

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kepariwisataan merupakan salah satu dari sekian banyak gejala atau peristiwa yang terjadi di muka bumi yang timbul dari aktivitas manusia untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu kebutuhan untuk memenuhi kesenangan hati, karena kegiatannya banyak mendatangkan keuntungan pada daerah atau negara yang berusaha mengembangkan kegiatan pariwisata ini. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor andalan kegiatan perekonomian yang berorientasi pada perluasan lapangan kerja dan kesempatan kerja. Sejalan dengan usaha pemerintah dalam mencapai sasaran pembangunan, pengembangan sektor pariwisata saat ini mendapat perhatian serius karena pembangunan kepariwisataan mempunyai dampak positif terhadap pembangunan manusia seutuhnya. Selain untuk menciptakan lapangan kerja, pembangunan pariwisata mampu menggalakan kegiatan ekonomi lainnya, termasuk pendapatan daerah dan negara serta penerimaan devisa (Wisantisari, 2005).

Pada malam pergantian tahun oleh Menbudpar Jero Wacik pada acara Malam Apresiasi Visit Indonesia Year (VIY) 2010 di Hotel Sahid Jaya mengumumkan bahwa Indonesia menetapkan “*Wonderful Indonesia*” sebagai branding pariwisata Indonesia, sementara tema pariwisata 2011 dipilih “*Eco, Culture, and MICE*”. *Branding* baru pariwisata Wonderful Indonesia mengacu pada 5 kreteria yaitu: *nature, culture, people, food, and money*. Kelima kreteria tersebut diangkat berdasarkan pengalaman saat menerima penghargaan The Best Destination Island in the World oleh *Travel and Leisure Magazine* di New York, Amerika Serikat beberapa waktu lalu. Penilaian oleh Majalah pariwisata terbesar pariwisata itu berdasarkan *vote*

wisatawan dunia bahwa *Bali the Best Island in the World*. Kreteria yang digunakan untuk menentukannya adalah 5 hal yaitu *nature, culture, people, food, and money*. Lima kreteria *branding Wonderful Indonesia* memberi makna bahwa alam (*nature*) Indonesia paling indah di dunia dari keindahan laut, pantai, gunung, hutan, safana, serta beranekaragam flora dan fauna dari Sabang hingga Merauke. Indonesia juga sangat jelas memiliki kekayaan budaya (*culture*) yang amat besar dan beraneka ragam tradisi dan adat istiadat. *Wonderful of people (people)* menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia dikenal dunia sebagai warga yang ramah. *Wonderful of food (food)* menunjukkan makanan atau kuliner Indonesia terkenal di dunia dan menjadi daya tarik pariwisata. *Wonderful value of money (money)* menjadikan pariwisata Indonesia memiliki daya saing tinggi. Contohnya tarif hotel berbintang di Indonesia jauh lebih menarik dibandingkan negara lain. (<http://budpar.go.id/>)

Kabupaten Kudus memiliki 9 obyek wisata diantaranya adalah Desa Wisata Wonosoco, Tugu Identitas, Situs Purbakala Patiayam, Perlintasan Rahtawu, Obyek wisata Makam Sunan Kudus, Museum Kretek dan Rumah Adat Kudus, Taman Krida Wisata, GOR, dan Kolam Renang, dan Makam Sunan Muria dan Komplek Obyek Wisata Colo. Kondisi dan perkembangan masing-masing daya tarik wisata memiliki daya tarik berbeda dan salah satu kawasan wisata yang berkembang pesat adalah Kawasan Colo, walaupun di sisi lain sarana dan prasarana penunjang kawasan ini masih membutuhkan banyak perbaikan dan peningkatan. Sedangkan kawasan/daya tarik wisata lainnya masih perlu perhatian lebih lanjut, karena selain minimnya sarana prasarana penunjang kegiatan pariwisata di dalamnya, kawasan / daya tarik wisata tersebut juga belum memiliki arah pengembangan yang dapat menstimulir potensi-potensi didalamnya agar lebih tergal, sehingga keberadaan dan daya tariknya tidak hanya mampu berkontribusi positif

terhadap PAD Kabupaten Kudus, tetapi juga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Kudus, khususnya masyarakat lokal yang terdapat di sekitar kawasan wisata. (RIPP Kabupaten Kudus, 2011)

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk memberikan informasi kepariwisataan di suatu daerah dapat digunakan dengan menggunakan teknologi sistem informasi pariwisata yang berbasis teknologi Sistem Informasi Geografis (SIG). Cara ini dikenalkan dan dikembangkan dalam rangka membantu masyarakat memperoleh informasi wisata yang benar dan cepat (Parman dkk. 2006). Seiring dengan perkembangan internet, teknologi Sistem Informasi Geografis (SIG) pun senantiasa mengikuti kebutuhan pengguna, terutama untuk mempublikasikan informasi spasial, khususnya yang dalam bentuk peta melalui media internet. Hadirnya *Web-GIS* sebagai salah satu komponen *GIS* yang berfungsi sebagai *platform* untuk memudahkan pengguna dalam menyebarluaskan informasi spasial, terutama dalam bentuk peta, memudahkan pertukaran informasi akan menjadi lebih mudah dan efisien (Suryantoro, 2008 dalam Santoso 2002).

Keberadaan akan informasi mengenai kepariwisataan khususnya yang bergeoreferensi tersebut sangat dibutuhkan, bahkan menjadi hal penting dalam menunjang perkembangan pariwisata suatu daerah khususnya bagi wisatawan baik lokal ataupun mancanegara yang akan mengunjungi daerah tersebut. Selain keberadaannya, kemudahan dalam akses informasi tersebut juga menjadi hal yang sangat penting. Adanya sistem informasi khususnya yang berbasis geografis bisa membantu para wisatawan baik wisatawan nusantara ataupun mancanegara untuk bisa menemukan objek tempat wisata dan sarana pariwisata lain. Seperti halnya website kepariwisataan Kabupaten Kudus walaupun ada peta potensi wisatanya tetapi mereka menyajikan sebuah peta berformat jpg, sehingga user susah dalam membaca peta. Informasi pariwisata berbasis web dapat membantu juga bagi para pengelola obyek wisata. Karena lebih hemat dalam melakukan promosi. Berdasarkan uraian di atas maka

dalam penelitian ini mengambil judul "Analisis Potensi Pariwisata Kabupaten Kudus dengan Penyajian Peta Berbasis - *Web*".

1.2. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka permasalahan yang diambil adalah :

1. Bagaimana tingkat potensi obyek wisata di Kabupaten Kudus?
2. Dari web kepariwisataan yang sudah ada hanya menampilkan peta konvensional yang kurang interaktif. Sehingga bagaimana melengkapi informasi spasial kepariwisataan Kabupaten Kudus yang tersaji berupa peta interaktif dalam bentuk *web*?

