

ANALISIS PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA KOTA TEGAL PROVINSI JAWA TENGAH

Lintang Amanah Rostiana
Program Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: lintangrostiana@gmail.com

Intisari : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengembangan Sektor Pariwisata Kota Tegal Provinsi Jawa Tengah dengan menggunakan potensi-potensi yang telah tersedia, faktor pendukung dan penghambat dan strategi pengembangan yang dilakukan oleh Pemerintah dalam mengembangkan kawasan wisata di Kota Tegal. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah wisatawan, masyarakat sekitar dan *stakeholder* yang berperan dalam pengembangan pariwisata. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *sampling incidental*. Untuk mengetahui besarnya ukuran sampel, digunakan rumus pendekatan slovin. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi wisata yang dikembangkan di Kota Tegal adalah wisata alam, dengan jenis wisata Pantai Alam Indah. Dalam *Matrix Grand Strategy* terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata Pantai Alam Indah di posisi Strategi Pertumbuhan *Progresif* pada titik potong (1,47 ; 1,23) berada pada kuadran I, dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk meningkatkan pertumbuhan wisata Pantai Alam Indah. Perolehan hasil QSPM adalah 6,567 dimana strategi alternatif yang tepat untuk diaplikasikan adalah strategi pengembangan produk.

Kata kunci : Potensi, Internal-Eksternal, dan Strategi Pengembangan.

Abstraksi : *This study aims to analyze the development of the Tourism Sector in Tegal, Central Java using the potentials that are already available, enabling and inhibiting factors, as well as strategy development undertaken by the Government in developing tourist areas in Tegal. This research is quantitative and qualitative. The subjects in this study are tourists, local communities and stakeholders who play a role in the development of tourism. In this study sample of 100 respondents were selected using a sampling method incidental. To determine the size of the sample, this study uses a formula approach Slovin. The analytical tool used in this research are descriptive analysis, SWOT analysis and QSPM. The results showed that the tourism potential developed in Tegal is natural tourism, with the type Alam Indah Beach. In Matrix Grand Strategy, it appears that the position of Alam Indah Beach tourism sector development in the position of an Progressive Growth Strategy. At the point of potential (1,47; 1,23) are in quadrant I, in which the situation can be done by utilizing the strengths and opportunities to increase growth Alam Indah Beach travel. The results of QSPM is 6,567 where appropriate alternative strategies to be applied is product development strategy.*

Keywords: *Potential, Internal-External and Development Strategy*

PENDAHULUAN

Pariwisata berperan dalam upaya meningkatkan jati diri bangsa dan mendorong kesadaran serta kebanggaan masyarakat dengan cara memperkenalkan kekayaan alam dan budaya bangsa. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor andalan pemerintah Indonesia untuk menghasilkan devisa Negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Oleh karena itu pemanfaatan, pengembangan, pengelolaan, dan pembiayaan kawasan wisata harus mendapat perhatian yang serius dari pemerintah dengan melibatkan peran lembaga pemerintah, *stake holder* yang terkait serta partisipasi seluruh lapisan masyarakat dalam berbagai kebijakan yang akan diambil. Sebagai salah satu negara yang memiliki potensi wisata yang cukup besar, pariwisata Indonesia perlu diberikan perhatian lebih untuk dioptimalkan dan dikembangkan.

Setiap daerah berlomba-lomba dan berupaya menggali potensi sumber daya dalam meningkatkan pendapatan asli daerah mereka. seperti halnya dengan kondisi pariwisata di Kota Tegal. Kota Tegal mempunyai banyak potensi sumber daya alam dalam bidang pariwisata. Pemerintah belum bisa mengembangkan potensi-potensi pariwisata ini sehingga banyak yang terbengkalai yang menjadikan wisata Kota Tegal lambat laun semakin mengalami penurunan jumlah kunjungan. Hal tersebut terjadi karena keadaan sumber daya manusia yang masih rendah dalam menangkap peluang yang ada pada sektor pariwisata, serta kurangnya promosi pariwisata oleh pemerintah Kota Tegal sendiri, sehingga menjadikan sektor pariwisata belum mampu diandalkan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian, untuk dapat memaksimalkan sektor pariwisata di Kota Tegal diperlukan suatu strategi bagi pengembangannya dengan terlebih dahulu mengetahui gambaran mengenai kondisi sektor pariwisata di Kota Tegal baik secara internal maupun eksternal yang kemudian nantinya dapat menghasilkan rumusan alternative strategi yang paling baik pariwisata Kota Tegal.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan suatu permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apa saja potensi-potensi yang dimiliki sektor pariwisata Kota Tegal ?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat(internal-eksternal) dalam pengembangan sektor pariwisata Kota Tegal ?

3. Bagaimana strategi untuk pengembangan sektor pariwisata Kota Tegal?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang komponennya terdiri dari: “*pari*” yang berarti penuh, lengkap, berkeliling; “*wis(man)*” yang berarti rumah, properti, kampung, komunitas dan “*ata*” yang berarti pergi terus-menerus, mengembara (*roaming about*) yang bila dirangkai menjadi satu kata melahirkan istilah pariwisata, yang berarti pergi secara lengkap meninggalkan rumah (kampung) berkeliling terus menerus dan tidak bermaksud untuk menetap di tempat yang menjadi tujuan perjalanan (Pendit dalam Pradikta, 2013: 12).

Pelaku Wisata

1) Wisatawan, 2) Industri pariwisata, 3) Pendukung jasa wisata, 4) Pemerintah, 5) Masyarakat Lokal, 6) Lembaga swadaya masyarakat dan 7) Lingkungan.

Motivasi Wisata

Motivasi merupakan faktor penting bagi calon wisatawan dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Calon wisatawan akan mempersepsi daerah tujuan wisata yang memungkinkan, dimana persepsi ini dihasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya dan informasi yang didapatkan.

Objek dan Daya Tarik

Dalam arti luas, apa saja yang mempunyai daya tarik wisata atau menarik wisatawan dapat disebut sebagai objek dan daya tarik wisata. Objek dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, tata hidup, dan sebagainya yang memiliki daya tarik dan nilai jual untuk dikunjungi ataupun dinikmati oleh wisatawan.

Produk Pariwisata

Kotler dan Makens dalam Fandeli (2002:38) memberi definisi tentang produk pariwisata adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar orang tertarik perhatiannya, ingin memiliki, memanfaatkan dan mengkonsumsi untuk memenuhi keinginan dan mendapat kepuasan. Produk wisata terdiri dari : 1) atraksi 2) amenities 3) aksesibilitas dan 4) ancillary/kelembagaan.

