

BAB 1

PENDAHULUAN

1. 1 LATAR BELAKANG

Pariwisata menjadi salah satu primadona bagi negara-negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya diluar dari migas dan pajak. Saat ini Indonesia sebagai salah satu negara berkembang mulai mempromosikan negaranya guna menarik pandangan mata dunia lain, hal ini dimaksudkan agar Indonesia semakin terkenal bagi warga/penduduk negara lain untuk berkunjung ke Indonesia. Promosi-promosi yang dilakukan adalah menjual keragaman wisata dan budaya Indonesia, hal inilah ditanggapi positif dengan banyaknya wisatawan dari mancanegara yang berkunjung ke Indonesia¹.

Menurut undang undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintah daerah, pengertian otonomi daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri Urusan Pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia². Salah satu urusan yang dapat diatur sendiri oleh pemerintah daerah adalah tentang pariwisata. Sebagaimana diatur dalam pasal 12 tentang Pemerintahan Daerah terdapat pembagian jelas, antara urusan yang bersifat wajib dan pilihan. Bahwasanya Pemerintah Daerah bewenang untuk mengelola kekayaan daerah yang secara nyata ada dan berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai kondisi, kekhasan, dan potensi unggulan daerah yang disesuaikan dengan

¹ B A B Ii and A Deskripsi Teori, "I Ketut Suwena Dan I Gusti Ngurah Widyatmaja, Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata , (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017), Hal. 15 21 17" (1959): 17–71.

² Tentang Pemerintah Daerah Undang-Undang No 32 Tahun 2004, "Undang-Undang No 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah," *Dpr* (2004): 249, <http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/33.pdf>.

karakteristik daerah yang bersangkutan. Potensi tersebut antara lain pertambangan, perikanan, pertanian, perkebunan, kehutanan, serta pariwisata.

Sektor pariwisata berperan penting dalam perwujudan kesejahteraan masyarakat. Tercantum dalam Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009 Bab II Pasal 4 tentang kepariwisataan³. Tujuan dari Kepariwisata adalah untuk: 1.) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi 2.) Meningkatkan kesejahteraan rakyat 3.) Mengurangi kemiskinan 3.) Mengurangi jumlah pengangguran 5.) Melestarikan lingkungan alam dan budaya 6.) Memajukan kebudayaan 7.) Mengangkat citra bangsa 8.) Memupuk rasa cinta tanah air 9.) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa 10.) Mempererat persahabatan antarbangsa.

Menurut RIPPARPROV Jawa Tengah pasal 10(1), Kebumen masuk dalam KPPP Provinsi Jawa Tengah. Perlu diketahui bahwa salah satu syarat agar suatu kabupaten/kota bisa masuk KPPP adalah daerah tersebut harus mempunyai sumber daya sektor pariwisata yang potensial sebagai sebuah daya tarik wisata dan sudah memiliki citra yang baik yang dikenal di skala regional⁴. Peraturan mengenai kepariwisataan kabupaten kebumen diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2017 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Kebumen Tahun 2017-2025.

Indonesia yang memiliki keragaman budaya dan wisata melimpah itu mampu mengatasi masalah-masalah mendasar dengan penguatan ekonomi dari penerimaan devisa/pendapatan daerahnya dengan itulah sebagai negara yang memiliki keragaman melimpah Indonesia dapat mengembangkan potensinya,

³ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009.

⁴ Anonim, "Profil Kabupaten Kebumen" (2014).

misalnya dari segi pariwisata sebab wisatawan yang berkunjung ke Indonesia mencari atau menikmati keindahan pariwisata Indonesia sehingga memberikan efek domino bagi dalam maupun luar negeri, bila dari luar negeri negara kita semakin terkenal maka bagi dalam negeri negara kita dapat menambah devisa guna mengangkat kesejahteraan masyarakat yang ada saat ini. Pariwisata memiliki peran yang besar dalam pembangunan nasional. Karena selain menghasilkan pendapatan dan sekaligus sebagai penghasil devisa, sektor pariwisata berkaitan erat dengan penanaman modal asing. Turis-turis yang datang ke Indonesia adalah termasuk mereka yang berhubungan bisnis dengan Indonesia.

Sebagai negara tropis yang memiliki keindahan alam yang luar biasa, sektor pariwisata di Indonesia mulai menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara (M. Lakoni 1995 dalam Chafid Fandeli, 1995)⁵.

Indonesia merupakan salah satu destinasi wisata internasional yang sangat menarik bagi wisatawan mancanegara berupa keindahan alam, keanekaragaman budaya maupun adat istiadat. Namun ada banyak faktor yang dapat menyebabkan Indonesia gagal untuk menjadi tujuan wisata salah satunya adalah faktor masyarakat. Kurangnya pemahaman dari masyarakat akan peran penting pariwisata dalam pembangunan nasional menjadikan masyarakat tidak menjalankan peran sertanya dalam pengembangan wisata. Selain itu ada juga faktor dari luar yaitu Negara destinasi wisata, semakin bertambahnya kawasan wisata maupun obyek

⁵ Febrianti Nurhadi, "Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto)," *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya* 2, no. 2 (2014): 325–331.

wisata dengan sarana dan prasarana yang sangat mendukung dan saing meningkatkan mutu dan kepuasan pengunjung menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin tinggi untuk menguasai pasar internasional.

