



LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA CANDI GEDUNG SONGO BERBASIS
CO-MANAGEMENT DALAM RANGKA PELESTARIAN CAGAR BUDAYA DAN
INCOME GENERATING* DENGAN PENDEKATAN *MULTIPLIER EFFECT

BIDANG KEGIATAN :

PKM-P

oleh :

| | |
|---------------------|----------------|
| Aulia Putri Adhniey | H44090011/2009 |
| Yuni Kristina | H44090001/2009 |
| Riki Cahyo Edy | H14100101/2010 |


Dibiayai oleh:
Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
sesuai dengan Surat Perjanjian Penugasan Program Kreativitas Mahasiswa
Nomor : 050/SP2H/KPM/Dit.Litabmas/V/2013, tanggal 13 Mei 2013

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2013

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Kegiatan : Pengembangan Kawasan Wisata Candi Gedong Songo Berbasis *Co-Management* dalam Rangka Pelestarian Cagar Budaya dan *Income Generating* dengan Pendekatan *Multiplier Effect*
2. Bidang Kegiatan : (v) PKM-P () PKM-K () PKMKC
() PKM-T () PKM-M
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
- a. Nama Lengkap : Aulia Putri Adhniey
b. NIM : H44090011
c. Departemen : Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan
d. Perguruan Tinggi : Institut Pertanian Bogor
e. Alamat Rumah : Balebak Rt 04/05
f. Alamat email : ap.adhniey@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan : 2 (Dua) Orang
5. Dosen Pendamping
- a. Nama Lengkap : Dr. Ir. Ahyar Ismail, M.Agr
b. NIDN : 0004066026
c. Alamat Rumah : Jl. Bukit Asam Ujung 1 No.29 Rt 01/08, Komplek Laladon Indah, Ds Laladon Bogor 16610
d. No. HP : 08128285194
6. Biaya Kegiatan Total
DITII : Rp9.700.000
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 Bulan

Menyetujui,
Ketua Departemen Ekonomi Sumberdaya
Dan Lingkungan



Dr. Ir. Aceng Hidayat, MT
NIP.1966 0717 199203 1 003

Bogor, 19 Juli 2013
Ketua Pelaksana Kegiatan



Aulia Putri Adhniey
NIM. H44090001

Wakil Rektor
Bidang Akademik dan Kemahasiswaan



Prof. Dr. Ir. Yonny Kusmaryono, MS
NIP.1958.1228.198503 1003

Dosen Pembimbing



Dr. Ir. Ahyar Ismail, M.Agr
NIDN.0004066026

ABSTRACT

Gedong Songo temple that located in the Candi Village, Bandungan District, Semarang Regency is one of the natural tourist sites in Semarang with the largest number of visitor in 2011, reaching 164 907 people. Lack of cooperation between local government and community inflicted the income of community. The obscurity of the snacks prices also inflicted the economic leakage by IDR 832 649 983. The leakage calculations obtained by using Travel Cost Method Analysis. This study also analyzes the community income generating by using Keynesian Multiplier Method. The Keynesian Values obtained income multiplier of 2.24 means an increment of visitors expenditure by IDR 1 inflicted the income increment of communities by IDR 2.24. Another economic impact of visitor expenditure is the profits received by the owner of business unit. Further economic impact also received by local labor in the form of wages that they get from the owner of business unit. Income Multiplier Ratio Value Type 1 is 1.67. It means that an increment of business owner income by IDR 1 inflicted IDR 1.67 to increment of direct and indirect impacts (such as income of business unit owners and local labor). Value Ratio Income Multiplier Type 2 is 2.15. It means that an increment of business owner income by IDR 1 inflicted IDR 2.15 to increment of direct, indirect and induced impact (in the form of business owner income, labor income and consumption expenditures at the local community level). This study aimed to develop a tourism area by involving the local community to manage the tourist area so their income will increase. Based on the research, development of tourist areas in Gedong Songo by applying Grand Strategy based Co-Management. Co-management strategy is a strategy that involves all stakeholders in Gedong Songo to exercise all the powers and duties so the derived strategies can be implemented in development of tourist sites Gedong Songo.

keywords: *economic leakage, income generating, co-management*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah program kreativitas mahasiswa bidang penelitian ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ialah Pengembangan Kawasan Wisata Candi Gedung Songo Berbasis *Co-Management* dalam Rangka Pelestarian Cagar Budaya dan *Income Generating* dengan Pendekatan *Multiplier Effect*

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Ir. Ahyar Ismail, M.Agr dan Ibu Nuva, S.P, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan karya ilmiah ini. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Hariyono dan Bapak Suramen dari Pengelola Objek Wisata Candi Gedong Songo serta kepada para pihak yang telah membantu selama pengumpulan data penelitian. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Bogor, Juli 2013

