

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha dalam memperbesar pendapatan asli daerah, oleh sebab itu program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi.

Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik.¹ Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa Penyelenggaraan Kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan

¹ Spillane, J James. 1987. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius. Yogyakarta. Hal 14

produksi barang dan jasa. Selama berwisata, wisatawan akan melakukan belanjanya, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan (Tourism Final Demand) pasar barang dan jasa. Selanjutnya Final Demand wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku (Investment Derived Demand) untuk memproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan restoran dan lain-lain.²

Sejalan dengan hal tersebut dampak pariwisata terhadap kondisi social ekonomi masyarakat lokal dikelompokan oleh menjadi delapan kelompok besar, yaitu :

- 1) Dampak terhadap penerimaan devisa,
- 2) Dampak terhadap pendapatan masyarakat,
- 3) Dampak terhadap kesempatan kerja,
- 4) Dampak terhadap harga-harga,
- 5) Dampak terhadap distribusi masyarakat atau keuntungan,
- 6) Dampak terhadap kepemilikan dan control,
- 7) Dampak terhadap pembangunan pada umumnya
- 8) Dampak terhadap pendapatan pemerintah.

Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan

² Spillane, J James. 1994. Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan. Kanisius. Yogyakarta. hal 20

pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW) sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Negara Indonesia yang memiliki pemandangan alam yang indah sehingga sangat mendukung bagi berkembangnya sektor industri pariwisata di Indonesia. Sebagai negara kepulauan, potensi Indonesia untuk mengembangkan industri pariwisata sangatlah besar.

Apalagi setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah setiap daerah diberi kewenangan untuk mengurus urusan rumah tangganya sendiri. Sehingga setiap daerah harus mampu untuk memanfaatkan segala potensi daerahnya, yang nantinya untuk kesejahteraan masyarakat daerah tersebut. Pengelolaan potensi daerah sendiri dapat dilakukan di Indonesia yang sangat terkenal dengan keindahan alamnya dan kaya akan budayanya, faktor tersebut sangat berpotensi dibidang pariwisata untuk dapat dikembangkan. Selain itu sektor pariwisata merupakan komoditi andalan disamping migas sebagai komoditi pendukung pembangunan nasional.

Salah satu daerah di Indoneia yang memiliki potensi pariwisata yang banyak adalah Yogyakarta. Yogyakarta dikenal sebagai kota budaya, predikat ini menjadikan Yogyakarta menjadi kota tujuan wisata. Sebagai kota tujuan wisata Yogyakarta telah sejajar dengan Bali meski menurut *Jogja-Tourism* Yogyakarta lebih merupakan destinasi wisata domestik. Namun demikian, pada tahun 2008, Yogyakarta terpilih sebagai kota “Destinasi Wisata Terbaik

Luar Negeri 2008” atau tempat tujuan wisata luar negeri terbaik, mengungguli Bali.³

Salah satu Kabupaten yang memiliki banyak Objek Wisata di Propinsi DI Yogyakarta adalah Kabupaten Sleman. Kabupaten Sleman merupakan salah satu Kabupaten terluas dari daerah Propinsi Yogyakarta yang mana 18% dari luas Provinsi Yogyakarta. Bagi Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada umumnya dan pada khususnya Kabupaten Sleman, pariwisata telah menjadi sektor strategis dalam memperkuat perekonomian maupun sebagai elemen pemerataan pembangunan dari aspek kewilayahan. Kontribusi dari aspek ekonomi menunjukkan bahwa pariwisata Kabupaten Sleman merupakan sektor penghasil pendapatan asli daerah (PAD) yang cukup besar. Peran dan kontribusi signifikan tersebut telah semakin mengukuhkan pariwisata sebagai sektor strategis yang memiliki yang memiliki potensi dan peluang sangat besar untuk dikembangkan dan berperan menjadi lokomotif bagi upaya pengembangan wilayah dan pemberdayaan masyarakat serta membangun perekonomian daerah Kabupaten Sleman dan Yogyakarta.⁴

Letak Kabupaten Sleman yang strategis dan berbatasan dengan DIY dan Jawa Tengah menjadikan peluang untuk mengembangkan potensi wisata yang ada di Kabupaten Sleman. Dengan berkembangnya potensi wisata di Kabupaten Sleman, hal ini dapat menarik wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan asing untuk berkunjung ke objek-objek wisata di wilayah Kabupaten Sleman. hal ini secara tidak langsung dapat memberdayakan

³ <http://nasional.kompas.com/read/2008/12/19/07271928/Yogyakarta.Tujuan.Wisata.Terbaik.2008>

⁴ http://dppm.uui.ac.id/dokumen/prosiding/4c_Artikel_agus_harjito.pdf

masyarakat di sekitar daerah wisata, sehingga meningkatkan pendapatan asli daerah.