Salah satu hal yang saat ini masih kurang dalam perkembangan wisata adalah masih terkonsentrasinya pengembangan wisata pada daerah-daerah yang sebenarnya sudah berkembang sejak lama atau sudah memiliki daya tarik wisata yang tinggi karena historisnya seperti Yogyakarta dan Bali. Selain dua daerah tersebut sebenarnya masih banyak sekali daerah lain yang sangat menarik untuk dikembangkan dan dijadikan obyek wisata. Dengan melakukan pengembangan secara terpadu dan konsep yang jelas dari masing-masing daerah akan menjadi peluang besar untuk mengembangkan potensi yang ada sebagai sumber pendapatan khusus dari sektor pariwisata⁶.

Kebumen sebagai bagian dari wilayah Jawa Tengah, yang terdiri dari 26 kecamatan, 449 desa dan 11 kelurahan mempunyai banyak Potensi Wisata . Terletak 180 kilometer barat daya kota Semarang atau 110 kilometer sebelah barat daya kota Yogyakarta. Memiliki panorama alam yang indah dengan semboyan “KEBUMEN BERIMAN’ dan Brand “ YUH PLESIR KEBUMEN“

Dalam rangka mewujudkan dan membangkitkan pesona wisatanya pemerintah Kabupaten Kebumen mencanangkan program “Ayo Plesir Bumen“ sebagai ajakan untuk para wisatawan luar agar berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Kabupaten Kebumen. Untuk menunjang program ini Media Promosi

⁶ Kampus Undip Tembalang, “Antara Potensi Dan Kendala Dalam Pengembangan Pariwisata Di Sumatera Barat,” *Antara Potensi dan Kendala Dalam Pengembangan Pariwisata di Sumatera Barat* 13, no. 1 (2017): 56–66.

pariwisata yang selama ini menggunakan materi cetak (flyer/brosur) tidaklah cukup. Untuk itu pemerintah Kabupaten Kebumen meluncurkan sebuah aplikasi bernama “Yuh Plesir Kebumen”, ini merupakan aplikasi yang memberikan panduan lokasi destinasi wisata yang ada di Kabupaten Kebumen. Satu peta wisata berdasarkan gps dari lokasi terdekat sang wisatawan, serta kemudahan akses menuju lokasi obyek wisata, kuliner, penginapan dan cendera mata tersaji melalui informasi satu pintu dalam aplikasi.

Obyek wisata di Kabupaten Kebumen sangat banyak sekali jumlahnya. Baik obyek wisata alam, wisata budaya, maupun wisata kuliner. Obyek wisata alam diantaranya : Goa Jatijajar, Pantai Logending, Goa Petruk, Pantai Karangbolong, Pantai Petaahan, Waduk Sempor, Pemandian Air Panas Krakal, Waduk Wadas Lintang, Pantai Suwuk, Pantai Menganti, Benteng Van Der Wijck, Balai Informasi dan Konservasi Kebumian Karangsambung, Rumah Marta Tilaar, Makam Mbah Lancing, Brujul Adventure Park, Taman Reptil Adimulyo, Pesona Kayangaan, Kebumen River Tubing, Kampung Sapi.

Dalam pengelolaannya ditemukan beberapa permasalahan dalam pengembangan wisata yang telah berjalan di Kabupaten Kebumen. Dari 19 obyek wisata yang tersebut diatas, 50% tidak dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Kebumen. Hanya ada 9 obyek wisata yang dikembangkan dan mendatangkan pendapatan dari sektor wisata bagi Pemda Kebumen. Obyek wisata tersebut adalah Goa Jatijajar, Pantai Logending, Goa Petruk, Pantai Karangbolong, Pantai Petanahan, Waduk Sempor, Pemandian Air Panas Krakal, Waduk Wadas Lintang, Pantai Suwuk.

Setiap obyek wisata selalu mempunyai daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, oleh karenanya setiap tahun selalu ada peningkatan wisatawan pada setiap obyek wisata. Seperti terlihat pada tabel dibawah ini:

Table 1.1
Jumlah Pengunjung Obyek Wisata tahun 2015-2019

Tahun	Milik Pemda	Non Pemda	Jumlah
2015	1.117.136	341.527	1.584.663
2016	1.096.652	390.287	1.486.939
2017	1.087.644	702.431	1.790.075
2018	1.079.169	941.709	2.020.878
2019	947.260	1.980.184	2.927.444

Sumber : Data Sektoral Disporawisata Kab. Kebumen (2020)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa disetiap tahunnya wisatawan yang datang berkunjung ke obyek wisata yang dikelola oleh pemerintah Kabupaten Kebumen dari tahun 2015 sampai 2020 selalu mengalami penurunan yang cukup tajam. Sebaliknya, wisatawan yang datang berkunjung ke obyek wisata yang dikelola oleh swasta mengalami kenaikan yang tajam. Tetapi secara keseluruhan untuk jumlah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 1.584.663 mengalami penurunan sebanyak 97.724 orang (menurun 6,16%) yang pada tahun 2016 menjadi 1.486.939 orang, penurunan ini terjadi pada obyek wisata milik Pemda. Tahun 2017 tren kunjungan wisatawan mengalami kenaikan yang cukup tajam yaitu sebanyak 303.136 orang