Penulis

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah sektor pariwisata baik wisata buatan maupun wisata alam. Terbukti pada tahun 2009 sektor pariwisata menempati urutan ketiga dalam penerimaan devisa yaitu sebesar USD 6,3 milyar setelah komoditas minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Pada tahun 2010 devisa penerimaan dari wisatawan mancanegara mencapai USD 7,6 milyar meningkat sebesar 20,63 persen dari tahun 2009 (Bappenas,2012).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Disbudparpora (Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga) Kabupaten Semarang tahun 2009-2011 terdapat 22 objek wisata di Kabupaten Semarang yang bersifat komersil. Hal ini dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan tiap tahun yang relatif tinggi baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Berdasarkan data jumlah kunjungan wisata dari tahun 2009-2011 dapat dilihat bahwa Objek Wisata Candi Gedong Songo merupakan objek wisata yang menempati urutan kedua terbanyak dikunjungi oleh wisatawan, pada tahun 2011 jumlah wisatawan sebesar 164.907 orang.

Akan tetapi, kerjasama dengan masyarakat dalam pengelolaan objek wisata Candi Gedong Songo belum terlaksana secara komprehensif. Selain itu, sejalan dengan program Visit Jawa Tengah 2013 yang menghimbau mempersiapkan semua infrastruktur dan masyarakat dengan baik dalam rangka mendukung Visit Jawa Tengah 2013 untuk menyambut wisatawan yang datang ke Provinsi Jawa Tengah. Beberapa alasan diatas merupakan faktor penguat untuk melakukan penelitian di Objek Wisata Candi Gedong Songo.

Perumusan Masalah

Aktivitas wisata di Candi Gedong Songo memiliki dampak ekonomi yang sangat besar bagi masyarakat desa khususnya di Desa Candi jika hal ini dikelola dengan kerjasama yang baik. Oleh karena itu, perlu dikaji lebih lanjut permasalahan yang ada. Sejauh ini belum ada studi mengenai analisa dampak ekonomi dari kegiatan wisata alam di Candi Gedong Songo sehingga nilai dampak ekonomi terhadap masyarakat desa khususnya di Desa Candi dari aktivitas wisata belum diketahui. Berdasarkan uraian tersebut, beberapa masalah dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik pengunjung dan masyarakat Desa Candi dilihat dari jenis usaha, dan tenaga kerja Desa Candi di sekitar Candi Gedong Songo?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan wisata di Candi Gedong Songo?
3. Bagaimana kontribusi yang diberikan objek wisata Candi Gedong Songo terhadap ekonomi masyarakat Desa Candi?
4. Bagaimana bentuk kerjasama pengelolaan Candi Gedong Songo antara pengelola dengan masyarakat Desa Candi?

Tujuan Program

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kontribusi Wisata Candi Gedong Songo terhadap warga disekitar objek wisata khususnya Desa Candi dengan melakukan pendekatan-pendekatan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik pengunjung dan masyarakat Desa Candi dilihat dari jenis usaha, dan tenaga kerja Desa Candi di sekitar Candi Gedong Songo
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata di Candi Gedong Songo

3. Menganalisis kontribusi yang diberikan objek wisata Candi Gedong Songo terhadap ekonomi masyarakat Desa Candi dengan *multiplier effect*
4. Menganalisis keefektifan kerjasama pengelola dengan masyarakat Desa Candi yang sudah terbentuk dan menganalisis potensi hasil alam yang dapat dijadikan pengembangan inovasi produk dalam pengembangan kerjasama antara pengelola dan masyarakat sekitar Obyek Wisata Candi Gedong Songo

Luaran yang Diharapkan

Program PKM penelitian ini telah direkomendasikan kepada pengelola Objek Wisata Candi gedong Songo. Diharapkan dapat memberikan solusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Candi dan pembentukan kerja sama berbasis *Co-management* antara pengelola kawasan wisata dan masyarakat setempat. Adanya *multiplier effect* yang tercipta diharapkan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain itu, pengembangan wisata berbasis *Co-management* diharapkan bisa menjadi contoh dalam pelestarian kebudayaan masyarakat lokal.

Kegunaan Program

1. Bagi Mahasiswa : Sebagai sarana pengembangan dan penerapan ilmu yang didapatkan di bangku perkuliahan.
2. Bagi Masyarakat dan Pengelola : Meningkatkan kerjasama antara masyarakat sekitar dan pengelola wisata dengan metode *Co-management*.
3. Bagi Pemerintah Daerah : Dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).
4. Bagi Perguruan Tinggi: Perwujudan tridharma perguruan tinggi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kegiatan Wisata Alam

Menurut Peraturan Pemerintah No.18 Tahun1994 pasal 1 ayat 3, wisata alam adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam, di taman nasional, taman hutan raya dan taman wisata alam.

