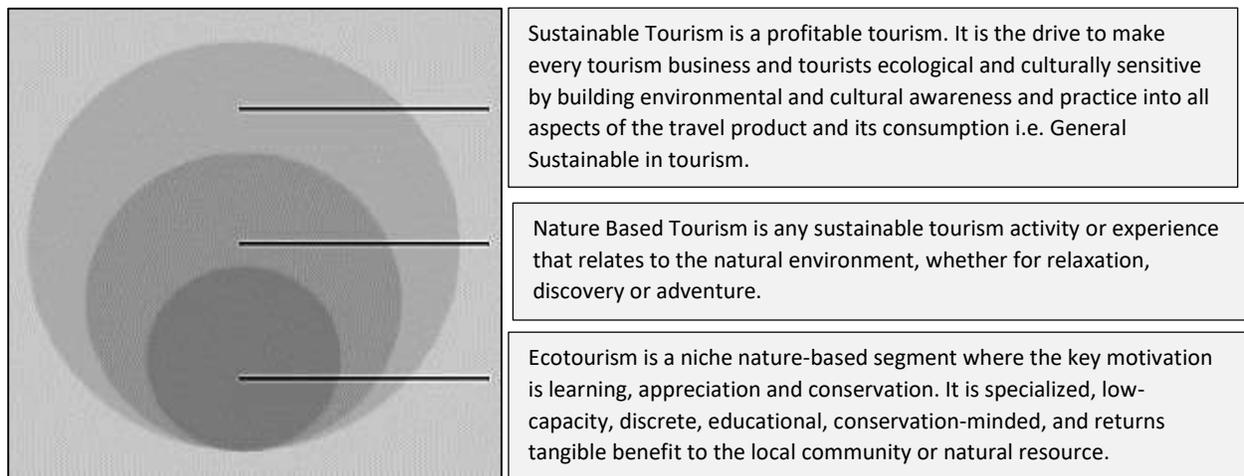
Source: Department of Youth, Sports, and Tourism, Central Java Province

This development is a challenge for increasing the development of the tourism sector. It is because on the one hand the increase in tourist attractions and the number of tourist visits is a hope for the economic growth of the people, on the other hand it faces the challenges of negative impacts on nature and environment. This

study has two objectives those are analyzing the potential of nature-based tourism in Central Java Province and analyzing the sustainable tourism development strategies.

LITERATURE REVIEW

Nature-based tourism and ecotourism are the new lifestyle trends that encourage the high regional growth. Although the number of nature-based and ecotourism tourists is still less than the total of the international visitors, the high growth rates and the unique and interesting characteristics of natural wealth are the leverage of commercial tourism business in natural tourism objects (Merlino 1993; Moore & Carter 1993; and Pleumarom A, 1994). Various researches and studies have developed rapidly related to the concept of nature-based tourism and ecotourism. Researches conducted by Eagles et al. (1995) and Chiu, Lee, & Chen. (2014) show that ecotourism business has the potential to globally change the structure of the nature-based tourism industry.



Government of South Australia (2003)

Fig 2 Relationship between nature-based tourism, sustainable tourism and eco-tourism

Various definitions of sustainable tourism, nature-based tourism and ecotourism obviously have various understanding of thinking. According to Ashton & Ashton (1993), a term of ecotourism was first mentioned in a literature by Miller (1978) and then it found its way into the concept of sustainable development. From this perspective, ecotourism is environment-minded and sustainable tourism, which might include nature-based tourism. A study that explicitly considers the development of this opinion is an investigation by Wilson (1992) who uses a consumer approach to nature. He identifies ecotourism as a branch of more recent nature-based tourism, along with adventure tourism, without defining one of these ideas in detail. In this context, ecotourism is the more recent and more refined version of nature-based tourism, with little emphasis on resource conservation or reducing the environmental impacts. These two different ecotourism visions and also other combinations appear in the literature. In particular, the Government of South Australia (2003) defines three concepts as follows. Sustainable tourism is a profitable tourism. It is a drive to make every tourism business and tourists ecological and culturally sensitive by building environmental and cultural awareness and practice into all aspects of travel products and its consumption that is Sustainable General in Tourism. Nature-based tourism is an activity or experience of sustainable tourism related to the natural environment, whether for relaxation, discovery or adventure. Ecotourism is a nature-based segment

in which the main motivation is learning, appreciation, and conservation. It is specialized, low capacity, discrete, educational, conservation-minded, and returns the tangible benefits to local communities or natural resources.

Several other researches in several countries as conducted by Ziffer (1989); Ingram and Durst (1987); Brandon, 1996; Bissix & Kilcollins, 1999; Government of South Australia, 2003; Dunkley, 2016, state that the problem of natural tourism is not only about how to package the natural beauty into an object that may increase people's income, but it also has potential to lead to an increase in conservation and ecological projects related to natural areas and to give income opportunities for the rural communities. On the one hand, well-managed nature tourism will increase people's income, and on the other hand there is the possibility of ecosystem and ecological damage.

RESEARCH METHODOLOGY

This research uses a combination of secondary and primary data. Secondary data is used to support the descriptive analysis on socio-economic conditions of the nature-based tourism characteristics in Central Java Province. Primary data is obtained through focused discussions with informant respondents having information related to the problem. The respondents are selected purposively using the judgment sampling method, which is purposely taking samples of certain people who can give information related to the problem. The SWOT analysis used in this study is conducted to identify various factors systematically in formulating a strategy (Rangkuti, 2009). The analysis step is conducted in several steps as follows. First, identifying key factors. Key factors in this research include Natural Resources (SDA), Human Resources (HR), facilities, infrastructure, regulations, and potential tourists. Second, conducting an internal environment analysis (internal factor analysis summary or IFAS) and external environment (external factor analysis summary or EFAS). The determination of various factors, the weight of each factor, and the level of importance of each factor are obtained from the results of interviews and questionnaires with people being competent in their field and adapted to any conditions in the field.

The determination of internal strategy factors is conducted as follows. First, determining the factors that are the strengths and weaknesses of ecotourism development activities in Karimunjawa. Second, giving weight to each of factor in accordance with the level of importance or the level of benefits. The weight is obtained by the average of the benefit level of each factor divided by the total average of the benefit level of all factors then multiplied by 100%. The total of all weights must be 100% or 1.00. Third, calculating the rating or the suitability value for each factor based on the response of educational indicator factors to the development of ecotourism in Karimunjawa (value: 5 = very appropriate, 4 = appropriate, 3 = appropriate enough, 2 = not appropriate, 1 = very inappropriate). Fourth, determining the weighted score by multiplying the weight by the rating on each factor. The determination of external strategy factors and the analysis step are conducted as the analysis step on the internal strategy factors. The next analysis step is to develop the alternative strategies for S-O, S-T, W-O, and W-T by using the SWOT matrix and determining the priority of strategy by conducting an assessment.

Table 2 Matrix SWOT

Internal Exterenal	Strength (S) Determine the internal strength factors	Weakness (W) Determine the internal weakness factors
Opportunity (O) Determine the external opportunity factors	S-O Strategy (Strategy using strength to utilize opportunity)	W-O Strategy (Strategy minimizing weakness to utilize opportunity)
Threat (T) Determine the external threat factors	S-T Strategy (Strategy using strength to overcome threat)	W-T Strategy (Strategy using weakness to overcome threat)

Source: Rangkuti, 2009

RESULT AND DISCUSSION

The big thing required to be underlined is that the nature-based tourism aims at preserving the environment, facilitating the economic and social development of the local communities and the national economy, while simultaneously promoting the environmental awareness and the education at the local, national and international levels. The idea of nature-based tourism contributing to social and environmental benefits is famous. Today, nature-based tourism is considered as one of the most important industries in many countries and it seems to be responsible for most of the global tourism industry (Eagles, 2002; Newsome et al., 2002).

Identification of Potential Natural Tourist Attractions in Central Java Province

The identification results of tourist attractions in 2017 show that Central Java Province has 209 nature-based tourist attractions spread all over Regencies / Cities. The government together with the community and the business world need a synergic effort for a development to manage the potential existing nature-based tourism to support the tourism sector in Central Java Province. The identification and the mapping of all aspects whether location, facilities and infrastructure, events using development funds for each tourist destination need to be programmed, measurable, and continuous. Figure 3 is a map of the potential natural tourism in Central Java in 2018, which is the identification results of the researchers.

The Regencies / cities with low potential natural tourism potential include Tegal City, Tegal Regency, Pemalang Regency, Purbalingga Regency, Batang Regency, Banjarnegara Regency, Wonosobo Regency, Temanggung Regency, Semarang City, Demak Regency, Kudus Regency, Grobogan Regency, Blora Regency, Blora Regency, Magelang Regency, Surakarta City, Klaten Regency, Sukoharjo Regency, Wonogiri Regency. By identifying the regions having low potential nature-based tourism, the planning and development can be developed to be able to maximize the existing nature-based tourist attractions so that they may increase the tourist visits



Fig 3 Map of Potential Nature-Based Tourism in Central Java in 2018

The Regencies / Cities having moderate potential nature-based tourism include Brebes Regency, Banyumas Regency, Kebumen Regency, Pekalongan City, Pekalongan Regency, Kendal Regency, Semarang Regency, Magelang Regency, Purworejo Regency, Karanganyar Regency, and Pati Regency. Then the planning and development can be prepared to be able to maximize the existing potential nature-based tourism to increase the tourist visits. While the Regencies / Cities having high potential nature-based tourism include Cilacap Regency, Jepara Regency, Rembang Regency, and Boyolali Regency, which are dominated by the regions directly adjacent to the Java Sea and the Indian Ocean so that they have the potential nature-based tourism those are beaches.

Development Strategy of Nature-Based Tourism in Central Java

The results of the IFAS matrix analysis, the total score of weighted average of the IFAS matrix is 1.11, which consists of the total weight value of the strength average score of 1.81 and a weakness of 0.70. This shows that the internal position of nature-based tourism is higher than its external position, with the weighted average of the EFAS of 0.56 that consists of the opportunity score of 1.73 and the threat score of 1.18. as a whole from the internal side, the strength score is still above the weakness score and on the external side the weighted average score of the opportunity is still greater than the threat score.

Table 3 Calculation of Internal Strategy Factors of Nature-Based Tourist Attractions in Central Java

	Internal Strategy Factors	Weight	Rating	Score
Strengths:				
A	Magnitude of potential nature-based tourism in Central Java	0.08	4	0.31
B	Nature-based tourism in Central Java has strategic location	0.08	3.6	0.28
C	Ticket price is affordable by tourists	0.07	4	0.26
D	Spacious and shady parking area	0.07	3.4	0.23
E	Community's hospitality to visitors	0.07	4	0.30
F	Nature-based tourism in Central Java has culinary places	0.07	3.2	0.22
G	Tourism location is close to souvenir places as shopping centers	0.07	3.2	0.22
TOTAL SCORE OF STRENGTH				1.81
H	Weaknesses:	0.07	2	0.13

Internal Strategy Factors		Weight	Rating	Score
	Lack of promotion of nature-based tourist attractions in Central Java Province			
I	Lack of professional workers (expert in tourism)	0.07	1	0.07
J	Development program is still simple	0.08	1.4	0.11
K	Limited management budget allocation	0.08	1.4	0.11
L	Lack of safety around tourism location	0.06	1.6	0.10
M	Lack of cleanliness around tourism location	0.07	1.2	0.08
N	Tourism sectors in Regencies and Cities in Central Java are still far from main market of tourists	0.07	1.2	0.09
TOTAL SCORE OF WEAKNESSES				0.70

Source: Primary Data Processed in 2019

Table 4. Calculation of External Strategy Factors of Nature-Based Tourist Attractions in Central Java

External Strategy Factors		Weight	Rating	Score
Opportunities :				
A	High investment level in tourism sector in Central Java Province	0.09	3.6	0.33
B	Regional autonomy has impact on freedom of tourism development and promotion	0.10	3.6	0.35
C	Product innovation and tourist attractions	0.11	3.6	0.40
D	Easy and affordable accessibility	0.11	2.6	0.27
E	Cooperation with related OPD and private parties in natural tourism development	0.11	3.4	0.37
TOTAL SCORE OF OPPORTUNITIES				1.73
Threats :				
F	Increasing development of number of nature-based tourism leads to greater competitiveness	0.11	2.4	0.26
G	Distance among nature-based tourist attractions tends to be far from one another	0.10	2.4	0.24
H	Lack of public transports reaching location of nature-based tourist attractions that are far from central Regencies / Cities in Central Java	0.09	2.8	0.24
I	Tourist awareness in taking care of environment around nature-based tourism is still low	0.09	2.6	0.25
J	Environmental damage due to high development of nature-based tourist attractions	0.09	2	0.18
TOTAL SCORE OF THREATS				1.18

Source: Primary Data Processed in 2019

The recapitulation results of calculation show that the value of internal factors is positive. It shows that the strength factors of nature-based tourist attractions in Central Java Province are still dominant compared to the weakness factors. The same thing also occurs in the results of opportunity and threat factors, in which the value of opportunity factors is greater than the value of threat factors. The final value of internal and external factors above will then be used to determine the position of the quadrant through the Grand Strategy Matrix

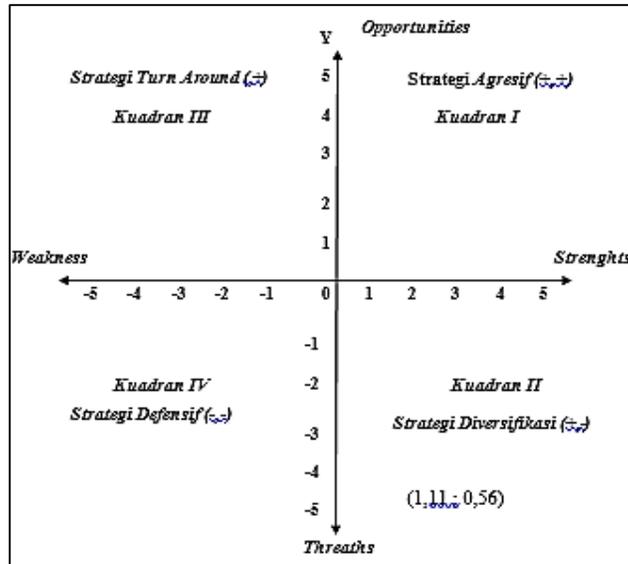


Fig 3 Grand Strategy Matrix of Nature-Based Tourism in Central Java in 2018

As a whole, the realization of aggressive strategy (of growth) based on the identification of IFAS and EFAS matrix is as follows.

SO Strategy:

1. Supports for promotional facilities at the main transportation route points and the Java trans highway. The information is easy to understand by the foreign tourists at ports and airports. The promotional innovation via website and social media is informative and detailed on the events, the way to reach the tourism destination, and the attractions offered.
2. Communication-based promotion, which is inviting the tourism conscious community to give information about the natural beauty at the tourism sites, and to persuasively invite them to protect the nature to be the sustainable nature-based tourism sites.
3. Cooperation between the related local government and the private parties to be able to develop the nature-based tourism such as adding facilities and interesting tourist attractions so that the tourists feel comfortable to travel in Central Java.
4. Structured promotion through cooperation between the central government and the local government, the tourism businessmen and the social communities around the tourism sites.

WO Strategy:

1. Utilizing the information technology and social media (Instagram, twitter, blogger, and facebook) and also inviting the Genpi (Generasi Pesona Indonesia) members in each Regency to introduce more the nature-based tourism in Central Java.
2. The persuasive efforts of the government and the managers of nature-based tourist attractions to suggest and invite the tourist to maintain the cleanliness in the tourism location and the surrounding environment.
3. The procurement of public facilities such as trash can, prayer room, lighting and direction to the tourism location, and the effort to manage public facilities to keep clean and maintained.
4. Additional allocation for fund sources and investment to develop the nature-based tourism.
5. Increasing the number of visits by increasing the tourist attractions while still considering the natural conservation.
6. Encouraging the society to always behave “having together” to the nature-based tourist attractions existing close to their residence so that the safety can be increased because the society also maintain and practice the S3 movement (smile, courteous, polite).

7. Increasing the community-based efforts by training and the ease in business permit around the tourism sites to increase the community's economy.

ST Strategy:

1. Offering inter-regional tour packages through close inter-regional cooperation.
2. Encouraging synergy among the tourist destination managers, culinary businessmen, transport service businessmen, and accommodation businessmen with the community around the tourism sites.
3. The government of Central Java Province through the Department of Transportation and cooperate with the government of Regencies/Cities hold a mapping of public transports necessity to the tourist sites and prepare the infrastructure to support the existence of public transports directly reaching the nature-based tourism sites.
4. The operational regional expansion of Trans Jateng and Tour Bus also needs to be conducted in other regencies/cities besides Semarang City and Semarang Regency because many nature-based tourist attractions are found in Regency areas and many of them have not been access to the public transportation so that this decrease the tourists' interest.

WT Strategy:

1. Maximizing the promotion of the leading nature-based tourist attractions in each Regency/City by raising a special theme and making an interesting design to be distributed in the form of billboards, pamphlets, or social media.
2. Holding international-scaled events in the tourist site areas.
3. Repairing environmentally friendly facilities and infrastructure.
4. Conducting training to the environmentally conscious tourism actors in the tourist areas. The government and its stakeholders greatly and effectively promote via media about the cleanliness of tourism environment.
5. Preparing the blue print of tourist area establishment and its surroundings by prioritizing the natural and environmental preservation.
6. The formal and informal education supporting the quality improvement of human resources involving in the tourism activities, such as English course for tourism, a delivery on conservation to the tourism business actors, and a subject of disasters in tourism environment.

CONCLUSION

The results of research state that the tourism development strategy needs to be conducted synergistically and sustainably that involves the central government, the local government, the tourism business actors, and the community. One structured effort that can be used to maintain the continuity of the ecosystem of nature-based tourism sites, tourism business actors, and the government is to implement a strategy to improve the quality of human resources. Improving the quality of human resources is one of the keys to improve the quality of tourism growth in Central Java.

The increased development of tourism sector creates direct and indirect benefits for the community. The investment conducted in the tourism sector will bring benefits to the community not only to increase their condition. Among direct capital injections, the benefits for the community may also include improving the local health care, increasing the educational opportunities, and providing greater opportunities to reinvest direct finance in local initiatives for preserving the local environmental facilities that become tourism objects.

REFERENCES

- Awazi, W. (2002). "Third World Economic Development: Tourism as a Critical Engine for Growth" *Journal of Current Research in Global Business*, Vol. 4, No. 5: 71-81

- Brandon, K. (1996). Ecotourism and conservation: A review of the issues, Environment Department, Paper No. 33. Global Environment Division, World Bank
- Chiu, Y. T. H., W. I. Lee, & T. H. Chen. (2014). "Environmentally Responsible Behavior in Ecotourism: Antecedents and Implications." *Tourism Management* 40:321–29.
- Dunkley, R. A. (2016). "Learning at Eco-attractions: Exploring the Bifurcation of Nature and Culture through Experiential Environmental Education." *Journal of Environmental Education* 47 (3): 213–21
- Eagles, P. (1992). "The Travel Motivations of Canadian Ecotourists." *Journal of Travel Research*, 31 (Fall): 3-7
- Government of South of Australia. (2003). South Australian Tourism Plan 2003-2008. Inspiring partnerships for sustainable tourism, South Australian Tourism Commission: South Australia
- Hanif, L., & Fafurida, F. (2018). Development Strategy of Small Industry of Typical Food as Supporting Tourism Sector. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 11(1), 62-77.
doi:<https://doi.org/10.15294/jejak.v11i1.12988>
- Merlino, D., ed. (1993). "The Ecotourism Resource for Travel Agents." October 25, supplement to *Tour & Travel News*
- Moore, S., & B. Carter (1993). "Ecotourism in the 21st Century." *Tourism Management*, 14 (2): 123-30
- Pleumarom, A. (1994). "The Political Economy of Tourism." *The Ecologist*, 24 (4): 142-48
- Bissix, G. and Kilcollins, A. (1999) "The Potential Impact of Ecotourism and Nature Tourism Development on a Coastal Community: The Case of Chet camp, Inverness County, Cape Breton, Ns" Ninth Canadian Congress on Leisure Research. May 12 - 15. Acadia University, Wolfville, Nova Scotia.
- Rangkuti, F. (2009), *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sweeting, J., Bruner, A., & Rosenfeld, A. (1999). *The Green Host Effect*, Conservation International: Washington, D.C
- Weaver, D.B. (1995). Alternative Tourism in Montserrat, *Tourism Management*, 16(8), 593-604.

Dokumen pendukung luaran Tambahan #3

Luaran dijanjikan: Buku Hasil Penelitian

Target: sudah terbit

Dicapai: Terbit

Dokumen wajib diunggah:

1.

Dokumen sudah diunggah:

-

Dokumen belum diunggah:

1.

Judul Buku: Wisata Kuliner ; Strategi Pengembangan Pariwisata Gastronomi Jawa Tengah

Nama Penerbit: Beta Offset Yogyakarta

Website Penerbit: -

ISBN: 978-623-6879-00-9

Tahun Terbit: 2020

Jumlah Halaman: 160

URL Buku: https://drive.google.com/file/d/1_4MQPUVHVOHfbCImB7UXDwcS2SHBfV-B/view?usp=sharing

Dokumen "" tidak ditemukan.

**BUKTI PENERIMAAN HIBAH PENELITIAN DANA DRTPM
DITJEN DIKTIRISTEK
TAHUN 2022**

- ✓ Pengumuman Penerima Hibah
- ✓ Laporan Penelitian

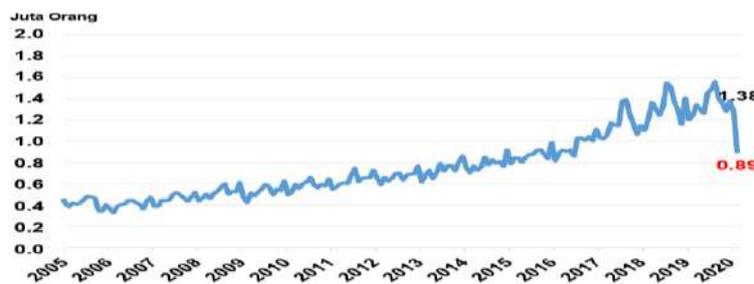
NO	LLDIKT/PTN	INSTITUSI	SKEMA	NAMA	NIDN	JUDUL
177	PTN	Universitas Negeri Medan	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	EVA MARLINA GINTING	0022046703	PEMBUATAN DAN KARAKTERISASI NANO KOMPOSIT TERMOPLASTIK LOW DENSITY POLIETHYLEN (LDPE) DENGAN FILLER NANO TiO ₂ DAN NANO PARTIKEL ABU SEKAM PADI
178	PTN	Universitas Negeri Medan	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	KARYA SINULINGGA	0025126015	Preparasi Dan Karakterisasi Nano Komposit Termoplastik Elastomer Dengan Filler Campuran Nanopartikel Abu boiler Kelapa Sawit Dan TiO ₂ Dengan Peg-6000
179	PTN	Universitas Negeri Medan	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	NURDIN SIREGAR	0008065803	Fabrikasi Film Tipis ZnO-based dengan Metode Electroplating sebagai Photoanoda Dye Sensitized Solar Cells (DSSC) dengan Menggunakan Dye Alami
180	PTN	Universitas Negeri Medan	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	ZAINUDDIN M	0017036707	Pabrikasi Komposit Karbon/Algimat/Nanosehulosa Tandan Kosong Kelapa Sawit Teradsorpsi Logam Berat Sebagai Sumber Mikronutrien Tanaman
181	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	EAFURIDA	0016028502	Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah
182	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	JUHADI	0003015803	Sistem Informasi Antisipasi Bencana (SIAB) Berbasis WebGis Partisipatif untuk Meningkatkan Kesiapsiagaan Bencana dan Pengembangan Perekonomian Masyarakat Pesisir Rembang Timur
183	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	KISWANTO	0001098303	PENGUKURAN AKUNTANSI EMISI KARBON DI INDONESIA: LANGKAH STRATEGIS WUJUDKAN ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY
184	PTN	Universitas Negeri Semarang	Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi	MARGUNANI	0018035703	Strategi Penerapan Circular Economy pada Pengolahan Hasil Pertanian Serai Wangi di Sentra Atsiri Kabupaten Kendal
185	PTN	Universitas Negeri Surabaya	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	OCE WIRIAWAN	0029057303	Pengaruh Radiasi Far Infrared Metode Sauna Terhadap Kelelahan dan Kerusakan Otot pada Atlet Setelah Aktivitas Fisik Intensitas Submaksimal
186	PTN	Universitas Negeri Surabaya	Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi	RENA HARIMURTI	0017126805	Pengembangan Aplikasi Kamus Digital Indikator Pencapaian Kompetensi Berbasis Artificial Intelligence untuk Mengoptimalkan Desain Pembelajaran Abad ke-21 di Jurusan PGSD
187	PTN	Universitas Negeri Surabaya	Penelitian Disertasi Doktor	SLAMET SETIAWAN	0008066806	Strategi Self-Regulated Reading dalam Membaca Teks digital Oleh Calon Guru Pendidikan Bahasa Inggris: Konseptualisasi dan Penerapannya di Kelas
188	PTN	Universitas Negeri Surabaya	Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi	WARJU	0028038101	Rancang Bangun Knalpot Sepeda Motor Ramah Lingkungan Berteknologi Metallic Catalytic Converter Logam Transisi Untuk Mendukung Produk Inovasi Unggulan Transportasi
189	PTN	Universitas Negeri Surabaya	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	YUNI SRI RAHAYU	0008066605	MODEL OPTIMALISASI LAHAN BEKAS TAMBANG BATUBARA SEBAGAI MEDIA TANAM MELALUI KAJIAN INTERAKSI MULTISIMBIOTIK MIKROORGANISME DAN DINAMIKA UNSUR HARA TANAH
190	PTN	Universitas Negeri Surabaya	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	YUNI YAMASARI	0002067504	Metode pengenalan emosi peserta didik pada pembelajaran daring berbasis deteksi mata

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/memodifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian meliputi data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

Pandemi Covid-19 yang melanda di berbagai negara termasuk Indonesia mengakibatkan dampak yang luar biasa terhadap perekonomian. Hal tersebut juga disampaikan oleh Baldwin yang menyatakan bahwa Covid-19 jelas menyebarkan penderitaan ekonomi di seluruh dunia (1). Hingga Januari 2022, Jumlah orang yang pernah terkonfirmasi positif Covid di Indonesia sejumlah 4.330.763 orang (2). Adanya pandemi tersebut direpson oleh pemerintah dengan banyaknya tindakan pencegahan. Beberapa upaya yang dilakukan pemerintah diantaranya adalah melakukan zonasi wilayah berdasarkan jumlah korban, pemberlakuan PSBB dan penerapan protokol kesehatan. Upaya-upaya pencegahan tersebut sangat berpengaruh terhadap mobilitas masyarakat. Gerakan PSBB dan work from home, membuat masyarakat banyak berdiam dirumah dan melakukan segala sesuatu dari rumah. Tentunya hal ini sangat berpengaruh pada kondisi perekonomian secara makro.

Salah satu sektor yang paling terdampak dari adanya pandemi ini adalah sektor pariwisata. Guncangan terhadap pariwisata, layanan transportasi, dan kegiatan terkait jasa domestik sulit dipulihkan, dan proyeksi kedepan akan terjadi pelambatan (3). Di berbagai belahan dunia, usaha perhotelan, jasa penerbangan, angkutan darat dan laut mencatat adanya penurunan yang tajam. Wisatawan mancanegara maupun nusantara turun drastis seiring dengan pengurangan aktivitas penerbangan dan adanya social and physical distancing. Secara historis, jumlah kedatangan wisatawan asing di bulan Februari umumnya mengalami penurunan sekitar 200 ribu orang dari akhir tahun sebelumnya. Namun, pada awal pandemi pada Februari 2020 wisatawan asing turun hingga 500 ribu orang dari Desember 2019. Jumlah wisatawan asing ini tercatat turun 29% (y.o.y) dibandingkan pada Februari 2019.



Gambar 1. Jumlah Perjalanan Wisatawan Mancanegara (4)

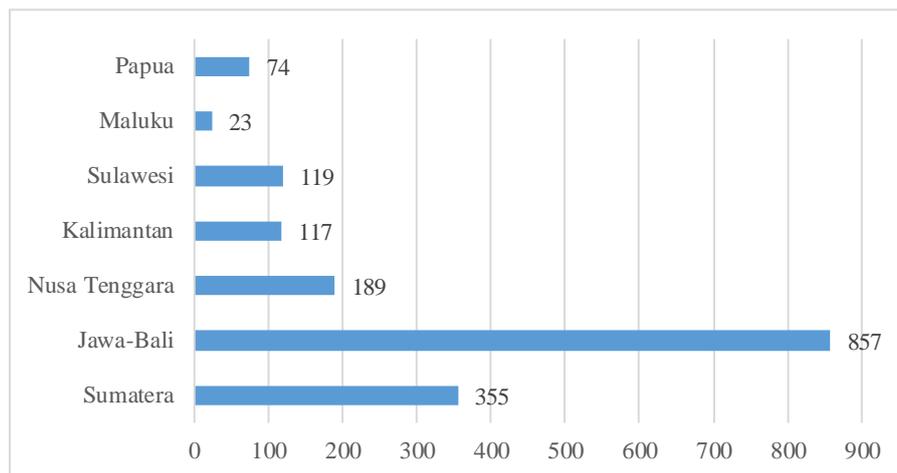
Berdasarkan data terakhir, jumlah perjalanan wisatawan nusantara tercatat 303 juta pada 2018. Pada 2019, jumlah wisatawan nusantara ditargetkan hanya 275 juta akibat mahalnya tiket pesawat dan di tahun 2020 jumlah wisatawan nusantara turun lebih jauh lagi menjadi 518 juta akibat pembatasan perjalanan.



Gambar 2. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (5)

Indonesia dengan kekayaan potensi wisata yang dimiliki, setidaknya memiliki harapan dalam pemulihan kondisi pariwisata. Dengan tingkat kesadaran kesehatan yang semakin baik dari masyarakat, sebagai tindakan pencegahan penularan, wisata alam terbuka dan pedesaan menjadi pilihan terbaik untuk kegiatan berwisata.

Potensi wisata alam dan pedesaan di Indonesia dapat dilihat dari banyaknya desa wisata yang tersebar di seluruh pulau.