1.3. Tujuan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis tingkat potensi wisata di Kabupaten Kudus.
2. Melengkapi informasi spasial kepariwisataan Kabupaten Kudus tersaji berupa peta interaktif dalam bentuk *web*.

1.4. Manfaat

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan pada disiplin ilmu geografi, khususnya pada bidang Sistem Informasi Geografis (SIG), kartografi, geografi pariwisata maupun studi perencanaan wilayah.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat membantu dalam mempromosikan potensi wisata di Kabupaten Kudus dengan peta berbasis web yang lebih interaktif dan memberikan masukan atau rekomendasi pengambilan kebijakan mengenai obyek wisata mana yang perlu di

kembangkan bagi pemerintah khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kudus. Bagi masyarakat, penelitian ini di harapkan dapat membantu wisatawan sebagai acuan sebelum melakukan perjalanan pariwisata hanya dengan membuka website Pariwisata Kabupaten Kudus.

1.5. Telaah Pustaka

1. Pariwisata

Pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktivitas dilakukan selama mereka tinggal ditempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka (Marpaung, Happy 2002:13). Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek wisata serta usaha – usaha yang terkait di bidang tersebut (UU No.9 1990).

Beberapa konsep kepariwisataan dalam UU No.9 tahun 1990 tentang kepariwisataan di sebutkan sebagai berikut:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang di lakukan secara suka rela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata
- c. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha – usaha yang terkait di bidang tersebut.
- d. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
- e. Usaha pariwisata adalah kegiatan bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha yang terkait di bidang tersebut.

- f. Obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata.
- g. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

2. Potensi Wisata

Suatu wilayah dapat dikembangkan apabila ada sumber daya alam berupa mineral, sumber air, lahan yang subur, sumber hewani dan nabati atau sejenisnya dilengkapi dengan sumber daya manusia berupa tingkat pendidikan yang memadai, tingkat kebudayaan tinggi, tingkat teknologi, dan modal yang cukup memadai untuk dapat menggali dan mengembangkan sumber daya alami yang tersedia guna kemakmuran dan kesejahteraan umat manusia (Bintarto, 1981).

Secara garis besar sumber daya dapat diklasifikasikan menjadi dua (Sumaatmaja, 1983), yaitu sumber daya alam dan sumber daya manusia. Sumber daya tersebut dijelaskan di bawah ini:

- a. Sumber daya alam, yaitu segala komponen lingkungan alam seperti tanah, air, lahan, hutan, binatang liar, mineral yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam meningkatkan kesejahteraan.
- b. Sumber daya manusia, yaitu segala potensi dan kemampuan yang ada dalam diri manusia yang dapat dimanfaatkan bagi kepentingan hidup manusia sendiri.

Modal atau sumber pariwisata dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu obyek wisata alam, obyek wisata kebudayaan dan obyek wisata buatan manusia, yakni :

- a. Potensi fisik, flora dan fauna. Ketiga potensi alam tersebut dapat menjadi atraksi wisata yang berperan sama, tetapi salah satu atraksi dapat lebih menonjol. Pada umumnya wisatawan lebih tertarik pada alam terbuka seperti pegunungan, hutan dan pantai.

- b. Obyek Wisata Kebudayaan, yaitu kebudayaan dalam arti luas, tidak hanya meliputi kebudayaan tinggi akan tetapi meliputi adat istiadat dan segala kegiatan yang hidup di tengah-tengah masyarakat.
- c. Obyek Wisata Buatan Manusia, yaitu kemampuan yang ada dalam diri manusia yang dapat dimanfaatkan bagi kepentingan pariwisata.

Potensi wisata ini di bagi menjadi dua, yaitu

- a. Potensi Internal, merupakan potensi wisata yang dimiliki oleh obyek wisata itu sendiri. Meliputi : Komponen kondisi obyek wisata dan kualitas obyek wisata.
- b. Potensi Ekternal, merupakan potensi wisata yang mendukung pengembangan suatu obyek wisata. Terdiri dari dukungan pengembangan obyek, aksesibilitas, fasilitas penunjang, dan fasilitas pelengkap.

3. Jenis Pariwisata

Pendit mengatakan untuk mendapatkan kebahagiaan yang diinginkan yang tidak diperoleh di tempat asal maka orang memilih tempat tujuan tertentu untuk bisa memuaskan kebahagiaan tersebut dengan cara melakukan pariwisata ke tempat – tempat wisata. Adapun jenis wista dapat didasarkan atas kekhasan atau karakteristik fenomena tertentu serta atas tujuan dan motivasi wisatawan berkunjung:

a. Wisata Budaya

Ini dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka.

b. Wisata Kesehatan

Hal ini dimaksudkan perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan

tersebut untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

c. Wisata Olahraga

Ini dimaksudkan wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olah raga di suatu tempat atau negara seperti *Asian Games, Olympiade, Thomas Cup, Uber Cup, F-1* dan lain-lain.

d. Wisata Komersial

Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersil, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya. Pada mulanya banyak orang berpendapat bahwa hal ini tidaklah dapat digolongkan ke dalam dunia kepariwisataan, dengan alasan bahwa perjalanan serupa ini, yaitu ke pameran atau pekan raya yang bersifat komersial hanya dilakukan oleh orang-orang yang khusus mempunyai tujuan-tujuan tertentu untuk urusan bisnis mereka dalam pekan raya tersebut. Tetapi kenyataannya dewasa ini dimana pameran-pameran atau pekan raya diadakan, banyak sekali dikunjungi oleh kebanyakan orang dengan tujuan ingin melihat-lihat fasilitas sarana angkutan serta sewa akomodasi dengan reduksi khusus yang menarik dan tidak jarang pameran atau pekan raya ini dimeriahkan dengan berbagai macam atraksi dan pertunjukan kesenian.

e. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian termasuk dalam golongan wisata industri ini. Hal ini banyak dilakukan di negara-negara yang telah maju perindustriannya di mana masyarakat berkesempatan mengadakan kunjungan ke daerah-daerah atau kompleks-kompleks pabrik industri berbagai jenis barang yang dihasilkan secara massal di negara itu.

f. Wisata Politik

Jenis ini meliputi perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti misalnya peringatan ulang tahun negara.

g. Wisata Konvensi

Berbagai negara dewasa ini membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangunan beserta ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.

h. Wisata Sosial

Wisata sosial adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan seperti misalnya bagi kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya.

