

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Bidang pariwisata pada saat ini telah menjadi salah satu bidang yang mendapat perhatian dari dunia internasional. Sektor pariwisata merupakan sarana efektif untuk lebih mengenal, mempelajari, dan mengetahui suatu negara, masyarakat dan budayanya dimana peminat wisata baik lokal maupun asing yang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata memiliki motivasi untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam termasuk di dalamnya cagar alam, tempat bersejarah, candi, bangunan kuno lainnya dan lain-lain.

Pengembangan sektor pariwisata merupakan suatu pertimbangan yang logis dan realistis, mengingat Indonesia memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. Sehingga tidak dapat dikesampingkan lagi bahwa sektor pariwisata dapat dikembangkan untuk menunjang pendapatan devisa negara dimasa yang akan datang. Pariwisata diharapkan tidak hanya penting sebagai devisa negara saja tetapi juga sebagai faktor dalam menentukan lokasi industri dan dalam perkembangan daerah-daerah yang miskin sumber alam. Salah satu pengaruh perkembangan pariwisata sebagai suatu industri dunia ketiga menimbulkan kemakmuran melalui perkembangan komunikasi, jasa angkutan, akomodasi dan lain-lain.

Seperti kita ketahui bahwa Propinsi Jawa Tengah, sebagai salah satu wilayah tujuan wisata, Tepat berada di tengah Pulau Jawa memiliki obyek wisata yang banyak sekali dan dapat dikategorikan dalam 3 kategori obyek wisata, Obyek Wisata Alam dan Taman Rekreasi, Obyek Wisata Candi dan

Wisata Danau, Museum dan Monumen dan kesemuanya itu meny

yang sangat kompleks dan bersifat unik, karena pariwisata bersifat multidimensional baik fisik, sosial, budaya dan politik. Hal ini dapat dilihat dari segmen pasarnya, bahwa pariwisata sangat dinamis dan semakin terdiferensiasi dan soal operasionalnya yang berjenjang. Oleh karena itu dibutuhkan perencanaan yang baik untuk penanganannya. Ada dua alasan mengapa penulis mengambil penelitian ini.

Satu, Indonesia telah mengalami permasalahan yang cukup besar, yaitu dengan adanya krisis moneter dan kondisi politik serta keamanan yang senantiasa menjadi pengaruh besar bagi kelangsungan hidup sektor pariwisata. Sehingga dibutuhkan suatu strategi pemasaran dan promosi terpadu untuk membangkitkan kembali sektor pariwisata Indonesia.

Kedua, karena penulis ingin mengetahui sejauh mana strategi Propinsi Jawa Tengah dalam meningkatkan sektor pariwisata yang bertaraf internasional. Dengan kata lain Pemerintah Propinsi Jawa Tengah dapat mengupayakan agar promosi pariwisata mengacu pada produk unggulan dan digarap bersama-sama kemudian ditarik ke obyek unggulan lainnya yang mendukung, dimana hal ini disebut dengan "*region state*". Artinya, kalau daerah punya anggapan untuk pengembangan pariwisata, harus bisa disatukan jangan jalan sendiri-sendiri dengan harga terorientasi pada obyek dan akan menghasilkan suatu peningkatan secara riil yang merupakan titik totak yang sangat strategis bagi daerah untuk dapat menggali, mengembangkan dan mengelola aset-aset maupun potensi sumber daya yang dimiliki serta memberdayakan bagi pembangunan perekonomian

B. Tujuan Penulisan

Kita ketahui bahwa Jawa Tengah kaya akan obyek wisata yang dapat dikunjungi. Tetapi karena adanya hambatan yang terjadi di dalam kondisi negara kita, membuat industri pariwisata mendapatkan dampak buruknya, oleh karena itu tujuan penulis meneliti masalah ini adalah :

1. Melihat sejauh mana strategi pemerintah Propinsi Jawa Tengah dalam pengembangan industri pariwisata .
2. Dapat diketahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat di dalam pengembangan pariwisata internasional di Jawa Tengah.
3. Diharapkan dengan adanya pariwisata ini dapat meningkatkan hubungan dengan negara-negara lain, tidak hanya di bidang pariwisata tetapi juga di bidang-bidang lainnya.

C. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan pariwisata di dunia menyebabkan Indonesia sadar akan pentingnya pariwisata bagi perekonomian dan peningkatan taraf hidup bangsa, seperti kita ketahui bersama, bahwa pendapatan negara Indonesia berasal dari dua sektor yaitu migas dan non-migas, karena keterbatasan sumber migas maka sangatlah tidak mungkin jika pemerintah Indonesia masih mengandalkan sektor migas saja. Maka untuk membantu mendapatkan devisa yang *macet* akibat adanya krisis sosial, politik dan ekonomi, maka pemerintah melakukan usaha-usaha pengembangan sektor non migas. Salah satunya adalah sektor pariwisata

Berbeda dengan migas yang dapat habis, kegiatan pariwisata akan semakin berkembang seiring dengan semakin berkembangnya teknologi dan kebudayaan di negara tersebut, sehingga akan semakin banyak dilakukan kegiatan pariwisata dan semakin banyak keinginan orang untuk melakukan perjalanan karena satu faktor dari dalam diri manusia yang selalu ingin mengetahui kebudayaan orang lain dan keadaan diluar lingkungannya.

Bagi Indonesia yang memang memiliki kekayaan alam dan kekayaan budaya yang tidak dimiliki oleh negara lain, cukup tepat jika menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber devisa utama. Selama hampir tiga dasawarsa terakhir, kepariwisataan Indonesia mengalami perkembangan yang relatif cepat. Jumlah kunjungan wisatawan manca negara dan perolehan devisa dari kunjungan wisman tersebut menunjukkan pertumbuhan yang menggembirakan.

Pengembangan sektor pariwisata ini merupakan suatu tindakan yang realistis dan logis, mengingat dampak positif yang ditimbulkannya, antara lain semakin meluasnya kesempatan usaha seperti hotel, restoran, biro perjalanan dan lain-lain sekalipun tetap mengalami dampak negatifnya.

Beberapa kebijaksanaan pemerintah pusat dalam sektor pariwisata diantaranya sebagai berikut, pembinaan dan pengembangan kepariwisataan seperti mengencarkan promosi pariwisata, Menyiapkan dan meningkatkan mutu pelayanan dan mutu produk wisata, Mengembangkan kawasan-kawasan pariwisata dan produk-produk baru terutama di wilayah Timur Indonesia, Meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang kepariwisataan dan melaksanakan Kampanye Nasional yang berkesinambungan.¹

Pengembangan pariwisata Indonesia ini dapat dilihat dari pentahapan kegiatan pariwisata yang dilakukan pemerintah Indonesia yaitu : Pada tahun 1989, Kampanye Nasional Sadar Wisata (KNSW) yang tema sentralnya Sapta Pesona, Tahun 1990, Pameran Akbar Wisata Indonesia (*Indo Tourism 1990*). Tahun 1991, *Visit Indonesia Year 1991*. Tahun 1992, *Visit Asean Year 1992, Asean Festival Performing Art (Prambanan Festival)*. Tahun 1998 sebagai tahun Seni dan Budaya dan pada tahun 1999 ditindaklanjuti dengan program *Indonesia Welcome You*.²

Dalam evaluasi akhir tahun 1996, Menparpostel saat itu Joop Ave mengemukakan bahwa sektor pariwisata mengalami kenaikan dalam perangkat penyumbang devisa negara dari peringkat 10 pada tahun 1980-an, maka dengan jumlah kedatangan wisatawan manca negara yang mampu menembus jumlah 5 juta orang setelah tekstil ini membuktikan bahwa pariwisata dapat menjadi sektor andalan selain minyak dan gas.³

Sebenarnya persoalan pariwisata merupakan sesuatu yang sudah mendunia. Masing-masing negara berusaha mempromosikan potensi yang adanya kaitannya dengan masalah kepariwisataan karena membawa devisa bagi masing-masing negara. Dalam konteks regional di Indonesia pun setiap daerah berupaya mempromosikan potensi yang substansinya untuk meningkatkan pendapatan di masing-masing daerah.

Jawa Tengah sebagai salah satu daerah yang kaya akan keindahan alam dan budaya terus menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang ada untuk dimanfaatkan dalam memajukan kegiatan pariwisata berbasis sarana dan

prasarana dibenahi, berbagai fasilitas pun semakin dilengkapi, maka dari itu diperlukan strategi guna mempromosikan kepariwisataan. yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Tengah. Dinas Kepariwisataaan Propinsi Jawa Tengah mempunyai fungsi untuk merumusan kebijaksanaan teknis di Bidang kepariwisataan dan pelayanan penunjang penyelenggaraan pemerintahan Kabupaten di Bidang Kepariwisataan.

