

Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Grobogan

Oleh:

Zulfa Illiyyiin, Herbasuki Nurcahyanto

**Departemen Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Jalan Profesor Haji Soedarto, Sarjana Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos. 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The tourism development has grand purpose to increase the number of tourist visits so that increase the local revenues. Moreover, in the tourism development is related to the infrastructure that need government support, the provision of information about travel and the tourism products and services marketing. The tourism development sector as one of the efforts in the pursuit of increase economic growth has been planned by the Grobogan Government. This study used the theories on the development strategy in strategy planning, tourism, SWOT analysis and Litmus Test. The study method is descriptive qualitative by data collecting technique through interviews, observation and documentation. The informants in this study are the employees of Department for Youth, Sport, Culture and Tourism Affairs in Grobogan. The writer also gain the data from visitors and the public travel in Grobogan area. The tourism development in Grobogan need improvement in infrastructure and lack of budgetary funds that require investors to cooperate. To reach appropriate strategies in this study, the writer used SWOT analysis. The strategy analyzes the internal factors and external factors to determine Strength, Weakness, Opportunity and Threat. Furthermore, to measure the level of appropriate strategies, the data tested with Litmus Test. In this test, the writer gets the priority scale strategy on the tourism development is SO strategy. Both Strength and Opportunity gave the possibility of the organizations to evolve quickly by using Strength from the internal environment to take opportunities from the external environment of the organization.

Keywords: organization development, tourism, strategy

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata telah muncul sebagai faktor penting bagi pembangunan daerah. Ini memiliki dampak ekonomi dan sosial yang besar di tingkat regional dan lokal, khususnya di daerah-daerah dimana kegiatan wisata berlangsung. Selain itu, pariwisata memberikan kontribusi untuk mengintegrasikan daerah yang kurang berkembang atau memberikan akses dalam pertumbuhan. Dalam hal ini, salah satu tantangan utama terdiri dari menyiapkan mekanisme untuk meningkatkan daya saing dan kualitas pariwisata di tingkat regional dan lokal,

serta untuk memastikan pengembangan pariwisata berkelanjutan dan seimbang di tingkat nasional. Jadi pembangunan daerah pariwisata dapat memicu pertumbuhan ekonomi secara umum dengan menciptakan dinamika baru.

Pengembangan sektor pariwisata sebagai salah satu upaya dalam mengejar pertumbuhan perekonomian yang semakin tinggi juga dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Grobogan. Pengembangan objek wisata yang sudah terkenal di Grobogan yaitu Bledug Kuwu, Mrapan dan Kedung Ombo menempati prioritas utama dalam Renstra Pembangunan Wilayah I dengan pola arus wisata yang terbentuk

berdasarkan letak geografis dan jaringan jalan yang ada.

Potensi sumberdaya alam tersebut masih belum dimanfaatkan secara optimal karena belum dilakukan penggalian potensi wisata alam dan budaya serta keterbatasan fasilitas penunjang pariwisata. Selain sumber daya alam, sumber daya manusia juga sebagai faktor penunjang keberhasilan pengembangan pariwisata. Banyak potensi yang dimiliki dan bila dikembangkan akan menjadi kekuatan dan tidak kalah dengan objek wisata di Jawa Tengah lainnya. Pengembangan pariwisata sendiri untuk menarik minat investor agar dapat mengembangkan Kabupaten Grobogan. Manfaat lainnya, dapat menambah pemasukan bagi pendapatan asli daerah (PAD).

Minimnya anggaran membuat pariwisata di Grobogan sulit berkembang. APBD Disporabudpar Kabupaten Grobogan Tahun 2017 keseluruhan sejumlah 6.621.000.000, sedangkan anggaran untuk bidang pariwisata yaitu sebesar 1.398.000.000. Persentase anggaran tahun 2017 mencapai 21%, jumlah tersebut telah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu hanya 18%. Agar tujuan visi dan misi Disporabudpar Kabupaten Grobogan tercapai diperlukan dukungan dana ideal sebesar 30% dari besarnya APBD Disporabudpar. Hingga saat ini pihak disporabudpar masih berusaha untuk melakukan upaya peningkatan dana bidang pariwisata agar anggaran mencapai ideal. Semua ini bisa tercapai bila ada dukungan dari berbagai pihak, khususnya stakeholder. Investor dalam hal ini sangat diperlukan untuk menanamkan modal di bidang kepariwisataan di wilayah Kabupaten Grobogan, sehingga pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan dapat tercapai dengan maksimal.

Strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan adalah melengkapi sarana dan prasarana untuk penopang pendapatan daerah dan pelestarian alam. Namun, hingga saat ini sarana dan prasarana yang ada di obyek wisata masih kurang dan masih perlu dilakukan perbaikan dan penambahan. Selain itu, PAD bidang pariwisata di Kabupaten Grobogan juga masih rendah, masih perlu upaya untuk meningkatkan PAD. Berbagai upaya telah dilakukan yaitu salah satunya dengan meminta bantuan kepada pemerintah pusat untuk

melakukan perbaikan sarana dan prasarana di obyek wisata sehingga lebih layak dengan demikian obyek wisata dapat menarik kunjungan wisatawan dan PAD juga meningkat.

Kondisi pariwisata saat ini masih jauh dari strategi yang telah ditetapkan. Akses jalan menuju beberapa obyek wisata yang rusak menyebabkan para wisatawan kurang tertarik untuk berkunjung ke obyek wisata dengan hal tersebut bisa menurunkan jumlah kunjungan wisatawan. Selain itu, belum ada rambu penunjuk jalan wisata sehingga bagi para wisatawan yang belum mengetahui daerah Grobogan akan mengalami kesulitan apabila akan berkunjung ke obyek wisata. Sebagian besar obyek wisata terletak di desa dan belum ada akses angkutan umum, sehingga para pengunjung harus menggunakan kendaraan pribadi untuk mengunjungi wisata tersebut. Banyak obyek wisata yang belum dikelola dengan baik, apabila obyek wisata dikelola dengan baik akan meningkatkan PAD Kabupaten Grobogan. Di tempat obyek wisata masih minimnya toilet, padahal merupakan aspek sarana yang penting dan sangat diperlukan oleh para wisatawan. Pada obyek wisata masih minimnya area warung makan dan area lahan parkir.

Kabupaten Grobogan memiliki banyak obyek wisata, baik obyek wisata alam, obyek wisata budaya dan obyek wisata buatan. Namun hanya ada 2 obyek wisata yang dikelola oleh Pemerintah Daerah dan masuk dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu Bledug Kuwu dan Goa Lawa dan Goa Macan, sedangkan obyek wisata yang lain sebagian dikelola oleh Perhutani, Balai Besar Wilayah Sungai Pemali-Juana, Masyarakat dan Dinporabudpar Provinsi Jawa Tengah.

Pengembangan obyek wisata yang terdapat di Kabupaten Grobogan masih belum optimal. Terdapat obyek wisata yang terbengkalai sehingga jumlah pengunjung mengalami penurunan. Hal tersebut terjadi karena keadaan obyek wisata yang kurang menarik karena sarana dan prasarana masih belum maksimal. Sehingga sektor pariwisata belum mampu diandalkan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Selama ini, pengembangan wisata terkesan kurang mendapat perhatian Pemerintah

Daerah, kondisi-kondisi tersebut membuat pengembangan pariwisata belum ada perubahan yang signifikan. Di luar permasalahan infrastruktur, terutama jalan, pemerintah kabupaten (pemkab) yang seharusnya menjadi ujung tombak pengembangan wisata belum dapat merangkul seluruh elemen yang terlibat. Banyak obyek wisata yang mangkrak karena akses jalan masuk menuju objek wisata rusak parah. Ditambah lagi, pengembangan pariwisata belum menjadi salah satu program unggulan. Pengelolaan berbagai tempat wisata berkesan seadanya, membuat pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata tidak dapat diandalkan.

Dengan diperbaikinya infrastruktur objek wisata serta dikelola dengan profesional akan menarik investor untuk menanamkan modalnya mengelola objek wisata di Grobogan, kendati saat ini pendapatan sektor pariwisata masih minim, untuk melakukan invesasi. Apabila pariwisata semakin berkembang pemasukan anggaran daerah juga bertambah seiring banyaknya wisatawan yang datang.