Faktor Pendukung (Internal)

Faktor pendukung adalah suatu kondisi yang dapat mendorong atau menumbuhkan suatu kegiatan, usaha atau produksi (Kamus Besar Bahasa Indonesia Online). Faktor pendukung diantaranya potensi sumber daya keragaman budaya, seni, dan alam (pesona alam).

Faktor Penghambat (Eksternal)

Hal ini tidak lepas dari adanya permasalahan yang menyebabkan kurangnya daya tarik wisata yang ada di destinasi wisata. Faktor yang menjadi penghambat bisa saja ditemukan dari faktor internal maupun faktor eksternal. Dari faktor internal misalnya dalam pengembangan destinasi wisata, kurangnya sumber daya manusia. Sedangkan dari faktor eksternal, seperti akses jalan yang rusak, ketersediaan listrik yang belum memadai.

Potensi

Potensi wisata merupakan segala sesuatu yang diatur dan disediakan sehingga dapat dimanfaatkan sebagai kemampuan, faktor dan unsur yang diperlukan dalam usaha dan pengembangan pariwisata, baik berupa suasana, kejadian, benda maupun jasa (Nyoman S.Pendit, 1994:108).

Strategi dan Kebijakan Pariwisata

Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Pengembangan pariwisata merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Pengembangan kepariwisataan harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dengan menerapkan strategi dan kebijakan yang tepat sesuai pengembangan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Objek penelitian adalah seluruh sektor pariwisata Kota Tegal dengan subjek penelitian adalah wisatawan, masyarakat sekitar objek wisata, pihak pemerintah (Dinas Pariwisata, Bappeda, DPU, DISHUBKOMINFO, DISPERINDAGKOP, pihak swasta/stakeholder, pengelola objek wisata) Sumber data penelitian berasal dari data primer dengan menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi data sekunder yang didapat dari dokumen pada instansi terkait,

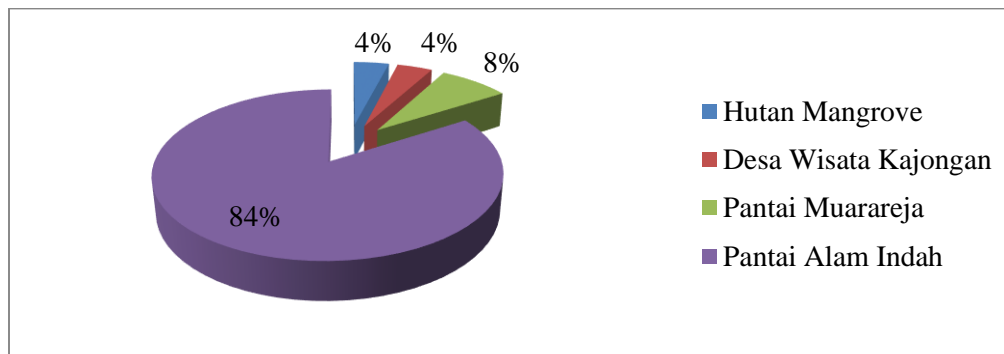
literature, internet, publikasi yang relevan, dimana data tersebut mencakup kondisi internal (kekuatan-kelemahan) dan eksternal (peluang-ancaman) dari kegiatan kepariwisataan di Kota Tegal.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *sampling insidental* untuk para wisatawan yang secara kebetulan/insidental bertemu, sedangkan untuk *stakeholder* pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria tertentu. Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk variabel potensi wisata, dan faktor pendukung - penghambat, dan analisis SWOT, matriks grand strategy, matriks IE (IFAS-EFAS) dan QSPM untuk variabel strategi pengembangan wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Wisata

Berdasarkan hasil survey lapangan selama bulan November-Desember 2015 dan hasil olah data kuesioner, maka didapatkan pariwisata yang baik untuk dikembangkan sesuai dengan potensi yang dimiliki adalah wisata alam, dengan jenis wisata Pantai Alam Indah.



Sumber : hasil olah data primer 2015

Analisis

Sebelum menyusun matriks SWOT terlebih dahulu dilakukan analisis faktor strategi internal dan analisis faktor strategis eksternal. Yaitu analisis faktor strategi internal IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan analisis faktor eksternal EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) sebagai berikut :

Tabel 1
Faktor Internal-Eksternal wisata Pantai Alam Indah Kota Tegal

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>1. Kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki panorama pesisir alam yang indah b. Memiliki keragaman daya tarik dan objek wisata pendukung <ul style="list-style-type: none"> 1) Tingkat pelayanan yang cukup baik 2) Kondisi keamanan yang cukup baik 3) Kemudahan aksesibilitas 4) Keramahan masyarakat sekitar 5) Memiliki hasil sumberdaya di bidang perikanan yang melimpah 6) Kondisi kenyamanan yang cukup baik 7) Jarak tempuh antar satu objek wisata ke objek wisata lainnya relatif dekat 8) <i>Cost</i> atau biaya masuk objek wisata tergolong murah dan dapat dijangkau oleh wisatawan kelas menengah ke bawah sampai wisatawan menengah ke atas. 	<p>2. Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki master plan dan <i>grand design</i> sebagai acuan rencana pengembangan pariwisata Kota Tegal secara terpadu dari Pemerintah (RIPP Kota Tegal) b. Area yang masih luas untuk dikembangkan c. Lokasinya yang strategis berada di Jalur Pantura d. Wilayah Kota Tegal sudah mulai banyak dilirik oleh para investor untuk menanamkan modalnya di sektor pariwisata e. Tingginya potensi wisata untuk dikembangkan sebagai wisata bahari f. Besarnya minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke kawasan wisata g. Besarnya dukungan dari masyarakat sekitar untuk pengembangan kawasan wisata berdasarkan potensi yang ada h. Besarnya minat dari masyarakat untuk dilibatkan kerjasama dengan Pemerintah dalam pengembangan kawasan wisata i. Kebijakan pemerintah pusat yang menetapkan kawasan wisata alam sebagai wisata andalan dengan tahap pengembangan kawasan untuk dijadikan sektor unggulan pariwisata j. Adanya koordinasi antar Bidang/Dinas/Badan terkait untuk pengembangan wisata
<p>3. Kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Strategi promosi ke luar daerah Kota Tegal belum optimal b. Rendahnya pengelolaan destinasi pariwisata khususnya dalam menyediakan fasilitas umum c. Kurangnya kerjasama antara Pemerintah dengan masyarakat sekitar d. Kesadaran masyarakat terhadap 	<p>4. Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kurangnya kesadaran para pelaku wisata dalam menjaga kelestarian dan kebersihan lingkungan b. Terbatasnya sumber daya manusia professional dan memadai yang dapat meningkatkan industri pariwisata c. Terjadinya bencana alam atau kerusakan lingkungan di sekitar