Strategi pemasaran pariwisata yang tepat diperlukan untuk memperkenalkan dan mempromosikan daya tarik pariwisata kepada wisatawan. Target dari komunikasi pemasaran pariwisata ini adalah untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Tiap tahun Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman mempunyai target peningkatan jumlah wisatawan sebesar 15%. Target pencapaian ini dikatakan baik karena objek wisata yang ditawarkan sangat beragam dan kompetisi antar pengelola objek wisata sangat tinggi.⁵

Dasar berpikir Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dalam melakukan strategi pemasaran pariwisata adalah di wilayah Kabupaten Sleman banyak potensi wisata yang memang layak untuk dikembangkan. Selain itu menurut Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) 2006-2025, sektor pariwisata merupakan pembangunan daerah di bidang sarana dan prasarana ekonomi. Pembangunan daerah merupakan rangkaian upaya pembangunan yang berkesinambungan melalui pengembangan potensi yang dimiliki daerah. Program Rencana Pembangunan Jangka Panjang dalam menjaga keberlanjutan kegiatan perekonomian masyarakat adalah dengan meningkatkan sektor pariwisata dengan mengembangkan potensi dan peran

⁵ Dikutip dari Wawancara, Dra. Nurhadiyati Patminingsih-Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman, 21 September 2012.

serta masyarakat. Hal ini dilakukan melalui pengembangan objek dan daya tarik wisata dan pengembangan pemasaran pariwisata.⁶

Strategi pemasaran pariwisata dalam meningkatkan jumlah wisatawan, yakni wisatawan bisa belajar memancing, gamelan, tracking lereng merapi, berkemah, dan lain-lain. Adapun strategi pemasaran pariwisata yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah menggunakan salah satu bauran komunikasi pemasaran, yakni periklanan dan publisitas. Periklanan dilakukan melalui running text (teks berjalan) di televisi dan opening clip di bioskop. Sedangkan publisitas dilakukan dinas melalui media elektronik, yakni dialog interaktif di radio dan televisi, pembuatan rilis, jumpa pers, serta eventevent kepariwisataan, seperti Tour De Merapi, Travel Dialog, Java Summer Camp, Jelajah Wisata, dan Familization Trip/Famtrip. Selain periklanan dan publisitas, dinas juga menggunakan media promosi seperti media cetak (koran, leaflet, brosur, dan booklet) serta media online (website resmi dinas: *www.tourismsleman.com* dan email dan facebook: *prtourismsleman@yahoo.co.id*) dalam mempromosikan daya tarik Objek Wisata kepada wisatawan.⁷ Adapun jumlah wisatawan yang mengunjungi Objek Wisata dari tahun ke tahun dapat dilihat melalui tabel berikut :

⁶ <http://bappeda.slemankab.go.id/wp-content/uploads/2012/03/RPJP.pdf>

⁷ Dikutip dari Wawancara, Wasita, S.S, M.AP-Kepala Seksi Dokumentasi dan Informasi Pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman, 6 Oktober 2012.

Tabel 1.1**Tabel Prosentase Kunjungan Dibanding Daya Tarik Wisata Lain**

Tahun	Daya Tarik Wisata	Wisatawan Lokal	Wisatawan Asing	Jumlah	Persentase
2005	Wisata Alam	992.282	3.295	995.577	35%
	Candi	921.321	76.549	997.870	35%
	Museum	368.966	1.156	370.122	13%
	Atraksi Kesenian	34.928	7.904	42.832	2%
	Desa Wisata	42.271	384	426.271	15%
2006	Wisata Alam	594.39	2.108	596.498	42%
	Candi	482.603	44.849	527.452	37%
	Museum	228.17	1.011	229.181	16%
	Atraksi Kesenian	20.719	4.79	25.509	2%
	Desa Wisata	34.914	1.895	36.809	3%
2007	Wisata Alam	746.972	8.35	755.322	32%
	Candi	589.644	76.133	665.777	28%
	Museum	267.945	2.225	270.170	11%
	Atraksi Kesenian	28.778	7.331	36.109	2%
	Desa Wisata	30.557	607	637.557	27%
2008	Wisata Alam	803.541	9.553	813.094	23%
	Candi	906.629	117.195	1.023.824	29%
	Museum	352.251	5.423	357.674	10%
	Atraksi Kesenian	63.491	836	899.491	25%
	Desa Wisata	58.227	377	435.227	12%
2009	Wisata Alam	1.165.169	12.125	1.177.394	33%
	Candi	1.327.432	398.237	1.725.669	48%
	Museum	464.565	23.233	487.798	14%
	Atraksi Kesenian	151.081	13.819	164.900	5%
	Desa Wisata	36.82	3.343	40.163	1%

Sumber: Data Statistik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman Tahun 2005-2009

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa prosentase kunjungan wisatawan ke wisata alam tiap tahun sangat tinggi dibandingkan wisata yang lainnya yang ada di Kabupaten Sleman, selain itu juga jumlah wisatawan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, walaupun terdapat penurunan

pengunjung pada tahun 2006 dikarenakan gempa di Kabupaten Bantul, akan tetapi jumlah wisatawan kembali meningkat pada tahun 2007, dan pada 2009 terjadi peningkatan yang sangat drastis, hal ini berarti program pemasaran wisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman berhasil mencapai target sebesar 15% dari tahun 2008.

