BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia pariwisata saat ini telah mengalami berbagai perubahan, pariwisata merupakan industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesemapatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor lain di dalam negara penerima wisatawan. Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik dan maksimal akan mampu menarik wisatawan untuk datang dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatawan. Dengan adanya pariwisata, suatu negara atau lebih khusus lagi Pemerintah Daerah tempat obyek wisata itu memberikan pendapatan secara khusus atau pemasukan bagi pendapatan daerah (Fandi, 2012). Dari transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya.

Merujuk pada Pasal 12 dalm Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 mengenai kepariwisataan, suatu kawasan dapat di golongkan strategis apabila memenuhi aspek aspek seperti di bawah ini :

1. Sumber daya pariwisata alam dan budaya yang potensial menjadi daya tarik pariwisata, memiliki potensi pasar, lokasi strategis yang berperan dalam menjaga persatuan bangsa dan keutuhan wilayah, perlindungan terhadap lokasi tertetu memiliki peran yang strategis dalam menjaga fungsi dan daya dungkung terhadap lingkungan hidup, lokasi juga harus memiliki peran dalam usaha pelesatarian dan pemanfaatan aset budaya, lingkungan harus memiliki kesiapan dan dukungan masyarakat dan yang terakhir adalah kekhususan dari sebuah wilayah.

2. Kawasan strategis untuk sebuah pariwisata berikutnya adalah dapat di kembangkan untuk berpartisipasi dalam terciptanya persatuan dan kesatuan bangsa, keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.
3. Kawasan Strategis Pariwisata harus memperhatikan aspek budaya, sosial dan agama masyarakat setempat.

Daya saing merupakan faktor utama penentu mengenai sejauhmana sebuah produk wisata dapat menembus dan meraih posisi puncak di pasar wisatawan global dengan daya saing yang semakin ketat. Setiap Negara mempunyai destinasi wisata yang dituntut untuk mampu menunjukan posisi daya saing yang unggul agar dapat memudahkan kegiatan promosi dan pemasaran yang lebih efektif di pasar global.

Pariwisata memiliki peran besar dalam pembanguan daerah terlebih juga dalam segi pendapatan suatu daerah ataupun pendapatan masyarakat sendiri seperti :

1. Tenaga kerja yang utama di ambil dari masyarakat setempat
2. Pemasok barang dan jasa khusunya dalam sektor pariwisata adalah masyarakat lokal
3. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan masyarakat untuk memanfaatkan wisatwan sebagai pasar
4. Mengembangkan infrastruktur pariwisata agar menjadi daya tarik wisatawan dan menambah keuntungan masyarakat
5. Mengmbangkan kemampuan masyarakat dengan melakukan sosialsisasi berkala dan juga pelatihan
6. Membentuk organisasi yang terstruktur sebagai wadah bagi masyarakat lokal
7. Menonjolkan potensi potensi lokal sebagai sebuah daya tarik untuk menunjang pembangunan pariwisata.

Berbicara mengenai pariwisata, Provinsi Banten secara geografis berada di bagian paling barat pulau Jawa dan berdekatan langsung dengan pulau Sumatera. Provinsi Banten memiliki luas 8.800,83 km, di indentifikasikan atas 204 Obyek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) yang tersebar diseluruh wilayah. Sebanyak 71 ODTW (34,8%) merupakan kawasan wisata yang berkembang baik dalam skala nasional maupun internasional. Sementara itu, sekitar 100 ODTW (49,0%) merupakan Obyek wisata potensial untuk dikembangkan.