<p>lingkungan yang masih rendah</p> <ul style="list-style-type: none"> e. Tingkat kebersihan lingkungan yang kurang diperhatikan f. Kondisi fasilitas umum yang kurang terawat g. Keterbatasan lahan parkir h. Konsep pengembangan kawasan belum tertata dengan baik i. Keterbatasan sarana transportasi umum menuju kawasan wisata j. Pengelolaan hasil tangkapan di bidang perikanan (TPI) belum optimal 	<p>pesisir pantai yang dapat mengancam keselamatan seperti tsunami, rob dan banjir</p> <ul style="list-style-type: none"> d. Tindakan Pemerintah yang kurang aktif baik dari segi penanganan sarana prasarana maupun penanganan terhadap kondisi masyarakat sekitar e. Daya saing dengan kawasan wisata alam di daerah lain yang lebih berkembang f. Belum direkomendasikan oleh pelaku bisnis dalam paket wisata g. Pendapatan masyarakat sekitar menurun jika kawasan wisata tidak dikembangkan dengan baik h. Hingga saat ini belum adanya kerjasama dengan pihak swasta i. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas manusia j. Persaingan dalam industri wisata semakin kuat
--	---

Analisis IFAS-EFAS

Hasil perumusan IFAS-EFAS diperoleh bahwa berdasarkan pemberian rating dan bobot pada wisata Pantai Alam Indah diperoleh perhitungan skor internal sebesar 2,7761, hasil skor tersebut menunjukkan bahwa Pantai Alam Indah berada pada posisi internal yang kuat. Sedangkan untuk faktor eksternal memperoleh skor sebesar 2,6361 yang menunjukkan bahwa Pantai Alam Indah merespon dengan baik tentang adanya peluang dan ancaman yang ada. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2
Faktor Strategi Internal (IFAS) Pantai Alam Indah

No.	Faktor Internal		Bobot	Rating	Bobot Skor
1.	Memiliki panorama pesisir alam yang indah	K E K U A T A N	0,0618	4	0,2471
2.	Memiliki keragaman daya tarik dan objek wisata pendukung		0,0591	4	0,2367
3.	Tingkat pelayanan yang cukup baik		0,0607	3	0,1823
4.	Kondisi keamanan yang cukup baik		0,0639	3	0,1919
5.	Kemudahan aksesibilitas		0,0623	3	0,1871
6.	Keramahan masyarakat sekitar		0,0683	3	0,2051
7.	Memiliki hasil sumberdaya di bidang perikanan yang melimpah		0,0689	4	0,2758
8.	Kondisi nyaman yang cukup baik		0,0623	4	0,2495
9.	Jarak tempuh antar satu objek wisata ke objek wisata lainnya relatif dekat		0,0558	3	0,1674
10.	<i>Cost</i> atau biaya masuk objek wisata tergolong murah dan dapat dijangkau oleh wisatawan kelas menengah ke bawah sampai wisatawan menengah ke atas.		0,0589	3	0,1769
Jumlah Skor Kekuatan					2,1204
1.	Strategi promosi ke luar daerah Kota Tegal belum optimal	K E L E	0,0390	2	0,0781
2.	Rendahnya pengelolaan destinasi pariwisata khususnya dalam menyediakan fasilitas umum		0,0298	1	0,0298
3.	Kurangnya kerjasama antara Pemerintah dengan masyarakat sekitar		0,0368	2	0,0737
4.	Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan yang masih rendah		0,0472	2	0,0944

5.	Tingkat kebersihan lingkungan yang kurang terjaga	M A H A N	0,0354	1	0,0354	
6.	Kondisi fasilitas umum yang kurang terawat		0,0412	2	0,0825	
7.	Ketarbatasan lahan parkir		0,0404	2	0,0809	
8.	Konsep pengembangan kawasan belum tertata dengan baik		0,0420	2	0,0841	
9.	Kurangnya sarana transportasi umum menuju kawasan wisata		0,0314	2	0,0629	
10.	Pengelolaan hasil tangkapan di bidang perikanan (TPI) belum optimal		0,0334	1	0,0334	
Jumlah Skor Kelemahan					0,65577	
Jumlah Skor Keseluruhan			1,000		2,7761	

Tabel 3
Faktor Strategi Eksternal (EFAS) Pantai Alam Indah

No.	Faktor Eksternal		Bobot	Rating	Bobot Skor
1.	Memiliki master plan dan <i>grand design</i> sebagai acuan rencana pengembangan pariwisata Kota Tegal secara terpadu dari Pemerintah (RIPP Kota Tegal)	P E L U A N	0,0680	4	0,2720
2.	Area yang masih luas untuk dikembangkan		0,0625	3	0,1874
3.	Lokasinya yang strategis berada di Jalur Pantura		0,0625	3	0,1874
4.	Wilayah Kota Tegal sudah mulai banyak dilirik oleh para investor untuk menanamkan modalnya di sektor pariwisata		0,0630	3	0,1891
5.	Tingginya potensi wisata untuk dikembangkan sebagai wisata bahari		0,0607	3	0,1822
6.	Besarnya minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke kawasan wisata		0,0646	3	0,1937
7.	Besarnya dukungan dari masyarakat sekitar untuk pengembangan kawasan wisata berdasarkan potensi yang ada		0,0634	3	0,1903