i. Wisata Pertanian

Seperti halnya wisata industri, wisata pertanian adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan proyek-proyek pertanian,

perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya di mana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

j. Wisata Maritim (Marina) atau Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga air, lebih-lebih di danau, bengawan, pantai, teluk, atau laut lepas seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar dan lain-lain.

k. Wisata Cagar Alam

Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

l. Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah hutan yang telah ditetapkan.

m. Wisata *Pilgrim*

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan. Wisata pilgrim ini banyak dihubungkan dengan niat atau hasrat sang wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman dan tidak jarang pula untuk tujuan

memperoleh berkah dan kekayaan melimpah.

n. Wisata Bulan Madu

Yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka, Perjalanan yang disebut wisata bulan madu ini biasanya dilakukan selama sebulan setelah pernikahan dilangsungkan, ke tempat-tempat romantis bagi sepasang manusia muda yang sedang menikmati hidup di dunia ini.

o. Wisata Petualangan

Dikenal dengan istilah *Adventure Tourism*, seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi (*off the beaten track*) penuh binatang buas, mendaki tebing teramat terjal dan lain-lain. (Pendit, 2002).

Pendit mengatakan motivasi Melakukan Perjalanan Wisata Perjalanan wisata dapat berbentuk perjalanan untuk rekreasi dan wisata yang terbagi ke dalam 3 kategori yaitu perjalan untuk beristirahat dan relaksasi, perjalanan bisnis dan perjalanan wisata. Adapun seseorang melakukan perjalanan wisata diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Menemui Keluarga dan Teman (*visiting friends and relation*) Termasuk di dalamnya adalah pulang kampung atau mudik. Perjalana ini menjadi salah satu sumber penghasilan utama beberapa negara yang mengharapkan penghasilan devisa dari kegiatan penduduk di luar negeri.

b. Urusan Bisnis dan Dinas

Urusan bisnis dan dinas saat ini merupakan salah satu komponen penting dan mampu menghasilkan pemasukan yang besar. Termasuk dalam jenis perjalanan ini adalah perjalanan untuk rapat, perjalanan intensif, konvensi, konferensi, eksibilisi atauaksposisi yang dikenak

sebagai MICE Industry (Meeting, Incentive Tours, Convergence and exhibitions).

c. Ziarah

Bentuk perjalanan ziarah merupakan satu motifasi perjalanan wisata yang memiliki kemampuan besar dalam memperbesar penerimaan dan pemerataan pendapatan bagi masyarakat tertentu.

d. Melihat dan Mempelajari Hal – Hal Baru

Perjalanan wisata di tujukan untuk mencari kebahagiaan batin dengan melihat menikmati hal – hal baru yang tidak di temui di tempat tinggalnya

e. Mempelajari Kehidupan, Mata Pencaharian dan Adat Istiadat

Masyarakat Lain. Pergi ke kota – kota besar dunia melihat bagaimana mereka hidup dan beradaptasi dengan kondisi setempat.

f. Mempelajari Cara Hidup Nenek Moyang

Bagi sebagaian kecil warga keturunan, pergi berwisata ke Beijing merupakan salah satu motivasi yang kuat untuk mempelajari tempat, asal usul mereka dan bagaimana nenek moyang mereka hidup zaman dulu.

g. Melakukan hal – hal yang tidak dapat di lakukan di tempat

Kediaman. Bagi beberapa orang Indonesia yang gemar bermain ski, pergi ke *St. Moritz* atau Colorandu merupakan keharusan karena kegiatan tersebut tidak dapat secara leluasa di lakukan di Indonesia.

h. Beristirahat dan Relaks

Pergi berakhir pekan di suatu tempat yang berbeda dari tempat tinggalnya adalah merupakan suatu motivasi yang kuat bagi masyarakat untuk melakukan istirahat dan relaks dari rutinitas kehidupan sehari – hari.

i. Meningkatkan Kesehatan Jiwa dan Raga.

Pergi ke tempat – tempat seperti pemandian air panas untuk menyetatkan diri dari penyakit kulit dan juga memperoleh ketenangan..

4. Peta

Peta adalah pengecilan dari permukaan bumi / benda angkasa yang digambar pada bidang datar, dengan menggunakan ukuran, simbol, dan system generalisasi (Juhadi dan Dewi L. S, 2001). Ada berbagai definisi tentang peta, namun secara umum peta adalah representasi / gambaran unsur-unsur / kenampakan-kenampakan abstrak, yang dipilih dari permukaan bumi / yang ada kaitannya dengan permukaan bumi / benda-benda angkasa, dan umumnya digambarkan pada suatu bidang datar dan diperkecil / diskalakan (ICA, 1973 dalam Tjahjono 2001). Peta rupabumi / peta umum merupakan peta yang berperan sebagai dokumen negara karena memuat rahasia negara, menggambarkan sumberdaya alam yang ada di suatu negara. Peta tematik adalah peta yang memperlihatkan informasi data kualitatif dan data kuantitatif dari unsur tema / maksud / konsep tertentu dalam hubungannya dengan unsur/detail – detail topografi yang spesifik, terutama yang sesuai dengan tema peta tersebut (Lukman Aziz, 1985).

5. Geografi

Geografi merupakan salah satu ilmu yang mempelajari tentang alam, yaitu mempelajari hubungan kausal gejala muka bumi baik fisik maupun yang menyangkut makhluk hidup beserta permasalahannya melalui pendekatan keruangan, pendekatan ekologi, dan pendekatan regional untuk kepentingan program, proses dan keberhasilan suatu wilayah (Bintarto dan Surastopo, 1984)

Hubungan antara pariwisata dan geografi yang merupakan bidang kajiannya dikemukakan oleh Robinson (1976) dalam Santoso sebagai berikut:

- a. Geografi berhubungan dengan lingkungan, baik alam maupun manusia. Ilmu geografi selalu berhubungan dengan lokasi suatu fenomena, hubungan antar fenomena, dan distribusi keruangan. Pariwisata erat kaitannya dengan pemanfaatan ruang, lokasi-lokasi daerah tujuan wisata, lokasi dimana wisatawan bergerak dari satu daerah ke daerah lain. Geografi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menyediakan ruang sebagai daerah tujuan wisata yang sesuai dengan permintaan wisatawan dan memberikan kepuasan pada wisatawan yang berbeda karakternya.
- b. Pariwisata erat kaitannya dengan struktur, bentuk, penggunaan lahan dan perlindungan bentang alam (*landscape*). Di satu sisi pariwisata menyebabkan berubahnya bentang alam menjadi kawasan budaya seperti berdirinya hotel, restoran dan bangunan lainnya. Di sisi lain pariwisata tetap membutuhkan kawasan alami berupa taman nasional, cagar alam, hutan wisata, dan kawasan konservasi lainnya. Geografi sebagai ilmu tata guna lahan, dapat memberikan solusi bagaimana ruang dimanfaatkan sesuai dengan daya dukung dengan meminimalkan resiko kerusakan.
- c. Pariwisata adalah aktivitas ekonomi komersial. Berbagai aktivitas ekonomi di permukaan bumi secara khusus dikaji oleh geografi ekonomi. Pariwisata mendorong timbulnya berbagai aktivitas baik yang secara langsung memanfaatkan alam maupun tidak, tapi semuanya memberikan peluang terhadap penyediaan lapangan kerja dan peningkatan ekonomi penduduk. Pengaruh ekonomi tersebut tidak hanya dapat dilihat secara lokal di sekitar obyek wisata itu, tetapi juga secara regional dan nasional. Keterkaitan pariwisata dalam memberikan peluang kerja sangat luas dan dapat memacu pertumbuhan

kegiatan ekonomi lainnya, seperti pertanian, perikanan, peternakan, transportasi, komunikasi dan industri. Boesch (1964) menegaskan bahwa “*Recreational studies are multifarious and complex, constituting a fruitful field for research in economic geography*” studi wisata merupakan studi berfariasi dan kompleks, yang mencakup banyak hal untuk penelitian di bidang geografi ekonomi.

- d. Geografi selalu tertarik pada gerakan barang dan orang, dalam bentuk transportasi dan perdagangan. Pariwisata telah memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap perdagangan secara internasional, nasional dan regional. Distribusi barang, uang dan orang antar wilayah sangat diperlukan untuk mendukung berlangsungnya usaha pariwisata.
- e. Antar hubungan (*relationship*) dan pengaruh (*effect*) suatu fenomena terhadap fenomena lain, baik di dalam suatu tempat maupun di atau ke tempat lain selalu menjadi kajian geografi. Pariwisata memberikan dampak yang luas baik secara ekonomi, sosial, budaya, maupun alam. Lingkup dampaknya pun dapat secara lokal, regional, nasional maupun internasional. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata sangat relevan menjadi kajian geografi.

6. Sistem Informasi Geografis (SIG)

Sistem Informasi Geografis (SIG) adalah suatu sistem yang didesain untuk bekerja dengan data spasial /data yang berwujud koordinat geografis (Eddy Prahasta, 2001). SIG menurut ESRI (Environmental System Research Institute) yaitu kumpulan terorganisir dari perangkat keras, perangkat lunak, data geografis, dan personal yang didesain untuk memperoleh, menyimpan, memperbaiki, memanipulasi, menganalisis, dan menampilkan bentuk informasi yang bereferensi geografis. (dalam Tjahjono 2003).

Sedangkan menurut Wals, SIG adalah sistem yang memadukan, informasi yang berorientasikan kepada keruangan dengan cara manual

atau otomatis. Secara garis besar SIG didefinisikan sebagai suatu cara atau prosedur yang menggunakan komputer untuk memperoleh, memeriksa, menghimpun, menyimpan, mengolah, dan mempertukarkan data, menampilkan kembali dan memanipulasi data yang berbasis geografi. (dalam Tjahjono 2003). SIG merupakan sistem computer yang digunakan untuk memasukkan (capturing), menyimpan, memeriksa, mengintegrasikan, memanipulasi, menganalisa, dan menampilkan data-data yang berhubungan dengan permukaan bumi (Rice20 dalam Edy Prahasta 2001).

7. Web-GIS

Web-GIS adalah sebuah *web mapping* yang berarti pemetaan internet, tetapi bukan memetakan internet, dan tidak hanya menampilkan peta (yang berupa gambar yang statis) ke dalam sebuah situs internet. Jika hanya menampilkan peta statis pada sebuah situs maka tidak ada perbedaan antara *web mapping* dengan peta yang ada pada media tradisional lainnya.

Web Maps adalah tampilan data spasial berupa peta di halaman *web*. Saat ini *web maps* telah mengalami banyak perkembangan. Peta berbasis *web* dapat dikategorikan menjadi 2 model yaitu peta statis dan peta dinamis. Tiap-tiap kategori peta tersebut dibagi menjadi 2 tipe yaitu *view only* dan interaktif. Peta statik yang terdapat di internet banyak yang bersifat *view only*. Peta tersebut hanya dapat dilihat saja tanpa bisa dieksplorasi lebih jauh oleh pengguna. Peta *static* bersifat interaktif merupakan peta statik yang dapat melakukan perintah-perintah *zooming*, *panning*, dan *hyperlink* ke informasi tertentu atau pengaturan pada layer tertentu yang ingin ditampilkan pengguna.

Peta dinamik merupakan pengembangan selanjutnya dari peta *static*. Pada peta dinamik intinya adalah adanya perubahan dari satu atau lebih komponen data spasial. Sebagai contoh peta dinamik yang *view only* dapat

berasal dari animasi GIF (*Graphical Interchange Format*), sedangkan yang interaktif dapat dibuat dengan menggunakan animasi berupa gambar bergerak (Rahmanto, 2006).

Untuk membangun halaman-halaman *web* diperlukan suatu jiwa seni dan kreasi agar halaman *web* yang ditampilkan terlihat menarik, memiliki nilai seni dan tidak membosankan terutama apabila dilihat dari segi pengguna. Untuk itu seorang *web designer* perlu memperhatikan beberapa hal berikut dalam membangun sebuah *web* :

- a. Komposisi, seorang *web designer* selalu memperhatikan komposisi warna yang akan digunakan dalam *website* yang dibuatnya. Dalam membangun *website* suatu perusahaan, organisasi, ataupun instansi *web designer* tentunya akan menyesuaikan warna yang akan digunakan dengan *corporate color* perusahaan, organisasi atau instansi tersebut. Kemudian dijadikan sebagai warna yang dominan atau sebagai elemen pendukung (*garis, background, button* dan sebagainya).
- b. *Simple*, *web designer* banyak yang menggunakan prinsip “*keep it simple*”, hal ini ditujukan agar tampilan *web* tersebut terlihat rapi, bersih dan juga informatif.
- c. Semiotik, semiotika adalah ilmu mempelajari tentang tanda-tanda, dalam hal ini diharapkan dengan melihat tanda, simbol atau gambar pengguna dapat dengan mudah dan cepat mengerti dari apa yang akan diinformasikan.
- d. Ergonomis, maksudnya memberikan kenyamanan pengguna dalam melihat dan membaca serta kecepatan pengguna dalam menelusuri *website* tersebut.
- e. Fokus, menentukan hierarki prioritas dari pesan yang akan disampaikan, misalnya judul harus besar tetapi jangan sampai akhirnya akan konflik dengan sub judul yang berukuran hampir sama, karena hal ini akan

membingungkan pengguna untuk menentukan pesan mana yang harus terlebih dahulu dibaca atau dibuat.