Di Kota Serang sendiri terdapat pariwisata Banten Lama yang terkenal dengan wisata Banten Lama sebagai tempat wisata budaya, purbakala, religi, pendidikan dan kuliner. Kondisi yang berada di beberapa tempat di kawasan Banten Lama seperti Objek Wisata Menara Masjid Agung Banten, Alun-Alun Masjid Agung Kesultanan Banten, Masjid Agung Lama mendapati ketidakpuasan dari para wisatawan dengan keadaan kondisi yang kurang layak seperti banyaknya pedagang kaki lima, dan pengemis membuat kawasan di Banten Lama menjadi kumuh karena banyaknya pedagang yang membangun lapak dagangan tanpa estetika dan penataan yang rapi. Penataan kawasan dan infrastruktur masih dirasakan kurang dikarenakan akses ruang publik dan fasilitas umum belum ada.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 6 Tahun 2011 tentang rencana Tata Ruang Wilayah Kota Serang Tahun 2010-2030 yang berisi bahwa Banten Lama ditetapkan sebagai Kawasan Strategi pada pasal 39 ayat 2 dimana Kawasan Strategis Kota yang dimiliki pengaruh penting didalam pengembangan sosial budaya masyarakat dan pelestarian cagar budaya ditetapkan Kawasan Banten Lama, dan dari sinilah selanjutnya Pemerintah Kota Serang membuat Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Tahun 2015-2025. Peraturan Daerah ini menjelaskan tentang pengembangan sekaligus pengembangan destinasi wisata ataupun daerah kawasan

wisata yang sekarang ini merupakan prioritas dalam pembangunan yang bertujuan untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung kembali untuk yang sudah berkunjung dan minat untuk berkunjung bagi yang belum berkunjung.

Hal ini tercermin pada pasal 12 pada Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 14 Tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Tahun 2015-2025 menyatakan bahwa Banten Lama sebagai KSPD (Kawasan Strategis Pariwisata Daerah) sebagaimana dimaksud dalam 11 ayat 1 huruf b, meliputi, pengaturan zonasi dan alur kunjungan wisatawan yang jelas dimasing-masing daya Tarik wisata sebagai upaya perlindungan di lokasi yang memiliki nilai sejarah. Pelestarian cagar budaya dan asset lainnya yang memiliki nilai sejarah, penataan dan pengembangan fasilitas terpadu untuk melayani pergerakan wisatawan di dalam kawasan, pembangunan infrastuktur dan kelengkapan jalan yang mendukung pembantuan kawasan pariwisata warisan budaya, penataan dan pengendalian ruang untuk relokasi pedagang kaki lima serta pembangunan pusat oleh-oleh dan cinderamata khas Banten disekitar jalan kawasan wisata.

Menurut uraian di atas dapat di simpukan jika Pemerintah Daerah khusunya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki peranan yang sangat penting dalam pengembangan taupun pembanguan khususnya dalam sektor pariwisata. Salah satu objek wisata yang disoroti adalah objek wisata Banten lama yang merupakan salah satu objek wisata yang memiliki potensi yang cukup besar dan diharapkan memiliki kontribusi yang besar untuk pertumbuhan pendapatan daerah. Untuk dapat mengembangan objek wisata Banten lama maka Strategi mengenai pengembangan objek wisata Banten lama sangatlah berpengaruh.

Dalam rangka menciptakan dan melestarikan kawasan wisata dengan menerapkan strategi yang pas dan sesuai dengan perkembangan sangatlah di perlukan untuk di terapkan di

kawasan objek wisata Banten Lama ini, karena dengan adanya strategi yang pas dan sesuai dengan perkembangan Pemerintah Provinsi Banten khusunya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan provinsi Banten dapat mengambil langkah Strategis, karena langkah yang strategi sangalah penting terhadap perkembangan sebuah organisasi ataupun instansi dalam rangka pencapaian tujuan (tujuan jangka panjang dan jangka pendek). Analisis terhadap Strategi Pengembangan menurut (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal:2003) dengan menggunkan beberapa dimensi antara lain :

1. Tujuan
2. Kebijakan
3. Program

Dalam teori ini strategi pengembangan yang di gunakan sifatnya lebih sistematis oleh karena itu lebih mudah di terakan di era sekarang yang semuanya bersifat statis.