8.	Besarnya minat dari masyarakat untuk dilibatkan kerjasama dengan Pemerintah dalam pengembangan kawasan wisata	G	0,0640	3	0,1920
9.	Kebijakan pemerintah pusat yang menetapkan kawasan wisata alam sebagai wisata andalan dengan tahap pengembangan kawasan untuk dijadikan sektor unggulan pariwisata		0,0600	3	0,1799
10.	Adanya koordinasi antar Bidang/Dinas/Badan terkait untuk pengembangan wisata		0,0638	3	0,1914
Jumlah Skor Kekuatan					1,9654
1.	Kurangnya kesadaran para pelaku wisata dalam menjaga kelestarian dan kebersihan lingkungan	A N C A M A N	0,0368	2	0,0737
2.	Terbatasnya sumber daya manusia professional dan memadai yang dapat meningkatkan industri pariwisata		0,0412	2	0,0825
3.	Terjadinya bencana alam atau kerusakan lingkungan di sekitar pesisir pantai yang dapat mengancam keselamatan seperti tsunami, rob dan banjir		0,0325	1	0,0325
4.	Tindakan Pemerintah yang kurang aktif baik dari segi penanganan sarana prasarana maupun penanganan terhadap kmondisi masyarakat sekitar		0,0351	2	0,0703
5.	Daya saing dengan kawasan wisata alam di daerah lain yang lebih berkembang		0,0387	2	0,0776
6.	Belum direkomendasikan oleh pelaku bisnis dalam paket wisata		0,0319	1	0,0319
7.	Pendapatan masyarakat sekitar menurun jika kawasan wisata tidak dikembangkan dengan baik		0,0387	2	0,0776

8.	Hingga saat ini belum adanya kerjasama dengan pihak swasta		0,0366	2	0,0734
9.	Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas manusia		0,0374	2	0,0749
10.	Persaingan dalam industri wisata semakin kuat		0,0382	2	0,0764
Jumlah Skor Kelemahan					0,6707
Jumlah Skor Keseluruhan			1,000		2,6361

Mencermati identifikasi kekuatan, kelemahan yang dimiliki Pantai Alam Indah serta peluang dan ancaman yang dihadapi dalam pengembangan Industri Pariwisata Kota Tegal, maka perlu diupayakan rumusan strategi pengembangan. Hasil rekapitulasi faktor internal dan eksternal untuk menghasilkan suatu strategi.

Kekuatan-Kelemahan : $2,12 - 0,65 = 1,47$

Peluang-Ancaman : $1,96 - 0,67 = 1,29$

Matrix Grand Strategy yang diperoleh pada wisata alam Pantai Alam Indah menunjukkan titik potong (1,47 ; 1,29) berada pada posisi kuadran I. Dimana pada posisi ini menunjukkan kebijakan strategi progresif . Pihak pengelola perlu untuk memilih strategi dengan menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang

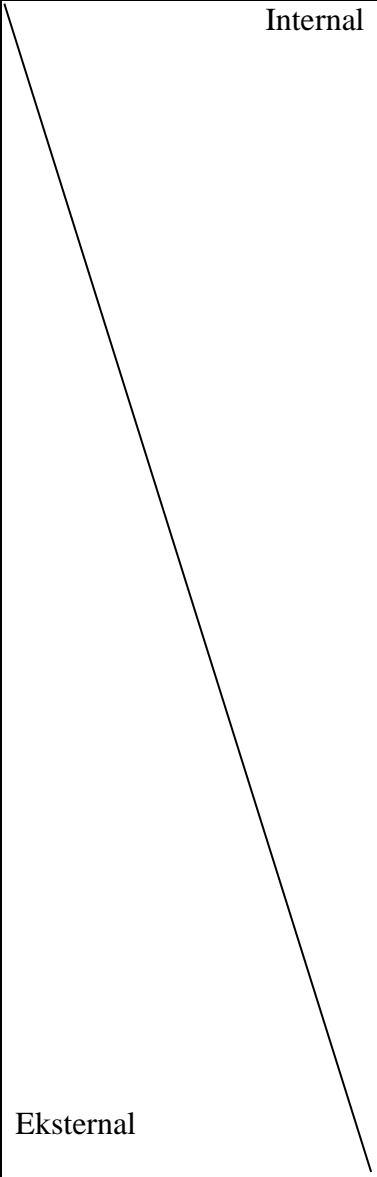
Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode analisis yang dapat digunakan untuk merancang strategi manajemen perusahaan dalam upaya mengembangkan pariwisata serta memenangkan persaingan dimasa depan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki pariwisata Kota Tegal. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strenghts*) dan Kelemahan (*weakness*) (Rangkuti, 2006: 19).

Hasil analisis SWOT digunakan sebagai pertimbangan untuk menetapkan suatu strategi pengembangan wisata Pantai Alam Indah. Setelah mengetahui hasil kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman maka dapat dirumuskan matriks SWOT untuk mengetahui strategi apa yang dapat daigunakan untuk mengatasi kelimahn serta ancaman yang ada, dengan

memanfaatkan kekuatan dan peluang pada kawasan wisata alam Pantai Alam Indah. Terdapat empat tipe strategi yang dapat dikembangkan dengan matriks SWOT yaitu :

Tabel 4
Matrik SWOT Faktor Internal dan Faktor Eksternal
Pengembangan Wisata Alam Pantai Alam Indah

<p align="center">Internal</p>  <p align="center">Eksternal</p>	<p align="center">Strength (S) Kekuatan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki panorama pesisir alam yang indah 2. Memiliki keragaman daya tarik dan objek wisata pendukung 3. Tingkat pelayanan yang cukup baik 4. Kondisi keamanan yang cukup baik 5. Kemudahan aksesibilitas 6. Keramahan masyarakat sekitar 7. Memiliki hasil sumberdaya di bidang perikanan yang melimpah 8. Kondisi nyaman yang cukup baik 9. Jarak tempuh antar satu objek wisata ke objek wisata lainnya relatif dekat 10. <i>Cost</i> atau biaya masuk objek wisata tergolong murah dan dapat dijangkau oleh wisatawan kelas menengah ke bawah sampai wisatawan menengah ke atas. 	<p align="center">Weakness (W) Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi promosi ke luar daerah Kota Tegal belum optimal 2. Rendahnya pengelolaan destinasi pariwisata khususnya dalam menyediakan fasilitas umum 3. Kurangnya kerjasama antara Pemerintah dengan masyarakat sekitar 4. Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan yang masih rendah 5. Tingkat kebersihan lingkungan yang kurang terjaga 6. Kondisi fasilitas umum yang kurang terawat 7. Keterbatasan lahan parkir 8. Konsep pengembangan kawasan belum tertata dengan baik 9. Keterbatasan sarana transportasi umum menuju kawasan wisata 10. Pengelolaan hasil tangkapan di bidang perikanan (TPI) belum optimal
<p align="center">Opportunities (O) Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki master plan dan <i>grand design</i> sebagai acuan rencana pengembangan pariwisata Kota Tegal secara terpadu dari 	<p align="center">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan posisi sebagai kawasan wisata alam yang memiliki variasi daya tarik dan objek wisata pendukung dengan <i>cost</i>/biaya 	<p align="center">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan strategi promosi yang berorientasi nasional dan internasional dengan bekerjasama antar pihak yang terkait dalam jaringan pemasaran