Disporabudpar merupakan Leading Sektor pengembangan pariwisata Kabupaten Grobogan dan juga melibatkan pihak swasta maupun masyarakat. Dukungan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata berupa infrastuktur, penyediaan informasi publik tentang wisata, pengembangan hubungan dengan media massa, memperhatikan kualitas lingkungan, meningkatkan kualitas layanan, serta pemasaran produk dan jasa tertentu, sehingga dapat menarik wisatawan baik Lokal, Regional, Nasional maupun Internasional. Di Kabupaten Grobogan sudah terbentuk kelompok Sadar Wisata atau yang disebut Pokdarwis yang dikelola oleh Disporabudpar. Melalui pengembangan wisata tersebut masyarakat memiliki peluang usaha dan peluang lapangan kerja yang besar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan. Upaya yang telah dilakukan oleh Pokdarwis yaitu melakukan penghijaun, bersih-bersih sampah, menjadi pemandu wisata untuk pengunjung serta sebagian masyarakat berjualan.

Langkah-langkah yang telah ditempuh dalam sektor pariwisata kabupaten Grobogan adalah membangun dan mengembangkan potensi wisata untuk usaha peningkatkan

pendapatan daerah, pengembangan industri pariwisata dan kebudayaan khas daerah berupa peningkatan promosi, pendidikan kepariwisataan, penyediaan sarana dan prasarana serta meningkatkan mutu pelayanan; dan meningkatkan kelembagaan yang mengelola sektor pariwisata dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan perlu ditingkatkan melalui usaha penyuluhan dan pembinaan terhadap kelompok-kelompok seni budaya, kelompok kerajinan, usaha pemeliharaan serta pengembangan kebudayaan bangsa.

Permasalahan pariwisata seharusnya mendapatkan perhatian utama Pemerintah Daerah karena secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh dalam sektor pariwisata. Berbagai perubahan tersebut harus diantisipasi dengan cara menerapkan strategi yang efektif sehingga mempengaruhi perkembangan pariwisata yang ada Di Kabupaten Grobogan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil judul **“Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Grobogan”**.

B. TUJUAN

Tujuan penelitian ini adalah:
Untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan.

C. TEORI

1. Strategi

Menurut Hofer & Schendel (1978) strategi adalah *“fundamental pattern of present and planned resources deployments and environmental interactions that indicates how the organization will achieve its objectives”*. Selanjutnya Hofer & Schendel (1978) dalam Tangkilisan (2005:253-254) mengajukan empat komponen strategi yang perlu dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Ruang lingkup (*scope*), yaitu gerak interaksi antara organisasi atau institusi dengan lingkungan eksternalnya, baik masa kini maupun masa yang akan datang
2. Penggerahan sumber daya (*resource deployment*), yaitu pola pengarahan sumber daya dan kemampuan untuk

- mencapai tujuan atau sasaran organisasi/institusi.
3. Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), yaitu posisi unik yang dikembangkan institusi atau organisasi vis-a-vis para pesaingnya.
 4. Strategi (*strategy*), yaitu efek bersama dari penggerahan sumber daya atau keputusan strategis, sehingga seluruh komponen yang ada mampu bergerak secara terpadu dan efektif.

Berdasarkan pendapat Hofer & Schendel bahwa ada empat komponen strategi yang perlu dipertimbangkan yaitu ruang lingkup dimana interaksi antara organisasi dengan lingkungan eksternal sangat diperlukan. Untuk mencapai tujuan atau sasaran organisasi perlu ada pengarahan sumber daya dan kemampuan untuk proses pengambilan keputusan yang efektif sehingga organisasi memiliki keunggulan kompetitif.