Di dalam memajukan sektor pariwsata ditingkat daerah peran pemerintah daerah juga dapat menjadi motor penggerak yang selanjutnya memberikan kewenangan penuh kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Provinsi Banten dalam menentukan strategi-strategi pengembangan kepariwisataan. Penelitian ini nantinya akan membahas mengenai Strategi pengembangan pariwisata di Banten Tahun 2017-2018 dan menarik bagi penulis untuk dikaji. Berdasarkan persoalan yang telah ditemukan, penulis mencoba mengkaji dengan judul: “Strategi Pengembangan Pariwisata di Provinsi Banten Tahun 2017-2018 (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Provinsi Banten)”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Upaya Pemerintah Provinsi Banten dalam Pengembangan Pariwisata di Provinsi Banten Tahun 2017-2018?
2. Faktor-faktor Apa Sajakah yang Berpengaruh Pada Penerapan Program-Program Pengembangan Pariwisata di Provinsi Banten Tahun 2017-2018?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Upaya Pemerintah Provinsi Banten dalam Pengembangan Pariwisata di Provinsi Banten Tahun 2017-2018.
2. Untuk Mengetahui Faktor-faktor Apa Sajakah yang Berpengaruh Pada Penerapan Pengembangan Pariwisata di Provinsi Banten Tahun 2017-2018.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis penelitian ini dapat memberi masukan bermanfaat bagi instansi terkait khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dan memberikan pengetahuan baru mengenai pengembangan kawasan wisata strategis.

2. Manfaat Praktis

   Sebagai referensi dalam pengkajian analisis pengembangan pariwisata dapat menjadi bahan rujukan dan referensi untuk penelitian-penelitian yang relevan di masa yang akan datang.

E. Studi Terdahulu

Menurut Studi Terdahuluhu atau dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh (Kanuna,2014) dengan sub tema pengelolaan sektor pariwisata dan dengan penelitian mengenai kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan dan pengembangan pariwisata Kabupaten Toraja Utara dalam rangka melengkapi sarana serta prasarana penunjang pariwisata. Di Toraja Utara Wisata Budaya merupakan salang satu jenis pariwisata yang paling banyak berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah. Seperti yang kita ketahui bahwa di daerah Toraja Utara memiliki objek wisata budaya yang sangat terkenal, hal tersebut merupakan faktor pendukung terhadap perkembangan suatu objek wisata. Akan tetapidi disi lain letak geografis objek wisata, keterbatasan dana dan minim nya akses merupakan suatu faktor penghambat.

Penelitian terdahulu yang berikutya adalah penelitian yang dilakukan oleh (Hugo, 2016) mengenai strategi pengembangan pariwisata yang di rencanakan dan sekaligus dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu strategi yang sifatnya "Multiplier Effect", strategi terkait dengan pengelolaan interset pariwisata, strategi keterkaitan dan pengembangan produk, strategi pemantapan pemasaran, strategi pengembangan sumber daya manusia, strategi spasial pengembangan wisata, strategi pengembangan pariwisata bidang distribusi.

Menurut (Zaili,) Hasil Penelitian ini bahwa strategi pengembangan PT pariwisata di kota Bukittinggi untuk melibatkan seluruh kalangan bangsawan dari Stakeholde, komunitas stempat dan para nomaden dengan konsep komunitas berbasis pariwisata itu menciptakan kesadaran kepariwisataan dan melangkah ke strategi yang dilakukan di pengembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik, tetapi masih sedikit terkendala dalam pelaksanaannya pada tanah dalam bentuk keuangan daerah, sumber daya manusia yang berkualitas, investasi

terbatas di Indonesia pariwisata, kurangnya pengembangan produk pariwisata serta koordinasi lintas sektor yang belum pernah bersama tetapi perlahan tapi pasti kendala yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata di kota Bukittinggi akan diminimalisir sehingga pariwisata di kota Bukttinggi bisa memberikan layanan maksimal dan terbaik.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh (Sangihe) dari hasil penelitian yang telah dikakukan pembangunan pariwisata merupakan suatu upaya guna memanfaatkan dan mengembangkan objek wisata dan meningkatkan daya tarik wisata, karena pengembangan pariwisata merupakan bagian dari proses pembangunan daerah otonom jika di tinjau dari asas otonomi daerah. Tersedianya Sumberdaya alam berupa objek wisata yang jumlahhnya cukup banyak di daerah Kabupaten Kepulauan Sainghe diharapkan dapat berkembang dan memberikan dampak positif bagi daerah, khusunya dalam meningkatkan Pendapatan Asli Dearah. Akan tetapi fakta di lapangan bertolak belakang karena kontribusi dari sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Derarah jumlahnya sangat kecil. Oleh karena strategi pariwisata guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kepulauan Sangihe perlu untuk di tidak lanjuti.