(meningkat 16,93%) yang pada tahun 2016 sebanyak 1.486.939 meningkat menjadi 1.790.075. Pada tahun 2018 kunjungan jumlah wisata masih mengalami tren peningkatan yang tajam, yang sebelumnya pada tahun 2017 sebanyak 1.790.075 mengalami kenaikan sebanyak 230.803 (meningkat 11,42%) menjadi 2.020.878 orang, peningkatan ini terjadi pada obyek wisata yang dikelola oleh swasta, sebaliknya untuk obyek wisata yang dikelola oleh pemerintah daerah mengalami penurunan. Jumlah kunjungan wisatawan yang paling tinggi terjadi pada tahun 2019 dalam 5 tahun terakhir. Tahun 2019 jumlah pengunjung meningkat sebesar 906.566 (meningkat 30,97%) yang pada tahun 2018 sebanyak 2.020.878 orang menjadi 2.927.444 orang pada tahun 2019.

Kunjungan wisatawan yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya karena adanya obyek wisata baru yang menarik. Untuk melihat jumlah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2

Daftar Jumlah wisatawan berdasarkan obyek wisata di Kabupaten Kebumen (2019)

No.	Daya Tarik Wisata	Jumlah
Wisata Alam		
1	Goa Jatijajar	344,736
2	Pantai Logending	87,087
3	Goa Petruk	6,994
4	Pantai Karangbolong	31,279
5	Pantai Petanahan	128,623
6	Waduk Sempor	35,926
7	Pemandian Air Panas Krakal	85,987
8	Waduk Wadaslintang	32,850
9	Pantai Suwuk	193,778

10	Wisata Alam Jembangan	36,364
11	Pantai Menganti	437,840
12	Bukit Hud	10,775
13	Pentulu Indah	32,325
14	Pantai Lampon	16,738
15	Patemon Pasir	529
16	Watubale Pasir	19,612
17	Surumanis Pasir	16,643
18	Wisata Alam Prabu Tirtomoyo	17,991
19	Goa Barat	387
20	Wanalela Forest	4,761
21	Dewajati Jatijajar	4,014
22	Kebumen River Tubing Desa Rahayu	1,250
23	Pantai Suwuk Pintu Barat (Masyarakat)	145,334
Wisata Budaya		
25	Benteng Van Der Wijck	38,310
26	Bulupitu Tunjung Seto	2,557
27	Wiskuno Maduretno	1,602
28	Makam Mbah Lancing	12,625
Wisata Buatan		
29	Alian Butterfly Park	5,070
30	Balai Informasi Dan Konservasi Kebumian Karangsambung	17,160
31	Desa Wisata Grenggeng	8,215
32	Selo Asri Seboro	592
33	Sendal Explore	10,416
34	Gebangsari	1,564
35	Taman Reptil	13,394
36	Pesona Kayangan	5,545
37	Sawangan Adventure	7,155
38	Kampung Etnik	499,859
39	Brujul Adventure Park	8,399
40	Jeep Wisata	5,376
Jumlah		2,329,662

Sumber : Data sektoral Disporawisata Kab. Kebumen (2020)

Dari daftar tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung obyek wisata yang paling banyak terdapat pada obyek wisata Kampung Etnik yang termasuk dalam wisata budaya yaitu sebanyak 499.859 atau sekitar 17,07% dari keseluruhan jumlah pengunjung pada tahun 2019. Diikuti dengan obyek wisata

Pantai Menganti yaitu sebesar 437.840 atau sekitar 14.96% dari jumlah keseluruhan pengunjung pada tahun 2019. Untuk urutan ketiga pengunjung terbanyak yaitu Goa Jatijajar yaitu sebanyak 344.736 atau 11,60% dari keseluruhan pengunjung tahun 2019.

Dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Kebumen untuk meningkatkan daya tarik wisata, ada beberapa kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Kebumen sebagaimana tertulis dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Kebumen Tahun 2017-2025 bagian ketiga tentang Pembangunan Daya Tarik Wisata Pasal 14⁷ yaitu: (a) Perintisan pengembangan daya tarik wisata dalam rangka mendorong pertumbuhan kawasan pengembangan pariwisata dan pengembangan daerah; (b) Pembangunan daya tarik wisata untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan loyalitas segmen pasar yang ada; (c) Pemantapan daya tarik wisata untuk meningkatkan daya saing produk dalam menarik kunjungan ulang wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas; (d) Revitalisasi daya Tarik wisata dalam upaya peningkatan kualitas, keberlanjutan dan daya saing produk serta kawasan pengembangan pariwisata; (Perda Kabupaten Kebumen No. 7 Tahun 2017).

