

**STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA SERTA KONTRIBUSINYA  
PADA PENERIMAAN RETRIBUSI KOTA PEKALONGAN****Muhammad Taufiqurrohman** ✉

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

**Info Artikel***Sejarah Artikel:*

Diterima Oktober 2013  
Disetujui November 2013  
Dipublikasikan  
November 2013

*Keywords:*

*Pengembangan Pariwisata  
Pekalongan, PAD, Retribusi*

**Abstrak**

Pengembangan pariwisata perlu dilakukan secara komprehensif dan terpadu untuk dapat menarik pengunjung baik lokal maupun dari luar Kota Pekalongan agar dapat meningkatkan penerimaan retribusi Kota Pekalongan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang melakukan kegiatan wisata dan petugas obyek wisata di Kota Pekalongan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik insidental random sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif presentase dan metode analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor-faktor pendorong pengembangan obyek wisata terdiri dari letak obyek wisata yang strategis, adanya sarana prasarana yang mendukung, kondisi keamanan yang baik, suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan, harga tiket yang terjangkau. Strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan obyek wisata adalah strategi pertumbuhan agresif yaitu memanfaatkan peluang dan kekuatan yang dimiliki secara optimal agar dapat meningkatkan pertumbuhan obyek wisata.

**Abstract**

*Tourism development needs to be done in a comprehensive and integrated to be able to attract visitors both locally and from outside the town of Pekalongan in order to increase the acceptance retribution Pekalongan. The population is all persons who conduct tourism activities and tourism officials in Pekalongan. Sampling in this study using a random sampling technique incidental. Data collection methods used in this study is a questionnaire ,documentation and interviews. The data collected were analyzed using descriptive analysis method and the percentage method of SWOT analysis. The results of this study indicate factors pendorong tourism development consists of the strategic location of tourist attraction, which supports the existence of infrastructure, security conditions are good, the atmosphere of the attractions that provide comfort, affordable ticket prices. Strategies that can be applied in the development of tourism is an aggressive growth strategy that is taking advantage of opportunities and power that optimally in order to enhance the growth of tourism.*

© 2012 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:  
Kampus Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang  
Telp/Fax: (024) 8508015, email: edaj\_unnes@yahoo.com

## PENDAHULUAN

Kota Pekalongan yang merupakan bagian integral dari Provinsi Jawa Tengah yang merupakan salah satu provinsi yang terletak pada jalur perlintasan antara Jawa Barat dengan Jawa Timur, sehingga banyak wisatawan lebih sering melewati Jawa Tengah karena hanya sebagai daerah perlintasan. Apabila para wisatawan bisa ditarik untuk menghabiskan waktunya di Jawa Tengah khususnya Kota Pekalongan meski dalam waktu sehari, sudah memiliki efek positif untuk pengembangan bisnis pariwisata.

Untuk mencapai daya guna dan hasil guna, selain untuk menunjang semangat desentralisasi, pengembangan pariwisata daerah Kota Pekalongan perlu mempertimbangkan kesesuaian antar

rencana pengembangan obyek wisata dengan kemampuan daerah untuk melaksanakannya. Melihat berbagai kondisi kepariwisataan Kota Pekalongan dan kemampuannya pada saat ini, masih diperlukan arahan strategis pengembangan pariwisata.