2. Perencanaan Strategis

Menurut Bryson and Roering dalam Bryson (2007:55-71), untuk menerapkan teknik manajemen strategik secara baik dan berhasil, maka harus dipertimbangkan delapan langkah pokok berikut ini:

1. Memprakarsai dan menyepakati suatu proses perencanaan
2. Mengidentifikasi mandat institusi atau organisasi.
3. Memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi.
4. Menilai lingkungan eksternal: peluang dan ancaman
5. Menilai lingkungan internal: kekuatan dan kelemahan
6. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi
7. Merumuskan strategi untuk mengolah atau mengangani isu-isu yang ada
8. Menciptakan suatu visi institusi atau organisasi yang efektif bagi masa depan.

3. Pariwisata

Menurut (Iversen & Wren, 1998; Mc Intosh, Goeldner & Ritchie, 2000; Mohamed, 2005) menjelaskan pariwisata adalah salah satu industri yang terbesar dan penting sekarang ini. Industri pariwisata berkembang setelah kemerosotan manufaktur dan beberapa industri

lain, yang sebelumnya dimonopoli oleh dunia ekonomi dan sistem sosial, sementara menurut (Schumacher, 2007) tidak jauh beda bahwa pariwisata adalah industri terkemuka dan satunya industri terbesar di dunia saat ini. Sektor ini dapat dikenali sebagai salah satu poin penting dalam industri pelayanan di dunia. Selanjutnya, (Liu & Wall, 2006) berpendapat bahwa pariwisata adalah hal potensial dalam tingkat sosial, lingkungan, dan ekonomi dari banyaknya agenda pemerintahan. Pemerintah melihat pariwisata sebagai alat perkembangan yang memberikan prioritas untuk menjaga lingkungan dan tradisi dengan dampak negatif yang minimum.

Menurut (Fandeli, 2002) Pariwisata minat khusus dapat terfokus pada dua aspek, yakni :

- a. Aspek budaya Dalam aspek budaya, wisatawan akan terfokus perhatiannya pada tarian, musik, seni, kerajinan, pola tradisi masyarakat, aktivitas ekonomi yang spesifik, arkeologi dan sejarah.
- b. Aspek Alam Dalam aspek alam, wisatawan dapat terfokus pada flora, fauna, geologi, taman nasional, hutan, sungai, danau, pantai, laut dan perilaku ekosistem tertentu.

International Journal of Academic Research in Environment and Geography Vol 1 No. 1 yang ditulis oleh Candeia Melinda, Elena Bogan (2014:295):

“Their assignments include the provision of public information on the possibilities of tourist travels in Romania, the development of relations with mass-media in the host country of the offices, the promotion of Romania by the foreign tour operators, coordination of the promotion activities and the participation of Romania in different fairs and exhibitions”. (Kepemilikan hak mereka meliputi syarat dari informasi publik dalam berbagai kemungkinan perjalanan wisata di Romania, perkembangan hubungan dengan media massa di kantor negara asal, promosi Romania oleh operator biro luar negeri, koordinasi aktivitas promosi dan keikutsertaan Romania dalam pekan raya dan pameran yang berbeda”)

Strategi pengembangan pariwisata juga direncanakan melalui Rencana Lima Tahun Malaysia. Dimulai dengan MP1, dalam upaya untuk mengkonsolidasikan dan mempromosikan

industri pariwisata, sehingga terus tumbuh dan berkembang setara dengan tujuan internasional lainnya. Menurut Anuar, Ahmad NA, et al (2013:181) dalam Jurnal *Asian Sosial Science Vol. 9 No. 2*.

Journal of Economics Vol. 2 No.1 yang ditulis oleh Kirovska, Zanina (2011:69):

"Strategic management is a proactive process of achieving long-term compatibility of the corresponding area in planned tourism. This management represents most profitable way for implementation of priority development goals in tourism, defined by the national economy which is affected by development of tourism. Strategic management basically has all the necessary features that promise efficiency and effectiveness in achieving development goals in tourism. Manajemen strategis adalah proses proaktif untuk mencapai kompatibilitas jangka panjang dari bidang yang sesuai di lingkungan pariwisata direncanakan. Manajemen ini adalah cara yang menguntungkan untuk pelaksanaan prioritas tujuan pembangunan di bidang pariwisata, yang ditetapkan oleh perekonomian nasional, yang dipengaruhi oleh pengembangan pariwisata. Manajemen strategis pada dasarnya memiliki semua fitur yang diperlukan yang menjanjikan efisiensi dan efektivitas dalam mencapai tujuan pembangunan di bidang pariwisata"