- f. Konsisten, maksudnya merencanakan *fonts* yang akan digunakan sebagai *body-text*, judul, sub judul, dan sebagainya, sehingga *website* terlihat disiplin dan rapi (P. Wikanta dalam Ibnu Rahmanto, 2006).

8. HTML (*Hyper Text Mark-up Language*)

HTML merupakan suatu *script* dimana kita bisa menampilkan informasi dan daya kreasi lewat internet. HTML sendiri adalah suatu dokumen teks biasa yang mudah dimengerti dibandingkan bahasa pemrograman lainnya, dan karena bentuknya itu maka HTML dapat dibaca oleh *platform* yang berlainan seperti *Windows*, *UNIX*, dan lain lain. Walaupun berbentuk dokumen lain seperti dokumen *word*, misalnya perbedaan yang paling mencolok adalah pada dokumen banyaknya karakter akan terbatas oleh besarnya kertas sehingga jika teks yang ada didalamnya banyak, ia akan terdiri dari banyak halaman pula. Sedangkan HTML tak memiliki batasan teks, sehingga tak ada pemisah halaman 1, 2 dan seterusnya.

HTML merupakan bahasa pemrograman fleksibel dimana kita bisa meletakkan *script* dari bahasa pemrograman lain seperti *JAVA*, *Visual Basic*, *C* dan lain-lain, jika HTML tersebut tidak dapat mendukung suatu perintah pemrograman tertentu. *Browser* tidak akan menampilkan kotak dialog “*Syntax Error*” jika penulisan kode yang keliru pada skrip HTML sepanjang kode-kode yang kita tuliskan merupakan kode HTML tanpa penambahan kode dari luar seperti *JAVA*. Oleh karena itu jika terjadi *syntax error* pada skrip HTML, efek yang paling jelas adalah HTML tersebut tak akan ditampilkan pada jendela browser.

Hyper Text dalam HTML berarti bahwa kita dapat suatu tempat, misal *website* atau halaman homepage lain dengan cara memilih suatu *link* yang

biasanya digaris bawah atau diwakili oleh suatu gambar. Selain *link* ke *website* atau *homepage* halaman lain, *hyper text* ini juga mengizinkan kita untuk menuju ke salah satu bagian dalam suatu teks itu sendiri. Sedangkan *Mark-up Language* menunjukkan suatu fasilitas yang berupa tanda tertentu dalam skrip HTML dimana kita bisa menset judul, garis, tabel, gambar dan lain-lain dengan perintah-perintah khusus (Gregorius. 2005).

9. SVG (*Scalable Vector Graphic*)

SVG adalah sebuah bahasa untuk mendeskripsikan grafik dua dimensi dalam XML. SVG memberikan tiga tipe objek grafik yaitu : grafik vektor, gambar, dan *text*. Objek grafik bisa digabung, diberikan *style*, ditransformasikan dan digabungkan ke dalam objek yang dirender sebelumnya. Set fitur berisi transformasi tersarang, *path* terpotong, *alpha mask*, *efek filter*, dan objek *template*.

Gambar SVG bisa memiliki fitur interaktif sehingga bisa memberikan tanggapan atas kejadian yang diinisiasi oleh pengguna dan bersifat dinamis. Animasi-animasi bisa didefinisikan dan dipicu secara deklaratif ataupun melalui *scripting* (memakai script tambahan).

Aplikasi SVG yang sangat rumit bisa dibuat dengan memakai sebuah skrip tambahan yang mengakses *Document Object Model* (DOM) dari SVG, yang menyediakan akses lengkap ke seluruh elemen, atribut, dan properti. *Set event handlers* seperti : *onmouseover* dan *onclick* dapat diberikan kepada setiap objek grafik SVG. Karena kompatibilitas dan pengaruh kepada setiap standar *Web* lain, fitur seperti *scripting* dapat dilakukan pada XHTML dan elemen SVG secara simultan didalam halaman *Web* yang sama.

Konsep - Konsep SVG sebagai berikut :

a Scalable

Maksud dari *scalable* adalah bisa membesar dan mengecil secara seragam. Dalam istilah grafik, *scalable* artinya tidak terbatas pada sebuah ukuran piksel yang tetap. Pada *web*, *scalable* artinya bahwa sebuah teknologi tertentu bisa berkembang sampai menjadi sebuah *file* besar, sejumlah besar pemakai, sampai keanekaragaman aplikasi. SVG, menjadi sebuah teknologi grafik bagi *web*, adalah *scalable* dalam kedua arti tersebut.

Grafik SVG sangat *scalable* untuk resolusi penampil yang berbeda, maka sebagai contoh, keluaran *printer* memakai resolusi penuh dari *printer* dan dapat ditampilkan pada ukuran yang sama pada layar dengan resolusi yang berbeda. Grafik SVG juga bisa diletakan pada ukuran yang berbeda pada halaman *web* yang berbeda. Grafik SVG dapat diperbesar untuk melihat detail yang paling bagus, atau dapat menolong bagi mereka yang berpenglihatan rendah. Grafik SVG dapat diskala karena isi SVG yang sama dapat berupa sebuah grafik *stand-alone* atau berupa referensi atau dimasukkan dalam grafik SVG lainnya.

b Vektor

Grafik vektor berisi objek geometris seperti garis-garis dan kurva. Hal ini memberikan fleksibilitas yang lebih tinggi dibanding dengan format yang hanya berupa raster (seperti PNG atau JPEG) yang harus menyimpan informasi untuk tiap piksel dari grafik. Sederhananya, format *vector* dapat juga mengintegrasikan gambar raster dan dapat mengkombinasikannya dengan informasi *vector* seperti *clipping path* atau sebuah *path* yang terpotong untuk menghasilkan sebuah ilustrasi yang komplet.

Semenjak seluruh penampil modern adalah berorientasi raster, perbedaan antara grafik yang murni raster dan grafik vektor menjadi hanya dimana mereka dibuat raster, apakah disisi *client* baru menjadi grafik vektor atau sudah menjadi raster sejak dari *server*.