Pemberitaan media asing atas peristiwa-peristiwa yang terjadi di Indonesia mengakibatkan citra Indonesia menjadi buruk terutama bagi industri pariwisata nasional. Dalam pariwisata, faktor aset wisata dan fasilitas wisata hanya sebagian kecil yang mendorong wisatawan untuk datang. Sektor pariwisata dipengaruhi banyak hal lain. Faktor keamanan, keselamatan dan kenyamanan merupakan hal yang utama. Daerah tujuan wisata yang mengalami gejala-gejala sosial dan politik tidak akan menarik wisatawan meski harga fasilitas wisata yang ditawarkan relatif murah.

D. Rumusan Masalah

Melihat situasi dan kondisi di Indonesia pada umumnya dan Jawa Tengah pada khususnya, industri pariwisata kita mengalami banyak hambatan di dalam perkembangannya. Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang penulis rumuskan adalah :

Bagaimana strategi Pemerintah Propinsi Jawa Tengah dalam pengembangan pariwisata internasional pada Perakbudur ?

E. Kerangka Teori

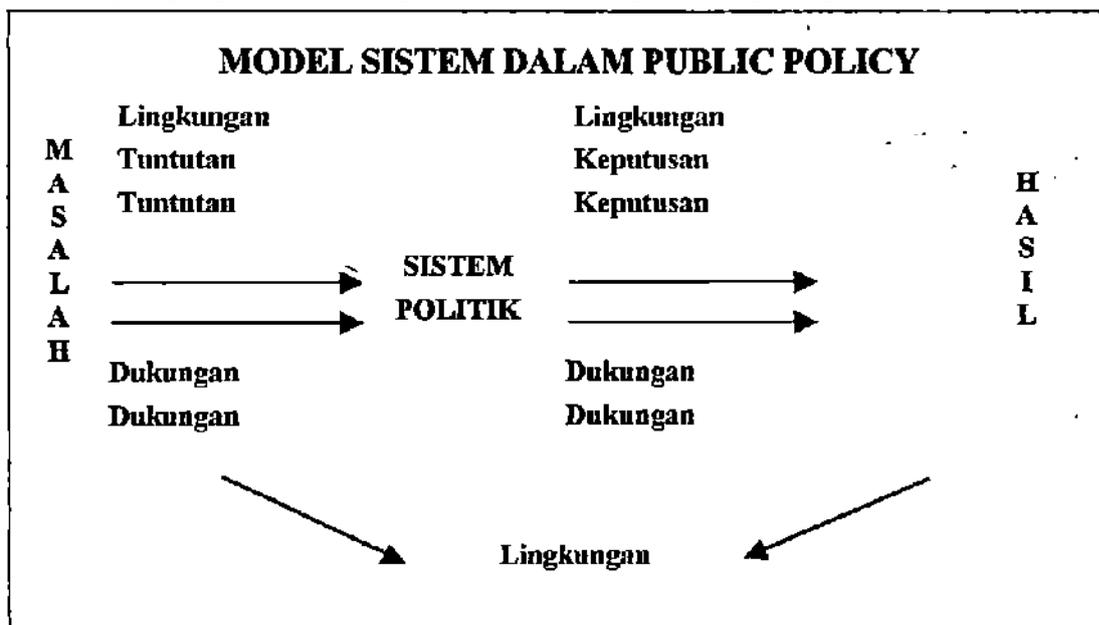
Untuk menjelaskan tentang permasalahan program pariwisata internasional ini sebagai salah satu bentuk promosi di Jawa Tengah dalam rangka peningkatan jumlah wisatawan mancanegara, maka penulis menggunakan *Teori Public Policy*, *Teori Strategi*.

1. Teori Public Policy

David Easton dapat dirumuskan sebagai berikut :

“The authoritative allocation of value for the whole society but it turn out that only the government can authoritatively act on the ‘whole’ society and everything the government choose to do or not to do result in the allocation of value”

(Alokasi nilai yang otoritatif untuk seluruh masyarakat, akan tetapi hanya pemerintah yang dapat berbuat secara otoritatif untuk seluruh masyarakat dan semuanya yang dipilih oleh pemerintah untuk dikerjakan oleh pemerintah dengan cara mengalokasikan beberapa persen dari GNP-nya dan sejumlah hasil yang diproduksi pemerintah setiap tahunnya kepada masyarakat).⁴



Sumber : Miftah Thoha, *Dimensi-Dimensi Prima Ilmu Administrasi Negara*, (Citra Niaga Rajawali Pers, 1993), hlm 117.