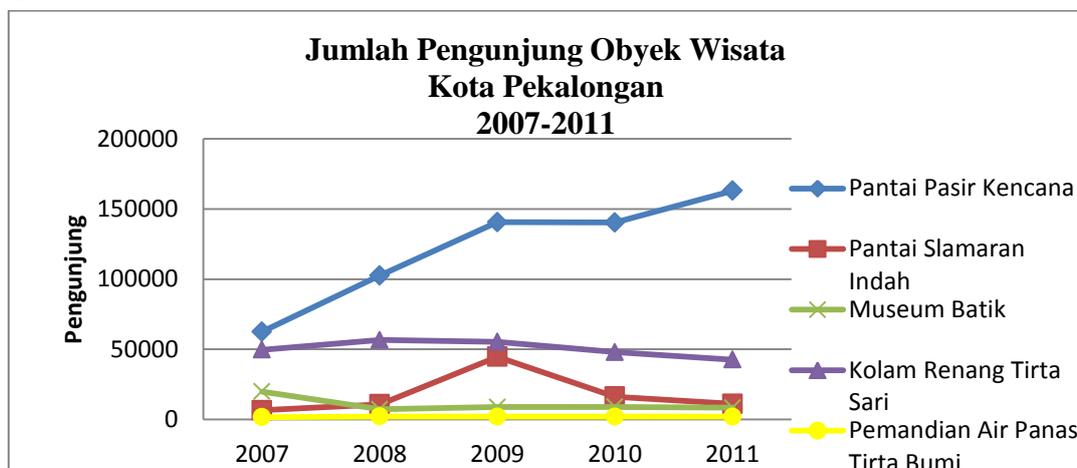
Kota Pekalongan mempunyai potensi di bidang pariwisata yang cukup besar untuk dikembangkan, yaitu wisata alam, wisata seni budaya dan wisata lainnya. Terdapat beberapa obyek wisata yang berpotensi menambah Pendapatan Asli Daerah khususnya retribusi di bidang pariwisata antara lain Obyek wisata Pantai Slamaran Indah, Pantai Pasir Kencana, Museum Batik, Kolam Renang Tirta Sari dan Pemandian Air Panas Tirta Bumi.

**Tabel 1 Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Kota pekalongan Tahun 2007 – 2011**

Tahun	Pantai Pasir Kencana	Kolam Renang Tirta Sari	Pantai Slamaran Indah	Museum Batik	Pemandian Air Panas Tirta Bumi
2007	62.531	49.682	6.555	19.832	1.685
2008	102.639	56.564	10.797	7.258	2.058
2009	140.654	55.382	44.627	8.805	1.943
2010	140.425	47.958	16.242	8.980	1.963
2011	163.015	42.622	11.083	8.308	1.950

Sumber : Dinas Perhubungan Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekalongan

Gambar 1



Sumber : Dinas Perhubungan Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekalongan

Berdasarkan tabel dan gambar 1 terlihat berbagai obyek wisata yang ada di Kota Pekalongan mengalami fluktuasi namun cenderung sebagian besar mengalami penurunan pengunjung. Selama empat tahun terakhir sejak tahun 2008. Penurunan yang jelas terlihat pada Obyek Wisata Kolam Renang Tirta Sari dan Pantai Slamaran. Pada Kolam Renang Tirta Sari penurunan terjadi sejak tahun 2009 hingga tahun 2011, sedangkan Pantai Slamaran

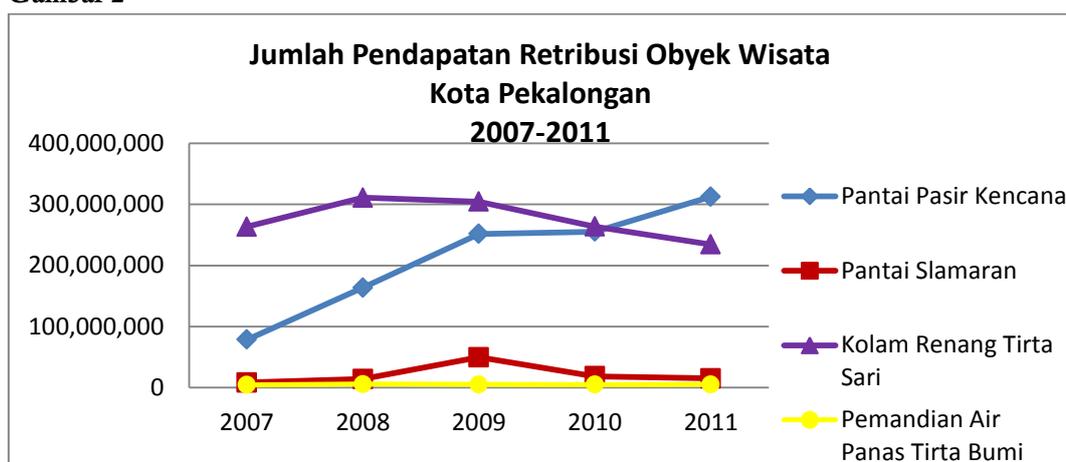
mengalami penurunan sejak tahun 2010 hingga tahun 2011, untuk Obyek Wisata Museum Batik mengalami penurunan pada tahun 2007 setelah itu mengalami peningkatan jumlah pengunjung, sedangkan untuk Obyek Wisata Pemandian Air Panas Tirta Bumi mengalami penurunan pada tahun 2009 setelah itu mengalami peningkatan jumlah pengunjung namun tidak terlalu signifikan.