Sektor pariwisata yang begitu melimpah di Kebumen banyak mendatangkan wisatawan baik domestik maupun wisatawan mancanegara. Salah satu yang menarik perhatian adalah Pemandian Air Panas Krakal. Obyek wisata yang terletak di Kecamatan Alian Kabupaten Kebumen banyak wisatawan yang datang dari berbagai daerah untuk bisa merasakan langsung bagaimana segarnya

⁷ Kabupaten Kebumen, "Rencana Startegis," no. 136 (2021).

air panas yang bersumber langsung dari mata air murni. Berjarak sekitar 11 km dari pusat kota dengan waktu tempuh sekitar 20 menit sudah dapat menikmati air panas yang dapat menghilangkan penat. Pemandian Air Panas Krakal telah menarik banyak sekali pengunjung dimana pada tahun 2019 wisatawan yang datang mencapai 85.987 wisatawan (Sumber : Disporawisata Kebumen tahun 2020), namun karena banyaknya obyek wisata baru dan pastinya akan memicu persaingan yang ketat akan menjadi kendala dalam pengembangan Pemandian Air Panas Krakal sehingga diperlukan strategi yang tepat dari Pemerintah Kabupaten Kebumen untuk memasarkan Obyek wisata Pemandian Air Panas Krakal.

Pengunjung Pemandian Air Panas Krakal berasal dari berbagai daerah di Indonesia, sebagian besar dari mereka merupakan orang-orang yang ingin melakukan terapi kesehatan. Untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, Pemerintah Kabupaten Kebumen selalu melakukan pembenahan sarana dan prasarana. Salah satunya yaitu pembangunan kolam renang kecil untuk anak-anak dan juga ornamen patung. Bangunan gedung yang semakin menawan dengan gaya eropa dengan nuansa putih yang sangat menarik dilengkapi dengan tempat untuk berswafoto dan beberapa penjual souvenir khas Kebumen.

Untuk lebih memuaskan pengunjung, obyek wisata Pemandian Air Panas Krakal selalu menambahkan fasilitas yang mendukung. Penambahan kamar mandi dilengkapi dengan *bathub* dan tumbuhan asli yang diletakkan didalam kamar mandi menjadikannya lebih alami dan lebih tenang. Penataan penjual makanan tradisional yang berada di area depan Pemandian Air Panas Krakal semakin

memudahkan pengunjung yang ingin menikmati makanan tanpa harus membawa bekal dari rumah.

Dalam pengelolaan Pemandian Air Panas Krakal, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dibangunlah Pasar Jaten yang berada di bagian belakang Pemandian Air Panas Krakal. Pasar Jaten ini dikelola oleh swasta namun tidak ada kerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Kebumen. Untuk masuk ke Pasar Jaten, pengunjung harus membayar retribusi sebesar Rp 5.000,- per orang. Untuk jam buka setiap hari minggu mulai dari pagi sampai siang hari. Banyak penjual makanan tradisional yang saat ini sudah mulai terlupakan karena tergerus zaman. Untuk penjualnya sendiri berasal dari masyarakat sekitar Pemandian Air Panas Krakal yang bertujuan untuk membantu meningkatkan ekonomi masyarakat.

Sebagai obyek wisata yang dikelola Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen, Pemandian Air Panas Krakal selalu mengedepankan kepuasan pengunjung. Penunjang wisata seperti penginapan telah disediakan oleh Pemerintah Kabupaten Kebumen. Penginapan yang dibangun sejak tahun 2009 dibina langsung oleh staff dari Disporawisata Kabupaten Kebumen yang ditugaskan di Pemandian Air Panas Krakal. Disediakan 3 kamar yang berada di dalam wilayah Pemandian Air Panas Krakal yang berhadapan langsung dengan kamar mandi untuk pengunjung yang sedang melakukan pengobatan atau terapi. Biasanya pengunjung akan menghabiskan waktu 3 hari sampai 1 minggu hingga terapi selesai. Sebagian besar pengunjung yang menginap adalah mereka yang berasal dari luar kota dan berniat untuk terapi kesehatan jangka panjang. Selain penginapan, penunjang wisata yang cukup penting yaitu transportasi.

Sarana penunjang pariwisata yang lain salah satunya adalah transportasi. Untuk transportasi menuju Pemandian Air Panas Krakal dapat dikatakan masih perlu pembenahan karena belum adanya transportasi umum yang menjangkau ke wilayah Pemandian Air Panas Krakal tersebut. Sebagian besar pengunjung yang datang adalah rombongan atau keluarga sehingga lebih sering menggunakan kendaraan pribadi. Untuk rumah makan atau restoran juga sulit ditemukan di sekitar Pemandian Air Panas Krakal, karena daerah yang cukup jauh dari kota, hanya ada beberapa penjual kecil yang mendirikan warung di sekitar area Pemandian Air Panas Krakal.

Dalam pengembangan Pemandian Air Panas Krakal, Pemerintah Kabupaten Kebumen belum melakukan kerjasama dengan swasta, pengeloanya masih dipegang penuh oleh Pemkab Kebumen. Sehingga pembangunan bisa dikatakan kurang maksimal, karena dapat dilihat dari daftar kunjungan wisata yang selalu menurun setiap tahunnya. Disisi lain, Pemerintah Kabupaten Kebumen memberdayakan masyarakat sekitar Pemandian Air Panas untuk andil dalam pengembangan PAP Krakal seperti tukang parkir, penjaga kamar mandi, penjual cendera mata, maupun yang membersihkan kamar mandi.