Menurut (Saputro, 2016) Hasil Penelitian dalam upaya pengembangan yang dilakukan oleh DINPORABUDPAR Kabupaten Banyumas khususnya di Lokawisata Baturraden untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata masih terdapat beberapa hal yang harus di perhatikan. Kurangnya keterlibatan pegawai yang berada di lapangan dalam proses pengembangan obyek wisata menjadikan hasil yang dirasakan kurang sesuai dengan keinginan dari pemberimasukan. Kemudian yang harus menjadikan perhatian bagi dinas terkait adalah kurangnya pelatihan bagi pegawai, terutama pegawai yang berada di lapangan.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh (Nugroho, 2014) maka Hasil Penelitian dilapangan menyatakan bahwa yang berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) itu adalah stakeholder Pengeloalaan pariwisata akan terlaksana dengan baik apabila koordinasi yang intensif antara stakeholder ataupun instansi terkait. Temuan permasalahan-permasalahan yang di kelembagaan yang sering di hadapi, kurang nya koordinasi antara lembaga pemerintah , kurangnya pengawasan pada tingkat pelaksanaan dan juga terbatasnya personil di lapangan, maupun SDM di objek pariwisata yang belum banyak mendukung.

Menurut penelitian yang telah dilakuka oleh (Muhammad, 2015) maka Hasil Penelitian dilapangan membuktikan bahwa bentuk pengelolaan potensi pariwisata yang ada di pantai pangandaran menggunakan bentuk pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat, yaitu masyarakat berperan penuh sebagai perencana, investor, pelaksana, pengelola, pemantau maupun evaluator dalam pengelolaan pariwisata.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fandi dkk, 2012) menyatakan bahwa Dalam menanggapi masalah pengelolaan sektor pariwisata, bukan hanya pemerintah saja yang bertanggung jawab, namun peran swasta dan masyarakat sangat dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah kemitraan dalam pengelolaan sektor pariwisata benar-benar tercipta di Kabupaten Jombang.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh (Halsall dkk, 2012) menyatakan Bahwa Sejak krisis keuangan global tahun 2008, lembaga pemerintah harus mengubah pendekatan ke tata kelola masyarakat. Tujuan dari makalah ini adalah untuk secara kritis mengeksplorasi perdebatan kontemporer tentang tata kelola masyarakat. Dua contoh studi kasus, yaitu: Inggris dan India telah diperiksa berkaitan dengan perubahan penyampaian tata kelola komunitas.

Dalam makalah ini kami berpendapat bahwa persamaan dapat ditarik dari kedua studi kasus mengenai bagaimana fungsi organisasi masyarakat dan fasilitasi sumber daya mereka.

Menurut peelitian yang telah dilaukan olah (Totikidis, 2005) dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa di Suatu model pemerintahan yang baru berkembang yang mendapatkan popularitas dalam sektor publik dan komunitas adalah Pemerintahan Komunitas. Konsep biasanya mengacu pada partisipasi masyarakat, keterlibatan dan pengambilan keputusan dalam hal-hal publik dan terkait dengan istilah-istilah seperti pemerintahan lokal, tata kelola sosial, tata kelola jaringan dan pemerintahan partisipatif. Kesimpulan utama adalah bahwa tata kelola masyarakat, menurut definisi, adalah tentang manajemen masyarakat dan pengambilan keputusan tetapi juga berimplikasi pada tujuan yang lebih luas dalam menangani kebutuhan masyarakat dan membangun kapasitas dan kesejahteraan masyarakat.