Peristiwa erupsi gunung Merapi yang terjadi pada tanggal 26 Oktober 2010 dan disusul erupsi pada hari-hari berikutnya sampai awal bulan November 2010 mengakibatkan permasalahan dikawasan Wisata Merapi. Wilayah Kecamatan Cangrangan dan Kecamatan Pakembinangun sebelah utara merupakan kawasan yang paling parah diterjang awan panas dan guguran lava gunung Merapi. Disamping itu, guguran abu vulkanik dan lahar dingin juga menyebabkan kerusakan beberapa sarana dan prasarana pariwisata diwilayah Kabupaten Sleman. Oleh karena itu, tidak hanya bangunan fisik saja yang dihadapi pasca bencana, akan tetapi menyangkut seluruh ekosistem yang ada di sana, baik keadaan alam maupun sosial masyarakat yang sangat memprihatinkan.

Peristiwa erupsi gunung Merapi juga berefek pada pariwisata yang ada di Kabupaten Sleman yang mengakibatkan program pemasaran pariwisata yang dicanangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak berjalan sebagaimana mestinya, hal ini terbukti dengan berkurangnya wisatawan yang datang ke wisata yang ada di Kabupaten Sleman. Seperti yang digambarkan dari grafik dibawah ini.

Grafik 1.1
Jumlah Wisatawan Sebelum dan Pasca Erupsi Merapi



Sumber: Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman 2012

Dari Grafik diatas dapat kita simpulkan terjadi penurunan drastis wisatawan yang datang ke wisata Kabupaten Sleman pasca erupsi gunung merapi 2010 terutama wisata Alam Merapi hal ini selain diakibatkan rusaknya sarana dan pra sarana juga diakibatkan oleh kurangnya informasi bahwa daerah wisata yang ada di Kabupaten Sleman sudah aman dikunjungi oleh para wisatawan.

Untuk itu dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu Pemerintah Kabupaten Sleman untuk gambaran dan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan untuk pengembangan pariwisata khususnya pariwisata alam Merapi, agar dapat mengembalikan image dan citra pariwisata masih layak untuk dikunjungi wisatawan dan juga perlu melakukan pemulihan dan pengembangan pariwisata dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah

dan masyarakat, dalam upaya mewujudkan azas pemerataan dalam pembangunan, penciptaan lapangan kerja, dan memperluas kesempatan berusaha dalam upaya mewujudkan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan tersebut maka dapat diambil suatu rumusan masalah, yaitu sebagai berikut :

- 1. Bagaimana strategi dari Pemerintah Kabupaten Sleman untuk mengembangkan pariwisata pasca erupsi Merapi 2010?*
- 2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dan penghambat dari strategi tersebut?*

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjawab apa saja yang telah dilakukan Pemerintah Kabupaten Sleman dalam pengembangan pariwisata pasca erupsi Merapi 2010.
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Sleman dalam pengembangan Pariwisata pasca erupsi Merapi 2010.

D. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan saran bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman sehingga dapat melakukan perubahan atau perbaikan terhadap rencana strategis yang sudah ada menjadi lebih baik.

2. Dapat menemukan permasalahan Kepariwisata yang dihadapi dalam proses pembangunan dan mengembalikan citra kepada pariwisata bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman.

E. Karangka Dasar Teori

Keberadaan teori sebagai unsur dalam penelitian sangat di perlukan, mengingat fungsinya sebagai pedoman dan landasan untuk memahami berbagai permasalahan atau fenomena yang menjadi kajian . Melalui teori akan dapat di jelaskan secara sistematis mengenai hubungan antar konsep/variabel yang satu dengan yang lainnya dalam sebuah penelitian.

“Menurut Sopyan Efendi,Teori adalah serangkaian asumsi , konsep, konstrak , definisi dan proposisi untuk menerangkan fenomena social secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antar konsep.”⁸

“sedangkan menurut Koentjarangnigrat , Teori merupakan pengaturan megenai sebab akibat atau mengenai suatu hubungan positif antara gejala-gejala yang diteliti disatu atau beberapa factor tertentu dalam masyarakat.

