

**STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA
DI KABUPATEN BOYOLALI
(Studi kasus pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Boyolali)**

SKRIPSI

Diajukan

Untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana



Oleh

MUHAMMAD PERWIRA

10803414

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SAHID
SURAKARTA**

2004

UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pariwisata di Kabupaten Boyolali (Studi
pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Boyolali)

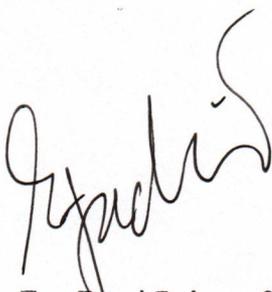
Nama Mahasiswa : Muhammad Perwira

NIM / NIRM : 10803414

Diseminarkan Tanggal : 12 Agustus 2004

Menyetujui


Drs. Hariyono MM, Msi
Pembimbing Pertama


Eva Dewi Rahayu SE, MM
Pembimbing Kedua

Tanggal Disetujui

13 Agustus 2004

Tanggal Disetujui

Mengetahui




Agung Nurmansyah SE, MM Akt
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Tanggal Disetujui:

PERSETUJUAN

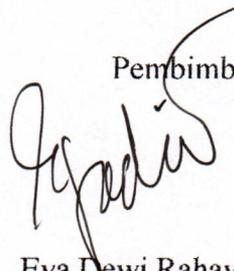
Disetujui untuk dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi

Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta

Pembimbing 1

Drs. Hariyono, MM.,Msi

Pembimbing 2



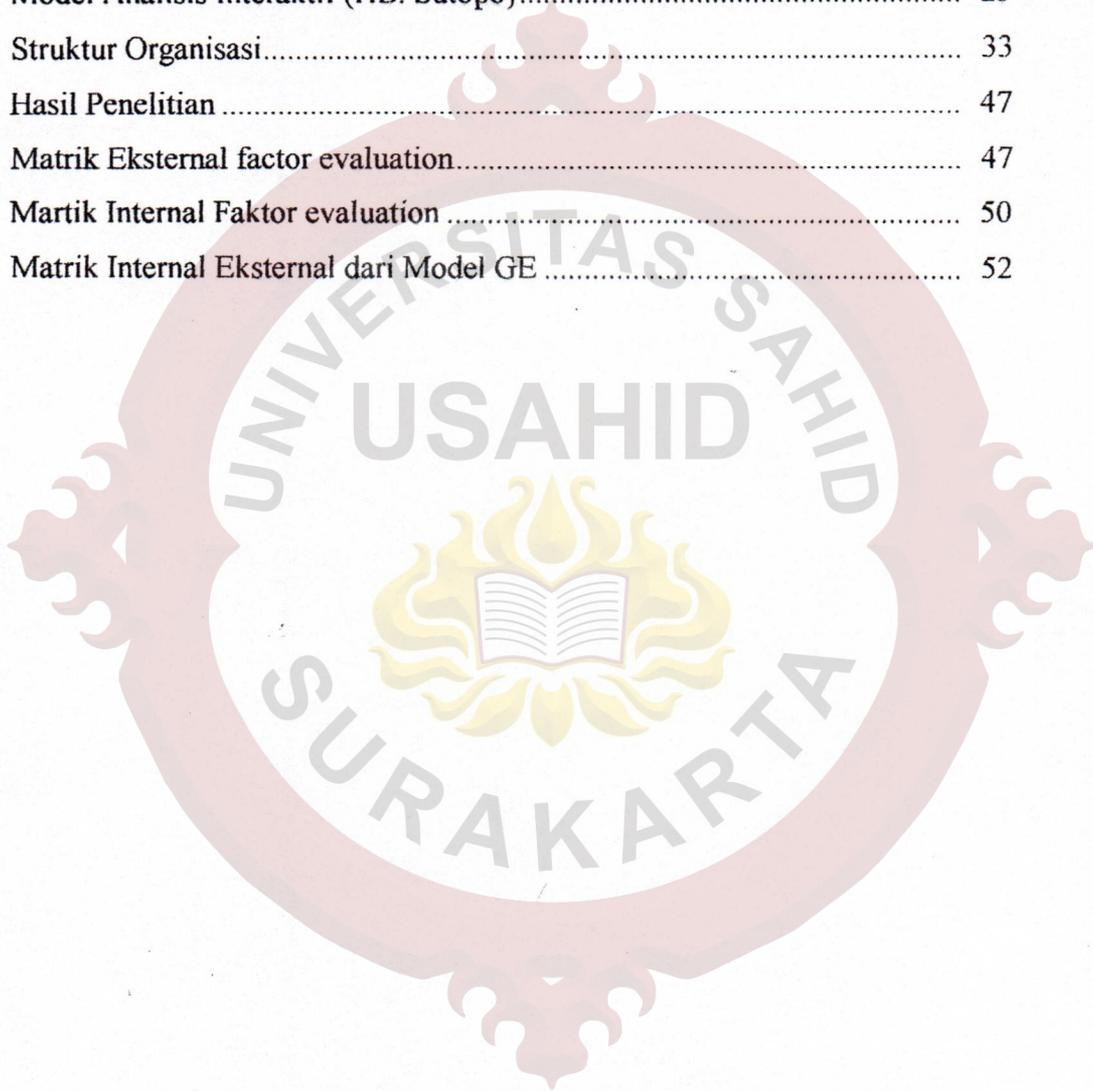
Eva Dewi Rahayu, SE., MM

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Strategi.....	4
2.2 Tingkatan dalam Penyusunan Strategi.....	5
2.3 Pengertian Pemasaran.....	7
2.4 Lingkungan Eksternal.....	7
2.5 Lingkungan Internal	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat Penelitian.....	24
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.3 Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	30
4.1 Sejarah Kabupaten Boyolali.....	30
4.2 Tugas Pokok Dinas Pariwisata.....	30
4.3 Fungsi Dinas Pariwisata.....	31
4.4 Dasar Hukum.....	35
4.5 Kondisi dan Permasalahan yang Dihadapi.....	36
4.6 Kondisi yang Diharapkan.....	37
4.7 Visi, Misi Dinas Pariwisata.....	37
4.8 Tujuan Dinas Pariwisata.....	38
4.9 Sasaran.....	38
4.10 Strategi.....	39
B. Analisis Data.....	43
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

No	Teks	Hal
1	Matrik Internal eksternal dari model GE.....	19
2	Model Analisis Interaktif (HB. Sutopo).....	25
3	Struktur Organisasi.....	33
4	Hasil Penelitian.....	47
5	Matrik Eksternal factor evaluation.....	47
6	Martik Internal Faktor evaluation.....	50
7	Matrik Internal Eksternal dari Model GE.....	52



PENYATAAN

Skripsi ini tidak berisi bahan atau materi yang telah digunakan untuk memperoleh gelar sarjan sebelumnya sepanjang keyakinan dan pengetahuan penulis skripsi ini tidak berisi materi atau bahan yang telah ditertibkan atau ditulis oleh orang lain kecuali yang digunakan sebagai acuan pustaka.

Surakarta, Agustus 2004

Penulis

Muhammad Perwira

10803414



KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat penulis selesaikan.

Pada kesempatan ini juga, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof.Dr.Ir.Waego Hadi Nugroho, selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta
2. Agung Nurmansyah,SE,MM,Akt, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta
3. Drs.Hariyono,MM,Msi, selaku dosen Pembimbing I Tugas Akhir ini
4. Eva Dewi Rahayu SE,MM, selaku dosen Pembimbing II Tugas Akhir ini
5. Semua Pihak yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembaca yang budiman dan dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada pada Tugas Akhir ini

Surakarta, Agustus 2004

Penulis

HALAMAN PERUNTUKAN



Kupersembahkan untuk kedua Orang Tuaku tercinta,
Saudara-saudariku,
Kawan-kawan yang aku sayangi
Serta almamaterku

ABSTRAK

MUHAMMAD PERWIRA. NIM 10803414. PEMASARAN PARIWISATA DI KABUPATEN BOYOLALI (Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Boyolali) Dibawah bimbingan Drs.HariyonoMM,Msi dan Eva Dewi Rahayu SE,MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Boyolali. Sejalan dengan tujuan penelitian, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode riset pustaka dan wawancara. Dari hasil penelitian diperoleh beberapa kesimpulan antara lain: lokasi yang strategis yang memudahkan dalam melakukan kegiatan pemasaran pariwisata, semua kelemahan, ancaman yang menjadi kendala di dalam melakukan kegiatan pemasaran pariwisata di Kabupaten Boyolali bisa menjadi peluang, kekuatan di karenakan wilayah/daerah tetangga yang semula merupakan ancaman dapat bersama-sama bekerja sama dalam memasarkan pariwisata, dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, SDM sudah baik dan perlu untukm di tingkatkan lagi, melakukan pembinaan terhadap para penghasil/pengrajin cinderamata agar lebih baik, melakukan kegiatan promosi dengan pihak-pihak yang terkait seperti PHRI (Persatuan Hotel dan Restourand Indonesia), ASITA (*Assosiation Indonesia Travel Agency*) dan lain-lain.