Banyaknya minat wisatawan untuk mengunjungi Pemandian Air Panas Krakal membuat Pemerintah Kabupaten Kebumen terus melakukan inovasi dan perbaikan layanan agar semakin menarik kunjungan wisatawan. Untuk mengetahui inovasi dan strategi yang digunakan Pemerintah Kabupaten Kebumen dalam pengembangan wisata dan pastinya ada faktor pendukung dan penghambat. Penulis

akan meneliti secara komprehensif tentang “Strategi Pemerintah Kabupaten Kebumen Dalam Pengembangan Pariwisata di Pemandian Air Panas Krakal”.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Pariwisata merupakan salah satu bentuk investasi yang menjanjikan di masa yang akan datang. Saat ini banyak sekali destinasi wisata baru yang bermunculan, mulai dari yang dikelola secara pribadi maupun komunitas. Karenanya jika pemerintah tidak dapat bersaing dengan itu semua akan sulit untuk membawa Kabupaten Kebumen menjadi Kabupaten yang maju. Untuk mengatasi itu pemerintah harus melakukan berbagai cara untuk meningkatkan pariwisata yang telah ada maupun yang berpotensi untuk dijadikan wisata.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan kenyataan diatas, maka perumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana strategi pengembangan pariwisata Pemerintah Kabupaten Kebumen dalam pengembangan wisata di Pemandian Air Panas Krakal?
- 2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat pengembangan pariwisata di Pemandian Air Panas Krakal?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagai upaya untuk melihat bagaimana peran pemerintah, tindakan dan strategi apa yang tepat untuk meningkatkan dan memajukan pariwisata di Kabupaten Kebumen dan melihat bagaimana kondisi ekonomi masyarakat yang berada di sekitar daerah wisata yang ada di Kabupaten Kebumen.

Maka dari penjelasan yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui strategi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Kebumen untuk mengembangkan pariwisata di Pemandian Air Panas Krakal.
- 2) Untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan pariwisata di Pemandian Air Panas Krakal.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Manfaat Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi mengenai pariwisata yang ada di Kabupaten Kebumen kepada masyarakat luas sehingga wisata yang ada akan berkembang dengan pesat dan akan membawa Kabupaten Kebumen menjadi Kabupaten yang maju.

2. Manfaat Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah Kabupaten Kebumen untuk melakukan inovasi-inovasi baru mengenai wisata yang sudah ada maupun wisata yang belum tersentuh oleh pemerintah, sehingga nantinya pemerintah akan melakukan tindak lanjut yang dapat memajukan pariwisata di Kabupaten Kebumen.

3. Manfaat Bagi Penulis

Sebagai alat untuk mempraktekan teori-teori mengenai pariwisata khususnya strategi pengembangan yang dilakukan. Penelitian ini juga menambah

pengetahuan baru mengenai pariwisata yang berada di Kabupaten Kebumen dan menjelaskan bagaimana pemerintah mengelolanya.

1.4.2 Manfaat Akademis

Hasil studi ini diharapkan dapat mendukung pengembangan ilmu pariwisata khususnya strategi pengembangan yang dilakukan pemerintah dan perannya dalam memajukan kotanya. Hal ini dimaksudkan agar hasil studi penulis dapat berfungsi untuk penelitian yang akan datang. Selain itu penelitian ini diharapkan memberi kontribusi positif terhadap pengembangan studi politik lokal.

1.5 KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

1.5.1 Pariwisata

Secara etimologi istilah pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yaitu “pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap, dan “wisata” yang berarti perjalanan, bepergian. Secara umum pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk rekreasi atau liburan ke suatu tempat yang memiliki potensi dan dapat dinikmati⁸.

Dr. Salah Wahab menyatakan bahwa pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya⁹. Sebagai sektor yang kompleks

⁸ Soebagyo Soebagyo, “Strategi Pengembangan Pariwisata Di Indonesia,” *Liquidity* 1, no. 2 (2018): 153–158.

⁹ Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

yang meliputi industri-industri klasik yang sebenarnya seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata (Pendit, 1999: 35).

Menurut MacIntosh (1995), “Pariwisata adalah sejumlah gejala dan hubungan yang timbul, mulai dari interaksi antara wisatawan di satu pihak, perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan dan pemerintah serta masyarakat yang bertindak sebagai tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan dimaksud”. Ada 4 unsur penting yang dalam pariwisata yang dikemukakan oleh MacIntosh yaitu : (1) Wisatawan (*tourist*), yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata; (2) Para pemasok (*business suppliers*), yaitu perusahaan yang menyediakan kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) serta pelayanan (*services*); (3) Pemerintah (*host government*) yang berwenang menetapkan kebijakan, mengatu dan mengarahkan agar wisatawan dapat dilayani dengan baik; (4) Masyarakat (*host communities*) yang bertindak sebagai tuan rumah untuk memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan¹⁰.

Menurut Spillan (1987), “Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu”. Dikemukakan pula pariwisata terbagi atas beberapa jenis, yaitu : (1) pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*); (2) pariwisata untuk berekreasi (*recreation tourism*); (3) pariwisata untuk budaya (*culture tourism*); (4) pariwisata untuk olah raga (*sport*

¹⁰ Yoeti, Oka A. 2016. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Balai Pustaka.

tourism); (5) pariwisata untuk urusan usaha dagang (*business tourism*); (6) pariwisata untuk berkonvensi (*conventional tourism*)¹¹.