⁸ Masrin Singarium dan Sopian Effendi, ”metode penelitian survei “,LP3ES,1989, hal. 37

1. Manajemen Strategis

a. Pengertian Manajemen Strategis

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan sumber daya organisasi dalam rangka mencapai sasarannya.⁹ Strategi adalah penentuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, ditetapkan aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁰ Tanpa strategi, sebuah organisasi seperti sebuah kapal tanpa kemudi, bergerak berputar dalam lingkaran, organisasi yang demikian seperti pengembara tanpa tujuan tertentu¹¹, sedangkan pengertian manajemen strategis itu sendiri adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

b. Manfaat Manajemen Strategis

Manfaat dari manajemen strategis adalah membantu organisasi membuat strategi yang lebih baik dengan menggunakan pendekatan yang lebih sistematis, logis, dan rasional pada pilihan strategis. Manajemen strategis juga memungkinkan suatu organisasi untuk lebih pro aktif ketimbang reaktif dalam membentuk masa depan sendiri, hal

⁹ Griffin Ricky W., Ebert Ronald J. 2005. *Bisnis Jilid I. Indeks*. Jakarta. Hal. 249

¹⁰ Kuncoro, M. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Penerbit Erlangga. Jakarta. Hal. 1

¹¹ David. R. F. 2002. *Manajemen Strategis Konsep Edisi ketujuh*. Perhallindo. Jakarta. Hal. 3

itu memungkinkan suatu organisasi untuk mengawasi dan mempengaruhi ketimbang hanya member respons terhadap aktivitas dan dengan demikian dapat berusaha keras mengendalikan tujuan sendiri.

c. Perumusan Strategi

Menurut Bryson suatu strategi yang efektif itu harus memenuhi beberapa kriteria¹², yaitu:

1. Strategi secara teknis harus dapat dijalankan.
2. Strategi secara politis harus dapat diterima oleh para *key stakeholders*.
3. Strategi harus sesuai dengan filosofi dan nilai-nilai organisasi.
4. Strategi harus sesuai dengan isu strategis yang hendak dipecahkan.

d. Tahap-tahap Perumusan Manajemen Strategis

1. Identifikasi Mandat dan Misi organisasi

Identifikasi mandat yang dihadapi organisasi dan klarifikasi misi yang ingin dikejar organisasi. Mandat dipaksakan dari luar dan boleh jadi dipandang sebagai kewajiban sehingga organisasi diharapkan melaksanakannya, sedangkan misi lebih

¹² Sutami, Tri. 2005. *Strategi Pemerintahan Kabupaten Bantul Dalam Mengembangkan Kepariwisata Daerah Periode 2003-2004*. Skripsi. Program Studi Ilmu Pemerintahan. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta. Hal. 6

banyak dikembangkan dari dalam dan mengidentifikasi tujuan yang hendak dikejar oleh organisasi.

Misi dipandang sebagai apa yang ingin dilakukan oleh organisasi. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengenali dan memperjelas sifat dan makna mandat yang dipaksakan secara eksternal, baik formal maupun non formal, yang mempengaruhi organisasi, serta menetapkan tujuan organisasi maupun filosofi dan nilai yang menjadi panduan organisasi.

2. Analisis Lingkungan

Analisis berdasarkan lingkungan adalah proses monitoring lingkungan organisasi untuk mengidentifikasi ancaman dan kesempatan baik sekarang maupun yang akan datang yang mungkin dapat mempengaruhi perilaku organisasi dalam mencapai tujuan dan lingkungan organisasi itu adalah rangkaian dari keseluruhan factor baik di dalam maupun di luar organisasi yang dapat mempengaruhi kemajuan pencapaian tujuan. Peran analisa berdasarkan lingkungan itu sendiri adalah:

- a. Peran berorientasi pada kebijakan (untuk meningkatkan performa organisasi hanya dengan menjaga manajemen puncak dalam menginformasikan tren terkini yang muncul dalam lingkungan).
- b. Peran perencanaan strategis terintegrasi (untuk meningkatkan performa organisasi untuk membuat

manajer puncak dan manajer divisi agar menyadari akan permasalahan-permasalahan yang muncul dalam lingkungan organisasi, baik dengan dampak langsung pada perencanaan maupun dengan menghubungkan antara perencanaan perusahaan dan divisi).

- c. Peran berorientasi pada fungsi (untuk meningkatkan performa organisasi dengan menyediakan informasi mengenai lingkungan kaitannya dengan performa efektif fungsi khusus sebuah organisasi).