Dari beberapa penelusuran yang peneliti lakukan, perbedaan dengan peneliti sebelumnya adalah dalam segi bagaimana rencana startegi dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata di Provinsi Banten tahun 2017-2018 ? karena itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul tersebut. Dengan melakukan penelitian tersebut peneliti ingin mengetahui sejauh mana peran dinas pariwisata dalam mengembangkan pariwisata selama tahun 2017-2018.

F. Kerangka Dasar Teori

1. Strategi

Menurut teori yang di kemukakan oleh (Tjiptono, 2000;6) Strategi sendiri merupakan suatu konsep yang dapat di bagi lagi menjadi dua prespektif yang berbeda yaitu :

1. Prespektif dari rencana dan realisasi tujuan dari suatu organisasi

Dari pespektif ini dapat di simpulkan jika organisasi merupakan sebuah program yang berguna untuk merencanakan dan mencapai sebuah tujuan.

2. Prespektif dari feedback atau respon yang dilakukan oleh suatu organisasi

   Dari prespektif ini dapat strategi dapat dilihat sebagai sebuah respon atau tanggapan dari organisasi terhadap lingkungan dalam sepanjang waktu.

Teori berikutnya adalah teori menurut (Hamel dan Prahalad (dalam Rangkuti 2006:4)) dimana strategi di definisikan sebagai sebuh tindakan yang memiliki sifat "Incremental" atau senantiasa meningkat secara terus menerus, strategi disini juga dilakukan dengan berdasarkan sudut pandang pasar mengenai apa yang di harapkan pasar untuk masa depan. Melalui hal tersebut strategi diawali dengan rencana bukan evaluasi.

Menurut Teori yang di kemukakan oleh (Kuncoro, 2006;7) dalam sebuah strategi setidaknya memerlukan 3 proses yang berkelanjutan yaitu :

1. Analisis
2. Keputusan
3. Aksi

Tidak hanya itu konsep dari strategi yang di sampaikan oleh (Itami (Kuncoro 2006;7) setrategi sangatlah berpengaruh terhadap sebuah penentuan kerangka kerja dari sebuah perusahaan baik dari aktivitas bisinis dari sebuah perusahaan atupun pedoman untuk koordinasi suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

Sedangkan menurut teori yang di sampaikan oleh (Newman dan Logan (Suryanto 2007;243)) dimana sebuah Strategi pengendalian dapat di soroti dengan menggunakan sebuah media berupa "Terminology" guna mengetahui karakteristik dari masing masing strategi..

Definisi strategi juga oleh (Chandler, 1962) yang menyebutkan bahwa “Strategi merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaall dan alokasi semua sumber daya yang pealing untuk mencapai tujuan tersebut.”

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep menurut Day dan Ivensley (Rangkuti, 2000, p5) tersebut adalah sebagai berikut :

1. **Distinctive Competence,** yaitu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih balk dibandingkan dengan pesaingnya.Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki Distinctive Competence. Distinctive Competence yang menjelaskan kemampuan spesiflk suatu organisasi. Menurut Day dan Ivensley (Rangkuti, 2000, p5) identifikasi dz'stinctive competence dalam suatu organisasi meliputi:
   a. Keahlian tenaga kerja
   b. Kemampuan sumber daya

   Dua faktor tersebut dapat menyebabkan perusahaan ini dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibanding pesaing. Dengan memiliki kemampuan melakukan riset pemasaran yang lebih baik, perusahaan dapat mengetahui secara tepat semua keinginan konsumen sehingga dapat menyusun strategi-strategi pemasaran yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Semua kekuatan tersebut dapat diciptakan melalui penggunaan seluruh potensi sumber daya

yang dimiliki perusahaan. Semua itu merupakan keunggulan.-keunggulan yang dapat diciptakan untuk memperoleh keuntungan dari pasardanmengalahkan pesaing.

2. **Competitive Advantage** adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Menurut Porter, ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu:

a. Cost leadership, perusahaan dapat lebih memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya jika dapat memberikan harga jual yang lebih murahdaripada harga yangdiberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas produk yang sama. Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut Karena memanfaatkan skala ekonomis. efisiensi produksi. Penggunaan teknologi,dan sebagainya.

b. Diferensiasi, perusahaan dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya

c. Fokus, strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuaidengan segmentasidan pasar sasaran yang di harapkan.