Menurut A Oka Yoeti (2016:48-49), dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar ia dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dalam macam-macam pasar ia harus memenuhi 5 syarat, yaitu: (1) wisatawan (*tourist*), artinya melihat karakteristik wisatawan yang diharapkan datang; (2) pengangkutan (*transportations*), artinya melihat bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia atau yang akan dapat digunakan, baik untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata; (3) atraksi/obyek wisata (*atractions*), artinya bagaimana objek atraksi yang akan dijual, dan harus memenuhi syarat yaitu : (a) apa yang dapat dilihat (*something to see*); (b) apa yang dapat dilakukan (*something to do*); (c) apa yang dapat dibeli (*something to buy*); (4) fasilitas pelayanan (*services facilities*), artinya melihat bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, restoran, pelayanan umum seperti bank/ *money changer*, kantor pos, telepon/ teleks/ faksimil di daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi; (5) informasi dan promosi (*information*), artinya diperlukan cara-cara untuk publikasi atau promosi¹².

1.5.2 Obyek Wisata

Gamal Suwanto (1997: 19) menyebutkan obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah. Selanjutnya

¹¹ Spillane, James, J.1994. *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta : Kanisius.

¹² Yoeti, Oka A. 2016. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Balai Pustaka.

obyek wisata ini dikelompokkan menjadi tiga golongan yaitu : (1) obyek wisata dan daya tarik wisata alam yaitu obyek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan dan kekayaan alam; (2) obyek wisata dan daya tarik budaya yaitu obyek dan daya tarik bersumber pada kebudayaan seperti peninggalan sejarah, museum, atraksi kesenian, dan obyek lain yang berkaitan dengan budaya; (3) obyek wisata dan daya tarik pada minat khusus yaitu obyek wisata daya tariknya bersumber pada minat khusus wisatawan itu sendiri, misalnya olah raga, memancing dan lain-lain¹³.

1.5.3 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata menurut Yoeti (2016:96-97) pengembangan produk pariwisata dapat berupa : (1) *travel agents* yaitu mengenai fasilitas perlengkapan kantor dan pelayanan pada relasi hendaklah diperbaharui dalam periode tertentu untuk meningkatkan pelayanan yang baik bagi wisatawan juga untuk bekerja secara efisien; (2) *tourists transportations* yaitu mengutamakan kenyamanan dari seat yang disediakan, faktor kecepatan untuk menghemat waktu bagi wisatawan tanpa melupakan faktor keselamatan penumpang; (3) hotel yaitu sebagai tulang punggung industri pariwisata dan merupakan sarana pokok pengembangan produk baru; (4) bar dan restoran yaitu makanan yang disediakan selain cocok dengan selera wisatawan yang berangkutan hendaknya pelayanan yang diberikan bersifat *quick-service* disamping harga yang memadai; (5) *tour operator* yaitu memandu wisatawan untuk berkeliling; (6) *tourist objects*¹⁴.

¹³ Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI

¹⁴ Yoeti, Oka A. 2016. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Balai Pustaka

1.5.4 Pengertian manajemen Strategi

Qudrat Nugraha (2014) mengatakan bahwa “Strategi” berasal dari bahasa Yunani yaitu “Strategos” yang terdiri dari dua suku kata yaitu “Stratos” yang berarti Militer dan “Ag” yang berarti Memimpin. Pada konteks permulaannya, strategi banyak diasumsikan sebagai sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana menaklukkan atau mengalahkan musuh guna meraih kemenangan dalam perang¹⁵.

Menurut Chandler dalam Rangkuti (2016:4) strategi merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Sedangkan menurut Dirgantoro (2004) dalam Baretto dan Giantari (2015:779) strategi adalah bagaimana suatu organisasi mengidentifikasi suatu kondisi yang dapat berpeluang memberikan keuntungan terbaik dan membantu mencapai tujuan yang diharapkan serta mengarahkan seluruh sumber daya ke arah manajerial¹⁶.

Menurut Porter (2007) dalam Baretto dan Giantari (2015:779) manajemen strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang

¹⁵ Aref Samsudin, “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Objek Wisata Pulau Bawah Di Kabupaten Kepulauan Anambas” (2018).

Titing Kartika, Rosman Ruskana, and Mohammad Iqbal Fauzi, “Strategi Pengembangan Daya Tarik Dago Tea House Sebagai Alternatif Wisata Budaya Di Jawa Barat,” *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal* 8, no. 2 (2018): 121.

¹⁶ Strategi Pengembangan et al., “Kata Kunci : Strategi, Analisis Lingkungan, Analisis SWOT, Tes Litmus” (n.d.).

dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan¹⁷.

Lampoliu (2018) mengatakan secara umum ruang lingkup kajian manajemen strategis sangat luas baik dari segi internal dan eksternal. Namun secara umum ruang lingkup kajian manajemen strategis atas dasar pemahaman di bawah ini, yaitu:

- a. Mengkaji dan menganalisis dampak penerapan manajemen strategis kepada internal perusahaan khususnya pada perbaikan yang bersifat sustainable (berkelanjutan).
- b. Menempatkan konstruksi manajemen strategis sebagai dasar pondasi perusahaan dalam memutuskan setiap keputusan, khususnya keputusan yang berhubungan dengan profit dan ekspansi perusahaan. Artinya fokus kerja dalam pencapaian kedua sisi tersebut mengacu kepada konstruksi manajemen strategis.
- c. Menjadikan ilmu manajemen strategis sebagai *base thinking* dalam membangun berbagai rencana termasuk rencana produksi, pemasaran, personalia dan keuangan.