Selain itu Public policy dapat pula menangani aneka ragam cakupan substantif seperti pertahanan, keamanan, energi, lingkungan, masalah luar negeri, pembangunan dan lain-lain. Public policy juga dapat mengatur dari masalah-masalah yang vital sampai dengan masalah-masalah yang kurang penting (trivial) dan dari alokasi anggaran yang jutaan rupiah sampai dengan sistem persenjataan mutakhir.⁵

Program-program yang berhubungan dengan masalah-masalah wilayah kerja yang bertanggung jawab pelaksanaannya adalah birokrasi, pejabat-pejabat politik (*Political Rules*) mencoba memilih dari berbagai persoalan yang timbul dalam masyarakat. Pemilihan itu dijadikan keputusan *policy*-nya. Jika suatu keputusan *policy* telah ditetapkan maka kemudian bergerak dari arena politik ke arena infrastruktur birokrasi. Demikian pula suatu sikap dan perilaku yang tertutup, keterbukaan persoalan yang dapat dijumpai setiap saat dalam lembaran-lembaran media massa, surat kabar, radio, dan televisi dari kampanye dan Konferensi rapat-rapat komisi DPR, beralih ke situasi dan forum tertutup, misalnya rapat-rapat panitia proyek, rapat kerja departemen, seminar dan lokakarya yang terbatas dan banyak lagi yang intinya mencoba mengganti persoalan-persoalan pertanggung jawaban dan partisipasi dalam melaksanakan *policy* tersebut.

Sedangkan public policy ditetapkan karena persoalan-persoalan masyarakat senantiasa tumbuh dan cenderung jarang terselesaikan dengan tuntas, karena persoalan satu berkaitan dengan yang lainnya menunggu penyelesaiannya. Suatu persoalan kadang kala memerlukan penyelesaian dari sisi tinjauan. Dengan demikian semakin diketahui betapa sulitnya persoalan yang tumbuh dan hidup

2. Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertabankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba.⁷ Kegiatan pemasaran perusahaan (dalam hal ini pengelola obyek wisata) harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Definisi pemasaran menurut William J. Stanton adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.⁸

Kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem. Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi di dalam suatu lingkungan yang terus menerus berkembang sebagai konsekuensi sosial dari pengelola, tetapi juga dibatasi oleh sumber-sumber dari pengelola tersebut dan peraturan-peraturan yang ada. Bagi pemasaran, perubahan lingkungan dapat merupakan tantangan-tantangan baru yang memerlukan tanggapan dan cara penyelesaian yang baru pula, atau sebaliknya dapat berupa suatu peluang atau kesempatan mengembangkan usahanya.

Pengelola obyek pariwisata yang sudah mulai mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlibat didalamnya. Cara dan

⁷ Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hari Handoko, *Manajemen Pemasaran konsumen*, BPFE, Yogyakarta, 1982, hal. 3.

falsafah baru ini disebut konsep pemasaran yang mana konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata. Untuk itu seluruh pengelola obyek wisata dan setiap bagiannya turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan dari pengelola wisata dapat direalisasikan.

3. Teori Strategi

Menurut Christiance strategi adalah:

Pola-pola berbagai tujuan serta kebijaksanaan dasar dan rencana-rencana untuk mencapai tujuan tersebut dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan oleh organisasi.⁹

Menurut Glaeck, strategi adalah:

“Suatu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kekuatan strategis organisasi dengan lingkungan yang dihadapinya, kesemuanya menjamin agar tujuan organisasi tercapai”¹⁰

Strategi Pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar baik jangka pendek maupun jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, periklanan, rencana produk, promosi dan perencanaan penjualan serta distribusi.¹¹

Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan strategi disini adalah strategi Propinsi Jawa Tengah dalam meningkatkan sektor pariwisata internasional Candi Borobudur yaitu rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengkaitkan keunggulan strategi dengan tantangan dan yang dirancang memastikan bahwa tujuan dapat dicapai.