Dalam analisis lingkungan itu sendiri terbagi atas dua lingkungan analisis, yaitu analisis lingkungan internal yang digunakan untuk *Strength* (Kekuatan) dan *Weaknes* (Kelamahan) dan analisis lingkungan eksternal yang berguna untuk mengetahui *Opportunity* (Kesempatan) dan *Threat* (Ancaman) yang dimiliki organisasi tersebut, yang mana sering digunakan pada analisis SWOT. Analisis SWOT itu sendiri dilakukan setelah tujuan strategis ditetapkan, dan proses ini mencakup nilai *Strength* dan *Weaknesses* organisasi serta *Opportunity* dan *Threat*. Cara merumuskan strategi, mereka berupaya mengandalkan kekuatan organisasi dan memanfaatkan peluang lingkungan. Selama proses yang sama mereka bisa mencari cara

untuk mengatasi dan menutup kelemahan organisasi dan mencegah atau menangkis ancaman lingkungan.¹³

1. Analisis Lingkungan Internal

Dalam analisis lingkungan internal ini ada beberapa aspek penting, yaitu:

a. Aspek organisasi

Jaringan komunikasi, struktur organisasi, sejarah keberhasilan organisasi, hirarki sasaran, kebijakan, prosedur, aturan, kebiasaan tim manajemen.

b. Aspek personal

Hubungan ketenagakerjaan, pelaksanaan rekrutmen, program pelatihan, system penilaian performa, system perangsangan, perputaran dan ketidakhadiran.

c. Aspek pemasaran

Segmentasi pasar, strategi produk, strategi pemberian harga, strategi promosi, strategi distribusi.

¹³ Griffin Ricky W., Ebert Ronald J. 2005. *Bisnis Jilid I*. Indeks. Jakarta. Hal. 242

d. Aspek produksi

Layout fasilitas perusahaan, riset dan pengembangan, penggunaan teknologi, pembelanjaan material mentah, control inventori, penggunaan sub kontrak.

e. Aspek financial

Likuidasi, profitabilitas, aktivitas, kesempatan investasi.

f. Kecenderungan lingkungan internal yang penting diikuti organisasi.

Ukuran organisasi, kompleksitas, struktur, system, komunikasi, struktur kekuasaan, definisi peran, sentralisasi dan desentralisasi, norma dan nilai, gaya manajemen, persaingan logistic (tenaga kerja), intensitas modal, intensitas teknologi, diversifikasi/penganekaragaman produk, diversifikasi pasar, diversifikasi teknologi.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Kecenderungan lingkungan eksternal yang paling penting diikuti organisasi, yaitu: tren pasar global, kecenderungan politik dan ekonomi Negara-negara berkembang, kecenderungan moneter, pemakaian

teknologi, pengawasan pemerintah, penenganan ketenagakerjaan, strategi karena kurangnya sumber daya.¹⁴

3. Analisis isu Strategis

Analisis isu-isu strategis adalah salah satu langkah penting supaya suatu organisasi mampu untuk bertahan dan menjadi lebih baik. Dua hasil pokok harus dicari dari tahap ini, yang pertama adalah daftar isu strategis yang dihadapi oleh organisasi dan yang kedua adalah penyusunan isu-isu dalam suatu daftar berdasarkan urutan tertentu: prioritas, logis, atau temporal.¹⁵ Tujuan dari langkah ini adalah untuk mengidentifikasi pilihan kebijakan pokok yang dihadapi organisasi, sesuai pengelompokkan isu-isu sesuai urutan prioritas.

2. Pariwisata

Di Indonesia pariwisata telah menampilkan peranannya dengan nyata dalam memberikan kontribusinya terhadap kehidupan ekonomi, sosial dan budaya bangsa. Kesempatan kerja bagi orang-orang terampil dibidang ini semakin bertambah jumlahnya, pendapatan Negara dari sector pajak dan devisa semakin bertambah, keadaan sosial masyarakat yang terlibat dalam sector ini semakin baik, kebudayaan bangsa semakin

¹⁴ Pribadi, Ulung. 2006. *Hand Out Manajemen Strategis. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UMY.* Yogyakarta.

¹⁵ Brynson, J. M. 1999. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial.* Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI). Yogyakarta. Hal. 162

mendapatkan apresiasi. Pertumbuhan pariwisata sebagai industry semakin terlihat dan batas batas antar Negara mulai menjadi batas yang tak terlihat lagi, terbukti dengan makin banyaknya hotel dibangun dan makin banyaknya orang-orang terampil terdidik untuk keperluan itu, makin banyaknya alat transportasi dengan teknologi yang makin canggih yang menjadikan pariwisata telah menuju ke arah globalisasi.

a. Pengertian Pariwisata

Sebagai antisipasi perkembangan dunia pariwisata yang telah mengglobal sifatnya, Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata yang terdiri atas tujuh belas bab dan tujuh puluh pasal yang mengandung ketentuan meliputi delapan hal, yaitu:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
5. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
6. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
7. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
8. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

9. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
10. Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.
11. Kompetensi adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh pekerja pariwisata untuk mengembangkan profesionalitas kerja.
12. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan, dan pengelolaan kepariwisataan.
13. Pemerintah Pusat, selanjutnya disebut Pemerintah, adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia sebagaimana

dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

14. Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.