Tabel 2 Jumlah Pendapatan Retribusi Obyek Wisata Kota Pekalongan Tahun 2007-2011

Tahun	Pantai Pasir Kencana	Kolam Renang Tirta Sari	Pantai Slamaran Indah	Pemandian Air Panas Tirta Bumi
2007	Rp. 78.465.450	Rp. 263.593.000	Rp. 8.174.000	Rp. 4.227.500
2008	Rp. 163.446.200	Rp. 311.102.000	Rp. 13.864.900	Rp. 5.544.500
2009	Rp. 251.692.400	Rp. 304.606.500	Rp. 49.546.200	Rp. 5.002.500
2010	Rp. 255.469.400	Rp. 263.769.000	Rp. 18.491.700	Rp. 4.907.500
2011	Rp. 312.640.800	Rp. 234.421.000	Rp. 14.906.600	Rp. 4.905.000

Sumber : Dinas Perhubungan Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekalongan.

Gambar 2



Sumber : Dinas Perhubungan Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekalongan

Penurunan jumlah pengunjung serta jumlah pendapatan tentunya juga akan berimbas pada penurunan jumlah pendapatan daerah obyek wisata serta akan berimbas pada penerimaan retribusi Kota Pekalongan dari sektor pariwisata yang akan berdampak pada pembangunan sarana dan prasarana Kota Pekalongan. Sehingga perlu adanya sebuah strategi untuk mengembangkan pariwisata agar bisa meningkatkan jumlah pendapatan yang nantinya akan menaikkan penerimaan retribusi daerah.

Pengembangan pariwisata perlu dilakukan secara komprehensif dan terpadu untuk dapat menarik pengunjung baik lokal maupun dari luar Kota Pekalongan agar dapat meningkatkan penerimaan retribusi Kota Pekalongan. Oleh karena itu dalam upaya mengembangkan pariwisata di Kota Pekalongan, diperlukan adanya studi yang bersangkutan dengan pengembangan obyek wisata dengan Dinas Perhubungan Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekalongan. Untuk melihat strategi-strategi yang perlu ditempuh pemerintah daerah Kota Pekalongan dengan sebelumnya menganalisis faktor-faktor yang menjadi pendorong maupun penghambat serta untuk menjadikan suatu daerah menjadi daerah tujuan wisata andalan diperlukan adanya suatu perencanaan strategi yang baik sehingga dengan adanya strategi yang baik dalam pengembangan sektor pariwisata

maka akan meningkatkan penerimaan bagi pendapatan retribusi dengan demikian dapat mengetahui prospek perkembangan sektor pariwisata daerah kedepannya

#### LANDASAN TEORI

Dalam Undang-undang nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah dijelaskan bahwa sumber pendapatan daerah terdiri atas: (a) pendapatan asli daerah, yaitu (i) hasil pajak daerah, (ii) hasil retribusi daerah, (iii) hasil perusahaan milik daerah, dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan (iv) lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, (b) dana perimbangan, (c) pinjaman daerah, (d) lain-lain pendapatan daerah yang asli. Kemampuan daerah dalam melaksanakan otonominya sangat ditentukan atau tergantung dari sumber-sumber pendapatan asli daerah (PAD). Pemerintah daerah dituntut untuk dapat menghidupi dirinya sendiri dengan mengadakan pengelolaan terhadap potensi yang dimiliki, untuk itu usaha untuk mendapatkan sumber dana yang tepat merupakan suatu keharusan. Terobosan-terobosan baru dalam memperoleh dana untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah harus dilakukan, salah satunya adalah sektor pariwisata. Suwanto (2004:19-24) unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di

daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangan meliputi :

1. Obyek dan daya tarik wisata

Daya tarik wisata yang juga disebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah.