Gambar 3. Jumlah Desa Wisata Menurut Pulau 2019 (6)

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang memiliki desa wisata terbanyak. Jawa Tengah memiliki kurang lebih 353 desa wisata, jumlah tersebut mengalami peningkatan sejak 2019 yang hanya 229 desa dari total 7800 desa yang ada di Jawa Tengah. Kekayaan ini tentunya dapat memberikan harapan dalam pemulihan kondisi pariwisata.

Kondisi terkini, penurunan tingkat kunjungan wisata terjadi di hampir seluruh desa wisata, hal tersebut membuat pendapatan desa wisata juga turun, bahkan ada beberapa desa wisata yang menutup objeknya. Kondisi ini tentunya membutuhkan sebuah solusi untuk mengakselerasi pemulihan kondisi ekonomi desa wisata agar mampu bangkit kembali dan bisa pulih seperti semula, sehingga penelitian ini dirasa sangat mendesak untuk dilakukan.

Kajian ini didasarkan pada pemikiran teoritis dan empiris terdahulu dan dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dampak pandemi Covid-19 pada desa wisata di Provinsi Jawa Tengah. Sejak Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan wabah virus Covid-19 sebagai pandemi, banyak negara telah mengumumkan penutupan negaranya setelah lonjakan kasus Covid-19 yang luar biasa. Keputusan ini telah membatasi pergerakan orang dan mengakibatkan penutupan bisnis di banyak sektor. Oleh karena itu, sangatlah bijaksana untuk mengatasi dampak pandemi sejak awal dan akhir krisis untuk mempersiapkan kemungkinan dimasa yang akan datang (7).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Angel felix dalam publikasinya yang menyatakan bahwa pandemi COVID-19 telah menyebabkan seluruh dunia mengalami krisis, yang menyebabkan perubahan agresif sistem ekonomi di dunia, terutama yang terlibat pada industri pariwisata. Hasil penelitiannya merekomendasikan tindakan khusus pada sektor pariwisata untuk meningkatkan standar kesehatan dan proses perlindungan keamanan hayati di tempat wisata (8).

Menurut Spillane, faktor-faktor pendorong pengembangan pariwisata di Indonesia, adalah: 1) berkurangnya peranan minyak bumi sebagai sumber devisa negara jika dibanding dengan waktu lalu; 2) merosotnya nilai ekspor pada sektro nonmigas; 3) adanya kecenderungan peningkatan pariwisata secara konsisten; 4) besarnya potensi yang dimiliki oleh bangsa Indonesia bagi pengembangan pariwisata (9).

Upaya penyelenggaraan pariwisata, selain pemenuhan aspek ekonomi, harus didukung juga dengan aspek intelektual dan rohani. Hal ini didasari bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Tujuan kepariwisataan menurut UU Kepariwisata tahun 2009 adalah:

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
2. Meningkatkan kesejahteraan rakyat;
3. Menghapus kemiskinan;
4. Mengatasi pengangguran;
5. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
6. Memajukan kebudayaan;
7. Mengangkat citra bangsa;
8. Memupuk rasa cinta tanah air;
9. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan
10. Mempererat persahabatan antarbangsa.

Selain pendekatan dalam perencanaan pariwisata, komponen yang terdapat di dalam sektor pariwisata harus dipersiapkan secara matang. Menurut Inskeep komponen dalam pariwisata yaitu (10):

Tourist Markets. Harus tersedianya calon wisatawan (pasar wisatawan) untuk mengunjungi suatu daerah. Pasar ini berasal dari internasional, nasional (domestik) atau dari daerah lokal dan seringkali merupakan kombinasi dari nasional dan internasional. Beberapa pasar wisatawan mungkin bersifat mempunyai minat umum, sementara lainnya memiliki minat khusus yang berusaha untuk dipuaskan. Pasar wisatawan termasuk bisnis pelancong. Penduduk lokal digunakan untuk pemikat wisatawan, fasilitas, layanan dan infrastruktur harus juga dipertimbangkan dalam mengembangkan pariwisata.

Tourist attractions and activities. Daya tarik dan keramaian harus tersedia untuk menarik wisatawan mengunjungi suatu daerah. Daya tarik bisa berasal dari alam seperti taman alam dan daerah pantai, situs purbakala dan situs bersejarah, daerah dengan keunikan budaya seperti seni dan hi buran, kerajinan tangan, bangunan bergaya tradisional, aktifitas ekonomi, upacara adat setempat, dan rekreasi buatan manusia seperti taman rekreasi dan kasino dan acara khusus seperti pameran, festival dan pertandingan olah raga. Beberapa keunggulan dapat ditonjolkan untuk dikembangkan menjadi daya tarik bagi wisatawan.

Accommodation. Hotel dan fasilitas lainnya yang wisatawan gunakan untuk menginap harus disiapkan. Akomodasi seringkali terdapat restoran dan fasilitas wisata lainnya. Terkadang tipe akomodasi yang bersejarah atau tidak biasa bisa saja menjadi obyek wisata tersendiri. Tanpa akomodasi, wisatawan bisa hanya mengunjungi daerah wisata sehari. Namun, untuk beberapa hari masyarakat setempat wisata dapat menghasilkan keuntungan lebih.

Other tourist facilities and services. Layanan biro jasa dibutuhkan untuk menyusun agenda wisata bagi para turis dan menyediakan layanan panduan. Menyediakan informasi fasilitas bagi wisatawan dan layanan di suatu daerah merupakan hal yang sangat penting. Fasilitas dan layanan bagi wisatawan lainnya termasuk restoran dan fasilitas lainnya untuk makan dan minum, layanan dan fasilitas pos, fasilitas kesehatan untuk wisatawan yang mempunyai masalah medis selama perjalanan, fasilitas bank dan penukaran uang, toko ritel yang menjual berbagai macam barang, kerajinan tangan dan souvenir, galeri seni dan toko barang antik dan barang-barang khusus seperti desainer pakaian, layanan pribadi seperti penataan rambut, dan jenis lainnya. Menyediakan keamanan publik yang memadai di kawasan wisata, para wisatawan dilindungi dari tindakan kriminal atau teroris. Langkah-langkah kesehatan berbasis lingkungan masyarakat yang tepat untuk mencegah penyakit juga harus dijaga.

Transportation. Pentingnya akses transportasi yang memadai ke kawasan wisata dan jaringan transportasi fungsional untuk menjangkau daya tarik dan fasilitas wisata di daerah. Angkutan meliputi udara, tanah (jalan dan rel) dan air (lautan, danau, sungai). Angkutan umum termasuk fasilitas dan layanan seperti kereta, bus dan kereta, rute dan jadwal serta efisiensi dalam pelayanan transportasi.

Other infrastructure. Infrastruktur lain yang dibutuhkan untuk melayani wisata dan sarana wisata antara lain pasokan air yang higienis, tenaga listrik yang memadai, pengelolaan limbah yang tepat (pengumpulan limbah, limbah padat, pengolahan dan pembuangan) dan fasilitas komunikasi yang memadai. Kadang fasilitas ini disediakan oleh operator fasilitas, tapi biasanya harus disediakan oleh pemerintah setempat atau perusahaan terkait.

Institutional elements. Beberapa elemen kelembagaan diperlukan untuk pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Termasuk pendidikan dan pelatihan masyarakat untuk bekerja secara efektif di bidang pariwisata (pengembangan sumber daya manusia), pemasaran dan promosi tujuan wisata dan daya tarik serta fasilitasnya, standar tertentu dan mekanisme peraturan untuk sarana dan layanan wisata termasuk penggunaan lahan dan kontrol lingkungan, dan seringkali mekanisme keuangan mendorong investasi dalam pengembangan pariwisata. Struktur organisasi untuk pariwisata sangat penting dan termasuk agen pariwisata pemerintah dan asosiasi perusahaan pariwisata swasta.

Pengembangan pariwisata akan lebih baik jika ditunjang dengan perencanaan secara spasial (11). Dimana dalam mengidentifikasi dan memetakan asset yang berwujud seperti informasi dan lokasi lokasi daya tarik dengan menggunakan GIS (Geographic Information Systems), hal tersebut dapat membantu turis untuk mengunjungi tempat yang unik dan berkualitas di suatu daerah.

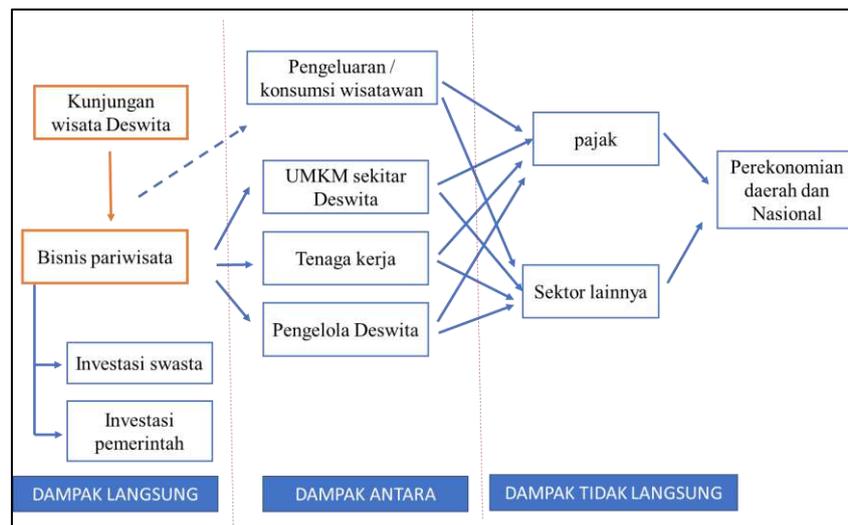
Pemetaan potensi wisata yang disupport oleh strategi pengembangan pariwisata, akan menghasilkan berkembangnya sektor pariwisata. Hal tersebut sesuai dengan Penelitian Zen, yang bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan industri pariwisata di Banyuwangi terutama di Kawah Ijen. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif dengan studi kasus. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Banyuwangi memiliki kerjasama dengan Kementerian Kehutanan Indonesia dalam pengembangan wisata alam terutama di Kawah Ijen dan terkait dengan promosi, pembangunan infrastruktur, pusat informasi pariwisata dan pembangunan masyarakat (12)

Penelitian ini berjudul “Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah”. Penelitian ini memiliki tujuan khusus yaitu mengidentifikasi seberapa besar dampak yang ditimbulkan dari adanya pandemi Covid-19 terhadap perekonomian desa wisata.

HASIL PENELITIAN

Secara umum, penelitian ini menemukan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil FGD dengan beberapa mitra yang berkompeten antara lain pengelola desa wisata, organisasi perangkat daerah Pemda pada masing-masing Kabupaten Kota diperoleh transmisi keterpengaruh desa wisata bagi perekonomian daerah sebagai berikut:



Gambar 3. Transmisi Dampak Desa Wisata bagi Perekonomian
Sumber: Hasil FGD

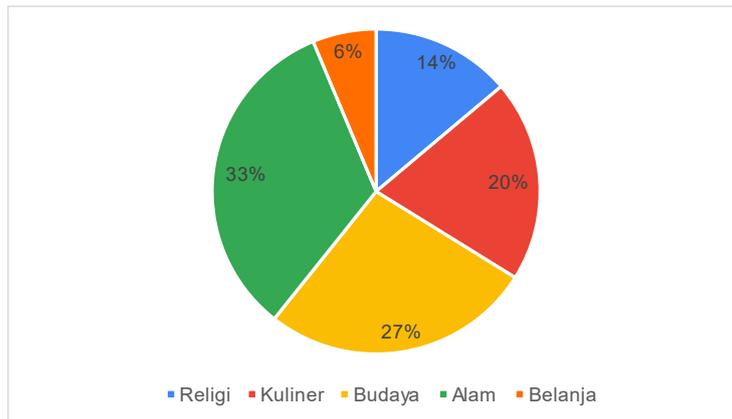
2. Berdasarkan hasil survei diperoleh beberapa informasi sebagai berikut:

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menyatakan bahwa wilayah pedesaan memiliki sumber daya yang juga mumpuni seperti halnya di perkotaan. Pelestarian budaya, adat istiadat dan bahasa adalah aktivitas yang kerap ditemukan di pedesaan dan merupakan potensi yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu potensi desa yang hendak dikembangkan adalah potensi ekonomi kreatif yang ada dalam suatu desa. Desa wisata dibentuk untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian dalam menyikapi potensi pariwisata atau lokasi daya tarik wisata di wilayah masing-masing desa.

Pandemi Covid-19 yang terjadi menyebabkan terhentinya kegiatan ekonomi, tidak terkecuali perekonomian desa wisata. Kondisi perekonomian desa wisata di Jawa Tengah sebelum dan sesudah terjadinya Covid-19 dapat ditelaah melalui penelitian yang telah dilakukan dengan melibatkan 103 responden dan terdiri dari ketua Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), pengurus Pokdarwis, dan ketua serta pengurus BUMDes (Badan Usaha Milik Desa). Responden dalam penelitian ini terdiri dari 95 responden laki-laki dan 8 responden perempuan dengan rentang usia 26 tahun hingga 59 tahun. Berdasarkan hasil kuesioner penelitian ini menyebutkan bahwa mayoritas usaha desa wisata dikelola oleh Pokdarwis (72,8%), BUMDes (35,9%), dan Desa (21,4%). Selanjutnya, temuan dari analisis ini menyatakan bahwa dalam pengembangan desa wisata terdapat keterlibatan masyarakat (99%). Desa Wisata yang dijadikan sasaran dalam analisis ini tersebar di seluruh Jawa Tengah dan merupakan desa wisata yang berdiri sejak tahun 2000 sampai dengan tahun 2022. Pendidikan terakhir responden dapat dilihat berdasarkan Gambar 1, mayoritas pendidikan responden yaitu pada tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 48 responden dan tingkat Sarjana sebanyak 39 responden.

Dikaji dari segi karakteristik dan jenis wisata yang ditawarkan, baik sebelum dan setelah pandemi memiliki kesamaan. Gambar 2 memperlihatkan jenis wisata yang ditawarkan desa wisata, berdasarkan hasil analisis yang didapatkan dari 103 responden dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata terdapat 33% desa wisata yang menawarkan keindahan alam, 27% menawarkan wisata budaya, 20% wisata kuliner, 14% wisata religi, dan sisanya sebesar 6% menawarkan wisata belanja. Secara umum, wisata alam merupakan wisata unggulan yang ditawarkan oleh desa wisata karena desa memiliki pesona alam yang tidak terbatas, dan merupakan potensi yang perlu dikembangkan. Jika ditinjau dari segi fasilitas yang tersedia, mayoritas responden memberikan informasi bahwa fasilitas di kawasan desa wisata sudah cukup lengkap dan baik, fasilitas yang ditawarkan yaitu mushola

(88,3%), toilet (94,3%), air bersih (95,1%), tempat duduk teduh (85,4%), tempat sampah (92,2%), jalan dan infrastruktur (79,6%), dan akses internet (50,5%). Berdasarkan temuan dari analisis yang dilakukan, baik sebelum dan setelah pandemi terdapat beberapa fasilitas yang perlu diperhatikan secara khusus diantaranya yaitu jalan dan infrastruktur serta akses internet.



Gambar 4. Jenis Wisata yang Ditawarkan
Sumber: Data diolah

Selain beberapa aspek yang telah disebutkan, terdapat beberapa aspek lainnya yang dapat dianalisis terkait dengan dampak pandemi terhadap desa wisata. Aspek-aspek tersebut terlampir pada tabel 1.

Tabel 1. Kondisi Perekonomian Desa Wisata di Jawa Tengah Sebelum dan Sesudah Pandemi

No	Aspek	Sebelum Pandemi	Sesudah Pandemi
1	Gambaran Jenis Usaha	Usaha Di Desa Wisata Jawa Tengah Sebelum Pandemi Berjalan Seperti Biasanya Sesuai Dengan Jenis Usaha Di Desa Masing-Masing. Jenis Usaha Di Desa Wisata Jawa Tengah Terdiri Dari Wisata Religi, Kuliner, Budaya, Alam, Dan Belanja. 14% Wisata Religi, 20% Wisata Kuliner, 27% Wisata Budaya, 33% Wisata Alam, Dan 6% Wisata Belanja.	Setelah Pandemi, Sebanyak 83% Desa Wisata Di Jawa Tengah Menjadi Beroperasi Terbatas Dan 17% Sisanya Terpaksa Berhenti.
2	Modal Awal	Rp. 1,000,000 - Rp. 1,000,000,000	-
3	Modal Operasional Perbulan	Rp. 500,000 - Rp. 100,000,000	Rp. 100,000 - Rp. 60,000,000
4	Pendapatan Usaha Desa Wisata Perbulan	Rp. 1,000,000 - Rp. 120,000,000	Rp. 0 - Rp. 63,636,363
5	Jumlah Karyawan	3 Orang - 120 Orang	0 Orang - 64 Orang
6	Rata-Rata Usia Karyawan	17 Tahun - 50 Tahun	15 Tahun - 50 Tahun
7	Jenis Kelamin Karyawan	Laki-Laki=89 ; Perempuan=14	Laki-Laki=90 ; Perempuan=13
8	Tingkat Pendidikan Karyawan	Sd: 2; Smp: 22; Sma: 75; D3: 1; Sarjana: 3	Sd: 2; Smp: 21; Sma: 76; Sarjana: 3
9	Rata-Rata Jam Kerja Karyawan Perhari	2 Jam - 12 Jam	1 Jam - 12 Jam
10	Gaji Karyawan Perorang	Rp. 0 - Rp. 10,000,000	Rp.0 - Rp. 2,200,000
11	Luas Lahan	2 Hektar - 680 Hektar	-
12	Status Kepemilikan Lahan	Kepemilikan Negara, Tanah Desa, Tanah Milik Warga Setempat, Perhutani, Dan Tanah Kas Desa	-
13	Rata-Rata Jumlah Pengunjung Perhari	< 50 Orang : 54 Orang; 50 -150 Orang : 21 Orang; > 150 Orang : 19 Orang	< 50 Orang : 62 Orang; 50 -150 Orang : 21 Orang; > 150 Orang : 11 Orang

No	Aspek	Sebelum Pandemi	Sesudah Pandemi
14	Frekuensi Pengunjung Kenaikan Keramaian Mengalami	Setiap Hari : 3; Sabtu/Minggu : 71; Hari Raya/Besar : 15	Setiap Hari : 6; Sabtu/Minggu : 67; Hari Raya/Besar : 14
15	Pengunjung Yang Sering Datang	Wisatawan Domestik = 101 Orang; Wisatawan Mancanegara = 2 Orang	Wisatawan Domestik = 99 Orang; Wisatawan Mancanegara = 4 Orang
16	Profil Pengunjung	Segala Umur = 77 Orang; Usia Produktif = 17 Orang; Keluarga = 9 Orang	Segala Umur = 75 Orang; Usia Produktif = 21 Orang; Keluarga = 7 Orang
17	Ancaman Atau Kesulitan	Persaingan Antar Jenis Usaha Yang Sama = 25%; Tingkat Kemanan Lingkungan Yang Rendah = 10%; Terjadinya Bencana Alam = 22%; Yang Lainnya = 43%	Persaingan Antar Jenis Usaha Yang Sama = 28%; Tingkat Kemanan Lingkungan Yang Rendah = 9%; Terjadinya Bencana Alam = 25%; Yang Lainnya = 38%
18	Strategi Persaingan Menghadapi	Promosi Media Cetak = 12%; Promosi Media Online = 37%; Promosi Media Sosial = 44%; Diskon Tiket = 7%	Promosi Media Cetak = 11%; Promosi Media Online = 34%; Promosi Media Sosial = 46%; Diskon Tiket = 9%
19	Konservasi Lingkungan Desa Wisata	Penanaman Pohon = 39%; Pengelolaan Sampah = 35%; Udara Bersih = 26%	Penanaman Pohon = 38%; Pengelolaan Sampah = 35%; Udara Bersih = 27%
20	Kelengkapan Fasilitas Desa	Mushola : 15%; Toilet : 16%; Air Bersih : 16%; Tempat Duduk Teduh : 14%; Tempat Sampah : 16%; Jalan Dan Infrastruktur : 14%; Dan Akses Internet : 9%	Mushola : 16%; Toilet : 16%; Air Bersih : 16%; Tempat Duduk Teduh : 15%; Tempat Sampah : 16%; Jalan Dan Infrastruktur : 13%; Dan Akses Internet : 9%
21	Tarif Masuk Desa Wisata	Rp. 0 - Rp. 150,000	Rp. 0 - Rp. 190,000
22	Rata-Rata Pendapatan Desa Wisata Perbulan	Rp. 500,000 - Rp. 200,000,000	Rp. 100,000 - Rp. 100,000,000
23	Jumlah Daya Tarik Yang Ada Di Desa Wisata	3 Unit - 3344 Unit	1 Unit - 3343 Unit

Sumber: Hasil survey

Berdasarkan Tabel 1 dapat terlihat kondisi perekonomian desa wisata sebelum dan sesudah pandemi dapat dilihat dari beberapa aspek. Berdasarkan hasil analisis, secara umum sebelum pandemi Covid-19 merebak, usaha Desa Wisata di Jawa Tengah berjalan normal di mana seluruh jenis wisata tetap membuka kunjungan, sedangkan setelah pandemi Covid-19 merebak terdapat 83% Desa Wisata di Jawa Tengah yang beroperasi terbatas dan sebanyak 17% terpaksa berhenti. Terhentinya kegiatan perekonomian dan pembatasan aktivitas saat pandemi memberikan dampak yang signifikan terhadap sektor pariwisata, hal tersebut menyebabkan wisatawan tidak dapat berkunjung ke tempat wisata.

Dilansir dari pernyataan penggiat pariwisata di Desa Wisata Jawa Tengah, mereka menyebutkan bahwa selama dua tahun terakhir, pengunjung di Desa Wisata mengalami penurunan yang cukup drastis. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, sebelum pandemi terdapat 52,4% Desa Wisata dengan jumlah pengunjung < 50 orang, 20,4% Desa Wisata dengan jumlah pengunjung berkisar antara 50-150 orang, dan 18,4% Desa Wisata dengan pengunjung lebih dari 150 orang. Jika melihat kondisi setelah pandemi, terdapat penurunan signifikan dimana sebelum pandemi terdapat 18,4% desa wisata yang memiliki pengunjung sebanyak lebih dari 150, namun saat pandemi berkurang menjadi 10,4%.

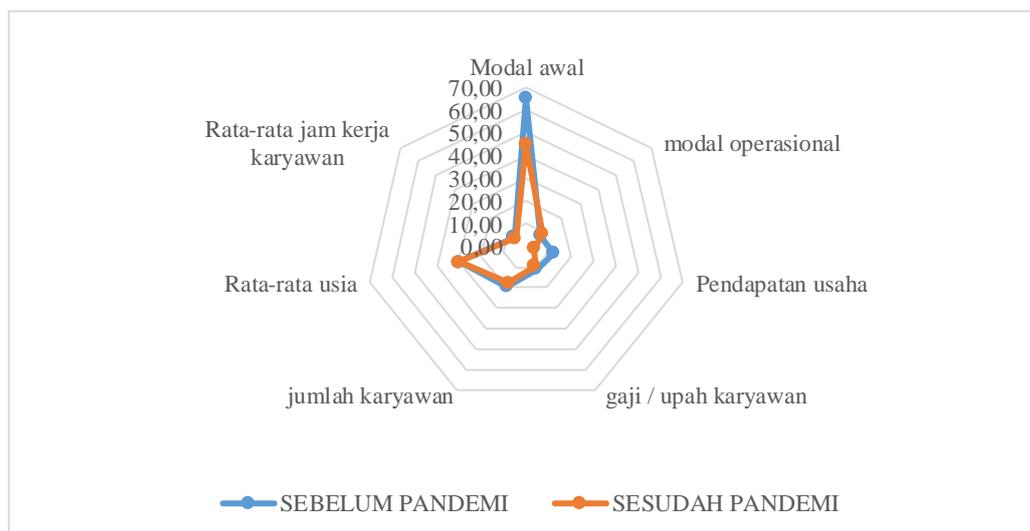
Frekuensi pengunjung sebelum dan setelah pandemi juga mengalami sedikit perubahan yaitu pada saat pandemi frekuensi wisatawan yang berkunjung pada *weekdays* sebanyak 6 pengunjung; sabtu/minggu sebanyak 67 pengunjung; dan hari raya/besar sebanyak 14 pengunjung, sedangkan sebelum pandemi jumlah pengunjung *weekdays* sebanyak 3 pengunjung; sabtu/minggu sebanyak 71 pengunjung; dan hari raya/besar sebanyak 15 pengunjung. Pada masa sebelum dan sesudah pandemi, mayoritas pengunjung merupakan wisatawan domestik (101 pengunjung sebelum pandemi, dan 99 pengunjung setelah pandemi), namun setelah pandemi jumlah wisatawan mancanegara memiliki kenaikan sebanyak 2 pengunjung (4 pengunjung pada saat setelah pandemi). Salah satu pernyataan dari pengurus wisata di Balkondes Coklat Ndeso Bigaran terkait dampak pandemi terhadap sektor pariwisatanya yaitu:

“Balkondes Coklat Ndeso Bigaran, dahulubalkon yang sudah merangkak mulai berjalan dengan baik kemudian terimbas dengan adanya virus covid, kemudian tutup total dikarenakan tidak ada pengunjung selama 2 tahun”

Jika dilihat dari sisi ketenagakerjaan, sebelum terjadinya pandemi Covid-19, keberadaan desa wisata dapat membantu penduduk setempat memperoleh pekerjaan. Namun, semenjak merebaknya Covid-19 yang berakibat pada penurunan pendapatan menyebabkan terjadinya pengurangan karyawan di desa wisata. Sebelum terjadinya pandemi Covid-19, karyawan desa wisata berkisar antara 3 – 120 karyawan. Sementara itu, setelah terjadinya pandemi, jumlah karyawan desa wisata menurun drastis menjadi sekitar 64 karyawan, bahkan terdapat beberapa desa wisata yang tidak memiliki karyawan. Selain itu, jam kerja karyawan di Desa Wisata juga mengalami pengurangan, dimana sebelum pandemi rata-rata jam kerja berkisar 2 – 12 jam, namun setelah pandemi hanya 1 – 12 jam kerja. Pendidikan terakhir karyawan di Desa Wisata didominasi oleh lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA). Sedangkan dari segi honor, sebelum terjadinya pandemi Covid-19, upah yang diterima karyawan desa wisata bisa mencapai Rp. 10.000.000. Namun setelah pandemi Covid-19 terjadi, upah yang diterima karyawan di desa wisata hanya berkisar antara Rp.0 - Rp. 2,200,000.

Selanjutnya, pada segi permodalan dan pendapatan desa wisata juga mengalami pemerosotan yang cukup signifikan. Sebelum terjadi pandemi Covid-19, secara umum desa wisata di Jawa Tengah memiliki modal berkisar antara Rp. 1.000.000 - Rp. 1.000.000.000. Namun setelah pandemi terjadi, desa wisata mengalami kekurangan modal. Sedangkan untuk modal operasional sebelum pandemi berkisar antara Rp. 500.000 - Rp. 100.000.000, dan setelah pandemi hanya berkisar Rp. 100.000 - Rp. 60.000.000. Beberapa responden dalam penelitian ini juga menyatakan bahwa setelah pandemi terjadi, kekurangan modal atau terbatasnya modal sebagai suatu penghambat dalam pembangunan desa wisata. Jumlah kunjungan yang kian berkurang akibat pandemi juga menyebabkan pendapatan desa wisata menjadi berkurang, sebelum pandemi terjadi mayoritas desa wisata dapat memperoleh pendapatan usaha berkisar antara Rp. 1.000.000 - Rp. 120.000.000 per bulan, dan saat pandemi terjadi pendapatan berkurang menjadi Rp. 0 - Rp. 63.636.363. Terhentinya kunjungan wisatawan menyebabkan beberapa desa wisata harus beroperasi terbatas atau bahkan terpaksa berhenti beroperasi, hal tersebut menyebabkan beberapa desa wisata tidak memiliki pendapatan sama sekali. Sedangkan dari segi tarif masuk desa wisata mengalami kenaikan setelah pandemi, hal tersebut dilakukan untuk menutupi kerugian yang disebabkan akibat pandemi. Kenaikan tarif tersebut berkisar antara Rp. 190.000, yang semula hanya Rp.150.000. Salah satu pengurus Desa Wisata Mina Mangrove yang terpaksa harus menjalankan desa wisatanya beroperasi terbatas memberikan pernyataan:

“Belum ada penghasilan yang jelas karena sedang proses pembangunan / reborn kembali”

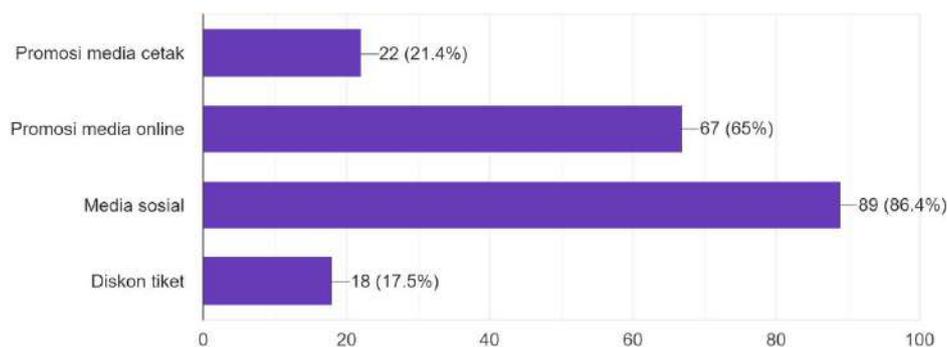


Gambar 5. Kondisi Perekonomian Desa Wisata Sebelum dan Sesudah Pandemi
Sumber: Data diolah

Gambar 5 memperlihatkan nilai rata-rata perubahan kondisi perekonomian desa wisata sebelum dan sesudah pandemi. Terdapat beberapa aspek terkait yang dapat memberikan gambaran secara rata-rata perubahan tersebut yakni dapat dilihat dari segi modal awal, modal operasional, pendapatan usaha, gaji karyawan, jumlah karyawan, rata-rata usia, dan rata-rata jam kerja karyawan. Temuan yang didapatkan dari pernyataan responden adalah, secara rata-rata sebelum pandemi terjadi, modal awal desa wisata mencapai 65,29 juta rupiah, sedangkan saat terjadi pandemi terjadi kemerosotan modal menjadi 45,29 juta rupiah. Jika ditelaah dari segi modal

operasional, sesudah terjadinya pandemi, modal operasional tersebut mengalami kenaikan dari 7,96 juta menjadi 9,23 juta. Berdasarkan hasil analisis, kenaikan modal tersebut diperkirakan terjadi karena adanya kenaikan harga saat pandemi. Terhentinya kegiatan pariwisata tentunya menyebabkan penurunan pendapatan usaha, secara rata-rata responden dalam penelitian ini memberikan jawaban bahwa pendapatan sebelum terjadinya pandemi dapat mencapai 12,24 juta namun setelah pandemi menurun menjadi hanya 3,55 juta. Dari segi ketenagakerjaan, upah setelah pandemi mengalami penurunan dari 10,96 juta menjadi 9,35 juta. Rata-rata jumlah karyawan pada desa wisata juga mengalami penurunan meskipun tidak signifikan yaitu dari sekitar 19 karyawan menjadi 17 karyawan. Sedangkan rata-rata usia karyawan desa wisata yaitu berkisar antara 29 – 30 tahun. Jam kerja karyawan sebelum terjadi pandemi berkisar antara 6,52 jam per hari dan setelah pandemi menjadi 5,97 jam per hari.