Menurut Siagian (2011:15) manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

¹⁷ *Ibid.*

Sedangkan (Nawawi, 2005:148) mendefinisikan manajemen strategis sebagai berikut: Manajemen strategis adalah proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuannya.

Menurut Fred David¹⁸ manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Lebih lanjut dijelaskan bahwa dalam proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap, yaitu a) perumusan strategi, b) penerapan strategi, dan c) penilaian strategi. Penjelasan mengenai tahap dalam proses manajemen strategis adalah sebagai berikut:

Perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternatif, dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan. Penerapan strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya, sehingga strategi-strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan. Penilaian strategi adalah tahap akhir dalam

¹⁸ Harbi Girsang, "Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Sipiso-Piso," *Universitas Sumatera Utara* (2013), repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/58325/1/Reference.pd.

manajemen strategik yang mencakup: (a) peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini, (b) pengukuran kinerja, (c) pengambilan langkah korektif.

1.5.4 Analisis SWOT

**Matriks
Analisis SWOT**

	Strength (S) Faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) Faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Faktor peluang eksternal	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Faktor ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2006: hal 31

Dari ringkasan analisis lingkungan internal dan eksternal, digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat pengembangan kepariwisataan yang ada di Pemandian Air Panas Krakal. Dengan analisis lingkungan internal dan eksternal dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Yang mana nantinya kekuatan dan peluang akan menjadi faktor pendukung terhadap strategi perkembangan kepariwisataan dan faktor kelemahan dan ancaman akan menjadi faktor penghambat di dalam perkembangan pariwisata di Pemandian Air Panas Krakal.

1.6. OPERASIONALISASI KONSEP

1.6.1 Lingkungan strategis

1. Lingkungan internal adalah lingkungan ada di dalam organisasi.
 - a. Kesesuaian antara visi, misi, dengan kondisi kepariwisataan dalam upaya pengembangan kepariwisataan di Pemandian Air Panas Krakal.
 - b. Sumber Daya Manusia di Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kebumen.
 - c. Anggaran Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kebumen.
 - d. Sarana dan Prasarana yang ada di obyek wisata Pemandian Air Panas Krakal

1.6.2 Lingkungan eksternal

Yaitu lingkungan di luar organisasi, namun mempengaruhi perencanaan strategis pengembangan kepariwisaan.

- a. Faktor ekonomi masyarakat.
- b. Faktor politik.
- c. Faktor sosial budaya masyarakat.
- d. Regulasi pemerintah yang mengatur kepariwisataan di Kabupaten Kebumen.
- e. Masyarakat (keberadaan kelompok masyarakat sadar wisata).

1.7. METODE PENELITIAN

1.7.1 Desain dan Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam penelitian kualitatif yang terpenting adalah bagaimana menentukan informan kunci yang sarat informasi sesuai dengan fokus penelitian, dimana prosedur penelitian ini menghasilkan data deskriptif analisis, yakni menggambarkan dan menjabarkan hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, dalam hal ini adalah kondisi pariwisata di Kabupaten Kebumen saat ini, menjabarkan bagaimana pemerintah menerapkan strategi untuk mengembangkan pariwisata yang sudah ada maupun yang belum tereksplorasi. Dalam melakukan penelitian dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif ini, peneliti menggali informasi dari masyarakat sekitar tempat wisata, pengelola pariwisata dan pemerintah kabupaten Kebumen. Kemudian penulis akan mencatat selengkap dan seobyektif mungkin mengenai fakta dan jawaban yang didapat oleh peneliti.

1.7.2 Situs Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Kebumen. Lokasi ini dipilih karena penulis melihat banyak sekali potensi-potensi wisata yang ada, dari mulai pantai, pegunungan, maupun desa wisata. Lokasi tepatnya di Pemandian Air Panas Krakal, Kecamatan Alian, Kabupaten Kebumen.

1.7.3 Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini adalah melihat kondisi pariwisata di Kabupaten Kebumen yang saat ini sudah mulai berkembang pesat dan muncul wisata-wisata baru yang dikelola oleh perseorangan. Selain itu juga melihat peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata khususnya strategi yang digunakan untuk

meningkatkan dan memajukan pariwisata yang sudah ada. Disini juga akan melihat kondisi ekonomi masyarakat sekitar daerah wisata yang ada dan bagaimana pemerintah melihat kondisi tersebut.

1.7.4 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat, jadi subjek penelitian merupakan sumber informan atau sampel. Dalam penelitian kualitatif, yang dimaksud subjek penelitian adalah informan yang memberikan data penelitian melalui wawancara. Maka informan yang dipilih dalam penelitian ini diantaranya adalah : Kepala bidang pengembangan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kebumen, Kepala bidang pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten, pengelola Pemandian Air Panas Krakal, Kepala Desa Krakal, Kebumen pengelola pariwisata, dan masyarakat sekitar daerah wisata .

1.7.5 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam jenis penelitian kualitatif ini adalah dengan bentuk :

1. Kata-kata dan tindakan

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis dan perekaman video dan suara, pengambilan foto, dan bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang digunakan berkaitan dengan pengembangan dan strategi pemerintah dalam memajukan dan meningkatkan wisata di Kabupaten Kebumen.