2. Prasarana wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata seperti jalan, listrik, air, terminal dan lain sebagainya. Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu obyek wisata yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan daya tarik obyek wisata itu sendiri.

3. Sarana wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan ialah hotel, biro perjalanan, balai transportasi, restoran dan rumah makanserta saranapendukung lainnya. Tidak semua obyek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, dan secara kualitatif yang menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan.

4. Tata laksana atau infrastruktur

Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan di bawah tanah, seperti sistem pengairan, sumber listrik dan energi, sistem jalur angkutan dan terminal yang memadai, sistem komunikasi, sistem keamanan atau

pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para wisatawan, akan meningkatkan daya tarik suatu obyek wisata. Infrastruktur yang memadai dan terlaksana dengan baik di daerah tujuan wisata akan membantu meningkatkan fungsi sarana wisata, sekaligus membantu masyarakat meningkatkan kualitas hidupnya. Menurut Suparmoko (2002:199) dalam mempersiapkan strategi ada langkah-langkah yang dapat ditempuh yaitu sebagai berikut :

a. Mengidentifikasi sektor-sektor yang mempunyai potensi untuk dikembangkan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan masing-masing sektor.

b. Mengidentifikasi sektor-sektor yang potensinya mudah untuk dikembangkan dan mencari faktor penyebabnya.

c. Mengidentifikasi sumber daya yang siap digunakan untuk mendukung pengembangan.

Menentukan strategi pengembangan sektor yang dapat menarik sektor lain untuk tumbuh sehingga perekonomian dapat berkembang.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara atau jalan yang ditempuh untuk melaksanakan penelitian, oleh karena itu penggunaan metode yang tepat sangat penting dalam penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dimana data primer dikumpulkan dari pengunjung obyek wisata pada tahun 2013 dengan menggunakan daftar pertanyaan, observasi langsung atau wawancara langsung dan dokumentasi. Metode analisis merupakan suatu usaha untuk menentukan jawaban atas pertanyaan tentang rumusan dan hal-hal yang diperoleh dalam suatu penelitian. Data yang sudah masuk dan sudah terkumpul dianalisis untuk menjawab tujuan dari penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT.

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan identifikasi sistematis faktor dan strategi yang merefleksikan keduanya. Untuk itu diperlukan analisis SWOT yang terdiri dari Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang) dan Threat (Ancaman).

**a. Identifikasi Faktor-faktor Strategi Internal dan Eksternal**

Untuk memperoleh formulasi yang strategis maka setelah mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), kemudian disusun tabel faktor-faktor strategi internal dan eksternal sebagai berikut:

**1) Faktor Strategi Internal.****Tabel 3 Faktor Strategi Internal Obyek Wisata**

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>			
a. Letak obyek wisata yang strategis			
b. Adanya sarana transportasi yang mendukung	0,11	3	0,32
c. Kondisi keamanan yang baik	0,09	3	0,26
d. Suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan	0,10	3	0,29
e. Harga tiket yang masih terjangkau	0,11	4	0,45
f. Keramahan masyarakat sekitar obyek wisata	0,12	4	0,46
	0,09	3	0,27
<b>Kelemahan</b>			
a. Promosi obyek wisata yang belum maksimal	0,06	2	0,11
b. Program pengembangan obyek wisata yang masih sederhana	0,06	2	0,11
c. Fasilitas yang masih kurang dan kurang terawat	0,07	2	0,13
d. Pelayanan dari pihak pengelola kurang memuaskan	0,08	2	0,16
e. Kurangnya tenaga kerja profesional dalam pengelolaan obyek wisata	0,05	2	0,11
f. Minimnya sarana prasarana	0,08	2	0,16
<b>Jumlah Total</b>	<b>1</b>		<b>2,84</b>

389 Data Primer diolah Th 2013

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa antara faktor-faktor strategi internal, faktor kekuatan yang paling besar harga tiket yang masih terjangkau adalah dengan skor nilai 0,45.