Dalam proses pembangunan desa wisata, baik sebelum maupun setelah terjadinya pandemi, pembangunan tersebut tidak luput dari berbagai tantangan yang dihadapi. Responden dalam penelitian ini yang terdiri dari berbagai pelaku pariwisata mengungkapkan beberapa tantangan yang dihadapi, yaitu persaingan antar jenis usaha; tingkat keamanan lingkungan; bencana alam; pemasaran yang kurang baik; terbatasnya modal. Bencana alam merupakan salah satu ancaman yang kerap dihadapi oleh para pelaku pariwisata di desa wisata, hal tersebut diungkapkan karena mayoritas jenis wisata yang ditawarkan yaitu wisata alam (Gambar 2).



Gambar 6. Strategi Untuk Menghadapi Persaingan/Tantangan
Sumber: Data diolah

Berkaitan dengan ancaman yang dirasakan oleh pelaku pariwisata, tentunya para pelaku pariwisata berusaha untuk mengurangi ancaman tersebut dengan menerapkan beberapa strategi khusus. Secara mayoritas, narasumber dalam penelitian ini menyatakan bahwa strategi terbaik yang mereka lakukan untuk menghadapi ancaman tersebut yaitu meningkatkan promosi melalui media sosial (89 responden) dan media online (67 responden) (Gambar 3). Sedangkan sebanyak 22 memilih media cetak dan 18 responden memilih diskon tiket sebagai strategi desa wisata dalam menghadapi persaingan atau tantangan.

KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan analisis deskriptif menggunakan data primer dengan jumlah responden sebanyak 103 dan terdiri dari pelaku pariwisata baik Pokdarwis maupun BUMDes. Temuan dari penelitian ini menyebutkan bahwa terdapat beberapa aspek yang terjadi pergeseran baik peningkatan maupun penurunan akibat dampak dari Covid-19. Secara umum, sebelum terjadinya pandemi Covid-19, aktivitas dan pengembangan desa wisata berjalan normal dengan frekuensi kunjungan yang cukup baik. Namun demikian, setelah wabah Covid-19 merebak, desa wisata yang belum memiliki pondasi cukup kuat terpaksa harus menghentikan usahanya (17%), sedangkan sebanyak 83% beroperasi terbatas. Hal yang tersorot jelas antara perubahan desa wisata sebelum dan setelah pandemi adalah modal, jumlah pengunjung, dan pendapatan dari desa wisata. Secara umum, desa wisata dapat meraup pendapatan mencapai Rp. 120.000.000 sebelum terjadinya pandemi, namun setelah terjadinya pandemi, pendapatan yang diperoleh mengalami penurunan drastis yaitu berkisar antara Rp. 63.636.363. Modal yang diperoleh desa wisata sebelum pandemi mencapai Rp. 1.000.000 - Rp. 1.000.000.000, namun setelah terjadinya pandemi, desa wisata mengalami kekurangan modal. Jika ditinjau dari segi kunjungan wisatawan, sebelum dan selama pandemi mayoritas pengunjung di desa wisata didominasi oleh wisatawan domestik. Pengembangan desa wisata sebagai salah satu potensi unggulan tidak luput dari berbagai tantangan dan persaingan. Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh pelaku pariwisata, baik sebelum dan setelah Covid-19 terjadi, tantangan tersebut diantaranya adalah persaingan antar jenis usaha; tingkat keamanan lingkungan; bencana alam; pemasaran yang

kurang baik; terbatasnya modal. Namun demikian, berbagai tantangan dan persaingan usaha tidak membuat desa wisata redup begitu saja, para pelaku wisata sudah menyiapkan strategi yang dapat mereka lakukan. Mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa strategi mereka dalam menghadapi persaingan adalah promosi melalui media sosial, media online, dan media cetak.

D. STATUS LUARAN: Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta mengunggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui BIMA.

Luaran penelitian yang ditargetkan dari penelitian tahun pertama ini adalah:

Luaran Wajib :

1. Artikel dengan judul "*A Systematic Literature Review Of Development Rural Tourism*" telah Accepted di Jurnal Quality Access to Success Economic and Finance (Scopus Q3).

Luaran Tambahan :

1. Artikel dengan judul "*Clustering in Rural Tourism as a Potential For Regional Economic Development*" telah di submit pada Jurnal Cogent Economic and Finance (Scopus Q3).
2. Artikel dengan judul "*Rural Tourism Recovery Strategy For Strengthening The Village Economy*" telah di presentasikan pada International Conference on Social Sciences and Humanity, yang diselenggarakan pada tanggal 11-13 Oktober 2022 di Manado, Indonesia.
3. Buku "*Direktori Desa Wisata Jawa Tengah*" telah terbit.

E. PERAN MITRA: Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (untuk Penelitian Terapan, Penelitian Pengembangan, PTUPT, PPUPT serta KRUP). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui BIMA.

Terdapat kurang lebih 3 mitra dalam kajian ini, dengan penjelasan kontribusi sebagai berikut:

1. Dispermades, keyperson dari Dispermades Provinsi Jawa Tengah memberikan informasi Desa di wilayah Jawa Tengah yang potensial menjadi obyek penelitian. Selain itu juga berkenan menjadi narasumber dan dalam beberapa tahapan penelitian
2. Dinas Pariwisata Jawa Tengah, memberikan informasi dan turut serta dalam proses tahapan penelitian dalam bentuk pendampingan informasi data sekunder dan dokumen perencanaan kepariwisataan di Jawa Tengah
3. Bank Jateng, turut aktif dalam proses diskusi dan penyusunan instrumen tata kelola keuangan bisnis desa wisata di Jawa Tengah.
4. Paguyuban Desa Wisata Jawa Tengah yang di wakili oleh Ketua Pengelola Bumdes Candirejo Magelang, berkontribusi dalam pengumpulan data primer, dengan memberikan fasilitasi pada anggota paguyuban yang memberikan informasi kuesioner pada kajian ini. Selain itu, juga memberikan informasi dan menyediakan ruang dan waktu untuk memperoleh informasi dan data dalam bentuk diskusi terfokus dengan pengelola Desa Wisata di Jawa Tengah.

F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

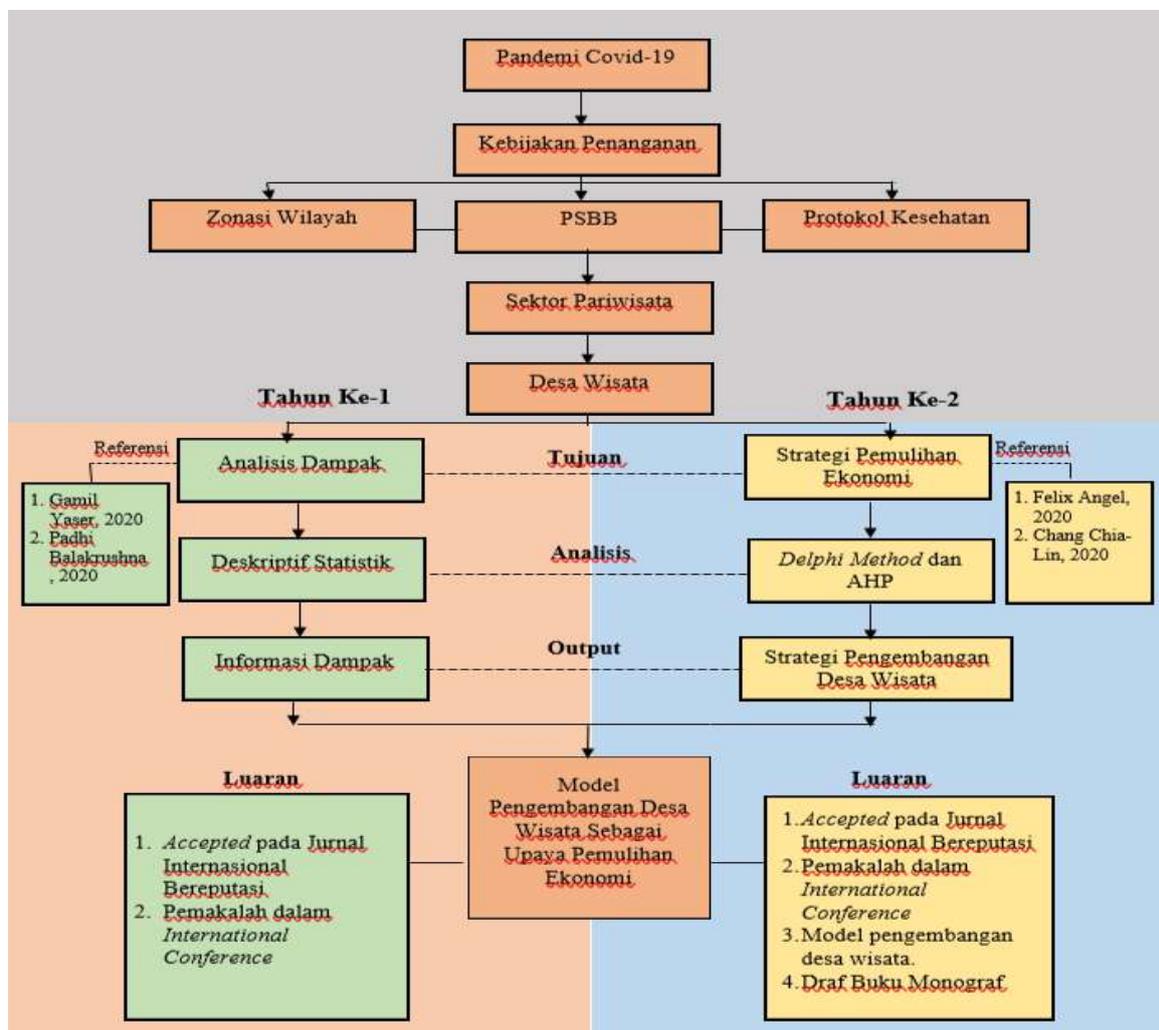
Kendala yang dihadapi dalam periode penelitian antara lain adalah:

1. Mempertemukan beberapa mitra dalam waktu yang bersamaan.
2. Penyusunan data primer dilakukan dalam beberapa kali *pilot study*, hal ini disebabkan permasalahan yang dihadapi desa wisata pada masa pandemi relatif beragam, sehingga diperlukan kuesioner yang bersifat general.

3. Pada saat kunjungan pada beberapa Kabupaten / Kota lokasi desa wisata, mendapati beberapa pengelola desa wisata mengalami pergantian / reorganisasi.
4. Keputusan penerimaan pendanaan penelitian dan periode riset relatif sangat pendek.
5. Pada beberapa institusi masih menerapkan protokol pandemi, sehingga perlu persiapan lebih panjang pada saat ke lapangan.
6. Hanya desa wisata yang masih mampu bertahan pada periode pandemi saja yang disurvei, dengan harapan dapat membandingkan antara periode sebelum dan setelah pandemi, serta mampu memberikan proyeksi keberlanjutan bisnis desa wisata di masa yang akan datang.
7. Dalam penyusunan luaran, terdapat penggantian jurnal tujuan dikarenakan ketidaktepatan pemilihan jurnal tujuan.

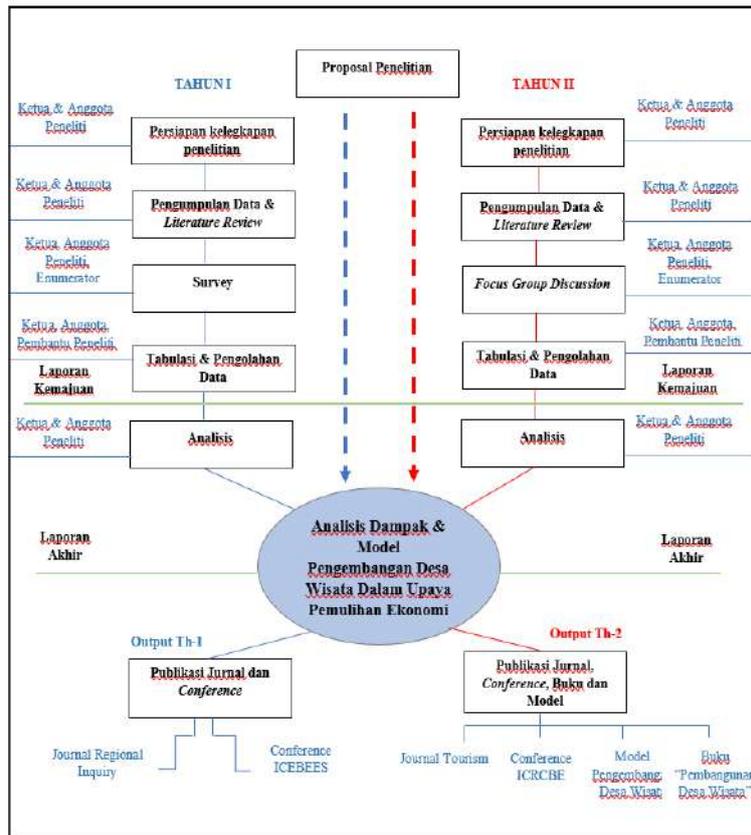
G. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA: Tuliskan dan uraikan rencana penelitian di tahun berikutnya berdasarkan indikator luaran yang telah dicapai, rencana realisasi luaran wajib yang dijanjikan dan tambahan (jika ada) di tahun berikutnya serta *roadmap* penelitian keseluruhan. Pada bagian ini diperbolehkan untuk melengkapi penjelasan dari setiap tahapan dalam metoda yang akan direncanakan termasuk jadwal berkaitan dengan strategi untuk mencapai luaran seperti yang telah dijanjikan dalam proposal. Jika diperlukan, penjelasan dapat juga dilengkapi dengan gambar, tabel, diagram, serta pustaka yang relevan. Jika laporan kemajuan merupakan laporan pelaksanaan tahun terakhir, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai.

Penelitian ini akan dilakukan selama dua Tahun. Penelitian ini memiliki alur berfikir yang dituangkan dalam roadmap. Adapun roadmap dalam penelitian ini menggambarkan alur pelaksanaan penelitian dari tahun pertama hingga Tahun ke dua. Berikut disajikan roadmap penelitian dalam gambar berikut



Gambar 7. Roadmap Penelitian

Tahapan penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini dilakukan beberapa tahap yang digambarkan oleh bagan berikut ini:



Gambar 5. Diagram Alir Penelitian

Adapun rencana target capaian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Rencana Target Penelitian

No	Jenis Luaran		Indikator Capaian	
			Tahun 1	Tahun 2
1	Publikasi ilmiah	Internasional	Ditargetkan <i>Accepted</i>	Ditargetkan <i>Accepted</i>
		Nasional Terakreditasi	-	-
2	Pemakalah dalam temu ilmiah	Internasional	Ditargetkan terlaksana	Ditargetkan terlaksana
		Nasional	-	-
3	Invited Speaker dalam temu ilmiah	Internasional	-	-
		Nasional	-	-
4	Visiting Lecturer	Internasional	-	-
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Paten	-	-
		Paten sederhana	-	-
		Hak Cipta	-	-
		Merek dagang	-	-
		Rahasia dagang	-	-
		Desain Produk Industri	-	-
		Indikasi Geografis	-	-
		Perlindungan Varietas Tanaman	-	-
6	Teknologi Tepat Guna	-	-	
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya seni/ Rekayasa Sosial	-	Ditargetkan tersusun Model Pengembangan Desa Wisata	
8	Buku Ajar (ISBN)	-	Ditargetkan terbit	
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)	2	3	

Jadwal pelaksanaan penelitian di tahun ke dua dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian Tahun ke-2

No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan	v											
2	Pengumpulan Data <i>Literature Review</i>		v	v									
3	Survey Lapangan			v	v	v	v						
4	Tabulasi dan Pengolahan data							v	v	v			
5	Pembuatan Laporan Kemajuan								v				
6	Analisis Pengolahan Data								v	v			
7	Penyusunan Laporan Akhir										v	v	
8	Publikasi										v	v	v
9	Seminar Hasil												v

H. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

- Baldwin R, Mauro BW di. Economic in the Time of COVID-19. SSRN Electronic Journal. 33 Great Sutton Street, London, ECIV 0DX: CEPR Press; 2020.
- Informasi Terkini COVID-19 di Indonesia | KawalCOVID19 [Internet]. Kawalcovid19.id. 2020. Available from: <https://kawalcovid19.id/>
- Mann CL. Real and financial lenses to assess the economic consequences of COVID-19. In: Baldwin R, Mauro BW di, editors. Economics in the Time of COVID-19. 33 Great Sutton Street, London, ECIV 0DX: CEPR Press; 2020. p. 81–5.
- Global economic database 2020. ceicdata.com.
- Statistik Wisatawan Nusantara [Internet]. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; 2019. Available from: <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-nusantara>
- Bumdes.id [Internet]. 2020. Available from: gobumdes.id
- Gamil DY, Alhagar A. The Impact of Pandemic Crisis on the Survival of Construction Industry : A Case of COVID-19 Dr . Yaser Gamil Abdulsalam Alhagar. *Mediterr J Soc Sci*. 2020;11(4):122–8.
- Felix A, Garcia Reinoso N, Vera R. Participatory diagnosis of the tourism sector in managing the crisis caused by the pandemic (COVID-19). *Interam J Environ Tour*. 2020;16(1):66–78.
- Spillane JJ. *Pariwisata Indonesia: sejarah dan prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius; 1987.
- Inskeep E. *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. World Tourism Organization. New York; 1998.
- Du Rand GE, Booysen I, Atkison D. Culinary mapping and tourism development in South Africa’s Karoo region. *African J Hosp Tour Leis*. 2016;5(4):1–23.
- Zen MH, Wulandari D. Development Strategy of The Tourism Industry in Banyuwangi Regency (Case Study: Natural Park Ijen Crater Banyuwangi). *IOSR J Bus Manag*. 2016;18(08):41–7.
- Soeratno, Arsyad L. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN; 1993. .

**BUKTI PENERIMAAN HIBAH PENELITIAN DANA DRTPM
DITJEN DIKTIRISTEK
TAHUN 2023**

- ✓ **Pengumuman Penerima Hibah**
- ✓ **Laporan Penelitian**

No	Kategori PT	Nama Institusi	Nama	NIDN	Judul	Skema	Keterangan
					DAN INTENSITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL		
615	PTNBH	Universitas Negeri Padang	Siti Fatimah	0018026104	Pengembangan Model Ethnoscience dengan Pengintegrasian Nilai-nilai Jaringan Sejarah Maritim di Indonesia	PTKN	Tahun Ke-2 dari 3 Tahun
616	PTNBH	Universitas Negeri Padang	Syahril	0006056404	Model Teaching Factory Integrasi Tugas Proyek Berbasis Potensi Daerah Untuk SMK di Daerah Minim Industri	PDUPT	Tahun Ke-2 dari 2 Tahun
617	PTNBH	Universitas Negeri Padang	Ulfia Rahmi	0024058702	SISTEM PENDUKUNG BLENDED LEARNING UNTUK MENGEMBANGKAN LITERASI DIGITAL MAHASISWA LPTK	PTUPT	Tahun Ke-3 dari 3 Tahun
618	PTNBH	Universitas Negeri Padang	Yenni Rozimela	0019096213	Model Praktik Reflektif Terintegrasi Prinsip Lesson Study dalam Pembelajaran Bahasa Inggris untuk Meningkatkan Kompetensi Pegagogik Guru SMP	PDKN	Tahun Ke-2 dari 2 Tahun
619	PTNBH	Universitas Negeri Padang	Yenni Rozimela	0019096213	Pengembangan Modul Interaktif Education for Sustainable Development (ESD) in English for Computer Science (ECS) Berbasis Web	PPS-PDD	Tahun Ke-2 dari 2 Tahun
620	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	Dewi Liesnoor Setyowati	0011086208	EduSolidas: Edukasi Solidaritas Sosial berbasis Mobile Modul untuk Kesiapsiagaan Menghadapi Banjir Rob di Pesisir Semarang	PPS-PDD	Tahun Ke-2 dari 2 Tahun
621	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	Dewi Sulistianingsih	0021018003	Pelebagaan Penyelesaian Sengketa Hukum Menggunakan Alternatif Penyelesaian sengketa Di Wilayah Pedesaan	PDKN	Tahun Ke-2 dari 2 Tahun
622	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	Eko Sugiarto	0012128803	REKONSTRUKSI DESAIN BATIK FEMININ DAN MASKULIN BERBASIS ESTETIKA-DIKOTOMIS DENGAN CITARASA KONTEMPORER UNTUK MENGUATKAN NILAI EKONOMI KREATIF BATIK SEMARANG	PTUPT	Tahun Ke-2 dari 3 Tahun
623	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	Fafurida	0016028502	Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah	PDUPT	Tahun Ke-2 dari 2 Tahun
624	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	Ida Zulacha	0009017002	Pengembangan Bahan Ajar Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing Tujuan	PPS-PDD	Tahun Ke-2 dari 2 Tahun

20/06



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT

Gedung Prof. Retno Sriningsih
Kampus UNNES Sekaran,
Kota Semarang-50229
Telp. (024)86008700 ext.050
Laman: <http://lppm.unnes.ac.id>
Email: lppm@mail.unnes.ac.id

Tahun Anggaran : 2023
Nomor Bukti :
Mata Anggaran : 51010501

KUITANSI

Sudah terima dari : **Pejabat Pembuat Komitmen LPPM Universitas Negeri Semarang.**
Jumlah Uang : **Rp. 210.000.000,-**
Terbilang : **= dua ratus sepuluh juta rupiah =**
Untuk Pembayaran : **Penelitian skema Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi Sumber Dana Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi 2023 Tahap I sebesar 70% dari nilai kontrak atau sejumlah 70% x Rp. 300.000.000,-= Rp. 210.000.000,-. Sesuai Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Program Penelitian Nomor: 8.13.4/UN37/PPK.10/2023 Tanggal 13 April 2023.**

Semarang, 15 Juni 2023
Ketua Pelaksana Penelitian,

Pejabat Pembuat Komitmen

LPPM UNNES



Prof. Dr. Suci Hartiningsih DWP, M. Si.

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
NIP. 021599702



FAFURIDA, S. E., M. Sc.

NIP. 198502162008122004



BERITA ACARA PEMBAYARAN TAHAP I
PENELITIAN SUMBER DANA DIREKTORAT RISET, TEKNOLOGI, DAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT, DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI, RISET DAN
TEKNOLOGI
SKEMA PENELITIAN DASAR UNGGULAN PERGURUAN TINGGI
TAHUN ANGGARAN 2023

Nomor : 8.15.6/UN37/PPK.10/2023

Tanggal : 15 Juni 2023

Pada hari ini Kamis tanggal lima belas bulan Juni tahun dua ribu dua puluh tiga, yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Prof. Dr. Sucihatiningsih DWP, M. Si.
NIP : 196812091997022001
Pangkat/Golru : Pembina Utama - IV/e
Jabatan : Pejabat Pembuat Komitmen (PPK) LPPM Universitas Negeri Semarang sesuai Keputusan Rektor UNNES Nomor: B/1/UN37/HK/2023 tanggal 2 Januari 2023 yang berkedudukan di Semarang, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Pengguna Anggaran LPPM Universitas Negeri Semarang, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**
2. Nama : FAFURIDA, S. E., M. Sc.
NIP : 198502162008122004
Pangkat/Golru : Penata - III/c
Jabatan : Dosen FE Universitas Negeri Semarang, dalam hal ini bertindak sebagai Pengusul dan ketua Pelaksana Penelitian Tahun Anggaran 2023 untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**

Berdasar Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Penelitian Sumber Dana Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi melalui DPA LPPM UNNES Tahun 2023 Nomor : 8.13.4/UN37/PPK.10/2023 Tanggal 13 April 2023.

Maka **PIHAK KEDUA** berhak atas penerimaan pembayaran Tahap I sebesar 70% dari nilai kontrak atau sejumlah $70\% \times \text{Rp. } 300.000.000,- = \text{Rp. } 210.000.000,-$ (**dua ratus sepuluh juta rupiah**)

Demikian, berita acara pembayaran ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Prof. Dr. Sucihatiningsih DWP, M. Si.
NIP. 196812091997022001

PIHAK KEDUA
Ketua Pelaksana Penelitian

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



SURAT PERNYATAAN TANGGUNG JAWAB BELANJA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : FAFURIDA, S. E., M. Sc.
2. Unit Kerja : FE
Universitas Negeri Semarang

Berdasarkan Kontrak Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Nomor 040/E5/PG.02.00.PL/2023 tanggal 12 April 2023 dan Surat Perjanjian Penugasan Penelitian Nomor 8.13.4/UN37/PPK.10/2023 tanggal 13 April 2023 mendapatkan anggaran penelitian skema Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi "Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah" sebesar Rp. 300.000.000,-. Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Kami telah menerima pembayaran untuk biaya kegiatan Penelitian meliputi:

No	Uraian	Jumlah
1.	Pembayaran Tahap I Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	Rp. 210.000.000,-
	Jumlah	Rp. 210.000.000,-

2. Jumlah uang tersebut pada angka 1, dipergunakan untuk pelaksanaan kegiatan Penelitian sebagaimana tersebut di atas.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Semarang, 15 Juni 2023



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



Surat Perjanjian Penugasan
Sumber Dana Kemendikbudristek Tahun Anggaran 2023
Nomor: 8.13.4/UN37/PPK.10/2023

Pada hari ini Kamis tanggal tiga belas bulan April tahun dua ribu dua puluh tiga, kami yang bertandatangan di bawah ini :

1. **Prof. Dr. Suchatiningsih DWP, M.Si** : **Pejabat Pembuat Komitmen** Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Semarang yang berkedudukan di Semarang, berdasarkan Keputusan Rektor Universitas Negeri Semarang Nomor : Nomor : B/1/UN37/HK/2023 tanggal 2 Januari 2023, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Pengguna Anggaran LPPM Universitas Negeri Semarang, untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
2. **FAFURIDA, S. E., M. Sc.** : Dosen FE Universitas Negeri Semarang, dalam hal ini bertindak sebagai pengusul dan Ketua Pelaksana Penelitian Tahun Anggaran 2023 untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.

PIHAK PERTAMA dan **PIHAK KEDUA**, secara bersama-sama sepakat mengikatkan diri dalam suatu Kontrak Penelitian Lanjutan Tahun Anggaran 2023 dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut:

Pasal 1
Dasar Hukum

Kontrak Penelitian ini berdasarkan kepada:

1. Kontrak Penelitian TA 2023 antara Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dengan Universitas Negeri Semarang Nomor 040/E5/PG.02.00.PL/2023 tanggal 12 April 2023.
2. Keputusan Rektor Universitas Negeri Semarang Nomor B/1/UN37/HK/2023 tanggal 2 Januari 2023, tentang Pengangkatan Pejabat Pengelola Keuangan Tahun Anggaran 2023 Universitas Negeri Semarang;
3. Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang (UNNES) Nomor DPA : DPA 023.17.2.690645/2023.10.

Pasal 2
Ruang Lingkup

PIHAK PERTAMA memberi pekerjaan kepada **PIHAK KEDUA** dan **PIHAK KEDUA** menerima pekerjaan tersebut dari **PIHAK PERTAMA**, untuk melaksanakan dan menyelesaikan Penelitian skema Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2023 dengan judul "Model

Pasal 3 Dana Penelitian

- (1) Besarnya dana untuk melaksanakan penelitian dengan judul sebagaimana dimaksud pada Pasal 2 adalah sebesar Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
- (2) Dana penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat 1 digunakan untuk pembiayaan pelaksanaan program penelitian lanjutan, pajak, dan biaya lain yang sah.
- (3) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebankan pada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi tahun anggaran 2023 Nomor SP DIPA-023.17.1.690523/2023 revisi ke-4 tanggal 31 Maret 2023 melalui Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang (UNNES) Nomor DPA : DPA 023.17.2.690645/2023.10.

Pasal 4 Tata Cara Pembayaran Dana Penelitian

- (1) **PIHAK PERTAMA** akan membayarkan Dana Penelitian kepada **PIHAK KEDUA** secara bertahap dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pembayaran Tahap pertama sebesar 70% dari total dana penelitian yaitu $70\% \times \text{Rp. } 300.000.000,- = \text{Rp. } 210.000.000,-$ (dua ratus sepuluh juta rupiah), yang akan dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah mengunggah hasil revisi proposal dan surat pernyataan kesanggupan penelitian ke laman yang sudah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.
 - b. Khusus untuk dana pembayaran 70% yang baru cair setelah tanggal 16 Agustus 2023, maka unggah dokumen sebagaimana dimaksud pada pasal 4 ayat 1 huruf a ke laman yang sudah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi selambat-lambatnya **dua minggu setelah dana cair**.
 - c. Pembayaran Tahap kedua sebesar 30% dari total dana penelitian yaitu $30\% \times \text{Rp. } 300.000.000,- = \text{Rp. } 90.000.000,-$ (sembilan puluh juta rupiah), yang akan dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah mengunggah Laporan Kemajuan/Antara Penelitian dan Surat Pernyataan Tanggung Jawab Belanja (SPTB) ke laman yang sudah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi paling lambat 23 Agustus 2023.
 - d. Khusus untuk dana pembayaran 30% yang baru cair setelah tanggal 1 Desember 2023, maka unggah dokumen Surat Pernyataan Tanggung Jawab Belanja (SPTB) ke laman yang sudah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi paling lambat 2 (dua) minggu setelah dana dicairkan.
- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan disalurkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** melalui rekening BNI atas nama FAFURIDA, S. E., M. Sc. dengan nomor rekening 0233516791.
- (3) **PIHAK PERTAMA** tidak bertanggung jawab atas keterlambatan dan/atau tidak terbayarnya sejumlah dana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang disebabkan karena kesalahan **PIHAK KEDUA** dalam menyampaikan data peneliti, nama bank, nomor rekening, dan persyaratan lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan.