<p>Pemerintah (RIPP Kota Tegal)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Area yang masih luas untuk dikembangkan 3. Lokasinya yang strategis berada di Jalur Pantura 4. Wilayah Kota Tegal sudah mulai banyak dilirik oleh para investor untuk menanamkan modalnya di sektor pariwisata 5. Tingginya potensi wisata untuk dikembangkan sebagai wisata bahari 6. Besarnya minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke kawasan wisata 7. Besarnya dukungan dari masyarakat sekitar untuk pengembangan kawasan wisata berdasarkan potensi yang ada 8. Besarnya minat dari masyarakat untuk dilibatkan kerjasama dengan Pemerintah dalam pengembangan kawasan wisata 9. Kebijakan pemerintah pusat yang menetapkan kawasan wisata alam sebagai wisata andalan dengan tahap pengembangan kawasan untuk dijadikan sektor unggulan pariwisata 10. Adanya koordinasi antar Bidang/Dinas/ Badan terkait untuk pengembangan wisata. 	<p>terjangkau .</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Mengembangkan kawasan wisata dengan panorama pesisir pantai yang indah serta kondisi lahan yang masih luas dengan menggunakan Master Plan dan <i>grand design</i> sebagai acuan. 3. Mempertahankan posisi sebagai kawasan wisata yang strategis dengan kemudahan aksesibilitas agar wisatawan berkunjung kembali ke tempat wisata. 4. Meningkatkan kualitas pelayanan, keramahan terhadap wisatawan dan keamanan dengan mengikut sertakan masyarakat dalam berkontribusi mengembangkan wisata. 5. Menjalin kerjasama antara masyarakat sekitar dengan Dinas terkait dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada. 6. Mengembangkan kawasan TPI atau membuka Warung Makan dengan memanfaatkan hasil tangkapan perikanan yang melimpah dengan mengikutsertakan masyarakat dalam pengembangannya. 	<p>wisata.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Meningkatkan pengelolaan destinasi wisata khususnya fasilitas umum menggunakan acuan Master plan dan <i>grand design</i> dengan melibatkan Dinas terkait dan masyarakat. 3. Menjalin kerjasama antara Dinas Pemerintah dengan masyarakat dalam mengembangkan kawasan wisata agar lebih terstruktur dengan konsep yang telah disediakan dalam Masterplan dan <i>grand design</i>. 4. Mengadakan pelatihan dan pengarahan khusus untuk masyarakat agar memiliki kesadaran dalam pelestarian lingkungan. 5. Menyediakan sarana transportasi umum agar mempermudah aksesibilitas dengan melibatkan Dinas terkait seperti DISHUBKOMINFO.
---	--	--

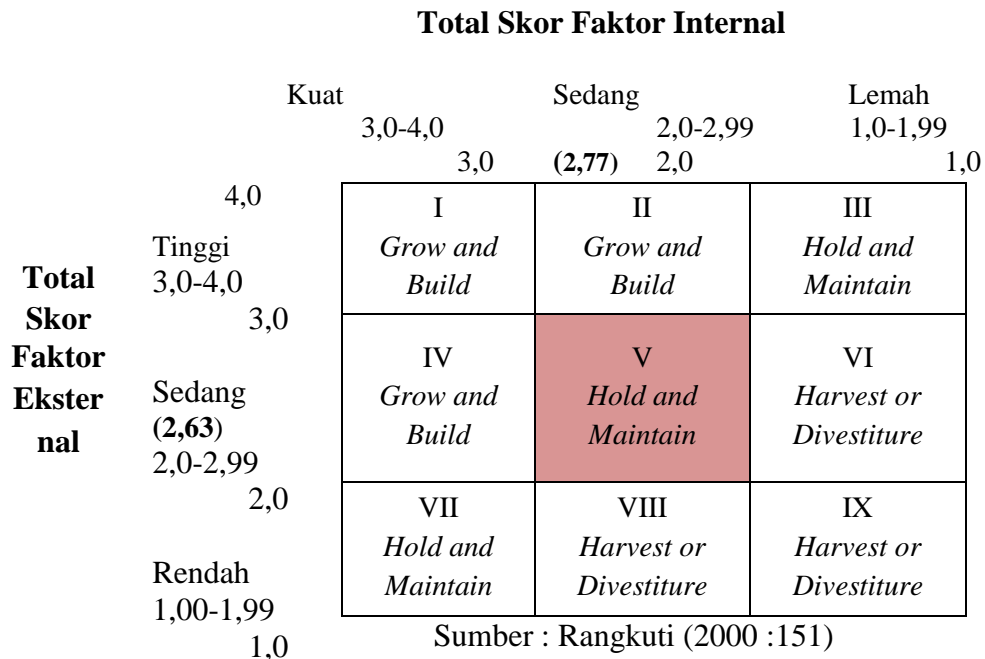
Threats (T) Ancaman	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya kesadaran para pelaku wisata dalam menjaga kelestarian dan kebersihan lingkungan 2. Terbatasnya sumber daya manusia profesional dan memadai yang dapat meningkatkan industri pariwisata 3. Terjadinya bencana alam atau kerusakan lingkungan di sekitar pesisir pantai yang dapat mengancam keselamatan seperti tsunami, rob dan banjir 4. Tindakan Pemerintah yang kurang aktif baik dari segi penanganan sarana prasarana maupun penanganan terhadap kondisi masyarakat sekitar 5. Daya saing dengan kawasan wisata alam di daerah lain yang lebih berkembang 6. Tidak direkomendasikan oleh pelaku bisnis dalam paket wisata 7. Pendapatan masyarakat sekitar menurun jika kawasan wisata tidak dikembangkan dengan baik 8. Hingga saat ini belum adanya kerjasama dengan pihak swasta 9. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas manusia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan penyuluhan, pelatihan dan <i>study banding</i> kepada masyarakat menyangkut pemeliharaan dan pengembangan kawasan wisata. 2. Mengoptimalkan kerjasama antara Pemerintah dengan <i>travel agent</i>(PHRI/ASITA) dalam mempromosikan paket wisata sebagai ODTW yang menarik dan aman dikunjungi. 3. Meminimalisasikan resiko terhadap terjadinya bencana alam dengan mengoptimalkan pembangunan terhadap kawasan wisata. 4. Mengoptimalkan kinerja Dinas Pemerintah terkait dalam menanggulangi permasalahan baik intern maupun ekstern. 5. Memberikan perhatian lebih kepada masyarakat agar mampu dilibatkan dalam bekerjasama dengan baik untuk pengembangan wisata. 6. Meningkatkan kerjasama dengan pihak swasta/<i>stakeholder</i> untuk menciptakan iklim investasi yang kondusif di sektor pariwisata. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi wisata dengan memberikan kemudahan bagi pihak lain untuk mendirikan suatu usaha jasa wisata. 2. Melakukan perbaikan fasilitas umum yang telah tersedia dengan melibatkan peran aktif Pemerintah dan masyarakat. 3. Melakukan pendidikan dan pelatihan secara rutin dengan tujuan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan aparatur di bidang pariwisata. 4. Meningkatkan kualitas kegiatan pendukung dalam kawasan wisata 5. Menata ulang pola tata ruang agar terkonsep dengan baik dan teratur. 6. Meningkatkan sikap siap dan tanggap terhadap seluruh pelaku wisata khususnya pihak Pemerintah dalam menghadapi suatu kendala. 7. Mengadakan kegiatan secara rutin kepada seluruh pelaku wisata (pemerintah, masyarakat, swasta, ASITA, PHRI, <i>travel agent</i>, Pokdarwis, kelompok seni) untuk mengagendakan wisata Kota Tegal.