Sedangkan faktor kelemahan yang paling tinggi adalah pelayanan dari pihak pengelola kurang memuaskan dan

minimnya sarana prasarana dengan skor 0,16.

2) Faktor Strategi Eksternal

**Tabel 4 Faktor Strategis Eksternal Obyek Wisata**

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>			
a. Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata.			
b. Banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung	0,10	3	0,30
c. Tingkat aksesibilitas yang mudah	0,11	3	0,33
d. Pengembangan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan yang ada	0,11	3	0,33
e. Meningkatnya investasi swast	0,09	3	0,27
f. Adanya kerjasama kelompok usaha pariwisata atau intansi terkait	0,10	3	3.30
<b>Ancaman</b>			
a. Berkembangnya obyek wisata lain yang meningkatkan persaingan			
b. Adanya kesamaan potensi pariwisata dengan daerah lain	0,06	2	0,12
c. Adanya kerusakan lingkungan	0,06	1	0,6
d. Gaya hidup masyarakat yang menjadi lebih modern	0,05	1	0,5
e. Kesadaran wisatawan untuk menjaga obyek wisata	0,06	2	0,12
f. Kurangnya dukungan pemerintah (dalam promosi dan sarana-prasarana)	0,08	2	0,16
<b>JUMLAH KESELURUHAN</b>	<b>1</b>		<b>2,52</b>

Data Primer diolah Th 2013

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa antara faktor-faktor strategi eksternal, faktor peluang yang paling besar tingkat aksesibilitas yang mudah adalah dengan skor nilai 0,33. Sedangkan faktor ancaman yang paling tinggi adalah Kurangnya dukungan

pemerintah (dalam promosi dan sarana-prasarana) dengan skor 0,16

2. Matrik SWOT

**Tabel 5 Matriks SWOT Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Pariwisata**

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Letak Obyek wisata yang strategis</li> <li>2. Adanya sarana transportasi yang mendukung</li> <li>3. Kondisi keamanan yang baik</li> <li>4. Suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan</li> <li>5. Harga tiket yang masih terjangkau</li> </ol>	<p>Kelemahan (<i>weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi obyek wisata yang belum maksimal</li> <li>2. Program pengembangan obyek wisata yang masih sederhana</li> <li>3. Fasilitas yang masih kurang &amp; obyek wisata kurang terawat</li> <li>4. Pelayanan dari pihak pengelola kurang memuaskan</li> <li>5. Kurangnya tenaga kerja professional dalam pengelolaan obyek wisata</li> </ol>
<p>Faktor Eksternal</p> <p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Otonomi daerah memberi keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata.</li> <li>2. Banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung</li> <li>3. Tingkat aksesibilitas yang mudah</li> <li>4. Pengembangan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada</li> <li>5. Meningkatnya investasi swasta</li> <li>6. Adanya kerjasama kelompok usaha pariwisata atau instansi terkait</li> </ol>	<p>Strategi SO (<i>Strengths-Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan otonomi daerah untuk mengelola potensi dan obyek wisata yang menarik</li> <li>2. Mengadakan kerjasama dengan kelompok usaha pariwisata atau instansi terkait</li> <li>3. Meningkatkan keamanan di obyek wisata guna menjaga kenyamanan dan menarik pengunjung.</li> <li>4. Inovasi produk dan atraksi wisata seperti permainan air, gardu pandang dan kereta wisata.</li> </ol>	<p>Strategi WO (<i>weakness- Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan promosi dan pemasaran obyek wisata yang inovatif dalam pengembangan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada.</li> <li>2. Menjalin kerjasama dengan kelompok usaha pariwisata atau instansi terkait, serta meningkatkan investasi swasta guna membantu pengembangan obyek wisata</li> <li>3. Meningkatkan sumberdaya manusia.</li> </ol>
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berkembangnya obyek wisata lain yang meningkatkan persaingan</li> <li>2. Adanya kesamaan potensi pariwisata dengan daerah lain</li> <li>3. Adanya Kerusakan lingkungan</li> <li>4. Gaya hidup masyarakat yang menjadi lebih modern</li> <li>5. Kesadaran wisatawan untuk menjaga obyek wisata</li> <li>6. Kurangnya dukungan pemerintah(dalam hal promosi dan saran-prasarana)</li> </ol>	<p>Strategi ST (<i>Strengthsthreats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan daya tarik dan keunikan obyek wisata untuk menghadapi persaingan antar obyek wisata</li> </ol>	<p>Strategi WT (<i>Weaknes- Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan pembinaan, pengarahan dan membangun persepsi masyarakat arti dan pentingnya keberadaan obyek wisata.</li> <li>2. Meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan dengan inovasi yang baru sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar obyek wisata.</li> </ol>