Permintaan Wisata

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan rekreasi menurut Clawson dan Knetsch (1975), diantaranya:

1. Faktor individu atau faktor yang berhubungan dengan konsumsi potensial, terdiri atas:
 - a) Jumlah individu disekitar tempat rekreasi.
 - b) Distribusi (penyebaran) geografis daerah konsumen potensial yang berkaitan dengan kemudahan mencapai areal wisata.
 - c) Karakteristik sosial ekonomi, seperti: umur, jenis kelamin, pekerjaan, anggota keluarga, dan tingkat pendidikan.
 - d) Pendapatan per kapita rata-rata.
 - e) Rata-rata waktu luang dan alokasinya.
 - f) Pendidikan khusus, pengalaman, dan pengetahuan yang berhubungan dengan rekreasi.
2. Faktor-faktor yang berhubungan dengan rekreasi, yaitu:
 - a) Keindahan dan daya tarik.
 - b) Identitas dan sifat pengelolaannya.
 - c) Alternatif pilihan tempat rekreasi lain.
 - d) Kapasitas akomodasi.
 - e) Karakteristik iklim dan cuaca tempat rekreasi.
3. Hubungan konsumen potensial dengan tempat rekreasi, terdiri atas:
 - a) Lama waktu perjalanan ke tempat rekreasi.
 - b)Kesenangan (kenyamanan) dalam perjalanan.
 - c) Biaya rekreasi.
 - d) Meningkatkan permintaan rekreasi sebagai atribut promosi yang menarik.

Dampak Ekonomi Pariwisata

Dampak ekonomi pariwisata alam adalah manfaat atau kontribusi produk wisata berbasis alam terhadap ekonomi suatu wilayah. Dampak tersebut dapat berupa: (1) penerimaan dari penjualan produk wisata (tiket masuk taman nasional, hotel, *campground*, restoran, atraksi, transportasi dan retail), (2) pendapatan masyarakat, (3) peluang pekerjaan dan (4) penerimaan pemerintah dari pajak dan retribusi (Frechtling, 1987).

Menurut Stynes *et al.* (2000), pengaruh total pariwisata terhadap ekonomi wilayah merupakan penjumlahan dari dampak langsung (*direct effects*), dampak tidak langsung (*indirect effects*) dan dampak ikutan (*induced effects*).

Dampak Kultural

Kultural atau kebudayaan merupakan faktor penentu permintaan pariwisata. Sosial budaya yang unik atau dengan kata lain berbeda dengan apa yang ada di negara calon wisatawan berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya mereka.

Peran Kelembagaan dalam Pengembangan Wisata

Lembaga swadaya masyarakat (Non Governmental Organization) memegang peranan penting dalam pengembangan dan manajemen pariwisata baik di negara maju maupun negara berkembang. Peran serta dan keterlibatan lembaga swadaya masyarakat dalam berbagai kegiatan pariwisata khususnya pariwisata telah meningkatkan dampak-dampak positif dari pengembangan pariwisata dan meningkatkan motivasi untuk mengkonservasi alam dan budaya (Subadra, 2006).

III. METODE PENDEKATAN

Metode yang digunakan dalam penelitian meliputi analisis deskriptif, *Travel Cost Method*, *Keynesian Multiplier* dan pendekatan *Co-Management*. Pengambilan data dilakukan menggunakan data primer berupa literatur-literatur yang mendukung penelitian dan data sekunder berupa pengamatan dan melakukan wawancara terhadap responden.

Tabel 1. Matriks Metode Analisis Data

| No. | Tujuan Penelitian | Sumber Data | Metode Analisis Data |
|-----|--|---|---|
| 1. | Identifikasi karakteristik pengunjung dan masyarakat Desa Candi dilihat dari jenis usaha, dan tenaga kerja | Wawancara dengan menggunakan kuesioner | Analisis deskriptif (Frechtling, 1987) |
| 2. | Analisis faktor pengaruh permintaan wisata di Candi Gedong Songo | Wawancara dengan menggunakan kuesioner | <i>Travel Cost Method</i> (Douglas C, 1987) |
| 3. | Analisis kontribusi Objek Wisata Candi Gedong Songo terhadap ekonomi masyarakat Desa Candi | Wawancara dengan menggunakan kuesioner | <i>Keynesian Multiplier</i> (Stynes <i>et al.</i> , 2000) |
| 4. | Analisis efektivitas kerjasama antar <i>stakeholder</i> di Obyek Wisata Candi Gedong Songo | Wawancara dengan menggunakan kuesioner dan pengamatan | <i>Co-Management</i> (Pomeroy dan Berkes, 1997) dan SWOT (Rangkuti, 1997) |