10. Persaingan dalam industri wisata semakin kuat		
---	--	--

Berdasarkan hasil matriks SWOT yang dilakukan, kawasan wisata alam Pantai Alam Indah masuk ke dalam kuadran pertama, adapun alternatif strategi yang digunakan adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dengan pertimbangan bahwa Pantai Alam Indah mempunyai potensi alam dan kebudayaan yang besar untuk dikembangkan. Namun pengembangannya belum berjalan secara optimal, oleh karena itu strategi dengan menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunities*).

Analisis Matrik IE

Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS yang menunjukkan bahwa PAI berada pada posisi yang ditunjukkan dengan skor total sebesar 2,7761, sedangkan pada analisis matriks EFAS diperoleh skor total sebesar 2,6361 yang berarti PAI mempunyai faktor eksternal dengan respons yang baik terhadap peluang dan ancaman yang ada di. Kemudian dilakukan analisis melalui matriks IE untuk mengetahui posisi kuadran PAI sebagai berikut :



Gambar 1
Matriks IE (Internal – Eksternal)

Dari hasil analisis diatas maka dapat diketahui posisi Pantai Alam Indah berada pada kuadran V, dimana pada kuadran ini mengindikasikan Pantai Alam Indah dalam posisi (*Hold and Maintain*) strategi menjaga dan mempertahankan. Strategi pengembangan pasar yang dapat diterapkan antara lain penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Analisis QSPM

Menurut Umar, (1999:210) Matriks QSPM yaitu teknik yang digunakan untuk memperoleh keputusan dari kerangka kerja analisis formulasi strategi (Matrik SWOT), teknik ini secara jelas menunjukkan strategi alternatif mana yang paling baik untuk dipilih, QSPM menggunakan input dari hasil analisis (IFAS EFAS) dan pada pengolahan Matrik IE dan Marik SWOT. QSPM merupakan tahapan akhir dalam menentukan strategi yang tepat untuk perusahaan, baik saat ini maupun masa mendatang.

Berdasarkan analisis Matriks *Internal-Eksternal*, dan Matriks *SWOT* maka posisi Wisata Pantai Alam Indah berada dalam posisi sel V. Posisi ini mengindikasikan Pantai Alam Indah dalam posisi (*Hold and Maintain*) strategi menjaga dan mempertahankan. Strategi pengembangan pasar yang dapat diterapkan antara lain penetrasi pasar dan pengembangan produk. Alternatif strategi tersebut selanjutnya dilakukan pemilihan prioritas strategi dengan melakukan tabulasi prioritas strategi seperti yang dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini :

Tabel 5
Hasil Perhitungan *Quantitative Statagic Planning Matrix (QSPM)*

No.	Faktor Strategis	Bobot	Pengembangan Produk		Penetrasi Pasar	
			AS	TAS	AS	TAS
KEKUATAN						
1.	Memiliki panorama pesisir alam yang indah	0,0618	2	0,1236	2	0,1236
2.	Memiliki keragaman daya tarik dan objek wisata pendukung	0,0591	4	0,2364	4	0,2364
3.	Tingkat pelayanan yang cukup memuaskan	0,0607	3	0,1821	4	0,2428
4.	Kondisi keamanan yang cukup baik	0,0639	4	0,2556	3	0,1917
5.	Kemudahan aksesibilitas	0,0623	4	0,2492	4	0,2492
6.	Keramahan masyarakat sekitar	0,0683	3	0,2049	4	0,2732
7.	Memiliki hasil sumberdaya di bidang perikanan yang melimpah	0,0689	4	0,2756	4	0,2756
8.	Kondisi nyaman yang cukup baik	0,0623	3	0,1869	3	0,1869
9.	Jarak tempuh antar satu objek wisata ke objek wisata lainnya relatif dekat	0,0558	4	0,2232	4	0,2232
10.	<i>Cost</i> atau biaya masuk objek wisata tergolong murah dan dapat dijangkau oleh wisatawan kelas menengah ke bawah sampai wisatawan menengah ke atas.	0,0589	4	0,2356	4	0,2356
KELEMAHAN						
1.	Strategi promosi ke luar daerah Kota Tegal belum optimal	0,0390	4	0,156	3	0,117
2.	Rendahnya pengelolaan destinasi pariwisata khususnya dalam menyediakan fasilitas umum	0,0298	3	0,0894	3	0,0894
3.	Kurangnya kerjasama antara Pemerintah dengan	0,0368	2	0,0736	2	0,0736

	masyarakat sekitar					
4.	Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan yang masih rendah	0,0472	2	0,0944	1	0,0472
5.	Tingkat kebersihan lingkungan yang kurang terjaga	0,0354	2	0,0708	1	0,0354
6.	Kondisi fasilitas umum yang kurang terawat	0,0412	2	0,0824	2	0,0824
7.	Ketarbatasan lahan parkir	0,0404	3	0,1212	2	0,0808
8.	Konsep pengembangan kawasan belum tertata dengan baik	0,0420	3	0,126	2	0,084
9.	Kurangnya sarana transportasi umum menuju kawasan wisata	0,0314	3	0,0942	3	0,0942
10.	Pengelolaan hasil sumberdaya di bidang perikanan (TPI) belum optimal	0,0334	2	0,0668	3	0,1002