Penentuan strategi-strategi SWOT adalah sebagai berikut :

1. Strategi SO (*Strength and Opportunities*)

- a) Mengelola potensi obyek wisata yang dimiliki (dengan otonomi daerah yang memberikan kewenangan pemerintah

- daerah untuk mengelola potensi daerahnya masing-masing dengan baik).
- b) Mengadakan kerjasama dengan kelompok usaha pariwisata atau instansi terkait.
  - c) Meningkatkan keamanan obyek wisata guna menjaga kenyamanan dan menarik pengunjung.
  - d) Peningkatan produk dan atraksi wisata seperti permainan air, gardu pandang dan kereta wisata.
2. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*)
    - a) Dengan otonomi daerah diharapkan dapat memberikan keluasaan pemerintah daerah untuk mempromosikan potensi yang dimiliki obyek wisata.
    - b) Menjalani kerjasama dengan kelompok usaha pariwisata atau instansi terkait serta meningkatkan investasi swasta guna membantu pengembangan obyek wisata yang masih sederhana.
    - c) Meningkatkan sumberdaya manusia.
  3. Strategi ST (*Strength and Threats*)
    - a) Dengan letaknya yang strategis, adanya sarana transportasi yang mendukung serta harga tiket yang masih terjangkau maka memudahkan pengunjung untuk berkunjung Sehingga tidak terpengaruh dengan munculnya obyek wisata baru serta persaingan antar obyek wisata.
    - b) Kondisi keamanan obyek wisata yang baik membantu obyek wisata dari pengunjung yang kurang sadar dalam menjaga keindahan.
    - c) Sumber-sumber daya yang dikembangkan secara hati-hati dan diupayakan tidak merusak lingkungan.
  4. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*)
    - a) Memberikan pembinaan, pengarahan dan membangun persepsi masyarakat arti dan pentingnya keberadaan obyek wisata.
    - b) Meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan dengan inovasi baru sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar obyek wisata.
3. Kontribusi Penerimaan Retribusi Pariwisata Kota Pekalongan
- Dinas Perhubungan, Pariwisata dan Kebudayaan sebagai pengelola obyek wisata yang berusaha melayani masyarakat melalui sarana rekreasi telah memperoleh pendapatan atas penyelenggaraan jasa pariwisata yang telah diberikan. Dengan demikian, yang dimaksud penerimaan pendapatan retribusi obyek wisata adalah jumlah penerimaan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan karcis kepada para pengunjung obyek wisata. Penerimaan pendapatan retribusi obyek wisata paling tinggi pada hari libur baik hari libur biasa maupun hari libur nasional. Untuk dapat gambaran yang lebih jelas mengenai penerimaan pendapatan retribusi obyek wisata, maka dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 6 Penerimaan Retribusi Obyek Wisata Kota Pekalongan**

Tahun	Penerimaan Pendapatan Retribusi	Perkembangan (Rp)	Perubahan
2007	Rp. 354.459.950		
2008	Rp. 493.957.600	Rp. 139.497.650	0,39 %
2009	Rp. 610.847.600	Rp. 116.890.000	0,23 %
2010	Rp. 542.637.600	(Rp. 68.210.000)	(0,12) %
2011	Rp. 539.943.400	( Rp. 2.694.200)	(0,01) %
2012	Rp. 520.465.500	(Rp. 19.477.900)	(0,03) %
Jumlah	Rp. 3.062.311.650	Rp. 346.739.750	0,78 %