SVG memberikan kendali diatas proses rasterisasi. SVG juga menyediakan efek-efek penyaring raster, sehingga berpindah ke format vektor bukan berarti kehilangan efek yang telah populer seperti bayangan lembut jatuh.

c Graphic

Kebanyakan tata bahasa XML yang ada mewakili informasi tekstual atau mewakili data mentah misalnya seperti informasi finansial. Biasanya menyediakan kemampuan grafis yang belum sempurna, seringkali kurang mampu seperti elemen `` dari HTML. SVG memenuhi sebuah jurang pemisah dalam pasar dengan menyediakan sebuah deskripsi grafik vektor yang lengkap dan terstruktur serta grafik vektor atau raster yang terolah yang bisa dipakai secara *stand alone* atau sebagai *namespace* dari XML dengan tata bahasa lain (Riyanto dkk. 2009:320).

SVG berfungsi untuk menampilkan grafik 2 dimensional dalam kode XML. Pada dasarnya, SVG dapat digunakan untuk membuat tiga jenis objek grafik, yaitu :

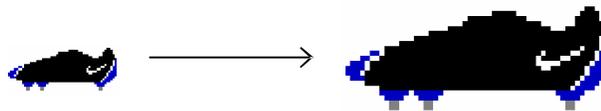
- 1) path (terdiri dari garis lurus dan kurva),
- 2) gambar,
- 3) teks.

SVG dapat mengkreasikan sebuah grafik yang terdiri dari banyak vektor yang berbeda-beda. Sebuah vektor pada dasarnya adalah garis yang menghubungkan dua titik.

Teknologi baru ini bisa dikembangkan untuk membuat aplikasi-aplikasi *web* berbasis data yang selalu update (contoh : bursa saham,

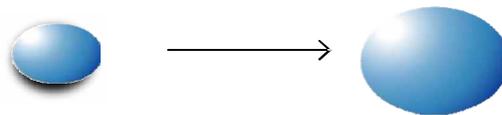
prakiraan cuaca, kursa mata uang) dan interaktif (contoh : *web based training*).

Kelebihan SVG yang paling utama adalah gambar tidak akan kehilangan kualitasnya apabila diperbesar atau diperkecil (*scalable*), karena dibuat berdasarkan metode vektor (*vector*), bukan pixel (seperti format grafik pada umumnya, GIF, JPEG dan PNG). Sehingga



memungkinkan pengembang *web* dan juga designer untuk membuat grafik dengan mutu tinggi.

Gambar 1.1 Kualitas yang hilang pada file dengan format .gif apabila diperbesar



Gambar 1.2 Setelah diperbesar, mutu gambar *svg* sama sekali tidak berkurang

Sementara itu, kekurangan SVG terletak pada belumnya semua *browser* internet dapat membaca data SVG. Untuk itu harus diinstal dulu *plug-in*, yaitu *SVG-Viewer*, *SVG-Viewer* teraktual dikembangkan oleh ADOBE. Browser Croczilla, variasi dari Mozilla-0.9 sudah mendukung SVG, tanpa perlu menginstal *SVG-Viewer* terlebih dahulu. Croczilla sendiri masih dalam tahap awal pengembangannya dan baru hanya bisa membaca kode SVG yang relatif primitif (Januari, 2003).

10. Penelitian Sebelumnya

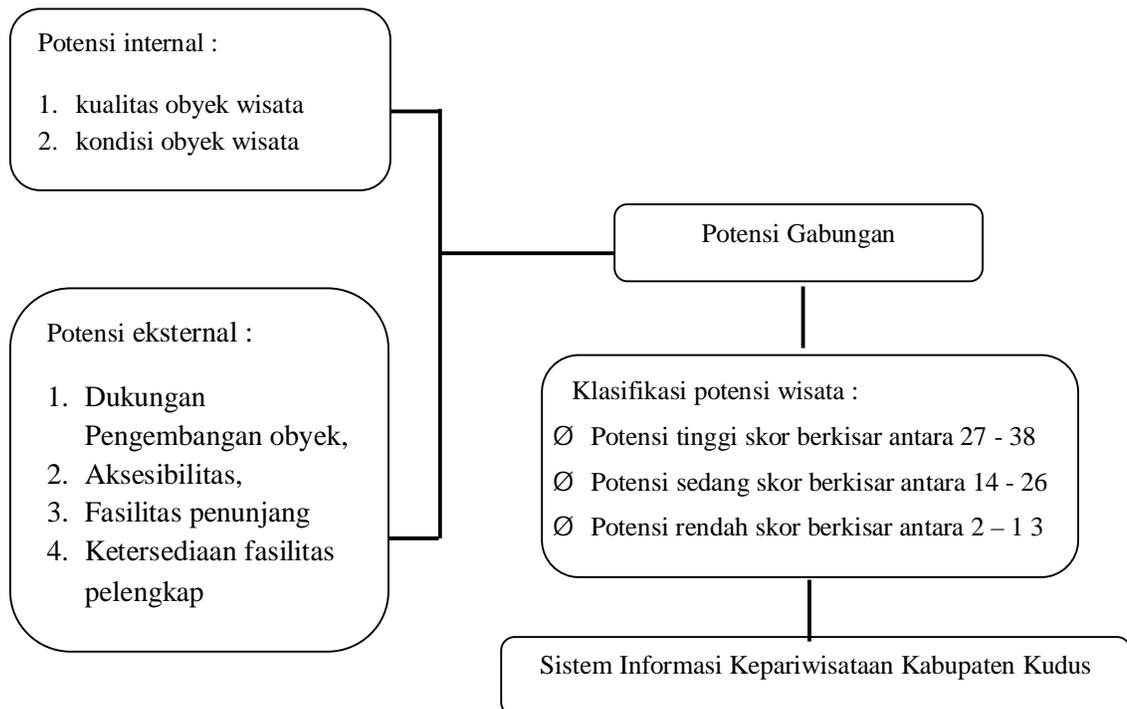
Pembandin g	Nama Peneliti		
	Mohammad Endra Aras	Fadli Ardiansyah	Ika Agustina Prasetyani
Judul	Penyajian Informasi Kepariwisata Kota Semarang Berbasis <i>WEB-GIS</i>	Analisis Potensi Obyek Wisata Zone Barat Kabupaten Pacitan Tahun 2008	Analisis Potensi Wisata Kabupaten Kudus dengan Penyajian Peta Berbasis Web
Tujuan	Tujuan yang akan dicapai dalam Penelitian ini adalah memanfaatkan teknologi SIG untuk menyajikan informasi kepariwisataan Kota Semarang berbasis <i>web</i> .	1. Untuk Mengetahui sebaran potensi wisata di zone barat Kabupaten Pacitan 2. Untuk mengetahui sejauh mana arah pengembangan dan pengelolaan pariwisata di zone barat Kabupaten Pacitan berdasarkan tingkat potensi	1. Menganalisis tingkat potensi wisata di Kabupaten Kudus. 2. Melengkapi informasi spasial kepariwisataan Kabupaten Kudus tersaji dalam bentuk peta interaktif dalam <i>web</i> .
Metode Penelitian	1. Metode Dokumentasi 2. Metode Observasi	Analisis data Sekunder	Survey deskriptif dengan teknik analisis data menggunakan skoring
Hasil Penelitian	1. Sistem Informasi Geografis (SIG) dapat digunakan untuk menginventarisasi data-data kepariwisataan baik itu untuk keperluan penyimpanan data, pengeditan data, <i>updating</i> data serta analisis secara	1. Obyek wisata yang tersedia sangatlah bervariasi, meliputi obyek wisata alam, obyek wisata buatan, maupun obyek wisata budaya. Untuk mengetahui obyek wisata yang berpotensi tinggi, sedang, maupun rendah perlu di adakan	1. Kabupten Kudus mempunyai 12 obyek wisata dan daya tarik, meliputi 6 obyek wisata budaya, 2 obyek wisata alam, dan 4 obyek wisata buatan.