PELUANG

1.	Memiliki master plan dan <i>grand design</i> sebagai acuan rencana pengembangan pariwisata Kota Tegal secara terpadu dari Pemerintah (RIPP Kota Tegal)	0,0680	4	0,272	4	0,272
2.	Area yang masih luas untuk dikembangkan	0,0625	4	0,25	4	0,25
3.	Lokasinya yang strategis berada di Jalur Pantura	0,0625	4	0,25	3	0,1875
4.	Wilayah Kota Tegal sudah mulai banyak dilirik oleh para investor untuk menanamkan modalnya di sektor pariwisata	0,0630	4	0,252	3	0,189
5.	Tingginya potensi wisata untuk dikembangkan sebagai wisata bahari	0,0607	4	0,2428	4	0,2428
6.	Besarnya minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke kawasan wisata	0,0646	3	0,1938	4	0,2584
7.	Besarnya dukungan dari	0,0634	4	0,2536	4	0,2536

	masyarakat sekitar untuk pengembangan kawasan wisata berdasarkan potensi yang ada					
8.	Besarnya minat dari masyarakat untuk dilibatkan kerjasama dengan Pemerintah dalam pengembangan kawasan wisata	0,0640	4	0,256	4	0,256
9.	Kebijakan pemerintah pusat yang menetapkan kawasan wisata alam sebagai wisata andalan dengan tahap pengembangan kawasan untuk dijadikan sektor unggulan pariwisata	0,0600	3	0,18	3	0,18
10.	Adanya koordinasi antar Bidang/Dinas/Badan terkait untuk pengembangan wisata	0,0638	4	0,2552	4	0,2552

ANCAMAN

1.	Kurangnya kesadaran para pelaku wisata dalam menjaga kelestarian dan kebersihan lingkungan	0,0368	2	0,0736	1	0,0368
2.	Terbatasnya sumber daya manusia professional dan memadai yang dapat meningkatkan industri pariwisata	0,0412	3	0,1236	2	0,0824
3.	Terjadinya bencana alam atau kerusakan lingkungan di sekitar pesisir pantai yang dapat mengancam keselamatan seperti tsunami, rob dan banjir	0,0325	1	0,0325	1	0,0325
4.	Tindakan Pemerintah yang kurang aktif baik dari segi penanganan sarana prasarana maupun penanganan terhadap kondisi masyarakat sekitar	0,0351	2	0,0702	1	0,0351
5.	Daya saing dengan kawasan	0,0387	4	0,1548	2	0,0774

	wisata alam di daerah lain yang lebih berkembang					
6.	Tidak direkomendasikan oleh pelaku bisnis dalam paket wisata	0,0319	1	0,0319	1	0,0319
7.	Pendapatan masyarakat sekitar menurun jika kawasan wisata tidak dikembangkan dengan baik	0,0387	3	0,1161	2	0,0774
8.	Hingga saat ini belum adanya kerjasama dengan pihak swasta	0,0366	4	0,1464	3	0,1098
9.	Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas manusia	0,0374	3	0,1122	2	0,0748
10.	Persaingan dalam industri wisata semakin kuat	0,0382	4	0,1528	3	0,1146
JUMLAH BOBOT INTERNAL DAN EKSTERNAL		1,000				
TOTAL ATTRACTIVE SCORE				6,5674		6,4844

Berdasarkan hasil *QSPM* prioritas strategi maka strategi terpilih dengan *Total Attractiveness Score (TAS)* 6,5674, adalah strategi pengembangan produk (*product development*). Strategi yang diperoleh dari analisa matrix *QSPM* nantinya akan dipergunakan dan dijabarkan lagi dalam program kerja dan kebijakan-kebijakan dalam membuat perencanaan dan pengembangan industri pariwisata di Kota Tegal. Hasil strategi yang diperoleh untuk dikembangkan adalah *SO (Strength- Opportunitties)* dapat dilihat pada uraian berikut ini :

1. Strategi SO hasil analisis QSPM

a. Mempertahankan posisi sebagai kawasan wisata alam yang memiliki variasi daya tarik dan objek wisata pendukung dengan *cost*/biaya terjangkau. Teknis kegiatan yang dilakukan yaitu :

- 1) Melakukan perbaikan dan pemeliharaan secara berkala/rutin terhadap sejumlah objek wisata pendukung.
- 2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas variasi daya tarik dengan menghadirkan sejumlah atraksi wisata atau perlombaan.
- 3) Menjalin kerjasama dengan lembaga/organisasi atau kelompok di bidang seni untuk menyelenggarakan *event* setiap minggu atau bulanan.

- b. Mengembangkan kawasan wisata dengan panorama pesisir pantai yang indah serta kondisi lahan yang masih luas dengan menggunakan Master Plan dan *grand design* sebagai acuan. Teknis kegiatan yang dilakukan yaitu :
- 1) Menjalin kerjasama dengan pihak swasta
 - 2) Aplikasi riil dengan merealisasikan perencanaan Materplan dan *grand design* yang telah tersedia.
 - 3) Penetapan biaya pengembangan infrastruktur pada tahap awal pengembangan usaha terhadap fasilitas yang dianggap prioritas.
 - 4) Pengembangan usaha dilakukan secara bertahap sesuai dengan perkembangan jumlah wisatawan yang datang.
- c. Mempertahankan posisi sebagai kawasan wisata yang strategis dengan kemudahan aksesibilitas agar wisatawan berkunjung kembali ke tempat wisata. Teknis kegiatan yang dilakukan yaitu :
- 1) Pemeliharaan prasarana aksesibilitas seperti kualitas jalan, petunjuk arah dan transportasi.
 - 2) Penyediaan lahan parkir yang luas dan tertata rapi.
- d. Meningkatkan kualitas pelayanan, keramahan terhadap wisatawan dan keamanan dengan mengikut sertakan masyarakat dalam berkontribusi mengembangkan wisata. Teknis kegiatan yang dilakukan yaitu :
- 1) Memberikan perhatian dan pendekatan lebih kepada masyarakat sekitar.
 - 2) Memberikan pembinaan dan pelatihan kepada masyarakat dengan mengedepankan Sapta Pesona kepada wisatawan.
 - 3) Masyarakat dilibatkan langsung dalam pelayanan wisata dan diharapkan dapat memberikan pelayanan dan mutu terbaik agar wisatawan menjadi betah dan ingin lebih banyak menikmati suasana wisata.
- e. Menjalin kerjasama antara masyarakat sekitar dengan Dinas terkait dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada. Teknis kegiatan yang dilakukan yaitu:
- 1) Melibatkan masyarakat dalam bidang promosi baik secara langsung maupun tidak langsung, baik dengan media cetak, media elektronik, maupun media informasi.