- (4) **PIHAK KEDUA** harus menyampaikan surat pernyataan telah menyelesaikan seluruh pekerjaan yang dibuktikan dengan pengunggahan pada laman yang telah ditentukan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi paling lambat tanggal 10 Desember 2023, dengan melampirkan dokumen sebagai berikut :
- a. Surat Pernyataan Tanggung Jawab Belanja (SPTB); dan
 - b. Laporan Akhir Tahun untuk pendanaan multitalun yang dilaksanakan pada tahun berjalan; atau
 - c. Laporan Akhir Pelaksanaan penelitian untuk pendanaan monotahun dan multitalun pada tahun terakhir.

Pasal 5 **Jangka Waktu**

Jangka waktu pelaksanaan penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 sampai selesai 100%, adalah terhitung sejak **Tanggal 13 April 2023**, dan berakhir pada **Tanggal 10 Desember 2023**.

Pasal 6 **Target Luaran**

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk mencapai target luaran wajib dan/atau tambahan penelitian.
- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk melaporkan perkembangan pencapaian target luaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada **PIHAK PERTAMA**.
- (3) Target luaran wajib dan/atau tambahan penelitian tercantum dalam Rancangan Pelaksanaan Penelitian.

Pasal 7 **Hak dan Kewajiban**

- (1) Hak dan Kewajiban **PIHAK PERTAMA**:
 - a. **PIHAK PERTAMA** berhak untuk mendapatkan dari **PIHAK KEDUA** dokumen hasil unggahan ke laman yang telah ditentukan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi serta *hardcopy* masing-masing 1 (satu) eksemplar, sebagai berikut:
 1. Revisi proposal penelitian;
 2. Surat Pernyataan kesanggupan pelaksanaan penelitian;
 3. Catatan harian pelaksanaan penelitian;
 4. Laporan kemajuan pelaksanaan penelitian;
 5. Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) atas dana penelitian yang telah ditetapkan;
 6. Laporan akhir penelitian (dilaporkan pada tahun terakhir pelaksanaan penelitian); dan
 7. Luaran penelitian;
 - b. *Hardcopy* dokumen sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 huruf (a), paling lambat diserahkan pada tanggal **31 Desember 2023**.
 - c. **PIHAK PERTAMA** berkewajiban untuk memberikan dana penelitian kepada **PIHAK KEDUA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dan dengan tata cara pembayaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4.
- (2) Hak dan Kewajiban **PIHAK KEDUA**:
 - a. **PIHAK KEDUA** berhak menerima dana penelitian dari **PIHAK PERTAMA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3;
 - b. **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah ke laman yang telah ditentukan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dokumen sebagai berikut:
 1. Revisi proposal penelitian;
 2. Surat Pernyataan kesanggupan pelaksanaan penelitian;

3. Catatan harian pelaksanaan penelitian;
 4. Laporan kemajuan pelaksanaan penelitian dan Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) atas dana penelitian yang telah ditetapkan, paling lambat tanggal **23 Agustus 2023**;
 5. Luaran penelitian.
- c. **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan kepada **PIHAK PERTAMA** luaran sesuai dengan yang dijanjikan.
 - d. Menyerahkan hasil penelitian kepada **PIHAK PERTAMA** melalui **Berita Acara Terima (BAST)**
 - e. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk bertanggungjawab dalam penggunaan dana penelitian yang diterimanya sesuai dengan proposal kegiatan yang telah disetujui;
 - f. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** laporan penggunaan dana atas dana penelitian yang telah ditetapkan.
 - g. Laporan hasil penelitian sebagaimana tersebut pada ayat (4) harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 - a. Format font Times New Romans Ukuran 12 spasi 1,5
 - b. Bentuk/ukuran kertas A4
 - c. Di bawah bagian sampul cover ditulis:

Dibiayai oleh:
Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi
Sesuai dengan Kontrak Nomor: 040/E5/PG.02.00.PL/2023 tanggal 12 April 2023

Pasal 8 Monitoring dan Evaluasi

PIHAK PERTAMA dalam rangka pengawasan akan melakukan Monitoring dan Evaluasi internal terhadap kemajuan pelaksanaan Penelitian Tahun Anggaran 2023 kepada **PIHAK KEDUA** sebelum pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi eksternal oleh Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.

Pasal 9 Penilaian Luaran

1. Penilaian luaran penelitian dilakukan oleh Komite Penilai/*Reviewer* Luaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai, maka dana tambahan yang sudah diterima harus disetorkan kembali ke kas negara.

Pasal 10 Penggantian Keanggotaan

1. Perubahan terhadap susunan tim pelaksana dan substansi pelaksanaan penelitian ini dapat dibenarkan apabila telah mendapat persetujuan tertulis dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi.
2. Apabila Ketua Tim pelaksana penelitian tidak dapat menyelesaikan penelitian atau mengundurkan diri, maka **PIHAK KEDUA** harus menunjuk salah satu anggota tim sebagai pengganti setelah mendapat persetujuan tertulis dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.
3. Dalam hal tidak adanya pengganti Ketua tim pelaksana penelitian sesuai dengan syarat ketentuan yang ada, maka penelitian dibatalkan dan dana dikembalikan ke kas Negara.

Pasal 11 **Sanksi**

- (1) Apabila sampai dengan batas waktu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan telah berakhir, **PIHAK KEDUA** tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, maka **PIHAK KEDUA** akan dikenai sanksi administratif yang dapat berupa penghentian pembayaran dan/atau Ketua Tim Pelaksana Penelitian tidak dapat mengajukan proposal penelitian dalam kurun waktu dua tahun berturut-turut.
- (2) Peneliti/Pelaksana yang tidak hadir dalam kegiatan monitoring dan evaluasi tanpa pemberitahuan sebelumnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi maka Pelaksana Penelitian mendapat sanksi sesuai ketentuan.
- (3) Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai maka dana tambahan yang sudah diterima harus disetorkan kembali ke kas negara.

Pasal 12 **Pajak-Pajak**

Ketentuan pengenaan pajak pertambahan nilai dan/atau pajak penghasilan dalam rangka pelaksanaan kegiatan penelitian ini wajib dilaksanakan oleh **PIHAK KEDUA** sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perpajakan

Pasal 13 **Kekayaan Intelektual**

- (1) Hak Kekayaan Intelektual yang dihasilkan dari Pelaksanaan Penelitian diatur dan dikelola sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan.
- (2) Setiap publikasi makalah dan/atau ekspos dalam bentuk apapun yang berkaitan dengan hasil penelitian ini wajib mencantumkan **PIHAK PERTAMA** sebagai pemberi dana.
- (3) Pencantuman nama **PIHAK PERTAMA** sebagaimana dimaksud pada ayat (2), paling sedikit mencantumkan nama Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.

Pasal 14 **Integritas Akademik**

- (1) Pelaksana penelitian wajib menjunjung tinggi integritas akademik yaitu komitmen dalam bentuk perbuatan yang berdasarkan pada nilai kejujuran, kredibilitas, kewajaran, kehormatan, dan tanggung jawab dalam kegiatan penelitian yang dilaksanakan.
- (2) Penelitian dilakukan sesuai dengan kerangka etika, hukum, dan profesionalitas, serta kewajiban sesuai dengan peraturan yang berlaku
- (3) Penelitian dilakukan dengan menjunjung tinggi standar ketelitian dan integritas tertinggi dalam semua aspek penelitian

Pasal 15 **Keadaan Kahar (*force majeure*)**

- (1) **PARA PIHAK** dibebaskan dari tanggung jawab atas keterlambatan atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban yang dimaksud dalam kontrak penelitian disebabkan atau diakibatkan oleh kejadian di luar kekuasaan **PARA PIHAK** yang dapat digolongkan sebagai keadaan memaksa (*force majeure*).

- (2) Peristiwa atau kejadian yang dapat digolongkan keadaan memaksa (*force majeure*) dalam Kontrak Penelitian ini adalah bencana alam, wabah penyakit, kebakaran, perang, blokade, peledakan, sabotase, revolusi, pemberontakan, huru-hara, serta adanya tindakan pemerintah dalam bidang ekonomi dan moneter yang secara nyata berpengaruh terhadap pelaksanaan Kontrak Penelitian.
- (3) Apabila terjadi keadaan memaksa (*force majeure*) maka pihak yang mengalami wajib memberitahukan kepada pihak lainnya secara tertulis, selambat-lambatnya dalam waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak terjadinya keadaan memaksa (*force majeure*), disertai dengan bukti-bukti yang sah dari pihak berwajib dan **PARA PIHAK** dengan etiket baik akan segera membicarakan penyelesaiannya.

Pasal 16 Penyelesaian Perselisihan

Apabila terjadi perselisihan antara PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA dalam pelaksanaan perjanjian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat, dan apabila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses hukum yang berlaku dengan memilih domisili Hukum di Pengadilan Negeri Semarang.

Pasal 17 Amandemen Kontrak

Apabila terdapat hal lain yang belum diatur atau terjadi perubahan dalam Kontrak Penelitian ini, maka akan dilakukan amandemen Kontrak Penelitian.

Pasal 18 Lain-lain

- (1) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa penelitian dengan judul tersebut di atas belum pernah dibiayai dan/atau diikutsertakan pada Pendanaan Penelitian lainnya, baik yang diselenggarakan oleh instansi, lembaga, perusahaan atau yayasan, baik di dalam maupun di luar negeri.
- (2) Apabila terdapat hal-hal yang belum diatur dalam Kontrak Penelitian ini dan memerlukan pengaturan, maka akan diatur kemudian oleh **PARA PIHAK** melalui amandemen Kontrak Penelitian dan/atau melalui pembuatan perjanjian tersendiri yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Kontrak Penelitian ini.

Pasal 19
Penutup

Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh **PARA PIHAK** pada hari dan tanggal tersebut di atas, dibuat dalam rangkap 3 (tiga) dan bermeterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA



Prof. Dr. Suchatiningsih DWP, M.Si
NIP. 196812091997022001

PIHAK KEDUA



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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Gedung Prof. Dr. Retno Sriningsih Satmoko, Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang 50229

Telp/Fax (024) 8508087, (024) 8508089

Laman: <http://lppm.unnes.ac.id> Email: lppm@mail.unnes.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : FAFURIDA, S. E., M. Sc.
NIP : 198502162008122004
Unit Kerja : FE
Universitas Negeri Semarang

Dengan ini menyatakan bahwa Penelitian saya berjudul:

“Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah”

yang dibiayai oleh Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi tahun anggaran 2023 Nomor SP DIPA-023.17.1.690523/2023 revisi ke-4 tanggal 31 Maret 2023 melalui Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang (UNNES) Nomor DPA : DPA 023.17.2.690645/2023.10, dengan Kontrak Penelitian Nomor 8.13.4/UN37/PPK.10/2023 tanggal 13 April 2022 adalah **bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga/sumber dana lain.**

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke Kas Negara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 13 April 2023

Yang menyatakan
Ketua Pelaksana,



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



Prof. Dr. R Benny Riyanto, M.Hum.
NIP. 196204101987031003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Gedung Prof. Dr. Retno Sriningsih Satmoko, Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang 50229
Telp/Fax (024) 8508087, (024) 8508089
Laman: <http://lppm.unnes.ac.id> Email: lppm@mail.unnes.ac.id

PERNYATAAN KESANGGUPAN PELAKSANAAN PENELITIAN
NOMOR: B/10196/UN37.3.1/PG/2023

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FAFURIDA, S. E., M. Sc.
Fakultas : FE
Universitas Negeri Semarang

Sehubungan dengan pembayaran uang yang diterima dari Kuasa Pengguna Anggaran Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang (UNNES) Kode Satker (677507) sebesar Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) Berdasarkan Kontrak Penelitian:

Tanggal : 13 April 2023
Nomor : 8.13.4/UN37/PPK.10/2023
Pekerjaan : Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi Tahun 2023
"Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah"
Nilai Kontrak : Rp. 300.000.000,-

Dengan ini menyatakan bahwa Saya bertanggungjawab penuh untuk menyelesaikan prestasi pekerjaan sebagaimana diatur dalam Kontrak Penelitian tersebut di atas.

Apabila sampai dengan masa penyelesaian pekerjaan sebagaimana diatur dalam Kontrak Penelitian tersebut di atas saya lalai / cidera janji / wanprestasi dan / atau terjadi pemutusan Kontrak Penelitian, saya bersedia untuk mengembalikan / menyetorkan Kembali uang ke Kas Negara sebesar nilai sisa pekerjaan yang belum ada prestasinya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Semarang, 13 April 2023

Yang menyatakan
Ketua Pelaksana,



Prof. Dr. R Benny Riyanto, M.Hum.
NIP. 196204101987031003



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

Daftar Usulan Penelitian didanai

Pilih Tahun Pelaksanaan

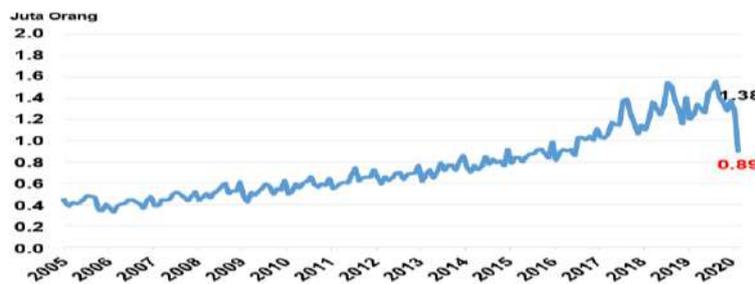
No	Skema	Judul	Tahun Usulan	Tahun Pelaksanaan	Makro Riset	Total Dana	Status Usulan	Aksi
1	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah	2022	2023	Kelompok Riset lainnya	300.000.000	Sudah Di Perbaiki	
2	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah	2022	2022	Kelompok Riset lainnya	270.000.000	Sudah Di Perbaiki	
3	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH	2018	2020	Kelompok Riset lainnya	295.775.000	Sudah Di Perbaiki	
4	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi	MODEL PERCEPATAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PROVINSI JAWA TENGAH	2018	2019	Kelompok Riset lainnya	80.572.500	Sudah Di Perbaiki	

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/memodifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian meliputi data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

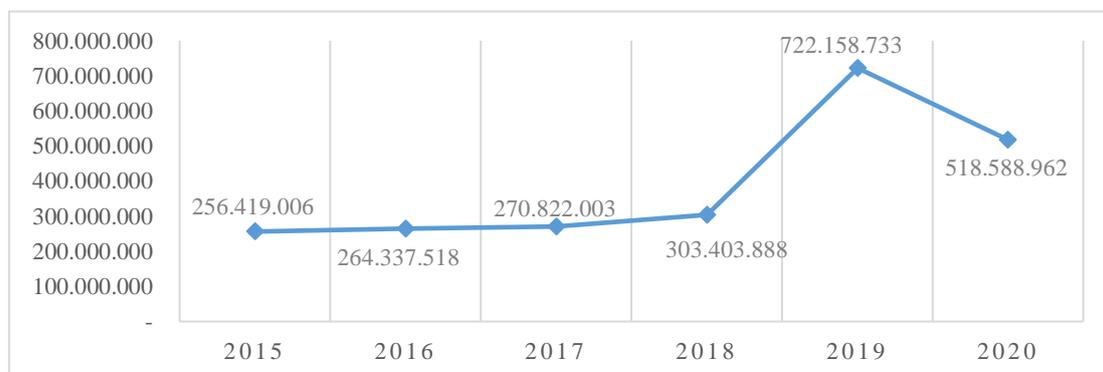
Pandemi Covid-19 yang melanda di berbagai negara termasuk Indonesia mengakibatkan dampak yang luar biasa terhadap perekonomian. Hal tersebut juga disampaikan oleh Baldwin yang menyatakan bahwa Covid-19 jelas menyebabkan penderitaan ekonomi di seluruh dunia (1). Hingga Januari 2022, Jumlah orang yang pernah terkonfirmasi positif Covid di Indonesia sejumlah 4.330.763 orang (2). Adanya pandemi tersebut direspon oleh pemerintah dengan banyaknya tindakan pencegahan. Beberapa upaya yang dilakukan pemerintah diantaranya adalah melakukan zonasi wilayah berdasarkan jumlah korban, pemberlakuan PSBB dan penerapan protokol kesehatan. Upaya-upaya pencegahan tersebut sangat berpengaruh terhadap mobilitas masyarakat. Gerakan PSBB dan work from home, membuat masyarakat banyak berdiam dirumah dan melakukan segala sesuatu dari rumah. Tentunya hal ini sangat berpengaruh pada kondisi perekonomian secara makro.

Salah satu sektor yang paling terdampak dari adanya pandemi ini adalah sektor pariwisata. Guncangan terhadap pariwisata, layanan transportasi, dan kegiatan terkait jasa domestik sulit dipulihkan, dan proyeksi kedepan akan terjadi pelambatan (3). Di berbagai belahan dunia, usaha perhotelan, jasa penerbangan, angkutan darat dan laut mencatat adanya penurunan yang tajam. Wisatawan mancanegara maupun nusantara turun drastis seiring dengan pengurangan aktivitas penerbangan dan adanya social and physical distancing. Secara historis, jumlah kedatangan wisatawan asing di bulan Februari umumnya mengalami penurunan sekitar 200 ribu orang dari akhir tahun sebelumnya. Namun, pada awal pandemi pada Februari 2020 wisatawan asing turun hingga 500 ribu orang dari Desember 2019. Jumlah wisatawan asing ini tercatat turun 29% (y.o.y) dibandingkan pada Februari 2019.



Gambar 1. Jumlah Perjalanan Wisatawan Mancanegara (4)

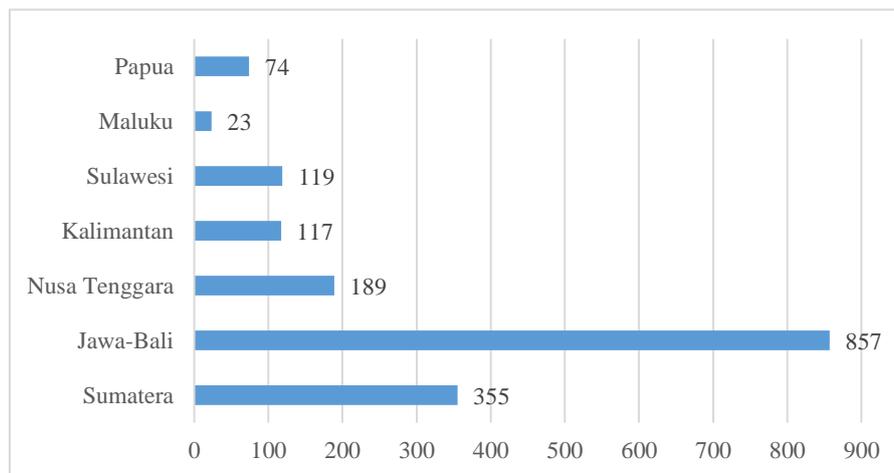
Berdasarkan data terakhir, jumlah perjalanan wisatawan nusantara tercatat 303 juta pada 2018. Pada 2019, jumlah wisatawan nusantara ditargetkan hanya 275 juta akibat mahalnya tiket pesawat dan di tahun 2020 jumlah wisatawan nusantara turun lebih jauh lagi menjadi 518 juta akibat pembatasan perjalanan.



Gambar 2. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (5)

Indonesia dengan kekayaan potensi wisata yang dimiliki, setidaknya memiliki harapan dalam pemulihan kondisi pariwisata. Dengan tingkat kesadaran kesehatan yang semakin baik dari masyarakat, sebagai tindakan pencegahan penularan, wisata alam terbuka dan pedesaan menjadi pilihan terbaik untuk kegiatan berwisata.

Potensi wisata alam dan pedesaan di Indonesia dapat dilihat dari banyaknya desa wisata yang tersebar di seluruh pulau.



Gambar 3. Jumlah Desa Wisata Menurut Pulau 2019 (6)

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang memiliki desa wisata terbanyak. Jawa Tengah memiliki kurang lebih 353 desa wisata, jumlah tersebut mengalami peningkatan sejak 2019 yang hanya 229 desa dari total 7800 desa yang ada di Jawa Tengah. Kekayaan ini tentunya dapat memberikan harapan dalam pemulihan kondisi pariwisata.

Kondisi terkini, penurunan tingkat kunjungan wisata terjadi di hampir seluruh desa wisata, hal tersebut membuat pendapatan desa wisata juga turun, bahkan ada beberapa desa wisata yang menutup objeknya. Kondisi ini tentunya membutuhkan sebuah solusi untuk mengakselerasi pemulihan kondisi ekonomi desa wisata agar mampu bangkit kembali dan bisa pulih seperti semula, sehingga penelitian ini dirasa sangat mendesak untuk dilakukan.

Kajian ini didasarkan pada pemikiran teoritis dan empiris terdahulu dan dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dampak pandemi Covid-19 pada desa wisata di Provinsi Jawa Tengah. Sejak Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan wabah virus Covid-19 sebagai pandemi, banyak negara telah mengumumkan penutupan negaranya setelah lonjakan kasus Covid-19 yang luar biasa. Keputusan ini telah membatasi pergerakan orang dan mengakibatkan penutupan bisnis di banyak sektor. Oleh karena itu, sangatlah bijaksana untuk mengatasi dampak pandemi sejak awal dan akhir krisis untuk mempersiapkan kemungkinan dimasa yang akan datang (7).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Angel Felix dalam publikasinya yang menyatakan bahwa pandemi COVID-19 telah menyebabkan seluruh dunia mengalami krisis, yang menyebabkan perubahan agresif sistem ekonomi di dunia, terutama yang terlibat pada industri pariwisata. Hasil penelitiannya merekomendasikan tindakan khusus pada sektor pariwisata untuk meningkatkan standar kesehatan dan proses perlindungan keamanan hayati di tempat wisata (8).

Menurut Spillane, faktor-faktor pendorong pengembangan pariwisata di Indonesia, adalah: 1) berkurangnya peranan minyak bumi sebagai sumber devisa negara jika dibanding dengan waktu lalu; 2) merosotnya nilai ekspor pada sektor nonmigas; 3) adanya kecenderungan peningkatan pariwisata secara konsisten; 4) besarnya potensi yang dimiliki oleh bangsa Indonesia bagi pengembangan pariwisata (9).

Upaya penyelenggaraan pariwisata, selain pemenuhan aspek ekonomi, harus didukung juga dengan aspek intelektual dan rohani. Hal ini didasari bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Tujuan kepariwisataan menurut UU Kepariwisata tahun 2009 adalah:

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
2. Meningkatkan kesejahteraan rakyat;
3. Menghapus kemiskinan;
4. Mengatasi pengangguran;
5. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
6. Memajukan kebudayaan;
7. Mengangkat citra bangsa;
8. Memupuk rasa cinta tanah air;
9. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan
10. Mempererat persahabatan antarbangsa.

Selain pendekatan dalam perencanaan pariwisata, komponen yang terdapat di dalam sektor pariwisata harus dipersiapkan secara matang. Menurut Inskeep komponen dalam pariwisata yaitu (10):

Tourist Markets. Harus tersedianya calon wisatawan (pasar wisatawan) untuk mengunjungi suatu daerah. Pasar ini berasal dari internasional, nasional (domestik) atau dari daerah lokal dan seringkali merupakan kombinasi dari nasional dan internasional. Beberapa pasar wisatawan mungkin bersifat mempunyai minat umum, sementara lainnya memiliki minat khusus yang berusaha untuk dipuaskan. Pasar wisatawan termasuk bisnis pelancong. Penduduk lokal digunakan untuk pemikat wisatawan, fasilitas, layanan dan infrastruktur harus juga dipertimbangkan dalam mengembangkan pariwisata.

Tourist attractions and activities. Daya tarik dan keramaian harus tersedia untuk menarik wisatawan mengunjungi suatu daerah. Daya tarik bisa berasal dari alam seperti taman alam dan daerah pantai, situs purbakala dan situs bersejarah, daerah dengan keunikan budaya seperti seni dan hiburan, kerajinan tangan, bangunan bergaya tradisional, aktifitas ekonomi, upacara adat setempat, dan rekreasi buatan manusia seperti taman rekreasi dan kasino dan acara khusus seperti pameran, festival dan pertandingan olah raga. Beberapa keunggulan dapat ditonjolkan untuk dikembangkan menjadi daya tarik bagi wisatawan.

Accommodation. Hotel dan fasilitas lainnya yang wisatawan gunakan untuk menginap harus disiapkan. Akomodasi seringkali terdapat restoran dan fasilitas wisata lainnya. Terkadang tipe akomodasi yang bersejarah atau tidak biasa bisa saja menjadi obyek wisata tersendiri. Tanpa akomodasi, wisatawan bisa hanya mengunjungi daerah wisata sehari. Namun, untuk beberapa hari masyarakat setempat wisata dapat menghasilkan keuntungan lebih.

Other tourist facilities and services. Layanan biro jasa dibutuhkan untuk menyusun agenda wisata bagi para turis dan menyediakan layanan panduan. Menyediakan informasi fasilitas bagi wisatawan dan layanan di suatu daerah merupakan hal yang sangat penting. Fasilitas dan layanan bagi wisatawan lainnya termasuk restoran dan fasilitas lainnya untuk makan dan minum, layanan dan fasilitas pos, fasilitas kesehatan untuk wisatawan yang mempunyai masalah medis selama perjalanan, fasilitas bank dan penukaran uang, toko ritel yang menjual berbagai macam barang, kerajinan tangan dan souvenir, galeri seni dan toko barang antik dan barang-barang khusus seperti desainer pakaian, layanan pribadi seperti penataan rambut, dan jenis lainnya. Menyediakan keamanan publik yang memadai di kawasan wisata, para wisatawan dilindungi dari tindakan kriminal atau teroris. Langkah-langkah kesehatan berbasis lingkungan masyarakat yang tepat untuk mencegah penyakit juga harus dijaga.

Transportation. Pentingnya akses transportasi yang memadai ke kawasan wisata dan jaringan transportasi fungsional untuk menjangkau daya tarik dan fasilitas wisata di daerah. Angkutan meliputi udara, tanah (jalan dan rel) dan air (lautan, danau, sungai). Angkutan umum termasuk fasilitas dan layanan seperti kereta, bus dan kereta, rute dan jadwal serta efisiensi dalam pelayanan transportasi.

Other infrastructure. Infrastruktur lain yang dibutuhkan untuk melayani wisata dan sarana wisata antara lain pasokan air yang higienis, tenaga listrik yang memadai, pengelolaan limbah yang tepat (pengumpulan limbah, limbah padat, pengolahan dan pembuangan) dan fasilitas komunikasi yang memadai. Kadang fasilitas ini disediakan oleh operator fasilitas, tapi biasanya harus disediakan oleh pemerintah setempat atau perusahaan terkait.

Institutional elements. Beberapa elemen kelembagaan diperlukan untuk pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Termasuk pendidikan dan pelatihan masyarakat untuk bekerja secara efektif di bidang pariwisata (pengembangan sumber daya manusia), pemasaran dan promosi tujuan wisata dan daya tarik serta fasilitasnya, standar tertentu dan mekanisme peraturan untuk sarana dan layanan wisata termasuk penggunaan lahan dan kontrol lingkungan, dan seringkali mekanisme keuangan mendorong investasi dalam pengembangan pariwisata. Struktur organisasi untuk pariwisata sangat penting dan termasuk agen pariwisata pemerintah dan asosiasi perusahaan pariwisata swasta.

Pengembangan pariwisata akan lebih baik jika ditunjang dengan perencanaan secara spasial (11). Dimana dalam mengidentifikasi dan memetakan asset yang berwujud seperti informasi dan lokasi daya tarik dengan menggunakan GIS (Geographic Information Systems), hal tersebut dapat membantu turis untuk mengunjungi tempat yang unik dan berkualitas di suatu daerah.