2. Sumber tertulis

Dengan melihat data dari bahan-bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis adalah buku, jurnal ilmiah, arsip, dokumen pribadi dan resmi yang berkaitan dengan Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Kebumen Tahun 2019.

3. Foto

Foto menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering digunakan untuk menelaah segi-segi subyektif dan hasilnya sering dianalisis secara induktif. Ada dua kategori foto yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif, yaitu foto yang dihasilkan orang dan foto yang dihasilkan oleh penelitian sendiri seperti foto kegiatan blusukan oleh pejabat dinas pariwisata, foto kunjungan masyarakat terhadap destinasi wisata dan foto pembangunan yang dilakukan terhadap suatu destinasi wisata.

4. Data Statistik

Penelitian kualitatif juga sering menggunakan data statistik yang telah tersedia sebagai sumber data tambahan bagi peneliti. Data statistik dapat membantu memberi gambaran tentang kecenderungan subjek pada latar penelitian. Seperti data dari Dinas Kepemudaan dan Dinas Olahraga dan Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen mengenai jumlah pengunjung suatu destinasi wisata sebelum dan sesudah mengalami campur tangan dari pemerintah.

1.7.6 Sumber Data

Data merupakan faktor penting dalam penelitian. Berdasarkan masalah penelitian data yang digunakan untuk memecahkan masalah adalah :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat-alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Dalam penelitian ini Penulis akan mendatangi para informan melakukan wawancara secara *face to face* maupun melalui sambungan komunikasi telfon dan email untuk mendapatkan hasil yang valid dari informan secara langsung sehingga dalam menggambarkan hasil penelitian akan lebih mudah yaitu Kepala Bagian Pengembangan Disporawisata Kabupaten Kebumen, Kepala Bagian Pemasaran Disporawisata Kabupaten Kebumen, Pengelola Pemandian Air Panas Krakal, Kepala Desa Krakal dan pengunjung Pemandian Air Panas Krakal.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh berasal dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh penelitian dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia yang diperoleh dari otorita atau pihak yang berwenang dan mempunyai efisiensi yang tinggi. Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen. Penulis juga melakukan telaah pustaka dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berkaitan erat dengan Pengembangan Strategi Pariwisata di Kabupaten Kebumen yang telah penulis dapatkan dari arsip-arsip seperti buku, jurnal, berita internet dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

1.7.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah *deskriptif analisis*, yakni pembahasan yang bertujuan untuk membuat gambaran terhadap data-data yang telah terkumpul dan tersusun dengan cara memberikan interpretasi terhadap data tersebut. Dengan menggunakan teknik deskriptif analisis penulis berharap agar dapat memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan komprehensif mengenai peran strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Kebumen dalam Pengembangan Pariwisata. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiono bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan (triangulasi). Berikut adalah teknik penelitian data yang digunakan dalam penelitian ini :

- a. Arsip atau dokumen mengenai berbagai informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian merupakan sumber data yang penting dalam penelitian. Arsip atau dokumen yang dimaksud dapat berupa dokumen tertulis, gambar atau foto, film audio-visual, data statistik, tulisan ilmiah yang dapat mengembangkan data penelitian.
- b. Teknik Wawancara, Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (Interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dibagi menjadi tiga kelompok yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara mendalam. Berdasarkan strukturnya, penelitian kualitatif

terdiri dari dua jenis wawancara yaitu wawancara tertutup dan wawancara terbuka.

1.7.8 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif yaitu suatu analisis yang berusaha mencari pola, model, tema, hubungan, persamaan, dan makna dari data yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan-pernyataan, tafsiran-tafsiran setelah menggali data dari beberapa orang informan kunci yang ditabulasikan dan dipersentasikan sesuai dengan hasil temuan dan wawancara mendalam penulis dengan para informan, hasil pengumpulan data tersebut diolah secara manual, direduksi selanjutnya dikelompokkan dalam bentuk segmen tertentu dan kemudian disajikan dalam bentuk konten analisis dengan penjelasan-penjelasan, selanjutnya diberi kesimpulan, sehingga dapat menjawab rumusan masalah, menjelaskan dan terfokus pada representasi terhadap fenomena yang hadir dalam penelitian.

Teknik mengintrepetasikan hasil analisis data kualitatif yaitu memperluas analisis dengan mengajukan pertanyaan, hubungan temuan dengan pengalaman pribadi, minat nasihat dari teman yang kritis, hubungkan hasil-hasil analisis dengan literatur faktor eksternal yang mempunyai kekuatan dalam memberikan interpretasi selain teman atau ahli adalah literatur, dan kembali kepada teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi.

1.7.9. Kualitas Data

Dalam penelitian kualitatif, instrumen adalah manusia karena itu yang diperiksa adalah keabsahan datanya dan untuk menguji kualitas data penelitian,

peneliti menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu yang diperoleh dari informan dengan cara menanyakan kebenaran data atau informasi kepada informan yang satu dengan informan yang lainnya. Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda yaitu wawancara, observasi, dan dokumen. Ada 4 macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan, yaitu : Triangulasi Sumber Data, Triangulasi Pengamat, Triangulasi Teori, Triangulasi Metode.