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

Waktu dan Pelaksanaan Penelitian

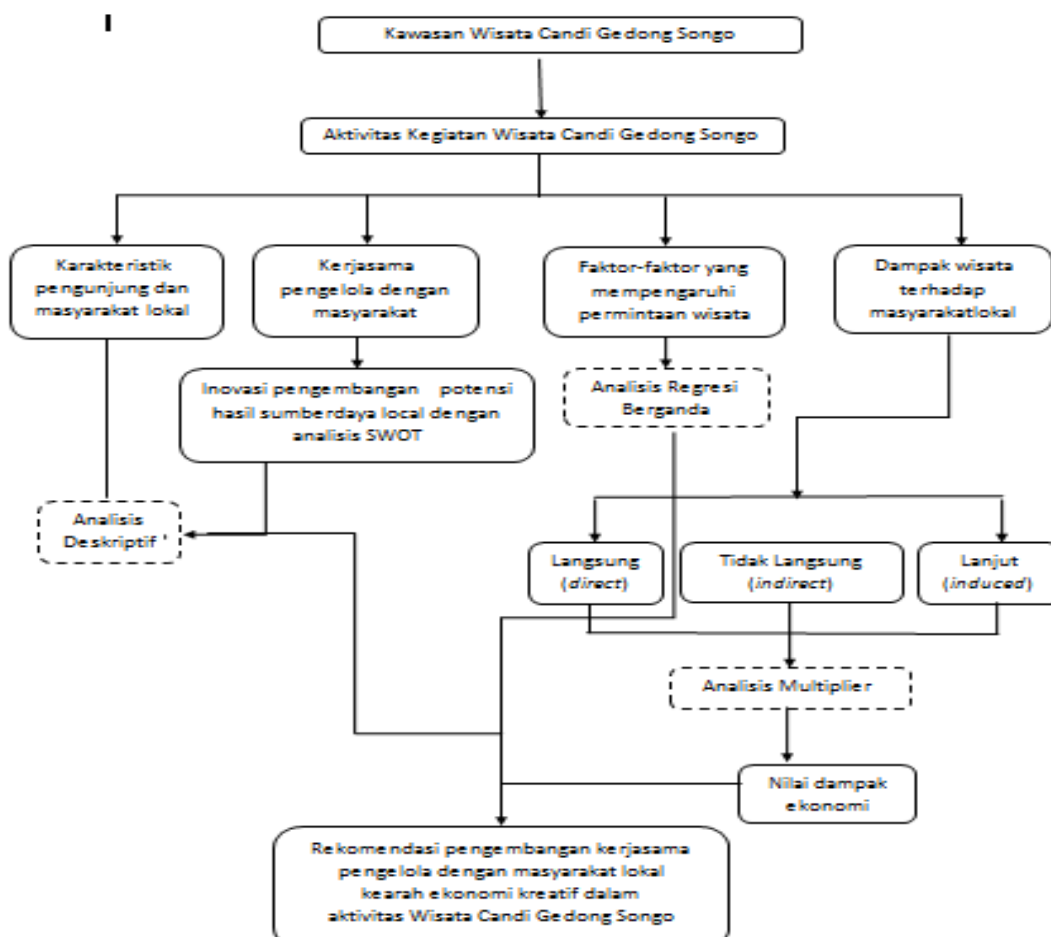
Penelitian dilakukan di Objek Wisata Candi Gedong Songo yang terletak di Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Pengambilan responden sebanyak 135 orang meliputi wisatawan (60 orang), pemilik unit usaha (35 orang), tenaga kerja (20 orang), dan masyarakat Desa Candi (20 orang) menggunakan metode *volunteer sampling*. Selain itu, melakukan wawancara terhadap pengelola objek wisata menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian dilaksanakan bulan Maret sampai Mei 2013 (tiga bulan).

Tahapan Pelaksanaan

Tabel 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

| No | Tanggal | Kegiatan |
|----|------------------|---|
| 1 | 4-6 Maret 2013 | Pra survey dan meminta perijinan melakukan penelitian ke pengelola Objek Wisata Candi gedong Songo |
| 2 | 8 Maret 2013 | Diskusi hasil pra survei dengan dosen bersama anggota, fiksasi kuesioner penelitian dan penetapan tanggal keberangkatan pengambilan data |
| 3 | 13-20 Maret 2013 | Pengambilan data tahap pertama di lokasi penelitian untuk mengetahui potret keadaan Objek Wisata dan mengetahui efek <i>multiplier</i> yang terjadi di lokasi penelitian |
| 4 | 15-21 Mei 2013 | Pengambilan data tahap ke dua di lokasi penelitian untuk mengetahui tingkat keeektifan kerjasama yang terbentuk antar <i>stakeholder</i> dan melakukan analisis SWOT untuk mengetahui pengembangan yang bias dilakukan di Objek Wisata Candi Gedong Songo |