Pemetaan potensi wisata yang disupport oleh strategi pengembangan pariwisata, akan menghasilkan berkembangnya sektor pariwisata. Hal tersebut sesuai dengan Penelitian Zen, yang bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan industri pariwisata di Banyuwangi terutama di Kawah Ijen. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif dengan studi kasus. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Banyuwangi memiliki kerjasama dengan Kementerian Kehutanan Indonesia dalam pengembangan wisata alam terutama di Kawah Ijen dan terkait dengan promosi, pembangunan infrastruktur, pusat informasi pariwisata dan pembangunan masyarakat (12)

Penelitian ini berjudul “Model Pemulihan Ekowisata Pasca Pandemi Covid-19 melalui Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah”. Penelitian pada tahun ke-2 ini memiliki tujuan khusus yaitu menyusun model pengembangan desa wisata sebagai upaya pemulihan ekonomi. Secara umum, penelitian ini menemukan beberapa hasil sebagai berikut:

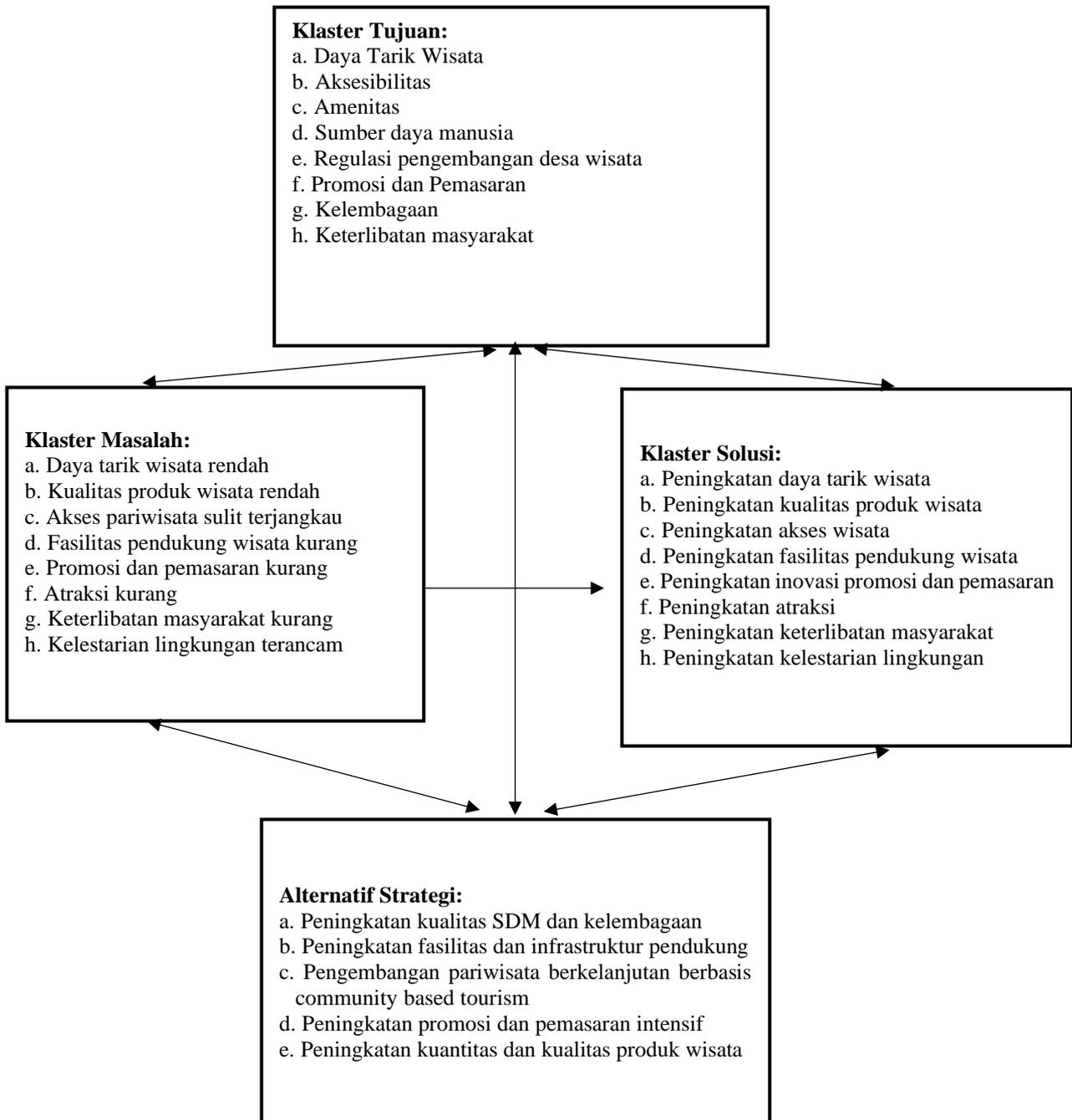
1. Strategi Pengembangan Desa Wisata Pasca Pandemi Covid-19

Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19 dirumuskan menggunakan metode *Analytic Network Process* (ANP). Dalam beberapa penelitian, ANP masih banyak diabaikan dibandingkan dengan pendekatan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) hal ini dikarenakan proses perhitungan dengan menggunakan metode ANP dinilai lebih kompleks daripada metode AHP. Proses perhitungan dengan menggunakan metode ANP sampai dengan proses perhitungan supermatrik yang terdiri dari *unweighted* matrik, *weighted* matrik, dan limit matrik. Sedangkan perhitungan AHP hanya sampai dengan proses perhitungan *consistency ratio* (CR).

ANP merupakan suatu teori matematis yang mampu menganalisis pengaruh melalui pendekatan asumsi-asumsi untuk menyelesaikan suatu masalah. Jika dalam AHP akan terdapat level tujuan, kriteria, subkriteria dan alternatif. Sementara itu pada ANP levelnya disebut dengan kluster dan alternatif yang didalamnya terdapat node. Kedua model tersebut (ANP dan AHP) sama-sama menggunakan sistem perbandingan berpasangan atau *system of pairwise comparisons*, digunakan untuk mengukur pembobotan (*weights*) komponen terstruktur yang pada hasilnya adalah terdapat peringkat alternatif pilihan. ANP merupakan suatu metode sintesis yang kuat untuk menggabungkan penilaian dan data (*combining judgment data*,) untuk menentukan pilihan secara efektif dan prediktif data secara akurat (*rank options and predict outcomes*). Perkembangan ANP di pelopori oleh *Creative Design Foundation* (CDF), yaitu suatu yayasan yang didirikan oleh Thomas L. Saaty, beliau merupakan ilmuwan berkebangsaan India yang menemukan alat ANP ini.

Dalam ANP akan terdapat kriteria, node dan alternatif yang diperoleh dari hasil survei lapangan, penelitian terdahulu dan didiskusikan dengan para ahli dalam bidangnya (*key person*). Sehingga pada upaya pengembangan desa wisata diperoleh beberapa kriteria dan alternatif yang dipilih oleh *key person*, antara lain: aspek anggota, aspek produk, aspek penjualan dan aspek modal. Berdasarkan beberapa kriteria dan alternatif yang telah diputuskan maka akan didapat suatu model Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19.

Dalam ANP dikenal adanya istilah *inner dependence* yaitu node dalam suatu kluster bisa mempengaruhi node lain dalam kluster yang sama. Juga istilah *outer dependence* dimana node-node pada kriteria yang berbeda bisa saling mempengaruhi. ANP juga bertujuan untuk mengetahui keseluruhan peneruh dari semua elemen yang ada. Oleh sebab itu, semua node harus diatur dan dibuat prioritas dalam suatu kerangka kerja hirarki jaringan, serta dilakukan perbandingan untuk memperoleh urutan prioritas dari sekumpulan node. Hasil dari pengaruh pada masing-masing kriteria akan dibobot dengan tingkat kepentingan dari masing-masing node yang ditambahkan untuk memperoleh pengaruh keseluruhan dari masing-masing node atau kriteria. Proses untuk menganalisis suatu keputusan memerlukan adanya kriteria, sebelum memutuskan dari berbagai alternatif yang ada. Adanya kriteria bertujuan menggambarkan definisi masalah pada suatu bentuk yang konkret dan dianggap sebagai sasaran yang akan dicapai. Analisis atas kriteria penilaian ditujukan untuk mendapatkan standar pengukuran, untuk selanjutnya akan di jadikan sebagai alat dalam membandingkan berbagai alternatif. Gambar berikut merupakan metode Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19 melalui perangkat lunak *super decision 3.2*:



Gambar 4. Model Kerangka ANP Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19

Berdasarkan Gambar 4 di atas dapat diketahui bahwa terdapat empat kriteria dalam Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19. Keempat kriteria tersebut masing-masing adalah tujuan, masalah, solusi dan strategi. Sedangkan untuk alternatif strategi antara lain Peningkatan kualitas SDM dan kelembagaan, Peningkatan fasilitas dan infrastruktur pendukung, Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis community based tourism, Peningkatan promosi dan pemasaran intensif, dan Peningkatan kuantitas dan kualitas produk wisata. Tanda panah pada gambar di atas menunjukkan adanya feedback atau umpan balik dari hubungan keterkaitan antar cluster/ kriteria. Sedangkan untuk tanda lingkaran merupakan sebuah loop, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan keterkaitan antar node dalam suatu cluster.

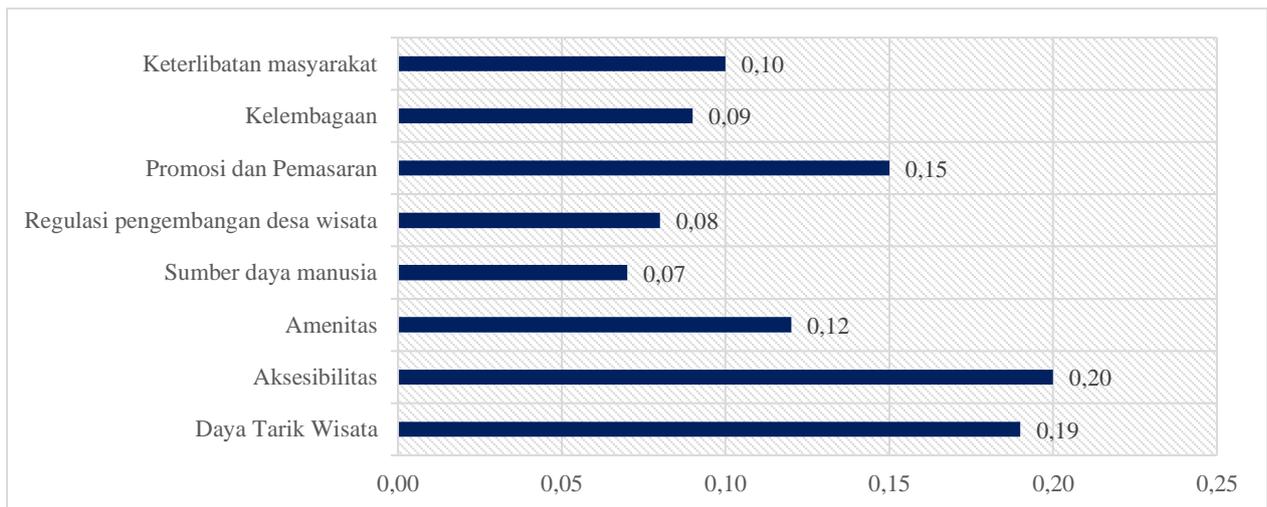
Gambar 4 juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan antar node dalam satu kuster yang ditunjukkan dengan tanda garis melengkung ke atas (loop) pada suatu kluster/kriteria. hal ini di sebut hubungan inner dependence. Selain itu terdapat hubungan langsung antar beberapa kluster. Hal ini disebut sebagai outer dependence.

1.1. Matriks Perbandingan Berpasangan antar Node (*Inner Dependence*)

Matrik perbandingan berpasangan pada inner dependence diperoleh dari hubungan antar node yang berada pada kluster. Dimana hubungan antar node dalam satu kluster akan membentuk garis lengkung diatas kriteria atau disebut dengan loop.

a. Tujuan

Dalam strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19 terdapat delapan sub kriteria dalam kriteria tujuan. Sub kriteria tersebut meliputi Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Amenitas, Sumber daya manusia, Regulasi pengembangan desa wisata, Promosi dan Pemasaran, Kelembagaan, Keterlibatan masyarakat. Dari delapan sub kriteria tersebut dimasukkan ke alat Super Decision dengan hasil sebagai berikut:

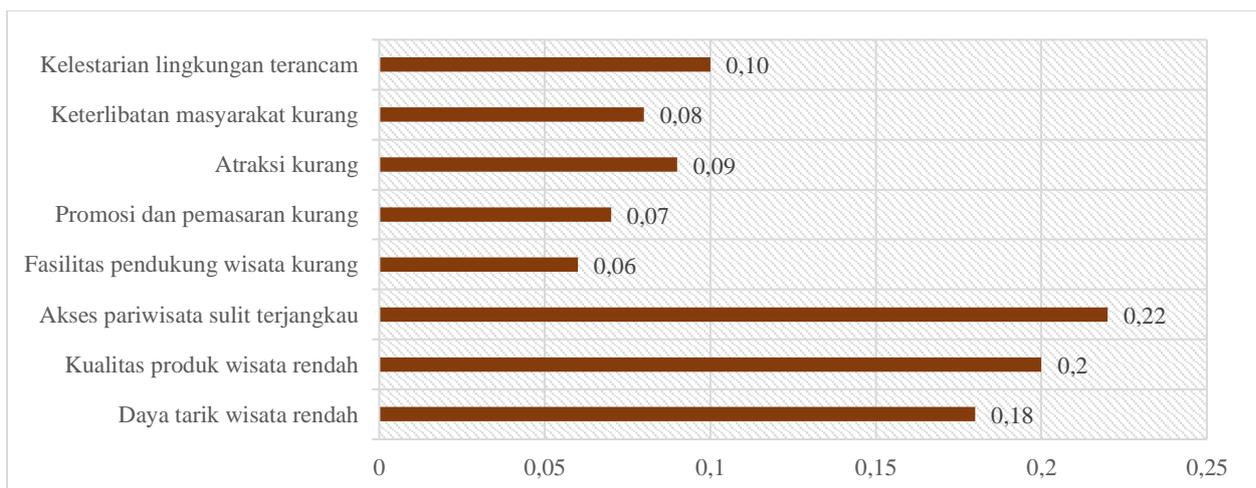


incostensity ratio: 0.0754

Gambar 5. Hasil Analisis Kriteria Tujuan

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan gambar 5 dapat dijelaskan bahwa pada kriteria tujuan dalam strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19, subkriteria yang diprioritaskan pertama adalah aksesibilitas dengan nilai bobot sebesar 0.20. Kemudian disusul sub kriteria daya Tarik wisata dengan nilai bobot sebesar 0.19. Sedangkan subkriteria prioritas terkahir adalah sumber daya manusia dengan nilai bobot sebesar 0.07.



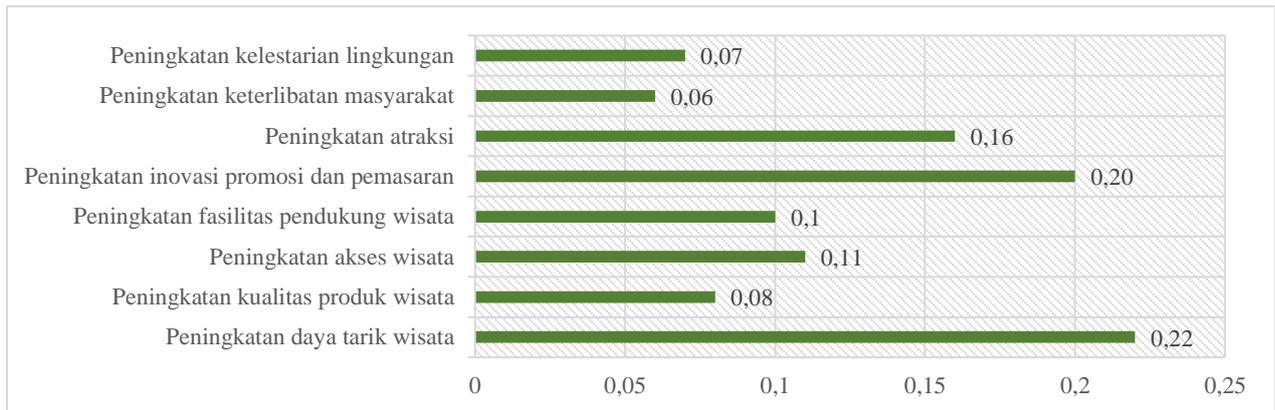
incostensity ratio: 0.0913

Gambar 6. Hasil Analisis Kriteria Masalah

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Gambar 6. menjelaskan bahwa dalam kriteria masalah, subkriteria yang paling diprioritaskan adalah akses pariwisata yang sulit terjangkau dengan nilai bobot sebesar 0.22. Kemudian disusul prioritas kedua adalah kualitas

produk wisata yang rendah dengan nilai bobot sebesar 0.20. Sedangkan subkriteria prioritas terakhir adalah fasilitas pendukung wisata kurang dengan nilai bobot sebesar 0.06.

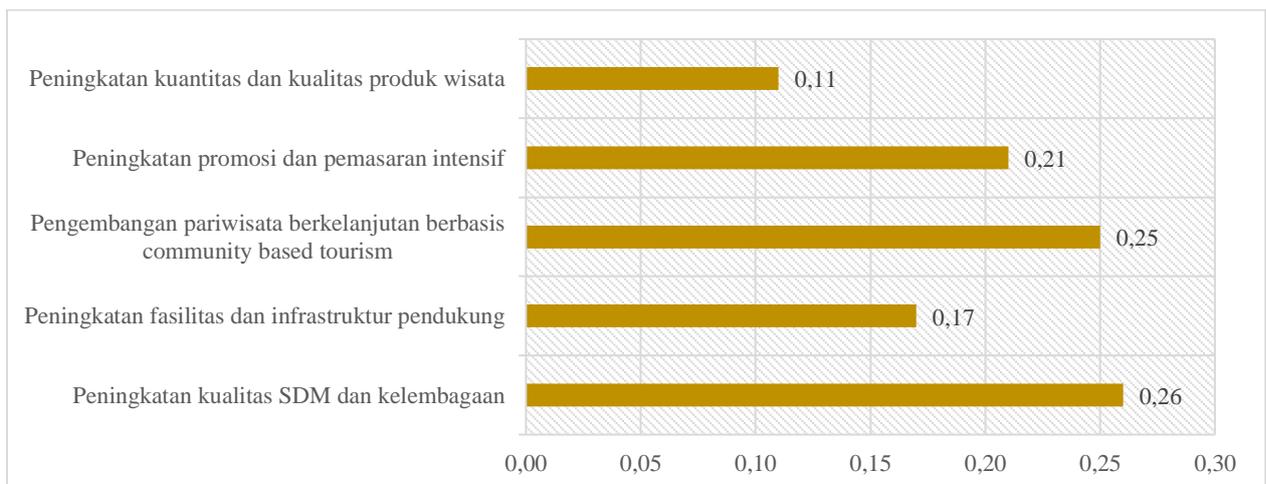


incostensity ratio: 0.0702

Gambar 7. Hasil Analisis Kriteria Solusi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan gambar 7. dapat dijelaskan bahwa dalam kriteria solusi, subkriteria yang menempati prioritas pertama adalah peningkatan daya Tarik wisata dengan nilai bobot sebesar 0.22. Kemudian subkriteria yang menempati prioritas kedua adalah peningkatan inovasi promosi dan pemasaran dengan nilai bobot sebesar 0.20. Sedangkan subkriteria yang menjadi prioritas terakhir adalah peningkatan keterlibatan masyarakat dengan nilai bobot sebesar 0.06.



incostensity ratio: 0.0062

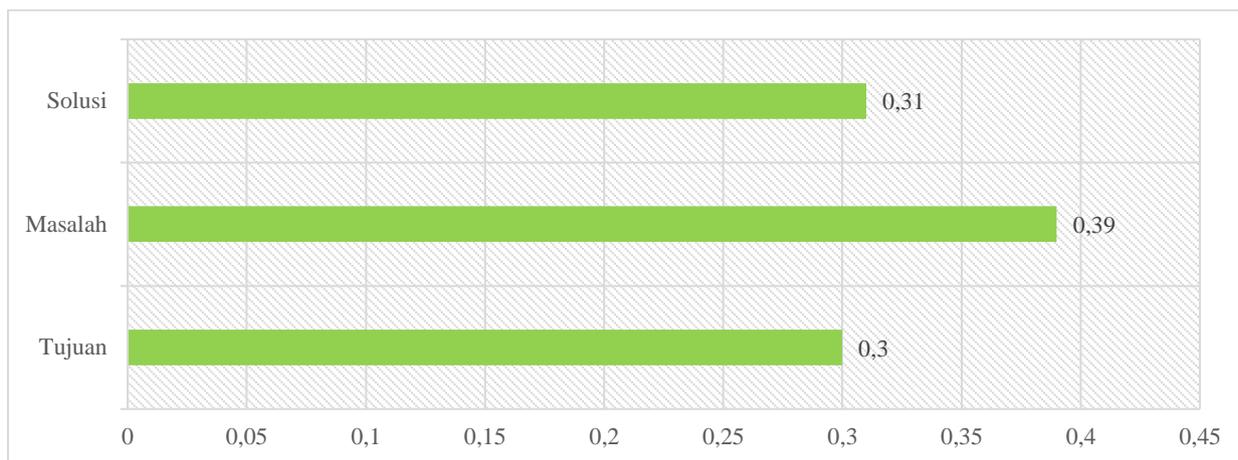
Gambar 8. Hasil Analisis Kriteria Alternatif Strategi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan gambar 8 dapat dijelaskan bahwa alternatif strategi yang paling diprioritaskan dalam pengembangan desa wisata pasca Covid-19 adalah peningkatan kualitas SDM dan kelembagaan dengan nilai bobot sebesar 0.26. Kemudian disusul pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis CBT pada prioritas kedua dengan nilai bobot sebesar 0.25. Sedangkan alternatif strategi prioritas terakhir adalah peningkatan kuantitas dan kualitas produk wisata dengan nilai bobot sebesar 0.11.

b. Pembuatan Matriks Perbandingan Berpasangan antar Kelompok/ Kriteria

Matriks perbandingan berpasangan antar kriteria/ kelompok dibuat berdasarkan kuisioner yang telah diisi oleh *keyperson*. Matriks perbandingan berpasangan ini menggunakan nilai dengan angka 1-9. Yang selanjutnya setelah dilakukan penilaian maka akan dilanjut dengan perhitungan nilai rata-rata dari kuisioner yang telah diisi, sehingga akan memperoleh nilai relatif. Nilai relatif tersebutlah yang selanjutnya akan digunakan sebagai nilai input pada ANP yaitu aplikasi *super decision* yang telah dibuat oleh M Saaty. Berikut merupakan hasil perbandingan berkelompok/ anatar kriteria:



incostensity ratio: 0.0062

Gambar 9. Perbandingan Berpasangan Kriteria dengan menggunakan Super Decision untuk Pemilihan Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Gambar 9. menjelaskan bahwa kriteria yang paling diprioritaskan dalam strategi pengembangan desa wisata pasca Pandemi Covid-19 adalah permasalahan dengan nilai bobot 0.39. Permasalahan menjadi aspek utama dalam pengembangan desa wisata. Karena beberapa desa wisata mengalami permasalahan yang sangat kompleks saat pandemic Covid-19. Permasalahan tersebut menjadi aspek utama yang harus diprioritaskan untuk segera ditangani.

c. Pembuatan Supermatriks dalam Pemilihan Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19

Data penilaian pada model ANP disimpan pada supermatrik, biasanya seperti *spreadsheet excel*. Penyusunan supermatriks terdiri atas 3 tahap antara lain: supermatrik tidak terimbang, supermatrik terimbang dan supermatrik limit. Supermatrik tersebut dibentuk berdasarkan data yang telah dibandingkan berpasangan antar kelompok, kriteria dan alternatif. Pembobotan pada supermatriks ini bertujuan untuk mendapatkan nilai dari supermatrik limit yang akan digunakan untuk melakukan normalisasi. Dari hasil tersebut akan diperoleh urutan prioritas pengembangan desa wisata. Membaca tabel supermatrik adalah dengan melihat kriteria yang berada dibaris atas berpengaruh terhadap kriteria yang berada pada kolom sebelah kiri.

Tahap Supermatrik Tanpa Bobot (*Unweighted Supermatrik*)

Supermatrik tanpa bobot diperoleh berdasarkan perbandingan berpasangan antar kriteria atau alternatif dengan memasukkan nilai bobot (*eigen vector*) pada matriks yang sesuai dengan selnya. Supermatrik tanpa bobot merupakan supermatrik asli dari nilai bobot yang didapat dari matriks perbandingan berpasangan. Dalam software *super decision*, *unweight supermatrik* diperoleh melalui perintah *computation, unweighted supermatrik, graphical (Ctrl-U)*.

Tahap Supermatrik Terbobot (*Weighted Supermatrix*)

Nilai ini dihitung dengan mengalikan nilai dari supermatrik tanpa pembobotan dengan bobot cluster yang terkait. Supermatrik terbobot didapat dari cara nilai pada matriks kelompok digunakan untuk memberi bobot pada supermatrik terimbang. Input dari supermatrik terbobot memberi pengaruh secara langsung dari satu faktor ke faktor lain. Nilai nol (0) pada supermatrik terbobot mengindikasikan tidak ada interaksi antar kluster.

Supermatrik Terbatas (*Limiting supermatrix*)

Supermatrik limit dibuat dengan mengangkat supermatrik yang terbobot sampai stabil. Tahap supermatrik terbatas (*limit supermatrix*) diperoleh dengan menaikkan *weighted supermatrix* sampai batas kekuatan untuk mencapai konvergen (*raising the weighted supermatrix to power until it converges*) yang berarti semua kolom itu sama walaupun tidak demikian. Jawaban dibawah ini diperoleh dengan menormalisasi *raw values* pada alternatif pada supermatrik limit.

Urutan Prioritas Berdasarkan Kriteria

Prioritas akhir yang dimaksud dalam model ANP adalah pembobotan secara absolut dengan menggunakan skala interval (1.0) dan juga sebagai ukuran dominasi relatif. Nilai bobot diperoleh dengan menormalkan vektor matrik. Dalam prioritas akhir terdapat *bobot limiting*, *normalized by cluster* dan *ranking*. Nilai bobot akhir dapat dilihat pada tabel berikut ini. prioritas akhir merupakan bobot dari keseluruhan elemen yang didalamnya terdapat *limiting* dan *normalised by cluster*. Bobot limiting adalah bobot yang diperoleh dari supermatrik limit sedangkan *normalized by cluster* merupakan pembagian antara bobot limiting elemen dengan jumlah bobot *limiting* elemen pada suatu komponen. Prioritas akhir menentukan alternatif terbaik dengan nilaiakhir yang paling besar.

Prioritas akhir diperoleh dari hubungan antara kriteria dengan alternatif yang telah digambarkan oleh model ANP. berikut merupakan prioritas akhir untuk memilih strategi terbaik Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19:

Tabel 1. Prioritas Pemilihan Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19 Berdasarkan Kriteria

Cluster	Name	Normalized by Cluster	Limiting
1. Tujuan	Daya Tarik Wisata	0.20984	0.141968
	Aksesibilitas	0.24021	0.048042
	Amenitas	0.27614	0.155228
	Sumber daya manusia	0.13807	0.027614
	Regulasi pengembangan desa wisata	0.12082	0.037623
	Promosi dan Pemasaran	0.21973	0.098201
	Kelembagaan	0.14672	0.085368
	Keterlibatan masyarakat	0.1390	0.023617
2. Masalah	Daya tarik wisata rendah	0.22965	0.045930
	Kualitas produk wisata rendah	0.12202	0.024404
	Akses pariwisata sulit terjangkau	0.34833	0.129666
	Fasilitas pendukung wisata kurang	0.13812	0.125732
	Promosi dan pemasaran kurang	0.01627	0.018293
	Atraksi kurang	0.12681	0.128391
	Keterlibatan masyarakat kurang	0.12568	0.145287
	Kelestarian lingkungan terancam	0.10287	0.117263
3. Solusi	Peningkatan daya tarik wisata	0.37143	0.114286
	Peningkatan kualitas produk wisata	0.24182	0.102732
	Peningkatan akses wisata	0.16273	0.096372
	Peningkatan fasilitas pendukung wisata	0.12438	0.063823
	Peningkatan inovasi promosi dan pemasaran	0.10873	0.072832
	Peningkatan atraksi	0.11972	0.123023
	Peningkatan keterlibatan masyarakat	0.28572	0.057143
	Peningkatan kelestarian lingkungan	0.14285	0.028571
4. Alternatif Strategi	Peningkatan kualitas SDM dan kelembagaan	0.24995	0.129989
	Peningkatan fasilitas dan infrastruktur pendukung	0.12733	0.162927
	Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis community based tourism	0.34152	0.261829
	Peningkatan promosi dan pemasaran intensif	0.27283	0.218226
	Peningkatan kuantitas dan kualitas produk wisata	0.12679	0.124521

Sumber: Data Primer Data Diolah, 2023.

Dari tabel 1. dapat diketahui prioritas Strategi pengembangan desa wisata pasca pandemic Covid-19. Dimana prioritas yang telah dipilih diatas merupakan strategi yang telah ditetapkan oleh *key person* dalam hal ini adalah orang yang paham dalam bidangnya yang diproses melalui aplikasi super decision untuk memperoleh strategi terbaik dalam rangka mengembangkan desa wisata pasca pandemic Covid-19. Adapun hasil dari prioritas tersebut adalah:

Alternatif strategi prioritas pertama adalah Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis community based tourism dengan nilai bobot 0.34152. Adapun alternatif strategi prioritas kedua adalah Peningkatan promosi dan pemasaran intensif dengan nilai bobot sebesar 0.27283. Alternatif strategi prioritas ketiga adalah Peningkatan kualitas SDM dan kelembagaan dengan nilai bobot sebesar 0.24995. Kemudian alternatif strategi prioritas

keempat adalah Peningkatan fasilitas dan infrastruktur pendukung dengan nilai bobot sebesar 0.12733. Sedangkan alternatif strategi prioritas keempat adalah Peningkatan kuantitas dan kualitas produk wisata dengan nilai bobot sebesar 0.12679.

Berdasarkan hasil analisis ANP diperoleh hasil bahwa prioritas strategi pengembangan desa wisata di Jawa Tengah adalah Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis *community based tourism*. Pengembangan model pariwisata yang disebut dengan “*community tourism*” adalah pengembangan pariwisata dimana semua kegiatan wisata berlangsung dan berbaur dengan masyarakat pedesaan. Nilai tambah pengembangan masyarakat/desa wisata adalah (1) warga desa dapat berperan sebagai operator, menyediakan akomodasi bagi wisatawan, menyediakan makan dan minum, jasa laundry, jasa transportasi dan jasa lainnya. (2) meningkatkan ketersediaan jasa wisata. konsumsi produk lokal (sayur mayur, buah-buahan, kerajinan tangan, makanan khas, dll.) sedemikian rupa sehingga pekerjaan tersebut mendukung kelangsungan bisnis tradisional dan lokal (3) mempromosikan pemberdayaan tenaga kerja lokal, mis. sebagai penyedia tempat wisata seni budaya, kerajinan, dll). (4) menyadarkan masyarakat akan nilai-nilai adat dan budaya lokal serta kekhasan lingkungan alamnya. Pemerintah melalui Kemenbudpar sebagai pemangku kepentingan pembangunan pariwisata bekerjasama dengan Kemhan sangat mendukung model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat/lahan dengan mencanangkan PNPM (Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat). Wisata Mandiri diharapkan dapat memberikan multiplier effect terutama bagi penduduk lokal desa wisata tersebut. Program ini merupakan upaya yang lebih konkrit untuk menyentuh pariwisata, sehingga masyarakat dapat segera berpartisipasi dalam pemberdayaan diri' (14)

Hasil penelitian terdahulu menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan berbasis CBT adalah suatu pendekatan pembangunan kepariwisataan yang menekankan pada masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam kepariwisataan maupun tidak), memberikan peluang (akses) kepada pengelolaan dan pengembangan kepariwisataan, mengarah pada pemberdayaan politik melalui cara hidup yang lebih demokratis. termasuk berbagai manfaat pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat (15). Pembangunan pariwisata yang seringkali mengabaikan hak-hak masyarakat lokal di kawasan wisata (16). CBT sebagai pariwisata yang memperhatikan aspek kelestarian lingkungan dan budaya (17). CBT adalah alat untuk pengembangan masyarakat dan perlindungan lingkungan. Dengan kata lain, CBT merupakan alat untuk mengimplementasikan pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Upaya pengembangan Desa Wisata di Provinsi Jawa Tengah memerlukan berbagai kebijakan yang komprehensif. Desa wisata adalah kawasan pedesaan yang menciptakan suasana umum yang mencerminkan keaslian pedesaan dan kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadatnya sendiri, arsitektur dan tata ruang desa yang aneh dan menarik, kegiatan ekonomi dan kemungkinan pengembangan berbagai komponen pariwisata, seperti atraksi, akomodasi, makanan dan minuman serta kebutuhan wisata lainnya. Pembangunan terpadu dan berkelanjutan untuk perencanaan pariwisata mendefinisikan “pariwisata desa merupakan di mana sekelompok kecil wisatawan menghabiskan malam di atau dekat sebuah desa tradisional di desa terpencil dan belajar tentang kehidupan desa dan lingkungan setempat (18).