- 2) Masyarakat dihimbau untuk mengembangkan usaha baik bergadang ataupun pengembangan usaha di bidang jasa
 - 3) Penyediaan lokasi dan pemeliharaan untuk pengembangan usaha
 - 4) Mengadakan koordinasi atau musyawarah rutin antara masyarakat dengan Dinas terkait, sebagai media komunikasi agar lebih menjalin keakraban antar sesama.
- f. Mengembangkan kawasan TPI atau membuka Warung Makan dengan memanfaatkan hasil sumberdaya perikanan yang melimpah dengan mengikutsertakan masyarakat dalam pengembangannya. Teknis kegiatan yang dilakukan yaitu:
- 1) Ditetapkannya lokasi TPI disekitar kawasan wisata, dengan mendirikan sejumlah kios.
 - 2) Menyediakan fasilitas khusus berupa tempat pelelangan sumberdaya perikanan, lengkap dengan persediaan air dan saluran air guna pembuangan limbah.
 - 3) Kerjasama antara para nelayan yang mencari sumberdaya alam, dan masyarakat sekitar/ibu rumah tangga yang mengolah hasil sumberdaya tersebut.
 - 4) Mendirikan sejumlah rumah makan atau restoran *seafood* dengan kualitas yang baik untuk menarik minat wisatawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan terhadap pengembangan kawasan wisata alam Pantai Alam Indah adalah

1. Didapatkan potensi wisata yang baik untuk dikembangkan adalah wisata alam, dengan jenis wisata yang dikembangkan adalah Pantai Alam Indah yang memiliki skor tertinggi yaitu 84%.
2. Faktor internal yang meliputi daya tarik objek, pengelolaan, perawatan dan pelayanan, promosi, tersedianya sumberdaya di bidang perikanan. Untuk faktor eksternal meliputi kondisi SDM, potensi pasar, kadar hubungan/kerjasama, kondisi lingkungan, kondisi alam, akomodasi, prasarana dan sarana penunjang juga hubungan dengan objek wisata lain.
3. Berdasarkan analisis *Matrix Grand Strategy* dan matriks *SWOT* maka didapatkan strategi yang dipilih yaitu Strategi Progresif dalam mengembangkan SO (*Strength and Opportunities*). Sedangkan untuk hasil Matrik Internal Eksternal didapatkan posisi sel V yaitu (*Hold and Maintain*) strategi menjaga dan mempertahankan.

4. Berdasarkan hasil *QSPM* prioritas strategi maka strategi terpilih dengan *Total Attractiveness Score* 6,5679 maka strategi yang harus digunakan adalah strategi pengembangan produk yang merupakan strategi meningkatkan pengembangan produk pariwisata Kota Tegal untuk memanfaatkan semua potensi yang dimiliki.
5. Untuk mengembangkan kawasan Pantai Alam Indah dengan menggunakan strategi pengembangan produk, maka akan dilakukan program-program sebagai berikut :
 - a. Perluasan akses dan peningkatan kualitas pariwisata melalui kegiatan :
 - 1) Pendataan potensi pariwisata yang dimiliki
 - 2) Pengembangan potensi wisata
 - 3) Peningkatan infrastruktur dan sarana prasarana
 - 4) Peningkatan variasi daya tarik dan atraksi wisata
 - b. Peningkatan kualitas SDM
 - c. Peningkatan/penguatan sistem
 - d. Peningkatan strategi bauran 4P : *product, price, promotion and place*.

Saran

1. Bagi Pemerintah , diharapkan lebih meningkatkan koordinasi antar instansi dalam pengembangan ODTW, lebih mengkaji kembali kebijakan yang telah dan akan diambil, lebih mengintegrasikan pengembangan beserta program yang ditentukan.
2. Bagi Pengelola/Dinas Pariwisata, meningkatkan kualitas pelayanan dan pengelolaan, memanfaatkan peluang yang tersedia, meninjau lanjut setiap program dalam perencanaan, menjalin kerjasama antar lembaga/pihak terkait.
3. Bagi Pihak Swasta dan pihak lain, merekomendasikan dalam paket wisata, menanamkan modalnya, membantu dalam penyediaan SDM, membantu strategi promosi dan melakukan penelitian untuk pengembangan wisata Kota Tegal.

DAFTAR PUSTAKA

FRETES Richard A.de, et.al, 2013. *Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode SWOT dan Qspm (Studi Kasus Kec.Leitimur Selatan Kota Ambon)*. Jurnal Rekayasa Mesin, Vol.4 No.2 2013, hal 111-118

Kotler, et.al. 2002. *Pemasaran, Perhotelan dan kepariwisataan, Edisi kedua*. Jakarta : PT. Prenhallindo.

Mahendra A.M dan Saino, Drs. __. *SWOT Analisis Sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Membangkitkan Usaha Sepatu di Pusat Perkulakan Sepatu Trowulan Kab. Mojokerto*. Jurnal. Universitas Negeri Surabaya.

Pendit, I Nyoman, S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Pendit, I Nyoman, S. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita

Pradikta Angga 2013. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pati*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.

Ramadhan, Gia. 2014. *Strategi Pengembangan Daya Tarik di Alam Wisata Cimahi di Kota Cimahi*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.

Rusdi Rina. *Strategi Pengembangan Wisata Belanja Pasar Cimol Gedebage Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. 41-42

Samaji, Rikhsan. 2015. *Strategi Pengembangan Ekowisata Nglanggeran Indah dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Gunung Kidul*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Umar, Husein. 1999. *Riset Strategi Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.

Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI

Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata. Edisi Pertama*, Bandung. : Angkasa

<http://www.kamusindonesia.org>