15. Menteri adalah menteri yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang kepariwisataan.¹⁶

Selain itu terdapat sepuluh prinsip dasar dalam industry pariwisata, yaitu:

1. Politik Pemerintah

Sikap pemerintah terhadap kunjungan wisatawan ke negeri itu.

2. Perasaan ingin tahu

Adanya perasaan manusia yang terpendam dalam-dalam di hati nuraninya, yang pada hakekatnya serba ingin mengetahui segala sesuatu selama hidupnya di dunia ini.

3. Sifat ramah tamah

Menurut hasil penelitian dan peninjauan PATA (*Pacific Area Travel Association*) menyatakan bahwa rakyat Indonesia yang memiliki kebudayaan yang tinggi dan anggun merupakan bangsa yang sangat ramah sehingga menjadi modal potensial dalam bidang pariwisata.

¹⁶ Undang-Undang Dasar No. 10 Tahun 2009

4. Jarak dan Waktu (Aksesibilitas)

Pada masa sekarang ini jarak tidak menjadi soal untuk mengadakan perjalanan kemana saja. Karena kecanggihan alat transportasi dan biaya perjalanan yang semakin murah.

5. Atraksi

Dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat disebut “atraksi”, atau lazim pula dinamakan “objek wisata” baik natural maupun yang biasa berlangsung tiap harinya serta khusus diadakan pada waktu tertentu, di Indonesia sangat banyak.

6. Akomodasi

Akomodasi sangat penting karena merupakan rumah sementara bagi wisatawan yang membutuhkan kenyamanan dan pelayanan yang baik.

7. Pengangkutan

Dalam hal ini yang dimaksud adalah akomodasi pengangkutan dalam dunia pariwisata membutuhkan jalan-jalan yang baik, lalu lintas yang lancar, alat pengangkutan yang cepat.

8. Harga-harga

Wisatawan pada umumnya menginginkan segala sesuatu yang hendak dibeli berharga murah.

9. Publisitas dan Promosi

Publisitas dan promosi yang dimaksudkan disini adalah tiada lain dari pada kampanye atau propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara berkelanjutan.

10. Kesempatan Berbelanja

Kesempatan berbelanja atau *shopping* adalah kesempatan untuk membeli barang oleh-oleh atau souvenir untuk dibawa pulang.¹⁷

b. Manfaat Pariwisata

Manfaat pariwisata di dalam pembangunan mencakup beberapa segi, yaitu:

1. Segi Ekonomi

Bahwa perkembangan pariwisata dapat merangsang tumbuhnya beberapa usaha-usaha ekonomi tertentu yang saling menunjang, dalam istilah teknisnya hal tersebut memperluas dasar perekonomian suatu Negara.

¹⁷ Pendit S Nyoman. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita. Jakarta. Hal. 9

2. Segi Budaya

Salah satu dorongan kebutuhan manusia untuk mengunjungi suatu daerah adalah untuk memenuhi rasa keingintahuan, mengagumi atau menyelami seni budaya yang dikunjungi.

3. Segi Pemeliharaan dan Pemanfaatan Lingkungan Hidup

Pengembangan pariwisata yang tidak teratur dapat merusak lingkungan hidup, sebaliknya apabila dikembangkan secara benar dan melihat efek terhadap lingkungan supaya menimbulkan efek yang positif bagi lingkungan itu sendiri maka lingkungan atau daerah pariwisata tersebut dapat menjadi objek wisata yang benar-benar ramah lingkungan akan mendapat efek untuk kedepannya. Karena wisatawan menginginkan daerah dengan suasana baru dan lingkungan yang bersih dan sehat.

4. Memperluas Nilai-Nilai Pegaulan Hidup dan Pengetahuan

Hubungan yang terjalin antara wisatawan dengan masyarakat sekitar objek wisata sedikit banyak akan menimpa nilai-nilai baru dalam arti memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan lain, serta penyerapan pengetahuan baru.

5. Memperluas Kompetisi Kerja

Industri pariwisata merupakan industri yang sifatnya menyerap kebutuhan tenaga kerja, tidak hanya mementingkan mesin-mesin saja. Sebagai industri yang sifatnya melayani, maka disamping membutuhkan unsure cepat, murah, mudan dan nikmat juga ramah. Apabila rangkaian tenaga kerja pada industri penunjang pariwisata seperti industri penunjang pariwisata seperti industri kerajinan, hotel, toko-toko souvenir, dan sebagainya, maka jumlah tenaga kerja yang diserap semakin banyak.