Sumber : Dinas Kebudayaan Perhubungan Pariwisata dan Kebudayaan (diolah)

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa perkembangan penerimaan pendapatan retribusi dari obyek wisata tertinggi pada tahun 2007 dengan perubahan sebesar 0,39 % dan penurunan tertinggi pada tahun 2010 sebesar 0,12 %. Untuk penerimaan pendapatan retribusi diperoleh melalui tiket

masuk obyek wisata. Kenaikan dan penurunan penerimaan pendapatan disebabkan oleh yaitu jumlah wisatawan. Bila jumlah wisatawan meningkat, maka penerimaan pendapatan juga cenderung meningkat.

**Tabel 7 Kontribusi Penerimaan Pendapatan Retribusi Obyek Wisata Kota Pekalongan**

Tahun Anggaran	Pendapatan Retribusi Pariwisata	Pendapatan Retribusi Daerah	Kontribusi (%)	PAD Kota Pekalongan
2007	Rp. 354.459.950	Rp. 6.281.876.627	0,06 %	Rp. 25.745.977.544
2008	Rp. 493.957.600	Rp. 7.638.401.582	0,06 %	Rp. 25.587.659.196
2009	Rp. 610.847.600	Rp. 8.373.086.120	0,07 %	Rp. 32.238.175.787
2010	Rp. 542.637.600	Rp. 13.647.054.436	0,04 %	Rp. 47.495.707.336
2011	Rp. 539.943.400	Rp. 14.938.110.280	0,04 %	Rp. 63.344.977.617
2012	Rp. 520.465.500	Rp. 17.720.265.651	0,03 %	Rp. 91.205.786.310

Sumber : Dinas Perhubungan, Pariwisata dan Kebudayaan (diolah)

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat penerimaan pendapatan pemasukan retribusi obyek wisata Kota Pekalongan per tahunnya memiliki kontribusi yang masih kecil. Kontribusi terbesar obyek wisata terhadap penerimaan retribusi daerah Kota Pekalongan ada pada tahun 2009 yaitu sebesar 0,07 %. Dan kontribusi terendah obyek wisata terhadap penerimaan retribusi Kota Pekalongan ada pada tahun 2012 yaitu sebesar 0,03%. Hal ini diakibatkan karena meningkatnya penerimaan retribusi daerah dari sektor lain yang tidak diikuti meningkatnya penerimaan pendapatan dari sektor pariwisata khususnya obyek wisata di Kota Pekalongan.

## PENUTUP

### 1.Saran

Beberapa saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil penelitian ini adalah :

1. Pemerintah Kota Pekalongan perlu terus meningkatkan pelayanan publik di daerah wisata seperti kebersihan, kenyamanan dan pelayanan sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan. Karena saat ini fasilitas publik obyek wisata kurang begitu

baik. Selain itu jika jumlah wisatawan dapat meningkat dari tahun ke tahun maka diharapkan pendapatan pariwisata dapat meningkat juga. Namun pemerintah juga harus dapat mengoptimalkan agar pengeluaran yang di keluarkan tidak melebihi pendapatan yang masuk.

2. Penambahan tenaga-tenaga profesional sumber daya manusia yang diharapkan sesuai dengan bidang pendidikannya yaitu bidang pariwisata untuk pengelolaan kepariwisataan di Kota Pekalongan.

Pemanfaatan teknologi informasi perlu ditingkatkan untuk mengenalkan dan mempromosikan potensi-potensi wisata kepada masyarakat luas. Selain mengenalkan kepada masyarakat luas, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menarik investor-investor untuk berkontribusi aktif dalam usaha peningkatan obyek wisata