Terdapat tujuh faktor yang berhubungan dengan manajemen pariwisata berkelanjutan dalam Jurnal *Asian Social Science Vol. 10 No. 15* yang ditulis oleh Panich, Winita, et al(2014:49), meliputi:

1. Penjagaan sumber daya alam;
2. kemacetan;
3. Peraturan pajak;
4. biaya travel;
5. tenagakerja;
6. pengelolaan sampah; dan
7. kejahatan (Sakolnakorn & Naipinit, 2011).

Selain itu, infrastruktur dan transportasi termasuk fasilitas untuk wisatawan seperti listrik, persediaan air, akses internet, air, dan akomodasi-akomodasi (Naipinit et al)"

Sementara dalam jurnal *Asian Sosial Science Vol. 9 No. 9* yang ditulis oleh Bhuiyan, Md. AH, et al.(2013:11):

"Strategic management basically has all the necessary features that promise efficiency and effectiveness in achieving development

goals in tourism. Governments view tourism as a tool for infrastructure development, job opportunities, earning foreign exchange, balance of payments, regional development and generating benefits for local communities (Glasson et al., 1995). Tourism development can increase individual's income and revenues for host countries (Ahn et al., 2002). Manajemen strategis pada dasarnya memiliki semua fitur yang diperlukan yang menjanjikan efisiensi dan efektivitas dalam mencapai tujuan pembangunan di bidang pariwisata. Pemerintah melihat pariwisata sebagai alat untuk pengembangan infrastruktur, lapangan pekerjaan, penghasilan devisa, neraca pembayaran, pembangunan daerah dan menghasilkan manfaat untuk penduduk lokal (Glasson et al., 1995). Pengembangan pariwisata dapat meningkatkan pendapatan individu dan pendapatan untuk negara-negara asal. (Ahn et al., 2002).

Berdasarkan penelitian terdahulu dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata adalah industri potensial baik dari aspek budaya dan aspek alam yang dikembangkan oleh suatu daerah sebagai sumber pendapatan nasional sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan strategi promosi untuk menarik wisatawan. Pengembangan pariwisata harus ada dukungan dari pemerintah terkait insfrakstruktur, penyediaan informasi publik tentang wisata, tranportasi, penjagaan sumber daya alam, pengelolaan sampah, peraturan pajak, kemacetan, kejahatan dan pengembangan hubungan dengan media massa serta adanya pemasaran produk dan jasa tertentu. Pengembangan pariwisata sebagai sumber penting pendapatan nasional. Pengembangan pariwisata dapat meningkatkan penghasilan per kapita dan pendapatan negara. Tiga ciri ekonomi paling penting dalam pariwisata dalam kemajuan negara adalah kenaikan pendapatan, ketersediaan lapangan kerja dan devisa negara. Pariwisata dapat berkontribusi dalam tingkat perkembangan ekonomi makro dan mikro dari suatu negara.

4. Alat Analisis dalam Manajemen Strategi

Menurut Rangkuti (2002:18), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi.

Fred.R.David (2009:327-330) Analisis SWOT (Strengths-Weakness-Opportunities-Threats = Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman) adalah sebuah alat penggabungan yang penting yang membantu pimpinan untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu: Strategi SO, Strategi ST, Strategi WO dan Strategi WT.

Pada kondisi ini, organisasi memperoleh peluang yang besar dengan kekuatan-kekuatan yang dimilikinya. Kondisi seperti ini mendorong organisasi agar menerapkan strategi dengan orientasi pertumbuhan (Growth Oriented Strategy). Startegi SO disebut dengan *Comparative Advantage*. Strategi ini memberi kemungkinan bagi organisasi untuk berkembang lebih cepat.