Instrumen Pelaksanaan



Gambar 1. Alur Kerangka Pelaksanaan Penelitian

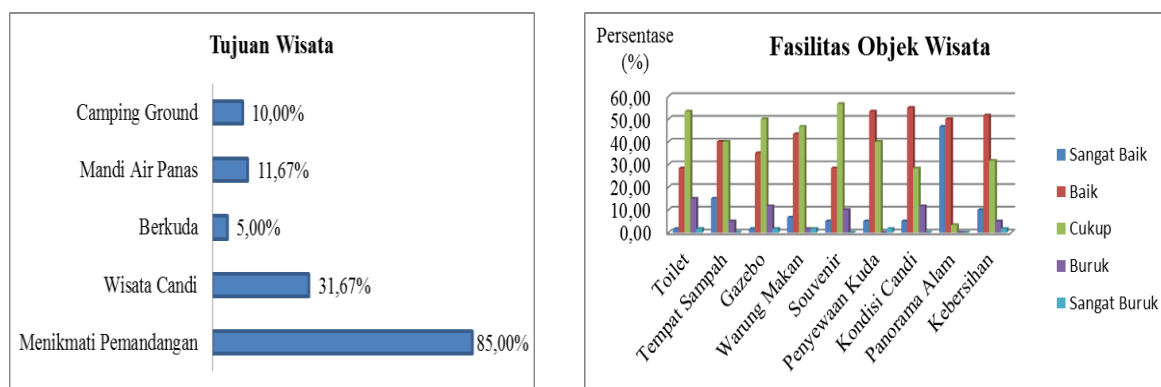
Rekapitulasi Rancangan dan Realisasi Biaya

Tabel 3. Realisasi Penggunaan Biaya Penelitian

| No | Keterangan | Biaya (Rp) |
|--------------------------|----------------------|------------------|
| A. Pemasukan | | |
| 1 | Dana Talangan IPB 1 | 3.000.000 |
| 2 | Dana Talangan IPB 2 | 2.000.000 |
| 3 | Dana Talangan IPB 3 | 4.700.000 |
| 4 | Deposit (poster) | - 300.000 |
| Total Pemasukan | | 9.400.000 |
| B. Pengeluaran | | |
| Bahan Habis Pakai | | |
| 1 | Pembuatan proposal | 37.300 |
| 2 | ATK | 74.500 |
| 3 | Kuesioner | 26.200 |
| 4 | Surat Perizinan | 5.800 |
| 5 | Laporan Kemajuan | 90.000 |
| 6 | Plakat | 80.000 |
| 7 | Buku + CD | 35.000 |
| 8 | Pengiriman Buku + CD | 100.000 |
| 9 | Laporan Akhir | 40.000 |
| Total | | 288.800 |
| Bahan Tidak Habis Pakai | | |
| 1 | Ambil Data | 3.150.000 |
| 2 | Olah Data | 1.500.000 |
| Total | | 4.650.000 |
| Biaya Perjalanan | | |
| 1 | Transportasi | 2.380.000 |
| 2 | Biaya Konsumsi | 838.700 |
| 3 | Penginapan | 1.050.000 |
| Total | | 4.188.700 |
| Total Pengeluaran | | 9.127.500 |
| Sisa Pemasukan | | 272.500 |

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

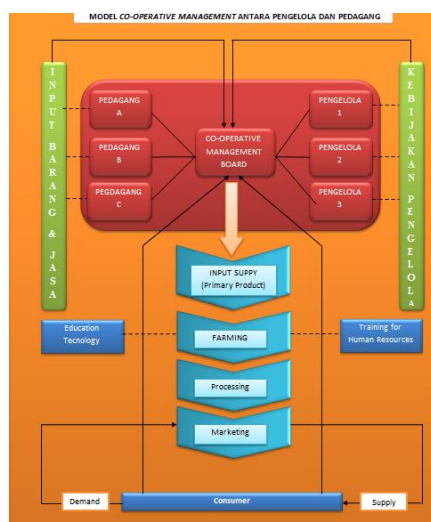
Hasil penelitian yang dicapai sebagai berikut:



Gambar 2. Tujuan kunjungan dan persepsi wisatawan terhadap fasilitas objek wisata

Tabel 4. *Grand Strategy Co-Management* sebagai hasil analisis SWOT dalam strategi pengembangan Objek Wisata Candi Gedong Songo

| <i>Grand Strategy Co-Management</i> | Kekuatan (Strengths) | Kelemahan (Weaknesses) |
|-------------------------------------|--|---|
| Peluang (Opportunities) | <p>Strategi SO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan Beberapa paket wisata di Objek Wisata Candi Gedong 2. Penyediaan stand berkuda dan 3. Penyediaan paket <i>belerang medicare</i> di lokasi pemandian air panas 4. Membentuk <i>management</i> pemasaran | <p>Strategi WO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembangunan infastruktur 2. Pemugaran situs candi 3. Pengelolaan objek wisata secara bersama-sama antara <i>stakeholder</i> terkait |
| Ancaman (Threats) | <p>Strategi ST:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembanguna gazebo dengan view pemandangan alam 2. Memasang papan penunjuk arah menuju kawasan objek wisata Candi Gedong Songo 3. Menyediakan papan peringatan untuk mencecega aksi vandalisme | <p>Strategi WT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembangunan Wisma Cinta Alam |