6. Menunjang Perbaikan Kesehatan dan Prestasi Kerja

Manusia selalu ingin terlepas dari kejenuhan, kesibukan sehari-hari atau rasa bosan dengan mendambakan suasana baru, lingkungan baru, lingkungan baru walaupun hanya untuk sementara.¹⁸

c. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata itu juga merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah, yaitu berupa flora, fauna, alam sekitar, serta adat budaya yang dimiliki, kemudian kekayaan alam yang tersebut dioptimalkan untuk menjadi suatu daya tarik wisata atau

¹⁸ Sutami, Tri. 2005. *Strategi Pemerintahan Kabupaten Bantul Dalam Mengembangkan Kepariwisata Daerah Periode 2003-2004*. Skripsi. Program Studi Ilmu Pemerintahan. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta. Hal. 13

objek wisata. Garis-garis Besar Haluan Negara (GBHN) menetapkan bahwa pengembangan pariwisata merupakan pengenalan nilai budaya bangsa dan meningkatkan kualitas budaya nasional dengan memperhatikan tetap terpeliharanya kebudayaan bangsa, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta merupakan pembangunan pariwisata yang dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dengan sector lain serta antar pengusaha pariwisata supaya dapat saling menunjang.¹⁹

Pengembangan pariwisata tersebut dapat dilakukan dari dua segi, yaitu:

1. Dari Segi Fisik
 - a. Membangun sarana dan pra sarana pariwisata di lokasi objek wisata.
 - b. Melengkapi sarana pra sarana yang sudah ada di lokasi objek wisata.
2. Dari Segi Non Fisik
 - a. Meningkatkan pelayanan (*service*) kepada para pengunjung dengan meningkatkan daya manusia sebagai pengelola objek wisata.
 - b. Memunculkan kebudayaan-kebudayaan yang ada di daerah sehingga dapat dinikmati oleh para pengunjung.

¹⁹ Suswantoro, Gamal. 2001. *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit ANDI. Yogyakarta. Hal. 25

- c. Memperhatikan sesuatu yang khas yang ada di daerah seperti: makanan khas, kerajinan-kerajinan, dan sebagainya.

Adanya pengembangan ini juga mendorong timbulnya industri-industri pariwisata yang dapat menunjang kenyamanan bagi para pengunjung seperti berdirinya tempat-tempat hiburan, restoran-restoran, biro-biro perjalanan, yang mana hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar lokasi objek wisata karena tenaganya terserap oleh industri pariwisata tersebut.²⁰ Setelah dilakukan pengembangan tentu diharapkan pendapatan dari sector pariwisata meningkat dan dapat menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang mana dimana kita ketahui sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), terdiri atas:

- a. Hasil pajak daerah.
- b. Hasil retribusi daerah.
- c. Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengolahan kekayaan daerah lainnya yang dipisahkan,
- d. Lain-lain dari pendapatan yang sah.

Dari sector Pariwisata Pemerintah Daerah dapat memperoleh kemasukan dari:

- a. Tiket masuk pengunjung
- b. Retribusi parkir wisata

²⁰ Yoeti. Oka A. 1989. *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Angkasa. Bandung. Hal 46

3. Pemerintah Daerah

Menurut Undang-Undang Otonomi Daerah No 32 Tahun 2004 Pasal 1 Ayat 3, Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati, atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsure penyelenggara Pemerintah Daerah. Apa yang dimaksud dengan pemerintah daerah seperti yang termuat dalam pasal 1 dan 2 yaitu penyelenggara urusan pemerintah oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dengan system dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemerintah daerah merupakan pelaksana dan penanggung jawab segala kegiatan pemerintahan yang ada di daerah otonom. Yang menjadi kegiatan utama pemerintah daerah adalah melaksanakan pelayanan sebaik mungkin terhadap kepentingan masyarakat setempat dan melaksanakan pembangunan sebagai usaha untuk memajukan daerah otonom.

Pada dasarnya pemerintah daerah melayani kepada masyarakat, ia diadakan untuk melayani masyarakat serta menciptakan kondisi yang memungkinkan setia anggota masyarakat mengembangkan kemampuan dan kreatifitas demi mencapai kemajuan bersama, bukan diadakan untuk melayani diri sendiri. Yang menjadi tugas dan fungsi utama dari pemerintah daerah adalah mengoptimalkan pelayanan dan pembangunan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah.

F. Definisi Konseptual

Defenisi konseptual adalah suatu usaha untuk menjelaskan pembatasan pengertian antara konsep satu dengan konsep dengan yang lain, supaya tidak terjadi kesalahpahaman. Berdasarkan penjelasan di atas ada beberapa penjelasan defenisi konseptual yang dapat kami berikan antara lain:

1. Manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.
2. Strategi adalah penentuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, ditetapkan aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut.
4. Pengembangan pariwisata adalah pengenalan nilai budaya bangsa dan meningkatkan kualitas budaya nasional dengan memperhatikan tetap terpeliharanya kebudayaan bangsa, kelestarian, dan mutu lingkungan hidup serta merupakan pembangunan pariwisata yang dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dengan sector lain serta antar pengusaha pariwisata supaya mereka dapat saling menunjang.