5. Litmus Test

Menurut Bryson (2007:185) Litmus tet berguna untuk mengembangkan beberapa ukuran tentang bagaimana strategisnya isu tersebut. Tes Litmus digunakan oleh Hannepin Country untuk menyaring isu-isu strategis. Isu yang benar-benar strategis adalah isu yang memiliki skor tinggi pada semua dimensi, sedangkan isu yang operasional adalah isu dengan skor rendah dalam semua dimensi.

D. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Untuk mendapatkan informan yang tepat dan sesuai tujuan, dalam memilih informan digunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, dokumen, dan studi pustaka.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. HASIL PENELITIAN

Analisis SWOT digunakan untuk mengklasifikasikan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang berasal dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Berdasarkan klasifikasi tersebut dapat mengetahui kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan. Berikut ini adalah ringkasan analisis lingkungan internal

dan eksternal dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan:

1. Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam organisasi yang mencakup kekuatan dan kelemahan Disporabudpar Kabupaten Grobogan yaitu sebagai berikut:

a. Kekuatan (*strengths*)

1. Kesesuaian visi dan misi dengan kondisi pariwisata
2. Mempunyai beberapa potensi yang beragam
3. Penyediaan informasi pariwisata
4. Adanya komitmen pemerintah dalam pengembangan pariwisata

b. Kelemahan (*weakness*)

1. Kualitas dan kuantitas SDM yang masih kurang
2. Kurangnya pelatihan untuk pengembangan SDM
3. Minimnya anggaran dana
4. Kurangnya sarana dan prasarana

2. Lingkungan Eksternal

a. Peluang (*opportunity*)

1. Kondisi sosial budaya yang mendukung
2. Adanya perda yang mengatur pariwisata
3. Pemanfaatan teknologi informasi dalam sektor pariwisata

b. Ancaman (*threats*)

1. Belum ada kerjasama dengan investor
2. Kurangnya kelompok masyarakat sadar wisata

Setelah melakukan analisis terhadap lingkungan strategis, tahap selanjutnya dalam perumusan strategis yaitu mengidentifikasi isu-isu strategis. Isu strategis diperoleh dari matriks analisis SWOT yaitu dengan menggabungkan kekuatan dan kelemahan (Internal) dengan peluang dan ancaman (eksternal), sehingga mampu mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, dan strategi W-T. Berikut ini adalah hasil identifikasi isu-isu strategis:

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada matriks sebelumnya diperoleh beberapa isu strategis, untuk menentukan kestrategian suatu isu dilakukan pengujian dengan Litmus Test. Pengujian tersebut dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang kemudian diberi bobot nilai. Berikut hasil uji litmus Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Grobogan:

1. Merealisasikan komitmen pemerintah untuk mengembangkan pariwisata dengan memanfaatkan kondisi sosial budaya (skor 33)
2. Meningkatkan penyediaan informasi pariwisata dengan memanfaatkan TI (skor 32)
3. Meningkatkan kualitas maupun kuantitas SDM untuk pengelolaan pariwisata (skor 31)
4. Meningkatkan anggaran dana dengan adanya perda yang telah ditetapkan (skor 31)
5. Merealisasikan komitmen pemerintah dengan investor dalam pengembangan pariwisata (skor 31)
6. Mengoptimalkan promosi pariwisata melalui media cetak maupun sosial sehingga menarik investor maupun wisatawan (skor 30)
7. Menyelenggarakan pelatihan secara formal maupun infomal untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga investor tertarik untuk bekerjasama. (skor 28)
8. Merencanakan pengadaan sarana dan prasarana melalui kelompok masyarakat sadar wisata (skor 26)

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi terhadap lingkungan internal dan eksternal dalam strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan, selanjutnya merumuskan isu strategis. Berdasarkan matriks analisis SWOT diperoleh beberapa isu strategis yaitu menggabungkan kekuatan dan kelemahan (lingkungan internal) serta peluang dan ancaman (lingkungan eksternal), sehingga mampu mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi S-O, strategi S-