Gambar 3. Model *Co-Operative Management* antar Stakeholder

Hasil dan Pembahasan

Dari penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa sebagian besar wisatawan (80%) berkunjung di Objek Wisata Candi Gedong Songo untuk menikmati pemandangan alam yang indah dan menurut mereka fasilitas yang tersedia relatif cukup baik. Dengan adanya objek wisata di Desa Candi mampu meningkatkan rata-rata pendapatan masyarakat pribumi per tahun sebesar 57,85%.

Selain itu, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisatawan terhadap Objek Wisata Candi Gedong Songo menggunakan analisis regresi yang dilakukan dengan taraf nyata 95% diperoleh faktor-faktor yang relatif berpengaruh terhadap permintaan wisata adalah tingkat pendapatan dan lama pendidikan wisatawan. Tingkat signifikansi dari model permintaan wisata ini ditunjukkan nilai R-square sebesar

34,14%, hal ini berarti variabel penjelas yang ada dalam model dapat menjelaskan model permintaan Objek Wisata Candi Gedong Songo sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel diluar model. Persamaan regresi yang didapat adalah:

$$Y = 11,303 - 6,334.10^{-06} X_1 + 1,318.10^{-07} X_2 - 0,640 X_3 - 0,093X_4 - 0,003 X_6 + 0,177X_7 - 0,017 X_8 - 0,024 X_9 - 0,045 X_{10} + \epsilon$$

Keterangan :

| | |
|--|---|
| Y = Jumlah kunjungan (tahun) | X ₇ = Jumlah tanggungan (orang) |
| X ₁ = Biaya Perjalanan (rupiah) | X ₈ = Lama kunjungan (jam) |
| X ₂ = Pendapatan (rupiah per tahun) | X ₉ = Jumlah rombongan (orang) |
| X ₃ = Taraf pendidikan (tahun) | X ₁₀ = Pengetahuan terhadap objek wisata (tahun) |
| X ₄ = Umur (tahun) | ϵ = <i>Error term</i> |
| X ₆ = Jarak tempuh (km) | |

Banyaknya wisatawan yang masih menganggap mahal harga jajanan dan makanan di dalam objek wisata mengakibatkan terjadinya kebocoran ekonomi yang terjadi di objek wisata sebesar 832.649.983 hal ini disebabkan sebagian pengeluaran dikeluarkan di luar objek wisata. Perhitungan kebocoran diperoleh menggunakan analisis *Travel Cost Method*.

Penelitian ini juga menganalisis manfaat yang dirasakan oleh masyarakat Desa Candi dengan adanya Objek Wisata Candi Gedong Songo dalam peningkatan pendapatan dengan metode *Keynesian Multiplier*. *Multiplier* digunakan untuk mengukur seberapa besar dampak ekonomi dari pengeluaran wisatawan yang digunakan selama melakukan kegiatan wisata, yang meliputi dampak langsung, tidak langsung, dan dampak terusan.

Diperoleh nilai *Keynesian Income multiplier* 2,24 artinya peningkatan pengeluaran pengunjung sebesar 1 rupiah akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat pribumi sebesar 2,24 rupiah. Dampak ekonomi lanjutan dari pengeluaran pengunjung dirasakan oleh pemilik unit usaha berupa keuntungan yang diterima. Selanjutnya dampak ekonomi dirasakan juga oleh tenaga kerja lokal di objek wisata yaitu berupa upah yang mereka dapatkan dari pemilik unit usaha. Nilai *Ratio Income Multiplier Tipe 1* yaitu 1,67 artinya peningkatan 1 rupiah pendapatan pemilik usaha akan mengakibatkan peningkatan sebesar 1,67 rupiah pada dampak langsung dan tidak langsung (berupa pendapatan pemilik unit usaha dan tenaga kerja lokal). Nilai *Ratio Income Multiplier Tipe 2* yaitu 2,15 artinya peningkatan 1 rupiah pendapatan pemilik unit usaha akan mengakibatkan peningkatan sebesar 2,15 rupiah pada dampak langsung, tak langsung dan *induced* (berupa pendapatan pemilik usaha, tenaga kerja dan pengeluaran konsumsi di tingkat lokal). Angka tersebut menunjukkan dampak pengeluaran wisatawan terhadap perekonomian pemilik unit usaha dan tenaga kerja yang berada di objek wisata bukan pada kesejahteraan masyarakat sekitar.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disusun suatu strategi pengembangan Objek Wisata Candi Gedong Songo, ada strategi yang menjadi pokok strategi yang disebut *grand strategy*. *Grand strategy* yang menjadi dasar strategi pengembangan adalah *co-management*. Strategi *co-management* adalah strategi yang melibatkan semua pemangku kepentingan (*stakeholder*) di lokasi Wisata Candi Gedong Songo untuk melaksanakan semua wewenang dan tugas masing-masing agar strategi turunannya dapat terlaksana sehingga pengembangan lokasi wisata Candi Gedong Songo dapat berjalan. *Stakeholder* yang terlibat adalah Pemerintah, Dinas Pariwisata, Badan Pengelola Peninggalan Purbakala (BP3), Perhutani, Paguyuban pedagang dan jasa, Masyarakat, dan Wisatawan. Semua *stakeholder* memiliki tugas dan hak masing-masing dan saling bekerjasama yang terkoordinasi sehingga pengembangan lokasi wisata dapat berjalan mengingat Candi Gedong Songo adalah warisan leluhur dan menjadi aset pariwisata. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis dalam pengembangan objek wisata Candi Gedong Songo adalah matriks SWOT.

