

ABSTRAK

Pati merupakan salah satu Kota yang ada di Provinsi Jawa Tengah dengan tingkat potensi pariwisata yang tergolong cukup besar. Potensi wisata tersebut terdiri dari lima jenis yaitu wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, dan wisata minat khusus. Besarnya potensi wisata yang ada akan mendorong perkembangan perekonomian suatu daerah jika dapat mengelola potensi yang ada dengan semaksimal mungkin. Diantaranya dengan perbaikan sarana prasarana dan fasilitas untuk mendukung potensi wisata yang ada terutama wisata budaya sehingga dapat berkembang dan jumlah pengunjung meningkat.

Dalam waktu 6 tahun terakhir wisata budaya mengalami penurunan jumlah wisatawan, dimana penurunannya cukup besar dibandingkan dengan jenis wisata lain seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata buatan, dan wisata minat khusus yang cenderung mengalami peningkatan jumlah wisatawan dalam setiap tahunnya.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan bahwa dengan menggunakan metode Tourservqual menghasilkan total gap pada seluruh atribut pelayanan sebesar -49.9 dengan rata – rata gap -0.85. Hasil analisis kondisi faktor interna dan eksternal diperoleh di kuadran I pada analisis SWOT. Hasil QSPM digunakan untuk mengatasi gap pelayanan di kuadran I pada diagram IPA. Strategi tersebut adalah Menambahkan fasilitas yang belum tersedia dilokasi wisata budaya seperti kotak P3k, Mushola, tempat istirahat, pos keamanan, toilet yang dibutuhkan wisatawan saat berkunjung, Merekrut petugas keamanan guna menunjang rasa aman kepada wisatawan yang berkunjung dan melindungi aset budaya, Mempertahankan mutu kualitas pelayanan dengan memberikan bekal tata cara pelayanan yang beda pada umumnya dilokasi wisata budaya kepada petugas wisata untuk membuat differensiasi dengan pelayanan jenis wisata lain, Mengembangkan lokasi wisata budaya dengan memanfaatkan lahan yang masih seperti dengan membuat taman dilokasi wisata, menambahkan wahana baru seperti wahana olahraga, tempat olahraga, tempat pertunjukkan pentas seni budaya daerah Pati, dan Gazebo agar wisata budaya terlihat lebih menarik, Menerapkan standarisasi peraturan pelayanan kepada wisatawan agar petugas dapat melayani wisatawan dengan profesional, Memberikan pembinaan dan pelatihan kepada petugas wisata agar lebih berkompeten dalam memberikan pelayanan, Memberikan sosialisai kepada masyarakat untuk meningkatkan kreativitas seperti mengadakan event – event yang menyangkut budaya Pati misal mengadakan melukis batik bareng, pameran pusaka yang ada di Pati, dan pameran benda – benda bersejarah yang ada di Pati, bekerjasama dengan masyarakat sekitar lokasi wisata untuk melakukan pengembangan, menjaga dan merawat lokasi wisata budaya seperti gotong royong membersihkan maupun membuat fasilitas baru dilokasi wisata baru, menerapkan peraturan guna menjaga keaslian dan nilai kebudayaan dari lokasi wisata budaya Pati, dan petugas wisata memberikan pelayanan khusus seperti petugas wisata memberikan waktu khusus untuk sharing – sharing dengan wisatawan baik sharing kesan pesan untuk lokasi wisata maupun tentang lokasi wisata budaya sendiri.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Kualitas Pelayanan, Matrik QSPM, Strategi, Tourservqual, Wisata Budaya.,

ABSTRACT

Pati is one of the cities in Central Java Province with a relatively large level of tourism potential. The tourism potential consists of five types, namely natural tourism, cultural tourism, historical tourism, artificial tourism, and special interest tours. The magnitude of the existing tourism potential will encourage the economic development of an area if it can manage the potential that exists with the maximum possible. Among them is the improvement of infrastructure and facilities to support the existing tourism potential, especially cultural tourism so that it can grow and the number of visitors increases.

In the past 6 years cultural tourism has experienced a decline in the number of tourists, where the decline is quite large compared to other types of tourism such as natural tourism, historical tourism, artificial tourism, and special interest tours that tend to increase the number of tourists in each year.

Based on the results of calculations that have been done that using the Tourservqual method produces a total gap in all service attributes of -49.9 with an average gap of -0.85. The results of the analysis of internal and external factor conditions were obtained in quadrant I in the SWOT analysis. The results of QSPM were used to overcome the service gap in quadrant I in the IPA diagram. The strategy is to add facilities that are not yet available in cultural tourism locations such as first aid boxes, prayer houses, resting places, security posts, toilets needed by tourists when visiting, recruiting security officers to support a sense of security to tourists who visit and protect cultural assets, maintain quality service quality by providing provisions for different service procedures in general in the cultural tourism location to tour officials to make differentiation with other types of tourist services, Developing cultural tourism locations by utilizing land that is still like making a park in a tourist location, adding new rides such as sports rides, sports venues , Pati's regional cultural arts performance venue, and Gazebo so that cultural tourism looks more attractive, Implementing standardization of service regulations for tourists so that officers can serve tourists with professionals, Provide guidance and training to tourist officials so that more competent in providing services, Providing socialization to the community to increase creativity such as organizing events concerning the culture of Pati, for example, holding batik paintings together, exhibition of heirlooms in Pati, and exhibiting historical objects in Pati, in collaboration with the surrounding community Tourist sites to develop, maintain and maintain cultural tourism locations such as mutual cooperation clean up and create new facilities in new tourist locations, apply regulations to maintain the authenticity and cultural value of Pati cultural tourism sites, and tour operators provide special services such as tour officers giving special time for sharing - sharing with tourists both sharing the impression of a message for a tourist location or about the location of the cultural tourism itself.

Keywords: SWOT Analysis, Service Quality, QSPM Matrix, Strategy, Tourservqual, Cultural Tourism.