T, strategi W-O, dan strategi W-T. Selanjutnya, untuk mengukur tingkat kestrategian dari isu-isu dilakukan pengujian dengan Litmus Tes. Pengujian tersebut dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan-pertanyaan dalam Uji Litmus kemudian diberikan bobot nilai sesuai dengan kriteria.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan dapat dimunculkan beberapa alternatif strategi yang merupakan prioritas pada pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan. Strategi yang paling strategis adalah strategi SO (*Strengths-Opportunity strategy*). Strategi ini menggunakan kekuatan yang berasal dari lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang yang berasal dari lingkungan eksternal organisasi. Strategi SO disebut dengan *Comparative Advantage*, strategi ini memberi kemungkinan bagi organisasi untuk berkembang lebih cepat. Organisasi memperoleh peluang yang besar dengan kekuatan-kekuatan yang dimilikinya. Kondisi seperti ini mendorong organisasi agar menerapkan strategi tersebut karena merupakan elemen strategik yang paling baik bertemu sehingga tidak boleh dihilangkan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan strategi S-O yang diambil adalah:

1. Merealisasikan komitmen pemerintah untuk mengembangkan pariwisata dengan memanfaatkan kondisi sosial budaya. Strategi ini dilakukan perjanjian yang dilakukan untuk memilih suatu pilihan tindakan tertentu agar dapat dijalankan dengan maksimal. Melihat kondisi sosial budaya sangat berpengaruh dalam pengembangan pariwisata, dimana Grobogan telah memiliki kelompok budaya dan kesenian. Keberagaman sosial budaya merupakan salah satu penunjang dalam pengembangan pariwisata, karena aspek sosial budaya merupakan salah satu aspek penting untuk meningkatkan kegiatan kepariwisataan. Pariwisata dapat tumbuh dan berkembang dengan baik apabila didukung dengan pariwisata budaya. Nilai budaya dan kesenian di masyarakat Grobogan sampai saat ini masih dipertahankan dan dilestarikan. Selain nilai budaya di Grobogan juga memiliki peninggalan cagar budaya yang merupakan aset bidang pariwisata. Selain

itu, perlu diterapkan pengembangan nilai budaya Sapta Pesona yaitu Nilai tentang keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahtaman, dan kenangan.

2. Meningkatkan penyediaan informasi pariwisata dengan memanfaatkan TI

Pengembangan pariwisata berbasis teknologi informasi dilakukan dengan menyediakan web khusus pariwisata yang dapat memberikan informasi yang up to date mengenai obyek-obyek wisata yang ada di Grobogan, hotel atau penginapan (home stay) di sekitar obyek wisata, event-event yang sering diselenggarakan, keunikan budaya dan tradisi lokal di daerah kawasan wisata, sarana dan prasarana pelengkapnya, akomodasi serta peta penyebaran obyek pariwisata yang disertai dengan petunjuk rute perjalanan. Saat ini ikatan pemuda grobogan sudah membuat paguyuban yang peduli dengan wisata grobogan, mereka mempromosikan wisata melalui akun-akun media sosial seperti facebook dan instagram dimana sebagian besar masyarakat menggunakan akun media sosial tersebut sehingga untuk mencari informasi mengenai pariwisata di Grobogan lebih mudah. Masyarakat dapat mengakses informasi terbaru mengenai fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh wisata di Grobogan dan informasi bisa lebih cepat sampai ke masyarakat. Penyediaan informasi dengan memanfaatkan TI dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, sehingga dengan meningkatnya jumlah kunjungan juga akan mempengaruhi PAD Kabupaten Grobogan.

B. SARAN

Berdasarkan analisis lingkungan strategis dan isu-isu strategis, maka ditemukan sebuah strategi yang sudah diuji menggunakan litmus tes. Strategi tersebut menjadi rekomendasi dalam pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata di Kabupaten Grobogan agar pariwisata di Grobogan lebih berkembang. Upaya-upaya program strategis yang dilakukan

untuk menunjang keberhasilan pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan yaitu:

1. Merealisasikan komitmen pemerintah untuk mengembangkan pariwisata dengan memanfaatkan kondisi sosial budaya
 - a. Meningkatkan Komitmen dari Pemerintah Kabupaten Grobogan, Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Grobogan, dan Dinas-Dinas terkait dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Grobogan
 - b. Melaksanakan kerja sama dengan pihak luar, baik pihak pemerintah maupun swasta dalam pengembangan wisata
 - c. Mengkoordinasikan pertemuan di setiap awal bulan antar kelompok kesenian di Grobogan untuk berdiskusi mengenai inovasi wisata budaya serta melakukan pengemasan wisata budaya yang lebih menarik
 - d. Merencanakan penambahan jumlah desa wisata dengan usulan program atau kegiatan khusus apabila suatu desa memiliki potensi sosial budaya yang menarik agar mendatangkan wisatawan dan pengembangan sarana dan prasarana dengan menjalin kemitraan dengan pemerintah atau pihak swasta
 - e. Meningkatkan atraksi seni dan budaya sebagai daya tarik wisata
 - f. Mempertahankan tradisi lokal yang ada yang dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata.
2. Meningkatkan penyediaan informasi pariwisata dengan memanfaatkan TI
 - a. Meng-update informasi website secara berkala mengenai informasi pariwisata yang ada di Grobogan
 - b. Melakukan promosi wisata melalui akun-akun media sosial yang sebagian besar masyarakat menggunakan akun tersebut
 - c. Memberikan informasi event-event pariwisata serta promo paket wisata yang dapat menarik wisatawan

DAFTAR PUSTAKA

Aiff, Faisal dan Ismeth Abdullah. 2015. *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. Refika Aditama: Bandung

- Anuar, Ahmad Nazrin Aris, Habibah Ahmad, Hamzah Jusoh dan Mohd Yusuf Hussain (2013) "Policy Tourism Development Strategy towards Tourist Friendly Destination in Kuala Lumpur". *Asian Sosial Science*9 (2): 180-190
<https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2013-2-00382-AKSI%20Bab2001.pdf> (diakses 3 november 2016)
- Bhuiyan, Md. Anowar Hossain, Chamburi Siwar, Shaharuddin Mohammad (2013) "Tourism Development in Malaysia from the Perspective of Development Plans". *Asian Sosial Science*9 (9): 11-18
http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/gravity_forms/1-ec61c9cb232a03a96d0947c6478e525e/2014/08/E-jurna-ekonomi-politik-kawasan-wisata-lagoi-kabupaten-bintan-Herni-Marina-100565201152.pdf (diakses 3 november 2016)
- Bhuiyan, Md. Anowar, H., C. Siwardan S.M.Ismail.(2013) "Tourism development in Malaysia from the perspective of development plans". *Asian Social Science*9 (9) : 11-18
<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/8454/6.%20BAB%20II.pdf?sequence=7&isAllowed=y> (diakses 18 Maret 2017)
- J. Salusu. 2015. *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Grasindo: Jakarta
- Keban, Yeremias T. 2008. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik Konsep, Teori dan Isu*. Gava Media: Yogyakarta
- Kirovska, Zanina (2011) "Strategic Management Within the Tourism and The Wolrd Globalization". *Journal of Economics*2 (1): (69-76)
- Nawawi, Hadari. 2003. *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*. Gadjah Mada University Press: Yogyakarta.
- Siagian, Sondang P. 2012. *Manajaemen Stratejik*. Bumi Aksara: Jakarta
- Pasolong, Harbani. 2011. *Teori Administrasi Publik*. Alfabeta: Bandung
- Petrevska, Biljana (2012) "Tourism Contribution To Regional Development: Best Practice In
<http://digilib.unimus.ac.id/files/disk1/119/jptunimus-gdl-titiknuriae-5914-2-bab2.pdf> (diakses 3 november 2016)

Macedonia". *Journal of Community Positive Practices*3: 425-440

Panich, Wanita, Thirachaya Maneenetr, Taksina Kunarucks, Thongphon Promska Na Sakolnakorn (2014) "The Management Strategy of Cultural Tourism: A Case Study of Sakon Nakhon Province, Thailand". *Asian Sosial Science* 10 (15): 48-53

Riharjo, Ikhsan Budi (2011) "Memahami Paradigma Penelitian Non-Positivisme Dan Implikasinya Dalam Penelitian Akuntansi". *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis Dan Sektor Publik (JAMBSP)*8 (1): 128-146

Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Grasindo: Jakarta