Hasil yang diperoleh dari matriks SWOT adalah Objek Wisata Candi Gedong Songo berada pada kuadran agresif, keadaan ini menjelaskan bahwa keberadaan Objek Wisata Candi Gedong Songo berada pada situasi yang menguntungkan bagi pengelola untuk mengembangkan objek wisata karena memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mendukung pengembangan objek wisata. Oleh karena itu, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*) Tabel 4.

Seiring dengan strategi pengembangan objek wisata perlu ditingkatkan juga kerjasama antara pengelolaan objek wisata dan *stakeholder* guna perbaikan-perbaikan peran fungsional dan peningkatan SDM. Berdasarkan analisis, diperoleh suatu model yang bisa diterapkan dalam *Grand Strategy* Objek wisata Candi Gedong Songo yaitu model *Co-Operative Management* antar *sakeholder* dapat dilihat pada Gambar 2.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Usia wisatawan Objek Wisata Candi Gedong Songo berkisar 17 sampai dengan 22 tahun dengan persentase 51,67%. Sebagian besar berdomisili di Kabupaten Semarang. Sebanyak 60,00% wisatawan berpendidikan terakhir SMA, dengan kisaran pendapatan kisaran Rp 500.000 sampai dengan Rp 1.000.000. Unit usaha diobjek wisata adalah usaha tempat makan, jasa penyewaan kuda, asongan, jasa penitipan helm, jasa penyewaan payung dan tikar, penjualan sovenir, pedagang bunga dan penginapan. Keseluruhan unit usaha yang ada sebanyak 102 unit usaha. Terdapat dua faktor sosial ekonomi yang memengaruhi permintaan wisata candi gedong songo, yaitu pendapatan dan tingkat pendidikan.

Berdasarkan perhitungan dengan multiplier effect peningkatan pengeluaran pengunjung sebesar 1 rupiah akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal sebesar 2,24 rupiah. Peningkatan 1 rupiah pendapatan pemilik usaha akan mengakibatkan peningkatan sebesar 1,67 rupiah pada dampak langsung dan tidak langsung (berupa pendapatan pemilik unit usaha dan tenaga kerja lokal). Pengeluaran pengunjung 1 rupiah pendapatan pemilik unit usaha akan mengakibatkan peningkatan sebesar 2,15 rupiah pada dampak langsung, tak langsung dan induced (berupa pendapatan pemilik usaha, tenaga kerja dan pengeluaran konsumsi di tingkat lokal). Hasil yang diperoleh dari matriks SWOT adalah Objek Wisata Candi Gedong Songo berada pada kuadran agresif, keadaan ini menjelaskan bahwa keberadaan Objek Wisata Candi Gedong Songo berada pada situasi yang menguntungkan bagi pengelola untuk mengembangkan objek wisata karena memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mendukung pengembangan objek wisata

Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam peningkatan wisatawan di Objek Wisata Candi Gedong Songo dan peningkatan pendapatan masyarakat Desa Candi. Adapun beberapa masukan yang dihasilkan dalam penelitian ini di rumuskan dalam *grand strategy co-management* yang merupakan strategi pengembangan kawasan wisata diantaranya penyediaan beberapa paket wisata di Objek Wisata Candi Gedong dan peningkatan kerjasama pengelolaan objek wisata secara bersama-sama antara *stakeholder* terkait.