Pengembangan desa wisata diharapkan dapat menjadi model pembangunan pariwisata berkelanjutan yang sesuai dengan kebijakan pariwisata pemerintah. Keberlanjutan didefinisikan sebagai pembangunan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (19). Pembangunan pariwisata dan pembangunan yang dilaksanakan harus berkelanjutan dan terpelihara di masa yang akan datang (20). Tidak perlu membahas keberlanjutan pariwisata secara terpisah tanpa adanya komitmen berbagai pihak untuk menjaga kelestarian alam, sosial ekonomi dan budaya masyarakat sebagai modal utama pariwisata. Penekanan keberlanjutan dalam pariwisata berkelanjutan tidak hanya keberlanjutan ekologis dan keberlanjutan pembangunan ekonomi, tetapi keberlanjutan budaya juga sama pentingnya, karena budaya merupakan salah satu sumber daya terpenting bagi pengembangan pariwisata (21). Penerapan konsep tersebut dilakukan dalam program pengembangan desa wisata, sehingga pengembangan desa wisata tersebut harus tetap dapat menjaga kelestarian lingkungan.

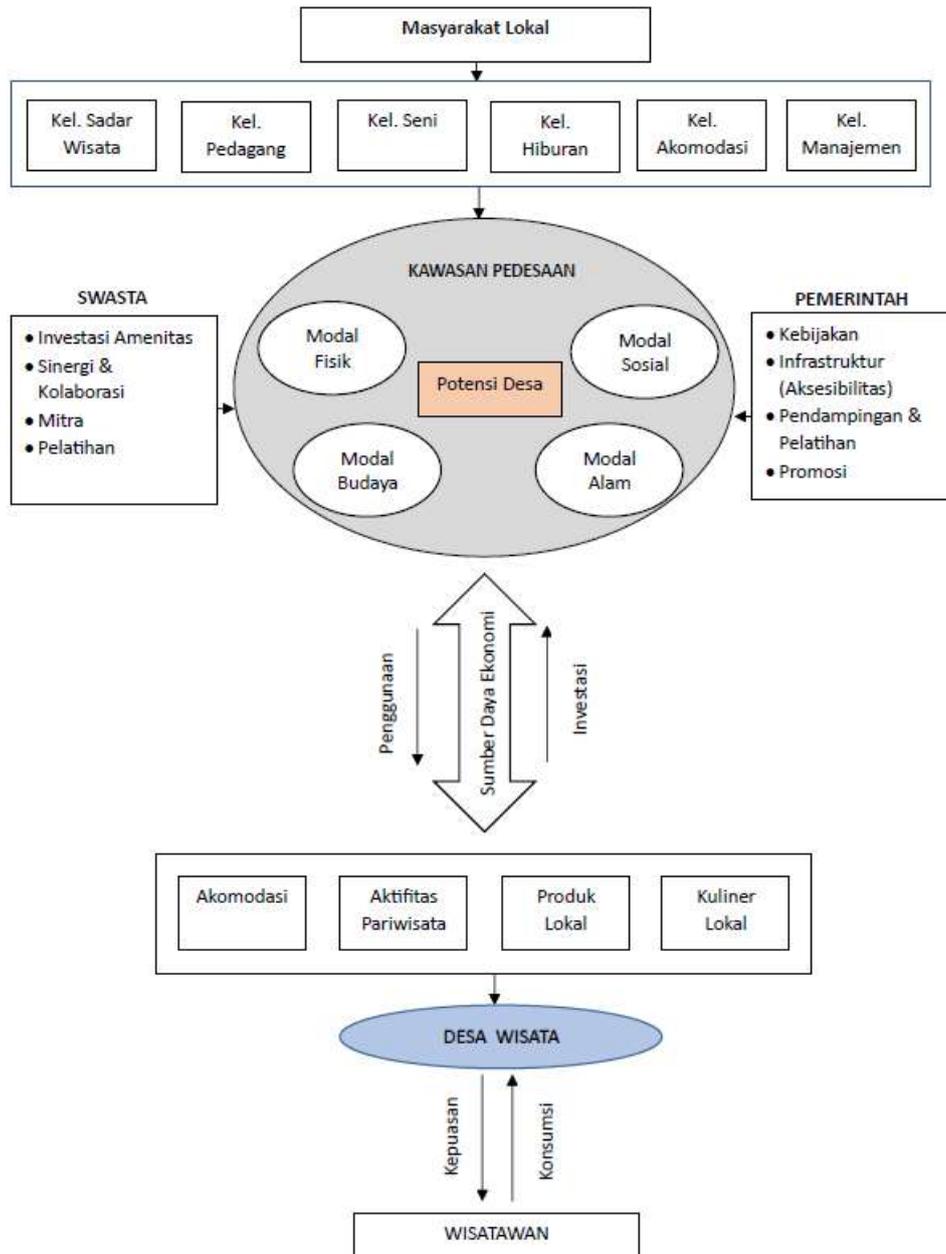
Setiap desa wisata memiliki ritme dan capaian yang berbeda dalam perkembangannya. Ada yang tumbuh cepat, ada yang sedang, ada yang kerdil atau tidak tumbuh (22). Sehubungan dengan perbedaan tersebut, maka perlu dilakukan evaluasi pengembangan desa wisata di Jawa Tengah guna menyusun strategi pengembangan yang maksimal sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Kebutuhan untuk mengkaji pengembangan desa wisata telah banyak menjadi bahan perbincangan publik di media. Hasil observasi di lapangan menunjukkan keinginan mereka agar program pemerintah untuk mengembangkan desa wisata benar-benar berhasil sesuai dengan tujuannya. Dari hasil ANP, solusi prioritas dalam upaya pengembangan desa wisata adalah peningkatan daya tarik wisata. Aspek daya tarik wisata merupakan salah satu aspek yang memiliki peran signifikan dalam pengembangan desa wisata.

Pengembangan desa wisata harus terencana dengan baik, oleh karena itu dalam hal ini sangat diperlukan kerjasama kelompok kepentingan dengan negara, pengusaha dan masyarakat khususnya masyarakat setempat.

Tujuannya adalah untuk mengembangkan desa wisata ke arah yang lebih baik yang dapat mensukseskan desa tersebut. Menurut World Tourism Organization (WTO), teori pariwisata berkelanjutan mengusulkan tiga prinsip pariwisata berkelanjutan, yaitu keberlanjutan ekologis, keberlanjutan sosial budaya dan keberlanjutan ekonomi untuk generasi sekarang dan mendatang. Desa wisata sebagai tujuan wisata harus mampu menyeimbangkan pencapaian nilai lingkungan, sosial dan ekonomi guna mencapai keberlanjutan. Teori CBT, menurut Robinson, merupakan panduan bagi industri pariwisata yang menitikberatkan pada partisipasi masyarakat dan isu pariwisata lokal, serta pengelolaan yang berkaitan erat dengan pariwisata berkelanjutan. CBT merupakan salah satu bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan berpartisipasi dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. CBT sangat diperlukan dalam pengembangan desa wisata, karena partisipasi masyarakat memegang peranan penting dalam keberlangsungan pariwisata di desa wisata. Secara garis besar, teori pariwisata alternatif didefinisikan sebagai suatu bentuk pariwisata yang sesuai dengan nilai-nilai alam, sosial dan masyarakat serta memungkinkan masyarakat lokal dan wisatawan untuk menikmati interaksi dan pengalaman yang positif dan bermanfaat secara bersama-sama (Eadington dan Smith, 1992). Definisi ini sejalan dengan desa wisata yang juga merupakan bagian dari wisata alternatif.

2. Model Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata memerlukan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan swasta. Keberhasilan suatu desa wisata sangat bergantung pada keterlibatan dan dukungan masyarakat setempat. Komunitas sering kali bertanggung jawab untuk memberikan wawasan budaya dan sejarah, serta menampilkan praktik tradisional dan cara hidup kepada wisatawan. Masyarakat juga dapat memberikan masukan berharga mengenai jenis kegiatan pariwisata dan infrastruktur yang paling bermanfaat bagi desa. Oleh karena itu, partisipasi masyarakat sangat penting dalam mengembangkan desa wisata yang berkelanjutan dan sukses. Pemerintah memainkan peran penting dalam menyediakan infrastruktur dan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung pengembangan desa wisata. Hal ini dapat mencakup pembangunan jalan, penyediaan dana untuk fasilitas dan fasilitas, serta penerapan kebijakan dan peraturan yang menjamin keberlanjutan dan keamanan industri pariwisata. Dukungan pemerintah juga dapat membantu menarik investasi dan dukungan sektor swasta. Sektor swasta dapat memainkan peran penting dalam menyediakan investasi dan keahlian di berbagai bidang seperti perhotelan, pemasaran, dan manajemen pariwisata. Investasi sektor swasta dapat membantu menciptakan lapangan kerja, menarik investasi, dan mendukung pengembangan perekonomian lokal. Kolaborasi dan koordinasi yang efektif antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta sangat penting untuk menjamin keberhasilan pengembangan desa wisata. Hal ini mencakup komunikasi rutin, perencanaan bersama, dan kerja sama dalam melaksanakan inisiatif pariwisata. Secara keseluruhan, pengembangan desa wisata memerlukan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan swasta. Dengan bekerja sama, para pemangku kepentingan ini dapat menjamin keberlanjutan dan keberhasilan industri pariwisata, sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat lokal dan melestarikan warisan budaya. Gambar 1 menunjukkan model sinergi pengembangan desa wisata di Jawa Tengah yang dapat dilaksanakan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.



Gambar 10. Model Pengembangan Desa Wisata
Sumber: Data Diolah

Model Sinergi Pengembangan Desa Wisata merupakan model yang menekankan pada kolaborasi antar pemangku kepentingan untuk mendukung pembangunan desa wisata yang berkelanjutan. Model ini didasarkan pada konsep sinergi, yang menyatakan bahwa ketika kelompok-kelompok berbeda bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, hasilnya akan lebih besar daripada jumlah upaya masing-masing kelompok. Dari hasil penelitian yang dilakukan di Jawa Tengah, terdapat tiga aktor utama yang melakukan sinergi dalam pengembangan desa wisata. Peran-peran tersebut adalah:

1. Masyarakat Lokal: masyarakat setempat dapat mengambil peran sesuai dengan kemampuannya masing-masing. perannya adalah:
 - A. Kelompok Sadar Wisata: Kelompok Sadar Wisata memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata. Kelompok-kelompok ini biasanya dibentuk oleh individu atau organisasi dengan semangat untuk mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan dan bertanggung jawab. Berikut beberapa cara Travel Awareness Group berkontribusi terhadap pengembangan desa wisata:

- i. **Advokasi dan Edukasi:** Kelompok Sadar Wisata meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pariwisata berkelanjutan di kalangan masyarakat lokal, wisatawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Mereka mempromosikan perilaku perjalanan yang bertanggung jawab dan mendidik masyarakat tentang dampak positif pariwisata berkelanjutan terhadap lingkungan, budaya, dan ekonomi.
- ii. **Keterlibatan Masyarakat:** Kelompok-kelompok ini secara aktif terlibat dengan masyarakat lokal di desa wisata, bekerja sama dengan warga untuk memahami kebutuhan dan aspirasi mereka. Mereka berkolaborasi dengan otoritas lokal, dunia usaha, dan warga untuk mengembangkan strategi pariwisata yang inklusif, menghormati tradisi lokal, dan bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.
- iii. **Peningkatan Kapasitas:** Kelompok Sadar Wisata memberikan pelatihan dan program peningkatan kapasitas bagi masyarakat lokal, membantu mereka mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk berpartisipasi dalam industri pariwisata. Hal ini dapat mencakup pelatihan di bidang perhotelan, bimbingan, pelestarian budaya, kewirausahaan, dan praktik berkelanjutan.
- iv. **Konservasi Lingkungan:** Mereka mempromosikan praktik ramah lingkungan dan mendorong pelestarian sumber daya alam dan keanekaragaman hayati. Travel Awareness Groups mengadvokasi pembangunan infrastruktur berkelanjutan, pengelolaan limbah, efisiensi energi, dan perlindungan ekosistem di dalam dan sekitar desa wisata.
- v. **Pelestarian Budaya:** Kelompok-kelompok ini berupaya melestarikan dan mempromosikan budaya, tradisi, dan warisan lokal. Mereka berkolaborasi dengan komunitas untuk menampilkan aspek budaya unik mereka, menyelenggarakan acara budaya, dan mendukung pengrajin dan pengrajin lokal. Dengan begitu, mereka turut menjaga keaslian dan kekhasan desa wisata tersebut.
- vi. **Pemasaran dan Promosi Destinasi:** Kelompok Sadar Perjalanan berperan dalam memasarkan dan mempromosikan desa wisata sebagai tujuan wisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Mereka berkolaborasi dengan otoritas pariwisata, agen perjalanan, dan media untuk menyoroti atraksi dan pengalaman unik yang ditawarkan oleh desa tersebut. Melalui pemasaran yang efektif, mereka bertujuan untuk menarik wisatawan bertanggung jawab yang menghargai dan mendukung praktik pariwisata berkelanjutan.
- vii. **Pemantauan dan Evaluasi:** Kelompok-kelompok ini memantau dampak kegiatan pariwisata terhadap desa dan wilayah sekitarnya. Mereka menilai dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari pariwisata dan memberikan umpan balik kepada pemangku kepentingan. Dengan mengevaluasi hasil dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, mereka berkontribusi terhadap pengembangan dan peningkatan berkelanjutan dari desa wisata.

Kelompok Sadar Wisata bertindak sebagai katalisator perubahan positif di desa wisata. Melalui upaya mereka, mereka membantu menciptakan model pariwisata berkelanjutan yang bermanfaat bagi masyarakat lokal, melestarikan warisan alam dan budaya, serta memberikan pengalaman bermakna dan otentik bagi wisatawan.

B. Merchant Group: Kelompok pedagang, yang juga dikenal sebagai asosiasi bisnis atau asosiasi perdagangan, dapat memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata. Kelompok ini terdiri dari pelaku usaha lokal, seperti hotel, restoran, toko souvenir, operator tur, dan penyedia jasa lainnya. Berikut beberapa cara kelompok pedagang berkontribusi dalam pengembangan desa wisata:

- i. **Kolaborasi dan Jaringan:** Kelompok pedagang memfasilitasi kolaborasi antar bisnis yang beroperasi di desa wisata. Mereka menyediakan platform bagi bisnis untuk terhubung, berbagi pengetahuan dan pengalaman, serta berkolaborasi dalam inisiatif dan acara pemasaran bersama. Jaringan ini menumbuhkan rasa kebersamaan di antara bisnis lokal dan meningkatkan kekuatan kolektif dan daya saing mereka.
- ii. **Pemasaran Destinasi:** Kelompok pedagang seringkali berperan aktif dalam memasarkan dan mempromosikan desa wisata secara keseluruhan. Dengan mengumpulkan sumber daya dan memanfaatkan upaya pemasaran kolektif, mereka dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan menarik lebih banyak pengunjung. Hal ini dapat mencakup kampanye periklanan bersama, partisipasi dalam pameran dan pameran perjalanan, promosi online, dan pengembangan brosur destinasi atau situs web.
- iii. **Pengembangan Produk:** Kelompok pedagang berkolaborasi untuk mengidentifikasi dan mengembangkan produk dan pengalaman pariwisata baru yang memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan. Dengan bekerja sama, mereka dapat menciptakan beragam penawaran, seperti tur bertema, pertunjukan budaya, pengalaman kuliner, atau aktivitas petualangan. Hal ini membantu memperkaya pengalaman wisata secara keseluruhan dan menarik lebih banyak pengunjung.

- iv. Standar Kualitas dan Pelatihan: Kelompok pedagang sering kali menetapkan dan menegakkan standar kualitas bagi anggotanya. Mereka mungkin mengembangkan kode etik, pedoman, atau program sertifikasi untuk memastikan bahwa bisnis di desa wisata mempertahankan tingkat layanan, profesionalisme, dan keberlanjutan yang tinggi. Mereka juga dapat memberikan pelatihan dan program peningkatan kapasitas untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan anggotanya.
- v. Infrastruktur dan Pelayanan: Kelompok pedagang dapat melakukan advokasi untuk perbaikan infrastruktur dan pelayanan di desa wisata. Mereka dapat berkolaborasi dengan pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengatasi permasalahan seperti transportasi, pengelolaan limbah, fasilitas umum, dan langkah-langkah keselamatan. Dengan mendukung infrastruktur yang lebih baik, mereka berkontribusi pada daya tarik dan daya saing desa tersebut sebagai tujuan wisata.
- vi. Kepuasan dan Umpan Balik Pelanggan: Grup pedagang dapat berperan dalam mengumpulkan umpan balik pelanggan dan mengatasi segala kekhawatiran atau permasalahan yang diajukan oleh pengunjung. Mereka dapat menetapkan mekanisme untuk mengumpulkan umpan balik, memantau kepuasan pelanggan, dan mengambil tindakan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung. Hal ini berkontribusi dalam meningkatkan reputasi desa wisata dan meningkatkan loyalitas pengunjung.
- vii. Pertumbuhan Ekonomi dan Pengembangan Masyarakat: Kegiatan kelompok pedagang dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan penghidupan di desa wisata. Dengan mempromosikan bisnis lokal, menarik pengunjung, dan memperpanjang musim pariwisata, mereka menciptakan peluang kerja dan merangsang perekonomian lokal. Hal ini, pada gilirannya, dapat memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan dan perkembangan masyarakat setempat secara keseluruhan.

Kelompok pedagang di desa wisata memainkan peran penting dalam membina kolaborasi antar bisnis lokal, mempromosikan destinasi, mengembangkan produk dan layanan pariwisata, memastikan standar kualitas, mengadvokasi perbaikan infrastruktur, dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat.

C. Kelompok Seni: Kelompok seni, juga dikenal sebagai komunitas seni atau organisasi budaya, dapat memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata. Kelompok-kelompok ini terdiri dari seniman, perajin, pemain, dan individu yang menyukai berbagai bentuk seni. Berikut beberapa cara kelompok seni berkontribusi dalam pengembangan desa wisata:

- i. Pelestarian dan Promosi Budaya: Kelompok seni membantu melestarikan dan mempromosikan budaya lokal, tradisi, dan warisan seni desa wisata. Mereka menampilkan seni dan kerajinan tradisional, musik, tari, teater, bercerita, dan ekspresi budaya lainnya. Dengan berbagi pengalaman budaya ini dengan pengunjung, mereka berkontribusi terhadap pelestarian tradisi lokal dan menciptakan rasa keaslian.
- ii. Pembuatan Tempat Kreatif: Kelompok seni terlibat dalam aktivitas penempatan kreatif, mengubah ruang publik di desa wisata menjadi kawasan yang dinamis dan menarik. Mereka mungkin menyelenggarakan festival seni, pameran, pertunjukan jalanan, atau instalasi seni publik. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya meningkatkan estetika desa tetapi juga menciptakan pengalaman unik dan berkesan bagi pengunjung.
- iii. Pengalaman Wisatawan: Kelompok seni menciptakan dan menawarkan pengalaman wisata unik yang berkisar pada aktivitas seni dan budaya. Hal ini dapat mencakup tur seni berpemandu, lokakarya, kelas seni, atau pengalaman mendalam yang memungkinkan pengunjung berinteraksi dengan seniman dan perajin lokal. Dengan memberikan pengalaman ini, kelompok seni berkontribusi pada pengayaan penawaran pariwisata dan menarik pengunjung yang mencari pengalaman budaya.
- iv. Peluang Ekonomi: Kelompok seni memberikan peluang ekonomi bagi seniman dan perajin lokal. Dengan menyelenggarakan pasar seni, pameran kerajinan, atau galeri, mereka menciptakan platform bagi seniman untuk memamerkan dan menjual karya mereka langsung kepada pengunjung. Hal ini menghasilkan pendapatan bagi seniman lokal, menstimulasi perekonomian lokal, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi desa wisata secara keseluruhan.
- v. Keterlibatan Komunitas: Kelompok seni secara aktif terlibat dengan komunitas lokal, melibatkan warga dalam proyek seni dan kegiatan budaya. Mereka mungkin berkolaborasi dengan sekolah, pusat komunitas, dan organisasi lokal untuk menyediakan program atau lokakarya pendidikan seni. Keterlibatan ini membantu memperkuat ikatan masyarakat dengan warisan budayanya dan mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengembangan pariwisata.
- vi. Kolaborasi dengan Pemangku Kepentingan Lain: Kelompok seni berkolaborasi dengan pemangku kepentingan lainnya, seperti kelompok pedagang, otoritas pariwisata, dan bisnis lokal, untuk mengembangkan inisiatif sinergis. Mereka mungkin bekerja sama untuk menyelenggarakan acara bersama, memasarkan produk lokal, atau membuat jalur seni yang menghubungkan tempat seni dengan bisnis lokal. Kolaborasi ini meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan dan

- berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan desa wisata.
- vii. Citra dan Branding: Kelompok seni berkontribusi terhadap citra dan branding desa wisata sebagai destinasi budaya dan seni. Kegiatan mereka membantu memosisikan desa ini sebagai pusat kreativitas, pertukaran budaya, dan ekspresi seni. Hal ini menarik pengunjung yang memiliki minat terhadap seni, menumbuhkan persepsi positif terhadap desa tersebut, dan mendukung pengembangan pariwisata jangka panjang.

Kelompok seni di desa wisata berperan penting dalam melestarikan dan mempromosikan budaya lokal, menciptakan pengalaman unik dan mendalam, memberikan peluang ekonomi bagi seniman, melibatkan masyarakat, berkolaborasi dengan pemangku kepentingan, dan meningkatkan citra desa sebagai destinasi seni. Kontribusi mereka berkontribusi terhadap pengembangan dan keberlanjutan desa wisata secara keseluruhan.

D. Kelompok Hiburan: Kelompok hiburan dapat memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata. Kelompok-kelompok ini terdiri dari pemain, penghibur, penyelenggara acara, dan individu yang mengkhususkan diri dalam menyediakan layanan hiburan. Berikut beberapa cara kelompok hiburan berkontribusi terhadap pengembangan desa wisata:

- i. Keterlibatan Pengunjung: Grup hiburan bertanggung jawab untuk memberikan pengalaman yang menarik dan berkesan bagi wisatawan. Mereka menyelenggarakan berbagai bentuk hiburan, seperti pertunjukan langsung, konser musik, pertunjukan budaya, produksi teater, pertunjukan jalanan, dan pengalaman interaktif. Dengan menawarkan beragam pilihan hiburan, mereka meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan dan menarik khalayak yang lebih luas.
- ii. Promosi Destinasi: Kelompok hiburan berpartisipasi aktif dalam mempromosikan desa wisata sebagai destinasi. Mereka berkolaborasi dengan otoritas pariwisata, bisnis lokal, dan pemangku kepentingan lainnya untuk menyelenggarakan acara, festival, dan program hiburan bertema yang menyoroti atraksi unik dan persembahan budaya desa. Upaya mereka berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran dan menarik pengunjung ke destinasi tersebut.
- iii. Acara Musiman dan Khusus: Grup hiburan sering kali terlibat dalam penyelenggaraan acara musiman dan khusus di desa wisata. Ini dapat mencakup perayaan hari raya, festival budaya, festival musik, pameran seni, acara makanan dan minuman, dan turnamen olahraga. Dengan mengadakan acara-acara ini, mereka membangkitkan kegembiraan, menarik banyak orang, dan menciptakan peluang bagi bisnis lokal untuk memamerkan produk dan layanan mereka.
- iv. Keterlibatan Komunitas: Kelompok hiburan terlibat dengan komunitas lokal di desa wisata. Mereka berkolaborasi dengan artis, seniman, dan organisasi budaya lokal, menyediakan platform bagi mereka untuk menampilkan bakat mereka. Dengan melibatkan masyarakat dalam kegiatan hiburan, mereka menciptakan rasa bangga, mendorong partisipasi lokal, dan menumbuhkan semangat masyarakat yang dinamis dan inklusif.
- v. Peluang Ekonomi: Kelompok hiburan menghasilkan peluang ekonomi bagi bisnis lokal dan individu di desa wisata. Acara dan pertunjukan yang mereka selenggarakan menarik pengunjung, yang kemudian mengeluarkan uang untuk akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, dan produk lokal. Pemasukan pendapatan dari pariwisata ini bermanfaat bagi perekonomian lokal dan mendorong kewirausahaan dan penciptaan lapangan kerja.
- vi. Pertukaran Budaya: Kelompok hiburan sering kali memfasilitasi pertukaran budaya dengan mengundang pemain dari berbagai daerah atau negara untuk menampilkan karya seni mereka di desa wisata. Hal ini menghadirkan keragaman dan memperkaya pengalaman budaya yang tersedia bagi pengunjung. Hal ini juga memberikan kesempatan bagi seniman dan artis lokal untuk belajar dari orang lain dan memperluas wawasan artistik mereka.
- vii. Diferensiasi Destinasi: Dengan menawarkan pengalaman hiburan yang unik dan menarik, kelompok hiburan berkontribusi pada diferensiasi desa wisata dari destinasi lainnya. Mereka membantu menciptakan identitas khas dan keunggulan kompetitif, menarik pengunjung yang mencari pengalaman baru dan menghibur. Diferensiasi ini meningkatkan reputasi desa dan daya tariknya sebagai tujuan wisata.

Kelompok hiburan di desa wisata memainkan peran penting dalam memberikan pengalaman yang menarik, mempromosikan destinasi, menyelenggarakan acara, melibatkan masyarakat, menghasilkan peluang ekonomi, memfasilitasi pertukaran budaya, dan membedakan desa dari destinasi lainnya. Kontribusi mereka berkontribusi terhadap pengembangan dan keberlanjutan desa wisata secara keseluruhan.

E. Kelompok Akomodasi: Kelompok akomodasi, seperti hotel, resor, wisma, dan penyedia penginapan lainnya, memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata. Mereka adalah pemangku kepentingan utama

dalam membentuk pengalaman pariwisata dan berkontribusi terhadap keberhasilan destinasi secara keseluruhan. Berikut beberapa cara kelompok akomodasi berkontribusi terhadap pengembangan desa wisata:

- i. **Pembangunan Infrastruktur:** Kelompok akomodasi berinvestasi dalam pengembangan dan pemeliharaan fasilitas penginapan di desa wisata. Mereka membangun dan mengelola hotel, resor, dan jenis akomodasi lainnya, berkontribusi pada ketersediaan pilihan penginapan yang nyaman dan menyenangkan bagi pengunjung. Pembangunan infrastruktur ini meningkatkan daya tarik desa sebagai tujuan wisata.
- ii. **Akomodasi Pengunjung:** Kelompok akomodasi menyediakan tempat menginap bagi wisatawan selama berkunjung ke desa wisata. Dengan menawarkan berbagai pilihan akomodasi, mereka memenuhi preferensi dan anggaran pengunjung yang beragam. Ketersediaan fasilitas penginapan ini sangat penting dalam menarik dan menampung wisatawan, sehingga memungkinkan mereka menjelajahi dan menikmati atraksi dan aktivitas desa.
- iii. **Penyediaan Layanan:** Kelompok akomodasi menawarkan berbagai layanan untuk meningkatkan pengalaman tamu. Ini dapat mencakup fasilitas seperti restoran, spa, pusat kebugaran, kolam renang, dan fasilitas rekreasi. Selain itu, mereka menyediakan layanan seperti tata graha, bantuan pramutamu, pengaturan transportasi, dan informasi wisata. Layanan ini berkontribusi terhadap kepuasan dan kenyamanan pengunjung secara keseluruhan.
- iv. **Ketenagakerjaan dan Dampak Ekonomi:** Kelompok akomodasi menciptakan peluang kerja di desa wisata. Mereka mempekerjakan staf lokal untuk berbagai posisi, seperti petugas meja depan, pembantu rumah tangga, staf restoran, dan pekerja pemeliharaan. Pekerjaan ini memberikan peluang pendapatan dan penghidupan bagi masyarakat setempat, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan desa.
- v. **Kolaborasi dengan Pengusaha Lokal:** Kelompok akomodasi seringkali berkolaborasi dengan pengusaha lokal untuk mempromosikan dan mendukung desa wisata. Mereka menjalin kemitraan dengan operator tur lokal, restoran, dan toko, merekomendasikan layanan mereka kepada para tamu. Kolaborasi ini membantu menstimulasi perekonomian lokal, mendorong belanja pengunjung, dan meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan.
- vi. **Inisiatif Keberlanjutan:** Kelompok akomodasi dapat memainkan peran penting dalam mempromosikan praktik berkelanjutan di desa wisata. Mereka dapat menerapkan langkah-langkah ramah lingkungan seperti teknologi hemat energi, sistem pengelolaan limbah, praktik konservasi air, dan penggunaan sumber daya terbarukan. Dengan menerapkan praktik berkelanjutan, mereka berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan alam dan kelangsungan destinasi dalam jangka panjang.
- vii. **Pemasaran Destinasi:** Kelompok akomodasi berpartisipasi aktif dalam upaya pemasaran dan promosi destinasi. Mereka berkolaborasi dengan otoritas pariwisata, agen perjalanan, dan platform pemesanan online untuk menampilkan desa wisata sebagai destinasi yang menarik. Dengan memasarkan akomodasi mereka dan menonjolkan fitur unik desa tersebut, mereka menarik pengunjung dan berkontribusi terhadap visibilitas dan reputasi destinasi secara keseluruhan.

Kelompok akomodasi di desa wisata memainkan peran penting dalam menyediakan pilihan penginapan, mengembangkan infrastruktur, menawarkan layanan, menciptakan lapangan kerja, berkolaborasi dengan bisnis lokal, mempromosikan keberlanjutan, dan berkontribusi terhadap pemasaran destinasi. Kontribusi mereka sangat penting bagi pengembangan dan keberhasilan desa wisata secara keseluruhan.