G. Defenisi Operasional

Defenisi operasional dibutuhkan untuk membatasi parameter atau indikator yang diinginkan peneliti dalam penelitian yang digunakan maka semuanya hanya muncul dari konsep tersebut. Dalam penelitian ini defenisi operasionalnya adalah:

A. Analisis SWOT

- a) Faktor Lingkungan Internal
 - a. Kekuatan (*Strenght*) bagaimanapun keunggulan sumber daya yang belum tergali dengan optimal, sehingga memberikan kemungkinan dalam hal ini adalah dinaas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Sleman untuk meningkatkan kinerjanya.
 - b. Kelemahan (*Weakness*) bagaimana keterbatasan dalam sumber daya yang dibutuhkan organisasi sehingga menghalangi kinerja Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman.
- b) Faktor Lingkungan Eksternal
 - a. Peluang (*Opportunity*) apa saja peluang faktor-faktor lingkungan luar (politik, ekonomi, sosial, IPTEK) positif yang memberi kesempatan dan mendukung keberadaan organisasi.
 - b. Ancaman (*Threats*) apa saja faktor lingkungan luar yang negatif dan menghambat kegiatan organisasi.
- c) Strategi Pemecahan Masalah
 - a. Sistematis analisis SWOT
 - b. Indentifikasi SWOT dan scenario strategi

B. Faktor apa saja yang menghambat keberhasilan atau kegagalan kebijakan? Berdasarkan pertanyaan diatas tersebut dirumuskan tiga faktor yang merupakan keberhasilan proses implementasi, yakni komunikasi, sumber daya, dan struktur organisasi. Ketiga faktor tersebut menjadi kriteria penting dalam implementasi suatu kebijakan.

C. Strategi Pemerintah Kabupaten Sleman Dalam Pengembangan Pariwisata Sebelum dan Sesudah Erupsi Merapi

- a. Strategi Pemerintah Kabupaten Sleman dalam Pengembangan Pariwisata sebelum erupsi Merapi
- b. Strategi Pemerintah Kabupaten Sleman Dalam Pengembangan Pariwisata Pasca Erupsi Merapi
- c. Peningkatan Kunjungan Wisatawan dan Penerimaan Devisa

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif, dimana penelitian deskriptif itu adalah suatu metode penelitian yang terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar mengungkapkan fakta (*fact finding*). Hasil penelitian ini ditekankan pada memberikan gambaran secara objektif tentang keadaan sebenarnya dari objek yang diselidiki.

2. Unit Analisis

Dalam penelitian ini, unit analisis dapat diartikan sebagai objek nyata yang diteliti, yaitu untuk mengetahui bagaimana Upaya Pemerintah Kabupaten Sleman Dalam Pengembangan Wisata Merapi pasca Bencana Erupsi Merapi 2010, maka unit analisis dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas dan Kepala Bidang, Serta Staf Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.

3. Jenis Data

a. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh dari keterangan pihak-pihak yang terkait dalam masalah yang ada dalam penelitian.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari bahan-bahan dokumenter dan literatur-literatur yang ada dalam objek penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data-data untuk penelitian penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

a. Interview atau wawancara

Interview atau wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam.

b. Studi Dokumentasi

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil, hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.

c. Observasi

Disamping wawancara, penelitian ini juga melakukan metode observasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.

Dalam penelitian ini observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya. Observasi yang akan dilakukan adalah observasi terhadap subjek, perilaku subjek selama wawancara, interaksi subjek dengan peneliti dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara.

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisa kualitatif, dimana data yang terkumpul akan diinterpretasikan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan. Analisa ini memperoleh data dari studi lapangan yang kemudian dilakukan proses penganalisaan berdasarkan

kemampuan analisis peneliti dalam menghubungkan fakta data-data untuk menghasilkan suatu teori.

Terhadap tahap-tahap analisis data, secara umum kegiatan analisis data meliputi rangkaian kegiatan sebagai berikut:

a. Mengedit Data

Mengedit data adalah kegiatan memperbaiki kualitas data, tujuan adalah menghilangkan keraguan akan kebenaran yang mungkin timbul setelah membaca data tersebut.

b. Mengkode Data

Mengkode data adalah upaya mengklarifikasi jawaban responden menurut macam-macamnya kedalam kategori-kategori tertentu. Untuk dapat mengkode data dengan cermat, langkah pertama perlu tidaknya jawaban tersebut dikategorikan terlebih dulu. Selanjutnya, member kode pada jawaban yang ada sesuai dengan kategori yang telah ditentukan.

c. Mengolah Data

Mengolah data merupakan tahapan yang sangat penting, pada tahap ini data diolah sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan berupa kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai sebagai jawaban atas permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam penelitian.²¹

²¹ Wardiyanto. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Penerbit Andi. Yogyakarta. Hal. 38