VII. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengawas Nasional (Bappenas). 2012. *Rencana Kerja Pemerintah (RKP) 2012*. Dalam: Bab III Bidang Ekonomi. www.bappenas.go.id/get-file-server/node/10837/ diakses 3 Mei 2012
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang (BPS Semarang).2012. *Mata Pencapaian Penduduk Kecamatan Bandungan dalam Angka 2006-2011*. Semarang. BPS Semarang. Ungaran
- Clawson, M and J. L Knetsch. 1975. *Economic of Outdoor Recreation*. The John Hopkins Press. Baltimore.
- Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Semarang. 2012. *Laporan Kunjungan Wisatawan Semarang Tahun 2005-2012*. Disbudparpora Kabupaten Semarang. Semarang.
- Frechtling, Douglas C. 1987. *Assessing the Impacts of Travel and Tourism- Introduction to Travel Impact Estimation*. In *Travel, Tourism and Hospitality Research*, J.R. Brent Ritchie and Charles R. Goeldner (ed.), John Wiley and Sons Inc, New York.
- Meta. 2001. *Planning For Marine Ecotourism In The EU Atlantic Area*. University of the West of England, Bristol.
- Murphy, Peter E., 1987, *Tourism A Community Approach*, Methuen, New York.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Peraturan Pemerintah. *Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 1994*. bskdadiy.dephut.go.id/images/.../PP_18_1994.pdf diakses 2 Mei 2012.
- Subadra, I.2007. *Peran Kelembagaan Swadaya Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata*. <http://subadra.wordpress.com/2007/08/26/bali-tourism-watch-peran-lembaga-swadaya-masyarakat-dalam-pengembangan-pariwisata/> diakses 14 Oktober 2012.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi. Yogyakarta.
- Syaukat, Y. 2012. *Metode Penelitian Survey*. Materi Kuliah. Dalam: Kuliah Metodologi Penelitian Departemen Sumberdaya dan Lingkungan, 2012.
- Turner, K. D Pearce and Bateman. 1994. *Environmental Economic: An Elementary Introduction*. Centre for Social and Economic Research on The Global Environment University of East Anglia and University College London.
- Undang-Undang Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009*. www.depdagri.go.id/media/.../uu_no.10-2009.doc diakses 2 Mei 2012

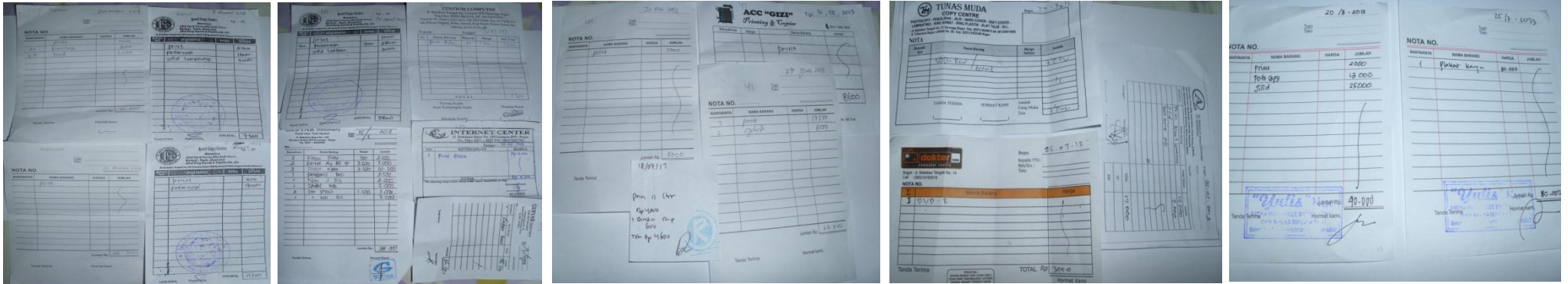
LAMPIRAN

Dokumentasi

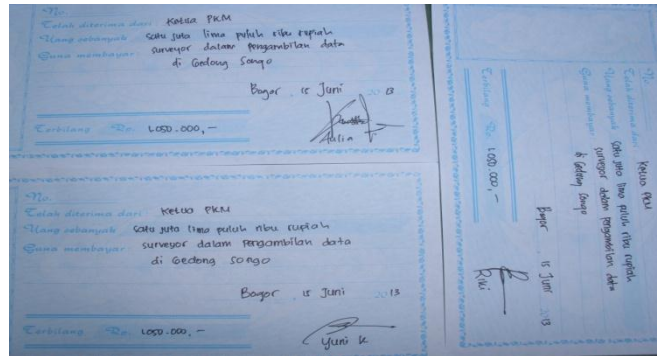
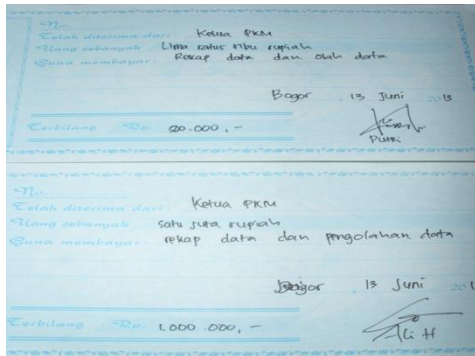


Bukti Pengeluaran Biaya

Bahan Habis Pakai



Bahan Tidak Habis Pakai



Biaya Perjalanan



Biaya Perjalanan