F. Kelompok Manajemen: Kelompok manajemen, juga dikenal sebagai organisasi manajemen destinasi (DMO) atau organisasi manajemen pariwisata (TMO), memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata. Kelompok-kelompok ini bertanggung jawab untuk mengoordinasikan dan mengawasi berbagai aspek pengelolaan dan promosi destinasi. Berikut beberapa peran penting kelompok pengelola dalam pengembangan desa wisata:

- i. **Perencanaan Strategis:** Kelompok pengelola mengembangkan strategi dan rencana jangka panjang untuk pembangunan berkelanjutan desa wisata. Mereka melakukan penelitian, menganalisis tren pasar, dan mengidentifikasi peluang pertumbuhan. Mereka berkolaborasi dengan para pemangku kepentingan, termasuk pengusaha lokal, anggota masyarakat, dan lembaga pemerintah, untuk menentukan visi, tujuan, dan prioritas pengembangan pariwisata desa.
- ii. **Branding dan Pemasaran Destinasi:** Kelompok manajemen bertanggung jawab untuk branding dan pemasaran desa wisata sebagai destinasi yang diinginkan. Mereka mengembangkan identitas dan positioning unik untuk desa tersebut, membuat kampanye pemasaran, dan mempromosikan daya tarik, pengalaman, dan ciri khas desa tersebut. Mereka terlibat dalam periklanan, hubungan masyarakat, pemasaran digital, dan aktivitas promosi lainnya untuk menarik wisatawan dan

- iii. **meningkatkan jumlah pengunjung.**
Koordinasi Pemangku Kepentingan: Kelompok manajemen bertindak sebagai koordinator dan fasilitator, menyatukan berbagai pemangku kepentingan yang terlibat dalam industri pariwisata. Mereka berkolaborasi dengan penyedia akomodasi, operator tur, perusahaan transportasi, organisasi budaya, bisnis lokal, dan perwakilan masyarakat. Mereka membina kolaborasi, mendorong kemitraan, dan memastikan seluruh pemangku kepentingan bekerja sama menuju pembangunan desa wisata yang berkelanjutan.
- iv. **Pengembangan dan Peningkatan Produk:** Kelompok manajemen mengidentifikasi peluang untuk mendiversifikasi dan meningkatkan penawaran produk pariwisata di desa. Mereka mendorong pengembangan atraksi, pengalaman, dan layanan baru yang selaras dengan permintaan pengunjung dan tren pasar. Hal ini dapat mencakup dukungan terhadap penciptaan infrastruktur pariwisata baru, memfasilitasi investasi, dan memberikan panduan kepada bisnis lokal mengenai pengembangan produk.
- v. **Jaminan dan Standar Mutu:** Kelompok pengelola menetapkan dan menegakkan standar mutu produk dan layanan pariwisata di desa. Mereka mungkin mengembangkan program sertifikasi, skema akreditasi, atau kerangka penjaminan mutu. Dengan memastikan bahwa pelaku usaha memenuhi kriteria tertentu, mereka meningkatkan kepuasan pengunjung, membangun kepercayaan, dan menjaga reputasi desa wisata sebagai destinasi berkualitas.
- vi. **Praktik Pariwisata Berkelanjutan:** Kelompok pengelola mempromosikan dan mendorong praktik pariwisata berkelanjutan di desa wisata. Mereka meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kelestarian lingkungan, sosial, dan budaya. Panduan ini memberikan panduan kepada dunia usaha dan pemangku kepentingan dalam menerapkan praktik berkelanjutan seperti pengelolaan limbah, konservasi energi, pelestarian budaya, dan perilaku pengunjung yang bertanggung jawab.
- vii. **Keterlibatan Masyarakat dan Peningkatan Kapasitas:** Kelompok pengelola melibatkan masyarakat lokal untuk memastikan partisipasi aktif mereka dan mendapatkan manfaat dari pengembangan pariwisata. Mereka melibatkan anggota masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, berkonsultasi dengan mereka mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pariwisata, dan memfasilitasi inisiatif peningkatan kapasitas. Mereka mungkin memberikan pelatihan, lokakarya, dan dukungan kepada bisnis dan individu lokal, sehingga memungkinkan mereka untuk berpartisipasi secara efektif dalam industri pariwisata.
- viii. **Pemantauan dan Evaluasi:** Kelompok pengelola memantau kinerja dan dampak pariwisata di desa. Mereka mengumpulkan data, melakukan penilaian, dan mengukur efektivitas inisiatif dan strategi pariwisata. Dengan mengevaluasi hasilnya, mereka dapat membuat keputusan yang tepat, mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, dan memastikan pembangunan berkelanjutan dan keberlanjutan desa wisata.

Kelompok manajemen di desa wisata memainkan peran sentral dalam perencanaan strategis, branding destinasi, koordinasi pemangku kepentingan, pengembangan produk, penjaminan kualitas, promosi keberlanjutan, keterlibatan masyarakat, serta pemantauan dan evaluasi. Upaya mereka berkontribusi terhadap pembangunan secara keseluruhan, daya saing, dan keberlanjutan desa wisata sebagai destinasi yang berkembang dan diinginkan.

2. **Sektor Swasta:** Sektor swasta memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata. Perusahaan swasta, pengusaha, dan investor menyumbangkan sumber daya, keahlian, dan inovasi mereka untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan pariwisata di destinasi-destinasi tersebut. Berikut beberapa peran kunci pihak swasta dalam pengembangan desa wisata:
 - a. **Investasi dan Pembangunan Infrastruktur:** Sektor swasta berinvestasi dalam pengembangan infrastruktur pariwisata di desa wisata. Di antaranya pembangunan hotel, resor, wisma, restoran, tempat hiburan, dan sarana transportasi. Investor swasta memainkan peran penting dalam menyediakan sumber daya keuangan yang diperlukan untuk membangun dan meningkatkan infrastruktur, sehingga meningkatkan kualitas akomodasi dan layanan wisata.
 - b. **Penciptaan Lapangan Kerja dan Peluang Kerja:** Perusahaan swasta di sektor pariwisata menciptakan peluang kerja di desa wisata. Mereka menciptakan lapangan kerja di berbagai bidang seperti perhotelan, layanan makanan dan minuman, pemandu wisata, transportasi, dan ritel. Dengan mempekerjakan penduduk lokal, sektor swasta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan penghidupan masyarakat, serta mendorong pembangunan sosial-ekonomi.
 - c. **Penyediaan Layanan:** Bisnis swasta di industri perhotelan dan pariwisata menyediakan layanan penting kepada wisatawan yang berkunjung ke desa. Layanan ini meliputi akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, operasional tur, kegiatan rekreasi, dan ritel. Sektor swasta bertanggung jawab untuk memberikan layanan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan dan harapan pengunjung, sehingga meningkatkan pengalaman pariwisata secara keseluruhan.
 - d. **Inovasi dan Pengembangan Produk:** Sektor swasta mendorong inovasi dan pengembangan produk di

desa wisata. Dunia usaha terus berupaya untuk menciptakan tawaran wisata baru dan unik yang menarik pengunjung dan membedakan desa ini dari tujuan wisata lainnya. Hal ini dapat mencakup pengenalan akomodasi inovatif, pengalaman mendalam, aktivitas petualangan, pertunjukan budaya, dan atraksi lainnya yang memenuhi preferensi pengunjung yang beragam.

- e. Pemasaran dan Promosi: Perusahaan swasta berpartisipasi aktif dalam memasarkan dan mempromosikan desa wisata. Mereka terlibat dalam kampanye periklanan, inisiatif pemasaran digital, dan kemitraan dengan agen perjalanan dan platform online untuk menarik pengunjung. Pemangku kepentingan sektor swasta berkontribusi terhadap branding destinasi dan terlibat dalam aktivitas pemasaran yang menonjolkan fitur, daya tarik, dan pengalaman unik desa tersebut.
- f. Kolaborasi dan Kemitraan: Sektor swasta berkolaborasi dengan pemangku kepentingan lainnya, termasuk masyarakat lokal, entitas sektor publik, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM), untuk mengembangkan dan mempromosikan desa wisata. Mereka menjalin kemitraan dengan bisnis lokal, organisasi budaya, dan kelompok masyarakat untuk menciptakan inisiatif sinergis yang bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan. Kolaborasi menumbuhkan kreativitas, berbagi sumber daya, dan upaya kolektif untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan.
- g. Praktik Keberlanjutan: Perusahaan swasta memainkan peran penting dalam mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan di desa wisata. Mereka menerapkan langkah-langkah ramah lingkungan, menerapkan praktik pariwisata yang bertanggung jawab, dan meminimalkan dampak lingkungan. Hal ini dapat mencakup konservasi energi, pengelolaan limbah, konservasi air, dukungan terhadap komunitas lokal, dan pelestarian warisan budaya. Dengan memasukkan keberlanjutan ke dalam operasi mereka, sektor swasta berkontribusi terhadap kelangsungan jangka panjang desa tersebut sebagai tujuan wisata.
- h. Pertumbuhan Ekonomi dan Pendapatan: Keterlibatan aktif sektor swasta dalam industri pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di desa wisata. Bisnis yang berhubungan dengan pariwisata menghasilkan pendapatan melalui pengeluaran pengunjung, menciptakan efek pengganda ekonomi yang menguntungkan berbagai sektor perekonomian lokal. Pendapatan yang dihasilkan ini merangsang kewirausahaan, menarik investasi lebih lanjut, dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Sektor swasta memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata melalui investasi, penciptaan lapangan kerja, penyediaan layanan, inovasi, pemasaran, kolaborasi, praktik keberlanjutan, dan pertumbuhan ekonomi. Bisnis dan pengusaha swasta berperan penting dalam mendorong industri pariwisata maju dan membentuk keberhasilan dan keberlanjutan desa wisata.

3. Pemerintah: Pemerintah memegang peranan penting dalam pengembangan desa wisata. Hal ini memberikan kerangka kebijakan yang diperlukan, pengawasan peraturan, dan dukungan untuk memastikan pertumbuhan industri pariwisata yang berkelanjutan. Berikut beberapa peran penting pemerintah dalam pengembangan desa wisata:
 - a. Pengembangan Kebijakan dan Regulasi: Pemerintah mengembangkan kebijakan dan peraturan yang menjadi pedoman pengembangan dan pengelolaan desa wisata. Perjanjian ini menetapkan kerangka kerja untuk praktik pariwisata berkelanjutan, perencanaan penggunaan lahan, peraturan zonasi, perlindungan lingkungan, pelestarian warisan budaya, dan standar keselamatan. Kebijakan-kebijakan ini membantu memastikan bahwa pengembangan desa wisata sejalan dengan tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup jangka panjang.
 - b. Pembangunan Infrastruktur: Pemerintah bertanggung jawab untuk mengembangkan dan memelihara infrastruktur yang diperlukan di desa wisata. Hal ini mencakup jaringan transportasi, jalan raya, bandara, pelabuhan laut, utilitas umum, dan sistem pengelolaan limbah. Dengan berinvestasi di bidang infrastruktur, pemerintah meningkatkan akses ke desa wisata, meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan, dan mendukung pertumbuhan industri pariwisata.
 - c. Pemasaran dan Promosi Destinasi: Pemerintah memainkan peran penting dalam pemasaran dan promosi desa wisata di tingkat nasional dan internasional. Perusahaan ini berkolaborasi dengan dewan pariwisata, organisasi pengelola destinasi (DMO), dan pemangku kepentingan sektor swasta untuk mengembangkan kampanye pemasaran, berpartisipasi dalam pameran perdagangan, dan memanfaatkan platform digital untuk menarik pengunjung. Upaya promosi yang dilakukan pemerintah bertujuan untuk menciptakan kesadaran, membangkitkan minat, dan memposisikan desa wisata sebagai destinasi yang menarik.
 - d. Peningkatan Kapasitas dan Pelatihan: Pemerintah memberikan dukungan untuk program peningkatan kapasitas dan pelatihan di industri pariwisata. Lembaga ini mungkin menawarkan inisiatif pelatihan untuk meningkatkan keterampilan para profesional pariwisata, pengusaha lokal, dan anggota masyarakat. Dengan berinvestasi pada pengembangan sumber daya manusia, pemerintah meningkatkan kualitas layanan, menumbuhkan kewirausahaan, dan mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan di desa wisata.

- e. **Konservasi dan Pelestarian Warisan Budaya:** Pemerintah memainkan peran penting dalam konservasi dan pelestarian warisan alam dan budaya di desa wisata. Inisiatif ini menetapkan kawasan lindung, menegakkan peraturan lingkungan hidup, dan mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan untuk meminimalkan dampak pariwisata terhadap lingkungan. Pemerintah juga mendukung inisiatif untuk melestarikan dan menampilkan warisan budaya dan tradisi masyarakat setempat, meningkatkan keaslian dan keunikan desa wisata.
- f. **Keterlibatan dan Pemberdayaan Masyarakat:** Pemerintah melibatkan masyarakat lokal untuk memastikan partisipasi dan manfaat dari pengembangan pariwisata. Hal ini mendorong keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, berkonsultasi dengan anggota masyarakat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pariwisata, dan mempromosikan inisiatif pariwisata berbasis masyarakat. Dengan memberdayakan masyarakat lokal, pemerintah menumbuhkan rasa memiliki, inklusivitas, dan berbagi manfaat dari kegiatan pariwisata.
- g. **Manajemen Krisis dan Keamanan:** Pemerintah bertanggung jawab untuk menjamin keselamatan dan keamanan pengunjung di desa wisata. Ini menetapkan sistem tanggap darurat, menegakkan standar keselamatan, dan memberikan pedoman untuk manajemen risiko. Pada saat krisis, seperti bencana alam atau keadaan darurat kesehatan masyarakat, pemerintah mengoordinasikan operasi darurat, prosedur evakuasi, dan upaya pemulihan untuk melindungi pengunjung dan masyarakat setempat.
- h. **Investasi dan Insentif:** Pemerintah memfasilitasi investasi di industri pariwisata dengan memberikan insentif, keringanan pajak, dan dukungan keuangan. Pemerintah mungkin menawarkan hibah, subsidi, atau pinjaman berbunga rendah untuk mendorong investasi sektor swasta di desa wisata. Pemerintah juga mendorong kemitraan pemerintah-swasta untuk memanfaatkan sumber daya dan keahlian untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan.
- i. **Pemantauan dan Regulasi:** Pemerintah memantau dan mengatur kegiatan pariwisata di desa wisata untuk memastikan kepatuhan terhadap undang-undang, peraturan, dan standar kualitas. Badan ini melakukan inspeksi, menegakkan persyaratan perizinan, dan menangani masalah apa pun yang terkait dengan praktik ilegal atau tidak etis. Pengawasan dan pengaturan ini bertujuan untuk melindungi kepentingan pengunjung, masyarakat lokal, dan pembangunan desa wisata yang berkelanjutan.

Peran pemerintah dalam pengembangan desa wisata meliputi pengembangan kebijakan, pembangunan infrastruktur, pemasaran destinasi, peningkatan kapasitas, konservasi, pelibatan masyarakat, manajemen krisis, fasilitasi investasi, serta pemantauan dan regulasi. Melalui upayanya, pemerintah berkontribusi terhadap

Model Sinergi Pengembangan Desa Wisata menekankan pada kolaborasi dan koordinasi antar pemangku kepentingan untuk mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan. Dengan memberdayakan masyarakat lokal, memperkuat institusi, mempromosikan pariwisata, dan mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan, model ini bertujuan untuk menciptakan industri pariwisata yang berkembang dan berkelanjutan di daerah pedesaan.

D. STATUS LUARAN: Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta unggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui BIMA.

Luaran penelitian yang ditargetkan dari penelitian tahun pertama ini adalah:

1. **Luaran Wajib :** Artikel yang dipublikasikan pada jurnal internasional bereputasi telah di-submit pada Jurnal *Quality - Access to Success* dengan artikel berjudul “*The Impact of The Covid-19 Pandemic on The Economy of Rural Tourism*”. Saat ini telah dinyatakan accepted.
2. **Luaran Tambahan :**
 - Model Sinergi Pengembangan Desa Wisata di Jawa Tengah.
 - Hak Kekayaan Intelektual “Model Sinergi Pengembangan Desa Wisata di Jawa Tengah”.
 - Keikutsertaan pada seminar internasional. Conference yang diikuti adalah *International Innovation ARSVOT Malaysia 2023 (IAM2023)* yang dilaksanakan pada 24-25 Juni 2023 di Kuala Lumpur, Malaysia.
 - Buku “Direktori Desa Wisata Jawa Tengah”. Saat ini telah diterbitkan.

E. PERAN MITRA: Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (untuk Penelitian Terapan, Penelitian Pengembangan, PTUPT, PPUPT serta KRUPPT). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui BIMA.

Terdapat kurang lebih 3 mitra dalam kajian ini, dengan penjelasan kontribusi sebagai berikut:

1. Dispermades, keyperson dari Dispermades Provinsi Jawa Tengah memberikan informasi Desa di wilayah Jawa Tengah yang potensial menjadi obyek penelitian. Selain itu juga berkenan menjadi narasumber dan dalam beberapa tahapan penelitian
2. Dinas Pariwisata Jawa Tengah, memberikan informasi dan turut serta dalam proses tahapan penelitian dalam bentuk pendampingan informasi data sekunder dan dokumen perencanaan kepariwisataan di Jawa Tengah
3. Organisasi Forum Komunikasi Desa Wisata Jawa Tengah yang di wakili oleh Ketua Pengelola Bumdes Candirejo Magelang, berkontribusi dalam pengumpulan data primer, dengan memberikan fasilitasi pada anggota paguyuban yang memberikan informasi kuesioner pada kajian ini. Selain itu, juga memberikan informasi dan menyediakan ruang dan waktu untuk memperoleh informasi dan data dalam bentuk diskusi terfokus dengan pengelola Desa Wisata di Jawa Tengah.

F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

Kendala yang dihadapi dalam periode penelitian antara lain adalah:

1. Mempertemukan beberapa mitra dalam waktu yang bersamaan.
2. Penyusunan data primer dilakukan dalam beberapa kali *pilot study*, hal ini disebabkan permasalahan yang dihadapi desa wisata pada masa pandemi relatif beragam, sehingga diperlukan kuesioner yang bersifat general.
3. Pada saat kunjungan pada beberapa kabupaten / kota lokasi desa wisata, mendapati beberapa pengelola desa wisata mengalami pergantian / reorganisasi.
4. Hanya desa wisata yang masih mampu bertahan pada periode pandemi saja yang disurvei, dengan harapan dapat membandingkan antara periode sebelum dan setelah pandemi, serta mampu memberikan proyeksi keberlanjutan bisnis desa wisata di masa yang akan datang.
5. Dalam penyusunan luaran, terdapat penggantian jurnal tujuan dikarenakan ketidaktepatan pemilihan jurnal tujuan.

G. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

1. Baldwin R, Mauro BW di. Economic in the Time of COVID-19. SSRN Electronic Journal. 33 Great Sutton Street, London, ECIV 0DX: CEPR Press; 2020.
2. Informasi Terkini COVID-19 di Indonesia | KawalCOVID19 [Internet]. Kawalcovid19.id. 2020. Available from: <https://kawalcovid19.id/>
3. Mann CL. Real and financial lenses to assess the economic consequences of COVID-19. In: Baldwin R, Mauro BW di, editors. Economics in the Time of COVID-19. 33 Great Sutton Street, London, ECIV 0DX: CEPR Press; 2020. p. 81–5.
4. Global economic database 2020. ceicdata.com.
5. Statistik Wisatawan Nusantara [Internet]. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; 2019. Available from: <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-nusantara>
6. Bumdes.id [Internet]. 2020. Available from: gobumdes.id
7. Gamil DY, Alhagar A. The Impact of Pandemic Crisis on the Survival of Construction Industry : A Case of COVID-19 Dr . Yaser Gamil Abdulsalam Alhagar. Mediterr J Soc Sci. 2020;11(4):122–8.

8. Felix A, Garcia Reinoso N, Vera R. Participatory diagnosis of the tourism sector in managing the crisis caused by the pandemic (COVID-19). *Interam J Environ Tour*. 2020;16(1):66–78.
9. Spillane JJ. *Pariwisata Indonesia: sejarah dan prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius; 1987.
10. Inskeep E. *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. World Tourism Organization. New York; 1998.
11. Du Rand GE, Booysen I, Atkison D. Culinary mapping and tourism development in South Africa's Karoo region. *African J Hosp Tour Leis*. 2016;5(4):1–23.
12. Zen MH, Wulandari D. Development Strategy of The Tourism Industry in Banyuwangi Regency (Case Study: Natural Park Ijen Crater Banyuwangi). *IOSR J Bus Manag*. 2016;18(08):41–7.
13. Soeratno, Arsyad L. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN; 1993.
14. Rahmatillah, T. P., Insyan, O., Nurafifah, N., & Hirsan, F. P. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang. *Jurnal Planoearth*, 4(2), 111-116.
15. Fitrianti, H. (2014). Strategi Pengembangan Desa Wisata Talun Melalui Model Pemberdayaan Masyarakat. *Economics Development Analysis Journal*, 3(1).
16. Mahadewi, N. P., & Sudana, I. P. (2017). Model Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Kenderan, Gianyar, Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata ISSN*, 1410, 3729.
17. Sumantri, D. (2019). Strategi pengembangan desa wisata di Kelurahan Jelekong, Kabupaten Bandung. *Journal of Geography of Tropical Environments*, 2(2).
18. Astuti, N. N. S. (2017). Strategi pengembangan potensi desa mengesta sebagai desa wisata berbasis ekowisata. *SOSHUM: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 113.
19. Soeswoyo, D. M. (2021). Potensi Pariwisata Dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Sukajadi di Kabupaten Bogor. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 2(1), 13-26.
20. Kholil, A. Y., & Khoirunnisa, N. (2018). Strategi Pengembangan Desa Wisata Gubugklakah. *OPTIMA*, 2(1), 27-40.
21. Damanik, D. H., & Iskandar, D. D. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA (STUDI KASUS: DESA WISATA PONGGOK). *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 19(2), 120-127.
22. Suprobowati, D., Sugiharto, M., & Miskan, M. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Masyarakat Kearifan Lokal Hendrosari Gresik. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 6(1), 53-68.

**BUKTI PENERIMAAN HIBAH PENELITIAN DANA DRTPM
DITJEN DIKTIRISTEK
TAHUN 2024**

- ✓ **Pengumuman Penerima Hibah**
- ✓ **Laporan Penelitian**

NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	DANA PENELITIAN
1	MARGUNANI	Strategi Penerapan Circular Economy pada Pengolahan Hasil Pertanian Serai Wangi di Sentra Atsiri Kabupaten Kendal	Rp. 183.170.000 (100%)
	0018035703		Rp. 146.536.000 (Tahap I)
	PT		Rp. 36.634.000 (Tahap II)
	Durasi : Tahun ke-1 dari 1 Tahun		
2	AMIN RETNONINGSIH	Karakterisasi Organ Vegetatif dan Generatif, Fisiologi, Biokimia, dan Molekuler Aksesori Durian Brongkol Untuk Pendaftaran Varietas Lokal	Rp. 217.340.000 (100%)
	0012076009		Rp. 173.872.000 (Tahap I)
	PT		Rp. 43.468.000 (Tahap II)
	Durasi : Tahun ke-1 dari 1 Tahun		
3	NIKEN SUBEKTI	PENGENDALIAN HAMA GUDANG DENGAN METODE DRONE SISTEM SPRAYING DAN IMAGE PROCESSING RAMAH LINGKUNGAN (LANJUTAN)	Rp. 191.260.000 (100%)
	0014027304		Rp. 153.008.000 (Tahap I)
	PT		Rp. 38.252.000 (Tahap II)
	Durasi : Tahun ke-1 dari 1 Tahun		

Sosial Humaniora, Pendidikan, Seni, Dan Budaya

NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	DANA PENELITIAN
1	EKO SUGIARTO	REKONSTRUKSI DESAIN BATIK FEMININ DAN MASKULIN BERBASIS ESTETIKA-DIKOTOMIS DENGAN CITARASA KONTEMPORER UNTUK MENGUATKAN NILAI EKONOMI KREATIF BATIK SEMARANG	Rp. 134.510.000 (100%)
	0012128803		Rp. 107.608.000 (Tahap I)
	PT		Rp. 26.902.000 (Tahap II)
	Durasi : Tahun ke-1 dari 1 Tahun		
2	FAFURIDA	Maksimisasi Kinerja Sektor Pariwisata Jawa Tengah Melalui Pendekatan Spasial Berbasis Kluster	Rp. 184.960.000 (100%)
	0016028502		Rp. 147.968.000 (Tahap I)
	PT		Rp. 36.992.000 (Tahap II)
	Durasi : Tahun ke-1 dari 1 Tahun		

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/modifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian meliputi data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

Pemetaan potensi kluster wisata Provinsi Jawa Tengah dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *Geographic Information System* (GIS). Pada sistematika kerja dalam menarik wisatawan, biasanya daya tarik berupa desa wisata dan non-desa wisata ini saling mendukung. Semakin banyak daya tarik yang ada di suatu wilayah maka akan semakin banyak wisatawan yang akan datang. Data Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah menunjukkan, pada data terkini di tahun 2024, Jawa Tengah memiliki jumlah desa wisata aktif sebanyak 384 dan jumlah daya tarik non-desa wisata sebanyak 1.069 objek. Hasil pemetaan sebaran lokasi desa wisata dan daya tarik wisata yang ada di Jawa Tengah, disajikan pada Gambar 1.

Dari hasil pemetaan sebaran lokasi daya tarik wisata yang ada di Jawa Tengah (Gambar 1), terlihat secara spasial terdapat pengelompokan titik-titik lokasi daya tarik wisata pada beberapa daerah. Pengelompokan tersebut didapatkan pada beberapa area di mana pada gambar ditunjukkan dengan pengelompokan desa wisata dengan simbol berwarna hijau, yaitu di wilayah Kabupaten Semarang, Kabupaten Kudus, Kabupaten Magelang dan Purworejo, serta Kabupaten Pemasang. Pola pengelompokan tersebut memperlihatkan desa wisata berkembang di wilayah-wilayah kabupaten yang memiliki jumlah desa cukup tinggi dan memiliki jumlah penduduk yang tinggi.

Dengan menggunakan *Geographic Information System* (GIS), aksesibilitas masing-masing daya tarik wisata juga dapat teridentifikasi dengan baik. Penentuan pengembangan wisata yang ada dapat didasarkan pada kondisi terkini berdasar penelitian ini. Dari pola sebaran desa wisata yang diperoleh, maka dianalisis lebih lanjut, yaitu mengidentifikasi seberapa kuat posisi kluster di tiap wilayah. Dengan mengetahui potensi kluster, maka potensi kluster yang kuat, merupakan wilayah yang siap untuk mengembangkan pariwisata.

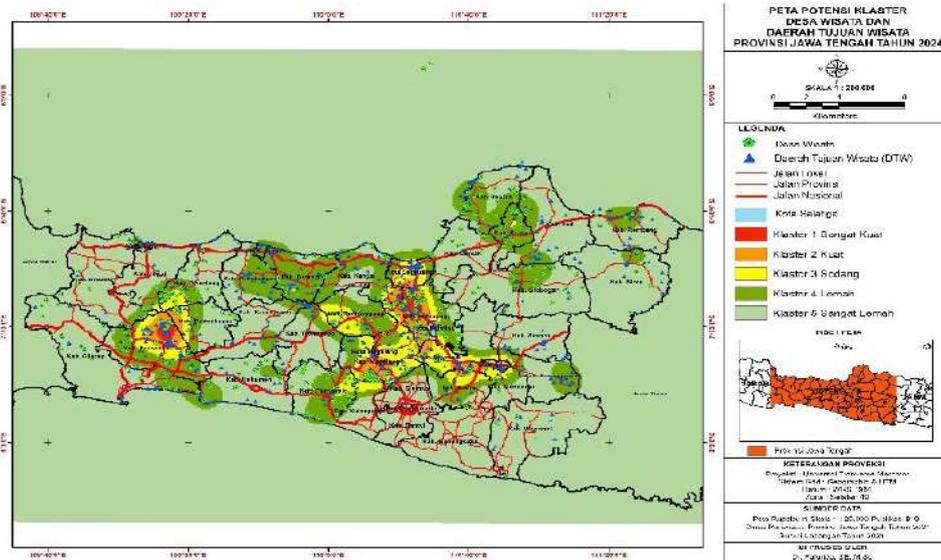


Sumber: Data Sekunder Diolah, 2024.

Gambar 1. Peta Sebaran Desa Wisata dan Daerah Tujuan Wisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2024

Kluster merupakan suatu wujud pengelompokan sebuah kegiatan sejenis dalam suatu tempat. Konteks kluster menunjukkan sebuah posisi secara spasial dalam suatu wilayah. Dalam mengidentifikasi potensi kluster, dilakukan analisis menggunakan metode *Kernel Density Estimation* (KDE), mengelompokkan kluster daya tarik wisata ke dalam lima kategori, yaitu: 1) kluster 1, adalah wilayah yang masuk ke dalam kluster wisata sangat kuat, 2) kluster 2, adalah wilayah yang masuk ke dalam kluster wisata kuat, 3) kluster 3, adalah wilayah yang masuk ke dalam kluster wisata sedang, 4) kluster 4, adalah wilayah yang masuk ke dalam kluster wisata lemah, 5) kluster 5, adalah wilayah yang masuk ke dalam kluster wisata sangat lemah. Hasil identifikasi dengan KDE yaitu berupa

output peta potensi kluster wisata di Provinsi Jawa Tengah, ditunjukkan pada Gambar 2. Pada gambar tersebut potensi kluster wisata digambarkan dengan warna yang berbeda untuk masing-masing potensi. Potensi kluster sangat kuat ditandai dengan warna merah, potensi kluster kategori kuat berwarna orange, potensi kluster sedang berwarna kuning, potensi kluster yang lemah berwarna hijau tua, dan potensi kluster sangat lemah berwarna hijau muda.



Sumber: Data Sekunder Diolah, 2024.