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: Rineka Cipta
- Dimiyati, Adim. 2006. "Mendorong Perekonomian Dengan Pariwisata". Fakultas Ekonomi. Semarang: Universitas Diponegoro Dinas Perhubungan Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekalongan
- Emrizal dan Sawirman. 2008. "Bisnis Pariwisata Sumatera Barat Sebuah Analisis SWOT". Dalam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Volume 3 No.2
- Harits, Benyamin. 1995. "Peran Administrator Pemerintah Daerah, Efektifitas Penerimaan Retribusi Daerah Pemda Tingkat II Se-Jawa Barat", Prisma, No. 4, Tahun XXIV, 81 – 95
- Koho. 2001. "Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik Indonesia". Cetakan ke 5 PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Koswara, E, 2000. Menyongsong Pelaksanaan Otonomi Daerah Berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999; Suatu Telaahan Menyangkut Kebijaksanaan, Pelaksanaan dan Kompleksitasnya, Analisis CSIS Tahun XXIX/2000, No. 1,36 –53
- Lituhayu, Heri. 2011. "Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati". Universitas Diponegoro
- McQueen, Jim. 1998. Development of a Model for User Fees, "A Model on Policy Development in Creating and Maintaining User Fees for Municipalities", The Univ. Western Ontario, Aug. 1998, 1-23
- Mahi. 2000. Prospek Desentralisasi di Indonesia ditinjau Dari Segi Pemerataan Antar Daerah dan Peningkatan Efisiensi Analisis CSI 8 Tahun XXIX/2000 Nomor I, 58 –59
- Mardiasmo. 2002. "Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah". Yogyakarta : ANDI
- Munawir, S. 1997. "Perpajakan", Liberty, Edisi Kelima Cetakan Kedua. Yogyakarta
- Oka, A. Yoeti. 2005. Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Jakarta : Pradnya Paramita
- Pao, Jay W. 2004. *Recent Developments and Prospects of Macao's Tourism Industry*. Journal Monetary Authority of Macao
- Pendit, Nyoman. 2002. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : PT Pradnya Paramita
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Ratnasari, Anita. 2008. "Potensi Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur Sebagai Salah Satu Sumber PAD Kabupaten Wonogiri". Semarang : UNNES
- Riwu Kaho, Josep. 2002. "Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik". Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Santoso, Apik Budi. 2004. Diktat Perkuliahan Geografi Wisata. Semarang. FIS UNNES
- Siahaan, Marihot. 2005. "Pajak Daerah dan Retribusi Daerah". Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Soebagyo. 2012. "Strategi Pengembangan Pariwisata Indonesia". Jurnal Liquidity, Vol 1 No. 2. Juli-Desember. Hal 153-158 Jakarta Selatan: Universitas Pancasila
- Spillane, James J. 1991. "Ekonomi Pariwisata : Sejarah dan Proepseknnya" Yogyakarta: Kanisius
- Suparmoko. 2002. "Ekonomi Publik : Untuk Keuangan & Pembangunan Daerah". Yogyakarta : ANDI
- Suwantoro, Gamal. 2004. "Dasar-Dasar Pariwisata". Yogyakarta : ANDI
- Syamsi, Ibnu. 1994. "Dasar-dasar Kebijakan Keuangan Negara". Edisi Revisi. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Sproule, Jones & White. 1989. "Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia", (terjemahan oleh Masri Maris), UI-Press. Jakarta
- Tjokroaminoto, Bintoro. 1996. "Perencanaan Pembangunan". Jakarta : PT. Griya Agung

- Tunggal, Amin Wijaya, dkk., “*Tanya Jawab Perpajakan Baru Indonesia*”, Jakarta:Harvasindo, cet. 1, 2005
- Umar, Husein. 2003. “*Metode Riset Bisnis*”. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Undang-Undang RI Nomor 9 Tahun 1990. *Tentang Kepariwisataaan*. Jakarta. Direktorat Jenderal Kepariwisataaan
- Undang-Undang RI Nomor 34 Tahun 2000. “*Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*”.Jakarta
- Undang-Undang RI Nomor 32 Tahun 2004. *Tentang Pemerintah Daerah*. Jakarta
- Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2004. *Tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah*. Jakarta
- Wardiyanta. 2006. “*Metode Penelitian Pariwisata*”. Yogyakarta : ANDI
- Wahab, Salah. 2003. “*Manajemen Kepariwisataaan*”. Jakarta : PT Pradnya Paramita