	<p>keruangan seperti menentukan rute terbaik ke sebuah objek tempat atau menentukan fasilitas terdekat dari suatu objek berdasarkan jarak panjang jalan.</p> <p>2. Teknologi SIG dengan penggunaan program <i>Arc.View 3.3</i> serta ekstensi tambahan <i>MapViewSVG</i> dapat diintegrasikan dengan teknologi internet sebagai media untuk menyajikan informasi kepariwisataan yang berbasis spasial.</p> <p>3. Sistem informasi dihasilkan bersifat interaktif sehingga <i>user</i> bisa memilih informasi yang akan ditampilkan serta dilengkapi dengan berbagai <i>tools</i> navigasi seperti <i>zoom out</i>, <i>zoom in</i> dan sebagainya.</p> <p>4. Sistem informasi akan lebih baik jika diakses dengan menggunakan <i>browser</i> Internet Explorer.</p>	<p>penilaian obyek wisata.</p> <p>2. Adapun langkah dalam menentukan arah pengembangan obyek wisata di dasarkan pada factor penghambat dari hasil penilaian potensi internal dan potensi eksternal pada masing – masing obyek wisata. Sehingga pengembangan yang di lakukan mengarah pada optimalisasi potensi obyek wisata</p>	<p>2. Potensi obyek wisata di hitung berdasarkan penilaian obyek wisata</p> <p>3. Sistem Informasi kepariwisataan berbasis web</p>
--	--	---	--

--	--	--	--

1.6. Kerangka Pemikiran

Obyek wisata dan daya tarik wisata merupakan mata rantai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan. Obyek wisata di Kabupaten Kudus mempunyai potensi untuk berkembang. Untuk mengetahui perkembangan suatu obyek wisata di perlukan analisis potensi. Sehingga dapat di ketahui mana obyek yang berpotensi rendah, sedang, dan tinggi. Keberadaan akan informasi mengenai kepariwisataan khususnya yang bergeoreferensi tersebut sangat dibutuhkan, bahkan menjadi hal penting dalam menunjang perkembangan pariwisata suatu daerah khususnya bagi wisatawan baik lokal ataupun mancanegara yang akan mengunjungi daerah tersebut. Selain keberadaannya, kemudahan dalam akses informasi tersebut juga menjadi hal yang sangat penting. Dengan adanya sistem informasi khususnya yang berbasis geografis bisa membantu para wisatawan baik wisatawan nusantara ataupun mancanegara untuk bisa menemukan objek tempat wisata tujuan. Adapun alur pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1.3. Kerangka Pemikiran

1.7. Metode Penelitian

1. Pemilihan Daerah Penelitian

Daerah yang di jadikan penelitian ini adalah Kabupaten Kudus. Daerah kajian penelitian meliputi seluruh wilayah administrasi Kabupaten Kudus dan mencakup seluruh obyek wisata yang tersedia.

2. Perolehan data

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan pariwisata Kabupaten Kudus. Adapun rincian sebagai berikut :

- a. Data spasial, yaitu berupa peta administrasi dan jaringan jalan
- b. Data Atribut berupa data lokasi obyek wisata dan daya tarik yang ditawarkan serta sarana prasarana pendukung pariwisata. Sarana prasarana pariwisata meliputi: hotel, biro perjalanan, terminal, komunikasi, tempat parkir, resto, toko cinderamata, toko pusat oleh-oleh, pelayanan kesehatan, jasa keamanan, SPBU, swalayan, dan kantor pos.

3. Variabel

Variabel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Potensi Obyek Wisata. (lihat Tabel 1.1 dan Tabel 1.2)

Tabel 1.1 Variabel Potensi Internal

Potensi Internal	Variabel	Kriteria	Skor
Kualitas Obyek Wisata	Daya Tarik	Daya tarik penangkap wistawan	1
		Daya tarik penahan wistawan	2
	Kekuatan Atraksi komponen obyek wisata	Kombinasi Komponen Alami atau buatan yang di miliki kurang mampu mempertinggi kualitas dan kesan obyek	1
		Kombinasi komponen alami atau buatan yang di miliki mampu mempertinggi kualitas dan kesan obyek	2
	Kegiatan Wisata di lokasi obyek wisata	Hanya kegiatan bersifat pasif (menikmati yang sudah ada).	1
		Kegiatan yang bersifat aktif (lebih banyak berinteraksi dengan obyek	2
		Keragaman atraksi atau daya tarik pendukung	Obyek wisata yang tidak atau belum memiliki daya tarik pendukung
	Obyek wista yang memiliki 1 - 2 daya tarik pendukung		2
	Obyek wisata yang memiliki daya tarik pendukung lebih dari 2		3
	Kondisi Obyek Wisata	Kondisi fisik Obyek Wisata	Obyek wisata yang memiliki kerusakan dominan
Obyek wisata yang memiliki sedikit kerusakan			2
Obyek wisata yang belum memiliki kerusakan			3
Kebersihan Lingkungan Obyek Wisata		Obyek Wisata yang kurang bersih dan kurang terawat (lokasi obyek wisata yang tidak terbebas dari sampah)	1
		Obyek Wisata yang kurang bersih dan cukup terawat (lokasi obyek wisata yang bebas dari sampah)	2