Gambar 2. Peta Potensi Kluster Wisata Provinsi Jawa Tengah

Hasil analisis potensi kluster pada Gambar 2 menunjukkan Jawa Tengah memiliki beberapa wilayah yang berpotensi membentuk kluster wisata. Dilihat dari pengelompokan yang didapatkan dari peta hasil *Kernel Density Estimation*, terlihat potensi tersebut membentuk pola berwarna merah, jingga dan kuning. Secara detail jumlah daya tarik wisata beserta kabupaten/ kota menurut kluster sebagai hasil analisis *Kernel Density Estimation* (KDE) pada Gambar 2, disarikan pada tabel berikut ini.

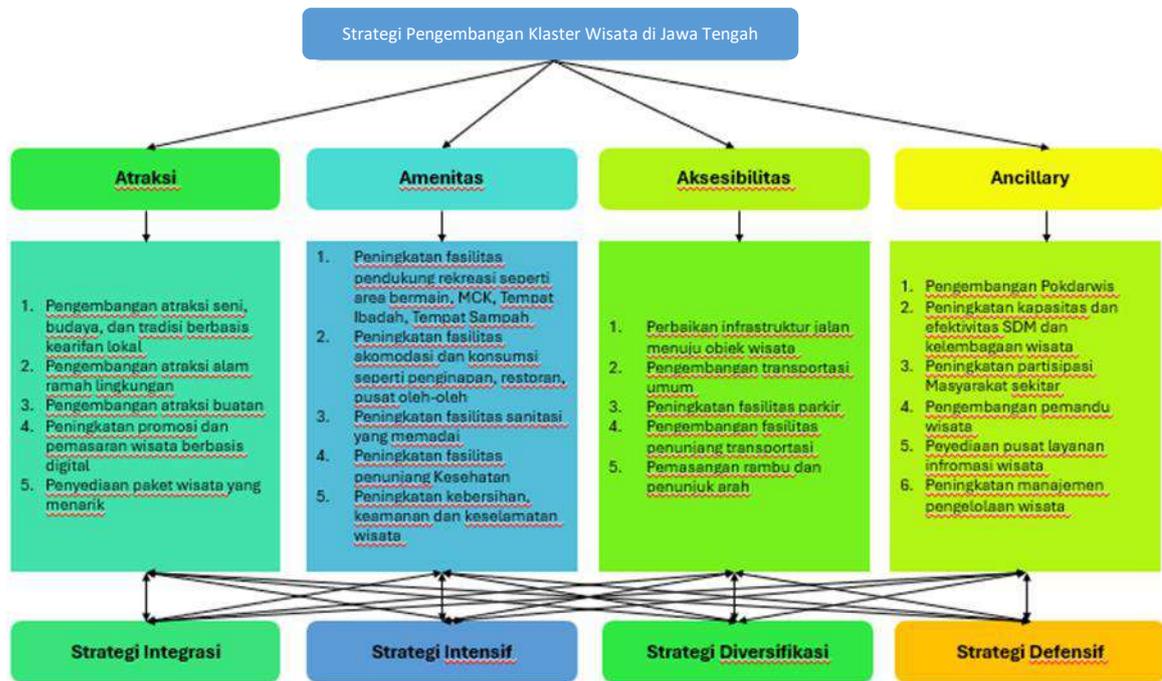
Tabel 1. Jumlah Daya Tarik Wisata Tiap Kluster di Provinsi Jawa Tengah

Kelompok Klaster	Jumlah Kabupaten/Kota	Jumlah Daya Tarik
Klaster 1	3	265
Klaster 2	10	550
Klaster 3	21	893
Klaster 4	31	1231
Klaster 5	30	1208

Sumber: Data Primer Diolah, 2024.

Pengembangan yang paling memungkinkan dilakukan dalam jangka waktu terdekat adalah pemilihan kluster yang tergolong sangat kuat, dalam peta (Gambar 2) diperlihatkan menggunakan warna merah. Terdapat dua titik kluster di Provinsi Jawa Tengah yang tergolong sangat kuat, yaitu mencakup wilayah 1 yaitu Kota Semarang, Kabupaten Semarang dan Kota Salatiga, dan wilayah 2 adalah Kabupaten Purbalingga dan Banyumas.

Upaya pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah memerlukan strategi yang meliputi berbagai aspek. Sesuai dengan teori pengembangan pariwisata, aspek yang memerlukan perhatian meliputi atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary*. Berikut ini disajikan model ANP Strategi Pengembangan Kluster Wisata di Jawa Tengah berdasarkan aspek-aspek pengembangan wisata.



Sumber: Data Primer Diolah, 2024.

Gambar 3. Model ANP Strategi Pengembangan Kluster Wisata di Jawa Tengah

Berdasarkan Gambar 3, dapat dijelaskan bahwa strategi pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah memperhatikan empat aspek yang meliputi atraksi, amenitas, aksesibilitas dan ancillary. Masing-masing aspek memiliki beberapa kriteria. Strategi pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah memiliki empat pilihan strategi antara lain strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi, dan strategi *defensive*.

Perbandingan antar kriteria dalam pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah bertujuan untuk mengetahui urutan prioritas kriteria. Hasil analisis ANP menunjukkan bahwa kriteria yang menjadi prioritas pertama dengan bobot tertinggi adalah atraksi.

Attractions	0,383
Amenities	0,201
Accessibility	0,315
Ancillary	0,101

Sumber: Data Primer Diolah, 2024.

Gambar 4. Prioritas Antar Kriteria Pengembangan Kluster Wisata

Berdasarkan Gambar 4 maka dapat dijelaskan bahwa atraksi merupakan kriteria yang menempati prioritas urutan pertama dengan nilai bobot tertinggi yaitu sebesar 0,383. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah perlu difokuskan pada pengembangan objek wisata. Hasil analisis ANP prioritas alternatif kebijakan pada masing-masing kriteria adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Prioritas Alternatif Kebijakan Masing-Masing Kriteria

No	Kriteria	Alternatif Kebijakan	Normalized By Cluster	Limiting
1	Atraksi	1. Pengembangan atraksi seni, budaya, dan tradisi berbasis kearifan lokal	0,315	0,0256
		2. Pengembangan atraksi alam ramah lingkungan	0,175	0,0152

No	Kriteria	Alternatif Kebijakan	Normalized By Cluster	Limiting
		3.Pengembangan atraksi buatan	0,112	0,0014
		4.Peningkatan promosi dan pemasaran wisata berbasis digital	0,185	0,0167
		5.Penyediaan paket wisata yang menarik	0,213	0,0198
2	Amenitas	1.Peningkatan fasilitas pendukung rekreasi seperti area bermain, MCK, Tempat Ibadah, Tempat Sampah	0,187	0,0169
		2.Peningkatan fasilitas akomodasi dan konsumsi seperti penginapan, restoran, pusat oleh-oleh	0,211	0,0195
		3.Peningkatan fasilitas sanitasi yang memadai	0,194	0,0159
		4.Peningkatan fasilitas penunjang Kesehatan	0,124	0,0121
		5.Peningkatan kebersihan, keamanan dan kenyamanan wisata	0,284	0,0192
3	Aksesibilitas	1.Perbaikan infrastruktur jalan menuju objek wisata	0,328	0,0275
		2.Pengembangan transportasi umum	0,154	0,0143
		3.Peningkatan fasilitas parkir	0,216	0,0166
		4.Pengembangan fasilitas penunjang transportasi	0,114	0,0012
		5.Pemasangan rambu dan penunjuk arah	0,188	0,0157
4	Ancillary	1.Pengembangan Pokdarwis	0,127	0,0145
		2.Peningkatan kapasitas dan efektivitas SDM dan kelembagaan wisata	0,223	0,0162
		3.Peningkatan partisipasi Masyarakat sekitar	0,167	0,0148
		4.Pengembangan pemandu wisata	0,142	0,0114
		5.Peyediaan pusat layanan informasi wisata	0,158	0,0151
		6.Peningkatan manajemen pengelolaan wisata	0,183	0,0172

Sumber: Data Primer Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 2 dapat dijelaskan bahwa masing-masing kriteria dalam strategi pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah memiliki beberapa alternatif kebijakan. Untuk menentukan urutan alternatif kebijakan pada masing-masing kriteria, maka dapat dilihat dari besarnya nilai *normalized by cluster*. Adapun pada kriteria atraksi, alternatif kebijakan yang paling diprioritaskan adalah pengembangan atraksi seni, budaya, dan tradisi berbasis kearifan lokal dengan nilai bobot sebesar 0,315. Alternatif kebijakan prioritas pertama pada kriteria amenitas adalah peningkatan kebersihan, keamanan dan kenyamanan wisata dengan nilai bobot sebesar 0,284. Kemudian alternatif kebijakan prioritas pertama pada kriteria aksesibilitas adalah perbaikan infrastruktur jalan menuju objek

wisata dengan nilai bobot sebesar 0,328. Sedangkan alternatif kebijakan prioritas pertama pada kriteria *ancillary* adalah peningkatan kapasitas dan efektivitas SDM dan kelembagaan wisata dengan nilai bobot sebesar 0,223.

Hasil perbandingan pada masing-masing alternatif kebijakan kemudian menjadi dasar untuk menentukan model prioritas strategi pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah. Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah, strategi yang paling tepat untuk dijadikan sebagai dasar pengembangan adalah strategi diversifikasi.

Integration Strategy	0,237
Intensive Strategy	0,232
Diversification Strategy	0,342
Defensive Strategy	0,189

Sumber: Data Primer Diolah, 2024.

Gambar 5. Prioritas Strategi Pengembangan Kluster Wisata

Gambar 5 menjelaskan bahwa strategi diversifikasi menempati urutan pertama sebagai prioritas strategi dalam pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah. Strategi diversifikasi merupakan strategi yang berfokus pada pengembangan produk wisata baru yang berbeda dengan yang lainnya dengan karakteristik yang unik agar lebih menarik wisatawan.

Berdasarkan hasil analisis ANP yang telah dilakukan, maka model akhir strategi pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah dapat dilihat pada gambar 6 berikut ini.



Sumber: Data Primer Diolah, 2024.

Gambar 5. Prioritas Strategi Pengembangan Kluster Wisata

Upaya pengembangan kluster wisata di Jawa Tengah memerlukan fokus utama yaitu pengembangan atraksi. Dalam aspek atraksi, terdapat beberapa alternatif kebijakan yang dapat diterapkan. Kebijakan yang pertama yaitu pengembangan atraksi seni, budaya, dan tradisi berbasis kearifan lokal merupakan kunci untuk mempromosikan keunikan kluster wisata. Kluster wisata di Jawa Tengah memiliki beragam budaya dan tradisi yang dapat diangkat menjadi daya tarik utama, seperti pertunjukan wayang, tari-tarian tradisional, dan upacara adat. Dengan mengemas kegiatan-kegiatan ini dalam bentuk atraksi wisata, pengunjung dapat merasakan pengalaman yang otentik dan mendalam tentang budaya lokal [1].

Penyediaan paket wisata yang menarik perlu dirancang dengan baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan berbagai segmen wisatawan. Paket wisata yang mengkombinasikan kegiatan budaya, petualangan alam, dan edukasi misalnya, dapat menarik wisatawan yang mencari pengalaman yang beragam. Pemberdayaan masyarakat lokal dalam penyusunan paket wisata ini juga penting, karena dapat meningkatkan partisipasi dan kesejahteraan mereka melalui ekonomi pariwisata. Selanjutnya, peningkatan promosi dan pemasaran wisata berbasis digital merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik klaster wisata di era digital [2]. Penggunaan platform media sosial, situs web, dan aplikasi mobile untuk mempromosikan klaster wisata memungkinkan informasi mengenai atraksi dan aktivitas klaster wisata tersebar lebih luas dan cepat. Strategi pemasaran digital ini juga dapat disesuaikan dengan target audiens yang berbeda, sehingga promosi yang dilakukan menjadi lebih efektif dan efisien.

Pengembangan atraksi alam ramah lingkungan juga menjadi aspek penting dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan daya tarik wisata. Pengelolaan wisata yang berkelanjutan, seperti jalur trekking, agrowisata, dan konservasi alam, dapat memberikan pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga mendidik dan meningkatkan kesadaran lingkungan [3]. Selain itu, pengembangan atraksi buatan, seperti taman hiburan kecil, area bermain anak, dan pusat edukasi interaktif, dapat melengkapi daya tarik klaster wisata dan memperluas target pasar, terutama keluarga dan wisatawan muda. Atraksi buatan ini perlu dirancang dengan memperhatikan keberlanjutan dan kelestarian lingkungan agar tidak merusak keindahan dan ekosistem desa [4] [5].

Aspek prioritas selanjutnya setelah atraksi adalah aksesibilitas. Aksesibilitas berkaitan dengan akses menuju lokasi wisata. Akses yang mudah menjadi keunggulan tersendiri untuk menarik wisatawan untuk berkunjung. Dalam aspek aksesibilitas ini terdapat urutan prioritas kebijakan. Alternatif kebijakan yang pertama adalah perbaikan infrastruktur jalan menuju objek wisata. Jalan yang baik dan layak akan mempermudah akses wisatawan menuju klaster wisata, sehingga meningkatkan jumlah kunjungan dan memperpanjang durasi tinggal mereka. Jalan yang mulus dan aman tidak hanya memberikan kenyamanan bagi wisatawan, tetapi juga mengurangi risiko kecelakaan dan kerusakan kendaraan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi klaster wisata sebagai destinasi yang aman dan ramah [6].

Selain itu, peningkatan fasilitas parkir yang memadai juga sangat penting untuk mendukung pengembangan klaster wisata. Fasilitas parkir yang luas dan aman akan memberikan rasa nyaman bagi wisatawan yang datang dengan kendaraan pribadi. Penataan parkir yang baik juga dapat mencegah kemacetan dan menjaga kelancaran lalu lintas di sekitar area wisata [7]. Di samping itu, pemasangan rambu dan penunjuk arah yang jelas dan informatif akan sangat membantu wisatawan, terutama mereka yang baru pertama kali mengunjungi klaster wisata tersebut. Rambu dan penunjuk arah yang terpasang dengan baik dapat mengurangi kebingungan dan memastikan wisatawan menemukan objek wisata dengan mudah [8].

Pengembangan transportasi umum yang efisien dan terjangkau juga menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan klaster wisata. Transportasi umum seperti bus, angkutan desa, atau shuttle bus khusus wisata dapat menjadi alternatif yang baik bagi wisatawan yang tidak membawa kendaraan pribadi. Hal ini tidak hanya memudahkan mobilitas wisatawan tetapi juga membantu mengurangi penggunaan kendaraan pribadi, yang berdampak positif pada pengurangan emisi dan kemacetan lalu lintas [9].

Pengembangan fasilitas penunjang transportasi, seperti halte bus, stasiun kereta mini, dan titik-titik perhentian yang nyaman, juga perlu diperhatikan. Fasilitas ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat transit bagi wisatawan tetapi juga dapat menjadi area informasi yang memberikan berbagai informasi mengenai objek wisata, jadwal transportasi, dan layanan wisata lainnya [10]. Adanya fasilitas penunjang transportasi yang memadai, wisatawan dapat menikmati pengalaman berwisata yang lebih nyaman dan terorganisir, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya tarik klaster wisata di Jawa Tengah.

Aspek prioritas yang ketiga adalah amenitas. Dalam aspek amenitas, beberapa alternatif kebijakan berkaitan dengan fasilitas dan sarana prasarana penunjang klaster wisata. Adapun alternatif kebijakan prioritas yang pertama adalah peningkatan kebersihan menjadi hal yang sangat mendasar dalam menciptakan suasana yang nyaman dan menarik. Lingkungan yang bersih, bebas sampah, dan terjaga dengan baik akan memberikan kesan positif kepada wisatawan dan mendorong mereka untuk berkunjung kembali. Program kebersihan dapat diimplementasikan melalui kerjasama antara pemerintah daerah klaster, masyarakat lokal, dan wisatawan, seperti dengan menyediakan tempat sampah yang memadai dan melakukan kegiatan gotong royong secara rutin. Selain

itu, peningkatan keamanan juga menjadi prioritas penting. Kehadiran petugas keamanan atau pos keamanan di area wisata dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan, sekaligus mencegah tindak kriminalitas dan kecelakaan [11].

Aspek penting lainnya adalah peningkatan fasilitas akomodasi dan konsumsi seperti penginapan, restoran, dan pusat oleh-oleh. Daerah klaster wisata perlu menyediakan berbagai pilihan akomodasi yang sesuai dengan berbagai segmen wisatawan, mulai dari homestay, guest house, hingga resort yang lebih mewah. Ketersediaan restoran yang menyajikan makanan khas lokal dan pusat oleh-oleh yang menawarkan produk-produk kerajinan tangan masyarakat setempat tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan, tetapi juga mendukung perekonomian lokal. Fasilitas-fasilitas ini perlu dikelola dengan baik untuk memastikan kebersihan, kualitas pelayanan, dan keunikan yang dapat menarik minat wisatawan [12].

Peningkatan fasilitas sanitasi yang memadai juga menjadi komponen krusial dalam pengembangan klaster wisata. Ketersediaan MCK (Mandi, Cuci, Kakus) yang bersih dan terawat sangat penting untuk menjaga kenyamanan wisatawan selama berkunjung. Selain itu, pengembangan fasilitas pendukung rekreasi seperti area bermain anak, tempat ibadah, dan tempat istirahat dapat memberikan nilai tambah yang signifikan [13] [14]. Fasilitas-fasilitas ini perlu dirancang dengan memperhatikan kenyamanan dan keselamatan, serta mudah diakses oleh semua kalangan wisatawan, termasuk penyandang disabilitas.

Peningkatan fasilitas penunjang kesehatan, seperti pusat kesehatan atau klinik kecil di area klaster wisata, juga sangat penting untuk memberikan layanan pertolongan pertama dan perawatan medis dasar jika diperlukan. Kehadiran fasilitas kesehatan yang memadai tidak hanya memberikan rasa aman bagi wisatawan, tetapi juga meningkatkan reputasi klaster wisata sebagai destinasi yang peduli terhadap keselamatan dan kesejahteraan pengunjungnya.

Aspek yang menjadi prioritas keempat dalam strategi pengembangan klaster wisata di Jawa Tengah adalah ancillary. Dalam aspek ini, alternatif kebijakan yang menjadi prioritas pertama adalah peningkatan kapasitas dan efektivitas SDM dan kelembagaan wisata. Peningkatan kapasitas SDM dapat dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan bagi para pelaku wisata, seperti pemilik homestay, pemandu wisata, dan pengelola tempat wisata, agar mereka memiliki keterampilan yang mumpuni dalam memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan [14]. Selain itu, efektivitas kelembagaan juga perlu ditingkatkan melalui penyusunan struktur organisasi yang jelas dan pembagian tugas yang efektif agar pengelolaan wisata lebih terarah dan profesional.

Peningkatan manajemen pengelolaan wisata juga menjadi kunci keberhasilan dalam pengembangan klaster wisata. Manajemen yang baik mencakup perencanaan strategis yang matang, pengelolaan keuangan yang transparan, dan pengawasan operasional yang ketat. Ini tidak hanya memastikan bahwa destinasi wisata dikelola dengan baik, tetapi juga membantu dalam menjaga keberlanjutan dan daya tarik jangka panjang dari klaster wisata [2]. Dalam hal ini, penggunaan teknologi dan sistem informasi manajemen dapat membantu dalam memonitor, mengelola, dan melaporkan segala aktivitas yang terkait dengan operasional klaster wisata.

Peningkatan partisipasi masyarakat sekitar juga merupakan elemen vital dalam strategi pengembangan klaster wisata. Masyarakat lokal harus terlibat secara aktif dalam proses pengembangan, baik sebagai pelaku utama maupun sebagai mitra. Partisipasi masyarakat dapat diwujudkan melalui program-program pemberdayaan yang mendorong mereka untuk berkontribusi dalam menciptakan dan mengelola produk-produk wisata lokal [10]. Dengan demikian, masyarakat dapat merasakan manfaat ekonomi langsung dari pariwisata, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan mereka dan memperkuat dukungan terhadap pengembangan klaster wisata.

Penyediaan pusat layanan informasi wisata menjadi fasilitas yang sangat penting untuk membantu wisatawan mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap mengenai berbagai atraksi, akomodasi, dan fasilitas yang tersedia di klaster wisata. Pusat informasi ini dapat berfungsi sebagai tempat pertama yang dikunjungi wisatawan untuk merencanakan kunjungan mereka dan mendapatkan rekomendasi yang berguna. Selain itu, pengembangan pemandu wisata juga penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan [8]. Pemandu wisata yang terlatih tidak hanya memberikan informasi yang edukatif tetapi juga dapat memperkaya pengalaman wisatawan dengan pengetahuan lokal yang mendalam.

Pengembangan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) juga merupakan salah satu strategi penting dalam pengembangan klaster wisata. Pokdarwis adalah organisasi masyarakat yang berperan aktif dalam pengelolaan

dan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Pengembangan Pokdarwis dapat memperkuat kapasitas masyarakat lokal dalam mengelola destinasi wisata secara mandiri dan berkelanjutan, serta meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pariwisata yang bertanggung jawab dan ramah lingkungan [13]. Adanya Pokdarwis yang aktif, klaster wisata dapat dikelola dengan lebih baik dan dapat memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang lebih besar bagi masyarakat setempat.

D. STATUS LUARAN: Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta mengunggah bukti dokumen ketercapaian luaran melalui BIMA.

Luaran penelitian yang telah dicapai dalam ini adalah:

1. Luaran Wajib : Model yang didaftarkan hak cipta
 - a. Peta Sebaran Daya Tarik Wisata Jawa Tengah Tahun 2024 (HKI Granted)
 - b. Peta Potensi Klaster Wisata Jawa Tengah Tahun 2024 (HKI Granted)
 - c. Model Pengembangan Sektor Pariwisata Jawa Tengah Melalui Pendekatan Spasial Berbasis Klaster (HKI Granted)
2. Luaran Tambahan :
 - Jurnal internasional bereputasi yang telah di submit pada Jurnal *Tourism Culture & Communication* (Scopus Q2) dengan jurul artikel “*Maximizing the Performance of the Tourism Sector Through a Cluster-Based Spatial Approach*”.

E. PERAN MITRA: Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* serta mengunggah bukti dokumen pendukung sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra dapat diunggah melalui BIMA.

Catatan:

Bagian ini wajib diisi untuk penelitian terapan, untuk penelitian dasar (Fundamental, Pascasarjana, PKDN, Dosen Pemula) boleh mengisi bagian ini (tidak wajib) jika melibatkan mitra dalam pelaksanaan penelitiannya

Terdapat 1 mitra dalam penelitian ini yaitu organisasi “Forum Komunikasi Desa Wisata Jawa Tengah” yang di ketuai oleh ketua pengelola Desa Wisata Candirejo Magelang. Peran mitra dalam penelitian ini adalah telah berkontribusi dalam pengumpulan data primer, dengan memberikan fasilitasi pada anggota paguyuban yang memberikan informasi kuesioner pada kajian ini. Selain itu, juga memberikan informasi dan menyediakan ruang dan waktu untuk memperoleh informasi dan data dalam bentuk diskusi terfokus dengan pengelola Desa Wisata di Jawa Tengah.

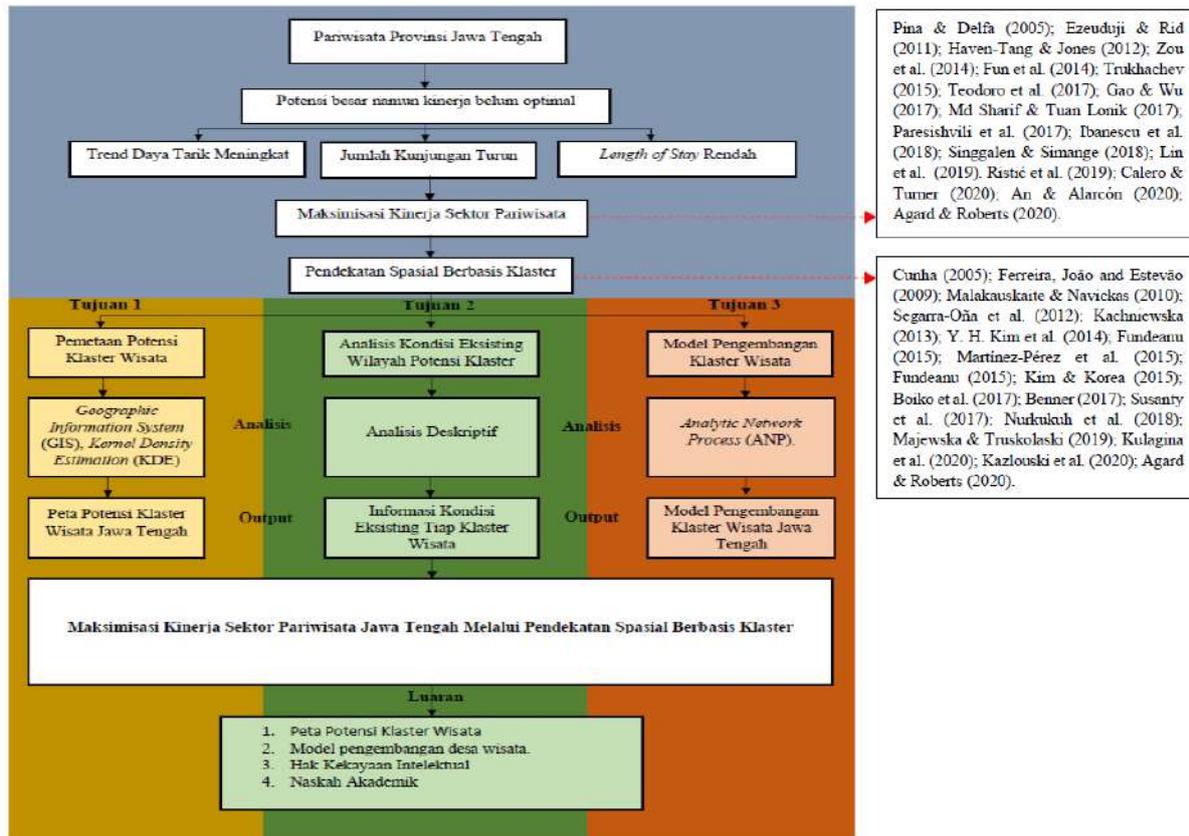
F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

Kendala yang dihadapi dalam periode penelitian antara lain adalah:

1. Penyusunan data primer dilakukan dalam beberapa kali *pilot study*, hal ini disebabkan permasalahan yang dihadapi daya tarik wisata relatif beragam, sehingga diperlukan kuesioner yang bersifat general.
2. Pada saat kunjungan pada beberapa kabupaten / kota lokasi daya tarik wisata, mendapati beberapa pengelola mengalami pergantian / reorganisasi.
3. Dalam penyusunan luaran tambahan, terdapat penggantian jurnal tujuan dikarenakan ketidaktepatan pemilihan jurnal tujuan.

G. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA: Tuliskan dan uraikan rencana penelitian selanjutnya berdasarkan indikator luaran yang telah dicapai, rencana realisasi luaran wajib yang dijanjikan dan tambahan (jika ada) di tahun berikutnya serta *roadmap* penelitian keseluruhan. Pada bagian ini diperbolehkan untuk melengkapi penjelasan dari setiap tahapan dalam metoda yang akan direncanakan termasuk jadwal berkaitan dengan strategi untuk mencapai luaran seperti yang telah dijanjikan dalam proposal. Jika diperlukan, penjelasan dapat juga dilengkapi dengan gambar, tabel, diagram, serta pustaka yang relevan. Jika laporan kemajuan merupakan laporan pelaksanaan tahun terakhir, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai.

Sebagaimana rencana penelitian yang tercantum dalam roadmap penelitian, maka penelitian ini akan menyusun model pengembangan pariwisata dengan pendekatan spasial berbasis kluster. Secara garis besar roadmap penelitian secara keseluruhan terangkum dalam gambar berikut.



Adapun tahapan analisis yang direncanakan dalam roadmap penelitian telah selesai dilakukan. Tahap selanjutnya adalah penerbitan output tambahan berupa artikel jurnal internasional bereputasi.

H. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

- Rahmatillah, T. P., Insyah, O., Nurafifah, N., & Hirsan, F. P. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang. *Jurnal Planoeearth*, 4(2), 111-116.
- Sumantri, D. (2019). Strategi pengembangan desa wisata di Kelurahan Jelesong, Kabupaten Bandung. *Jurnal Geografi Lingkungan Tropik*, 2(2), 28-41.
- Damanik, D. H., & Iskandar, D. D. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Pongok). *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 19(2), 120-127.
- Dewi, P. J. S., Fahmi, M. I., Herachwati, N., & Agustina, T. S. (2022). Perumusan strategi pengembangan desa wisata Tritik kabupaten Nganjuk berbasis analisis SWOT. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagemnt*, 3(1), 193-203.
- Permadi, N. A., Yulianti, R., & Berthanilla, R. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata. *Sawala: Jurnal Administrasi Negara*, 10(2), 281-291.

6. Suprobowati, D., Sugiharto, M., & Miskan, M. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Masyarakat Kearifan Lokal Hendrosari Gresik. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 6(1), 53-68.
7. Pratama, F. G., & Kurnia, G. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Studi Kasus: Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 5(1), 1014-1028.
8. Ekatama, M. R., Warisi, D., Lintang, T., & Ria, S. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata Dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Di Desa Pahawang. *INSAN MANDIRI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15-20.
9. Soeswoyo, D. M. (2021). Potensi Pariwisata Dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Sukajadi di Kabupaten Bogor. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 2(1), 13-26.
10. Hailuddin, H., Suryatni, M., Yuliadi, I., Canon, S., Syaparuddin, S., & Endri, E. (2022). Beach area development strategy as the prime tourism area in Indonesia. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 13(2), 414-426.
11. Ramadhani, R., Suswanta, S., & Shaddiq, S. (2021). E-Marketing of village tourism development strategy (Case study in the tourist village puncak sosok). *Journal of Robotics and Control (JRC)*, 2(2), 72-77.
12. Arintoko, A., Ahmad, A. A., Gunawan, D. S., & Supadi, S. (2020). Community-based tourism village development strategies: A case of Borobudur tourism village area, Indonesia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 29(2), 398-413.
13. Lubis, H., Rohmatillah, N., & Rahmatina, D. (2020). Strategy of tourism village development based on local wisdom. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 320-329.
14. Soeswoyo, D. M., Jeneetica, M., Dewi, L., Dewantara, M. H., & Asparini, P. S. (2021). Tourism potential and strategy to develop competitive rural tourism in Indonesia. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5(2), 131-141.