⁹ Cristience C. Ronald dalam RA Souriono, *Strategi Perumusan*, Yogyakarta, 1986,

¹⁰ *Ibid*, hal 10

¹¹ ...

F. Hipotesa

Dalam pengembangan pariwisata berskala internasional Candi Borobudur, Pemerintah Propinsi Jawa Tengah menjalankan strategi internal dan strategi eksternal. berupaya untuk memenuhi syarat-syarat menjadi daerah wisata internasional, melakukan langkah-langkah :

1. Membuat kebijakan publik yang berkaitan dengan pariwisata
2. Melengkapi sarana dan prasarana yang berkaitan dengan pariwisata
3. Melakukan promosi melalui *event* bertaraf internasional

G. Jangkauan Penelitian

Untuk mempermudah penelitian dan menghindari kesulitan pencarian data, maka penulis membatasi penelitian dari tahun 1999 hingga 2003 dengan alasan pelaksanaan otonomi daerah, guna melengkapi status program pengembangan pariwisata melalui kerjasama ini sebagai salah satu promosi pariwisata di Jawa Tengah.

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis pergunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi Analisis. Penelitian deskripsi analisis apabila kita telaah secara mendalam mengandung pengertian yaitu penelitian yang menggambarkan suatu persoalan atau permasalahan yang terjadi di masyarakat untuk dicari solusinya secara sistematis dan akurat sesuai dengan fenomena yang diselidiki.

2. Interview (*wawancara*)

Merupakan proses tanya jawab secara lisan antara dua |

dilakukan yaitu dalam bentuk questioner (pertanyaan) baik yang telah digariskan maupun yang nantinya muncul secara spontan. Teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara bebas bertanggung jawab, karena dalam wawancara unsur kebebasan wajib dipertahankan namun tetap menjaga etika-etika yang berlaku dalam wawancara. Sehingga kewajaran dapat dicapai secara maksimal dan akan memudahkan diperolehnya data secara mendalam. Dalam penggunaan teknik penelitian interview atau wawancara, menggunakan dua pendekatan tentang obyek nara sumber, yang primer dan sekunder.

a. Nara sumber primer

Adalah merupakan pihak-pihak yang bertindak sebagai fokus utama dalam melakukan interview atau wawancara dan dapat memberikan informasi yang diperlukan tentang obyek yang diteliti, pihak-pihak tersebut antara lain yaitu Dinas Pariwisata Jawa Tengah, Koordinator Seksi Promosi Wisata Propinsi Jawa Tengah

b. Narasumber Sekunder

Adalah merupakan pihak-pihak yang bertindak sebagai fokus pelengkap dalam wawancara dan dapat memberikan informasi yang lengkap tentang obyek yang akan diteliti. Dalam hal ini selain masyarakat juga berupa leaflet, koran, serta buletin yang berkaitan dengan obyek penelitian.

3. Penelitian Kepustakaan

Adalah merupakan upaya pengumpulan data dan teori melalui buku-buku, majalah dan sumber informasi penunjang seperti dokumen, kliping, koran, agenda, dan hasil penelitian yang terdapat di Pemerintah Propinsi Jawa Tengah dalam hal ini Dinas Pariwisata Jawa Tengah yang ada relevansinya dengan

4. Dokumentasi

Teknik pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen arsip, foto-foto, dan lain-lain. Adapun sumber-sumber khususnya berhubungan mengenai hal-hal yang berkaitan permasalahan yang diteliti.

I. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan, membahas mengenai Alasan Pemilihan Judul, Tujuan Penulisan, Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Kerangka Teori, Hipotesa, Jangkauan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data Dan Sistematika Penulisan.

BAB II Gambaran umum mengenai Propinsi Jawa Tengah dan potensi pariwisata internasional di Jawa Tengah.

BAB III Menjelaskan arti dari pariwisata secara umum dan mendefinisikan pariwisata internasional dan bentuk kerjasama di bidang pariwisata.

BAB IV Menjelaskan upaya dan bentuk kerjasama Pemerintah Propinsi Jawa Tengah dalam mengembangkan pariwisata internasional candi Borobudur dengan menjalankan strategi internal dan strategi eksternal. berupaya untuk memenuhi syarat-syarat menjadi daerah wisata internasional, yaitu dengan membuat kebijakan publik yang berkaitan dengan pariwisata, melengkapi sarana dan prasarana yang berkaitan