Sumber: RIPPDA Kabupaten Pacitan dalam Fadli ardiansyah, 2009

Tabel 1.2 Variabel Potensi Eksternal

Potensi Eksternal	Variabel	Kriteria	Skor	
Dukungan Pengembangan Obyek	Keterkaitan antar Obyek	Obyek wisata yang tidak memiliki keterkaitan dengan obyek wisata lain di sekitarnya	1	
		Obyek Wisata yang memiliki keterkaitan dengan obyek wisata lain di sekitarnya	2	
	Dukungan Paket Wisata	Obyek wisata yang belum termasuk dalam agenda kunjungan wisatawan dari suatu paket wisata	1	
		Obyek wisata yang telah termasuk dalam agenda kunjungan wisatawan dari suatu paket wisata	2	
	Pengembangan dan Promosi obyek wisata	Obyek wisata yang belum dikembangkan dan belum terpublikasi	1	
		Obyek wisata yang sudah dikembangkan dan sudah terpublikasi	2	
	Aksesibilitas	Waktu tempuh terhadap ibukota kabupaten	Waktu tempuh antara obyek wisata dengan ibukota kabupaten lebih dari 30 menit	1
			Waktu tempuh antara obyek wisata dengan ibukota kabupaten antara 15-30 menit	2
Waktu tempuh antara obyek wisata dengan ibukota kabupaten kurang dari 30 menit			3	
Ketersediaan angkutan umum untuk menuju lokasiwisata		Tidak tersedia angkutan umum untuk menuju lokasi obyek wisata	1	

		Tersedia angkutan umum untuk menuju lokasi obyek wisata, namun belum regular	2
		Tersedia angkutan umum untuk menuju lokasi obyek wisata, bersifat regular	3
	Prasarana jalan menuju lokasi obyek wisata	Tidak tersedia prasarana jalan menuju obyek wisata	1
		Tersedia prasarana jalan menuju obyek wisata, namun kondisi jalannya kurang baik	2
		Tersedia prasarana jalan menuju obyek wisata dengan jalan yang baik	3
Fasilitas Penunjang Obyek Wisata	Ketersediaan fasilitas pemenuhan kebutuhan fisik atau dasar wisatawan di lokasi obyek wisata: 3. Makan/minum 4. Penginapan 5. Bangunan untuk mengamati obyek	Obyek wisata yang belum memiliki fasilitas pemenuhan kebutuhan fisik atau dasar wisatawan	1
		Obyek wisata yang memiliki 1-2 fasilitas	2
		Obyek wisata yang memiliki lebih dari 2 fasilitas	3
	Ketersediaan Fasilitas pemenuhan Kebutuhan social wisatawan di lokasi obyek wisata : 1. Taman terbuka 2. Fasilitas seni budaya	Obyek wisata yang belum memiliki fasilitas pemenuhan kebutuhan social wisatawan	1
		Obyek wisata yang hanya memiliki 1 jenis fasilitas	2
		Obyek wisata yang telah memiliki 2 jenis fasilitas	3
Ketersediaan Fasilitas Pelengkap	Ketersediaan fasilitas pelengkap yang terdiri dari : • Tempat parkir • Toilet/WC • Pusat informasi • Shovenir shop	Obyek wisata yang belum memiliki fasilitas pelengkap	1
		Obyek wisata yang memiliki 1-2 jenis fasilitas pelengkap	2
		Obyek wisata yang memiliki lebih dari 2 jenis fasilitas pelengkap	3

Sumber: RIPPDA Kabupaten Pacitan dalam Fadli ardiansyah, 2009

- b. Sajian Sistem Informasi Kepariwisata yang meliputi lokasi obyek wisata dan Sarana Prasarana pendukungnya.

4. Alat dan Bahan Penelitian

Alat dan bahan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Alat

- 1) Perangkat Keras : Seperangkat komputer
- 2) Perangkat Lunak
 - a) *Arc. View 3.3* untuk digitasi batas administrasi, jaringan jalan serta data spasial lainnya, dan editing data atribut
 - b) *SVG Viewer*
 - c) *Opensvgmapsarver 101*
 - d) *XAMPP (Apache Web Server, MySql, PHP)*
 - e) *Java Script*
- 3) *GPS (Global Positioning System) eTrex Garmin*, untuk memperoleh koordinat lokasi data komponen kepariwisataan.
- 4) *Kamera Digital*, untuk mendapatkan dokumentasi foto objek wisata yang akan ditampilkan pada sistem informasi

- b. Bahan Penelitian

- 1) Peta Administrasi Kabupaten Kudus
- 2) Peta Jaringan Jalan Kabupaten Kudus
- 3) Data Kepariwisata Kabupaten Kudus
- 4) Data survey lapangan berupa koordinat UTM lokasi obyek wisata dan sarana pendukungnya serta hasil pengamatan obyek wisata sesuai variable yang ada.

5. Metode Pengumpulan Data dan Jenis Data

Dalam penelitian ini, menggunakan metode pengumpulan data dengan cara dokumentasi dan observasi.

a. Dokumentasi

digunakan untuk mendapatkan data sekunder dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kudus dan instansi lainnya yang terkait.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan koordinat UTM lokasi obyek wisata dan sarana pendukungnya serta hasil pengamatan obyek wisata sesuai variable yang ada.

6. Analisis Data

Dalam menganalisis data metode scoring, yaitu memberikan penilaian relatif pada beberapa variabel (lihat pada variabel penelitian). Kemudian dilakukan klasifikasi terhadap total skor dengan rumus :

$$\frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{3}$$

Dari rumus diperoleh tiga kelas yaitu tinggi, sedang dan rendah yang mana mempunyai range total variabel sebagai berikut :

Ø Pada potensi internal

Kelas potensi tinggi mempunyai range skor total variable 12 -14

Kelas potensi sedang mempunyai range skor total variable 9 - 11

Kelas potensi rendah mempunyai range skor total variable 1 – 9

Ø Pada potensi eksternal

Kelas potensi tinggi mempunyai range skor total variable 19 - 24

Kelas potensi sedang mempunyai range skor total variable 15 - 18

Kelas potensi rendah mempunyai range skor total variable 1 – 15

1.8. Batasan Operasional

1. Potensi Wisata

Adalah segala hal dan keadaan baik nyata dan dapat diraba maupun yang tidak dapat diraba, yang digarap, diatur, dan disediakan sedemikian rupa sehingga dapat bermanfaat atau di manfaatkan sebagai kemampuan, faktor dan unsur yang diperlukan atau menentukan bagi usaha dan pengembangan kepariwisataan, baik berupa suasana, kejadian, benda maupun layanan atau jasa (Damardjati,1995)

2. Berbasis WebGIS atau sering disebut aplikasi SIG berbasis internet/*Webmapping* merupakan perpaduan SIG sebagai salah satu alat bantu dalam menangani analisis secara keruangan dengan kekuatan internet sebagai media penyimpanan informasi yang efektif (Farid dkk. 2008).