2. Teori Pariwisata

Menurut teori menyebutkan bahwa :

"Pariwisata merupakan salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya." (Nyoman S. Pendit, 1999:35)

Pariwisata di definisikan sebagai “Salah satu industri gaya ham yang mampu menjadikan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam mengaktifkan sektor-sektor produksi lain di dalam Negara penerima wisatawan. Selain itu pariwisata juga sebagai suatu sektor yang kompleks, meliputi industri-industri dalam arti yang klasik, seperti misalnya industri kerajinan tangan dan industri cenderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomi juga dipandang sebagai industri.” (Salah Wahab, 1996:5)

Pendapat lain di kemukakan oleh (Felix Olorunfemi dan Usman, 2008) yang menyampaikan bahwa pariwisata merupahan :

“Imhe concept of tourism is described as the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environtment for not more than one consecutive year for leisure, business. and other purposes not related with exercise of an activity remunerated from within the place visited.”

Konsep dari pariwisata dapat di gambarkan sebagai sebuah akivitas dari orang orang untuk keluar dari zona ataupun lingkungan yang disini merupakan tempat tinggal asal dalam kurun waktu tidak lebih dari satu tahun secara berturut turut baik untuk tujuan bisnis ataupun untuk tujuan yang lain yang tidak berhubungan dengan pekerjaan dari tempat yang di kunjungi. Jika dilihat dari segi ekonomi pengertian pariwisata memang tidak begitu jelas, hal tersebut di sebabkan karena bentuk dan jenis pariwisata untuk sekarang ini tidak memiliki batasan yang cukup jelas.

Menurut salah satu teori dari (Robert McIntosch dan Shasikant Gupta,) yang menjalaskan bahwa yang di sebut dengan pariwisata ialah suatu interaksi akatupun hubungan yang terjalin atara seorang wisatawan pada bisnis ataupun pada pemerintah yang

selaku tuan rumah atau masyarakat lokal yang selaku tuan rumah dalam hal menarik dan memberikan pelayanan bagi seorang wisatawan atau pengunjung.

Karena pariwisata menurut setiap pendapat itu berbeda begitu halnya dengan pendapat yang di kemukakaan oleh (Soekadijo,) bahwa pariwisata merupakan sebuah aktivitas ataupun kegiatan yang ada kaitannya dengan masyarakat dan wisatawan. Semua aktivitas dapat di sebut aktivitas kepariwisataan, salah satunya adalah aktivitas dalam meningkatkan daya tarik wisatawan untuk datang ketempat wisata dengan meningkatkan Infrastruktur yang memadai seperti tersedianya penginapan ataupun hotel yang nyaman, objek wisata yang selau di perbaharui, tersedianya pusat rekreasi, tersediannya akses trsportasi yang mamadai.

Teori lain menyebutkan bahwa pariwisata merupakan keseluruhan dari interaksi dan dampak yang di timbulkan akibat perjalanan dan singgahnya seseorrang di tempat yang asing akan tetapi hanya sekedar "Singgah" yakni tidak bermaksud untuk menetap dan tidak merantau untuk berkerja di tempat asing tersebut. (Hunkeziekar dan K. Krapf,)

Terori lain juga menggambarkan bahwa Kepariwisataan merupakan merupakan beberapa bentuk dari sebuah perjalanan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu keinginan. Pariwisata dapat dilihat dari beberapa wujud melalu gejala gejala seperti :

1. Berdasarkan pada jumlah orang yang berpergian
   a. Pariwisata Indhividu

      Pariwisata jenis ini di tandai dengan julah orang yang berpergian hanyalah seseorang ajatupun satu keluarga saja yang berpergian
   b. Pariwisata Rombongan

Pariwisata jenis ini di tandai dengan perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang biasanya merupakan sebuah relasi, dan kemudian melakukan perjalanan.

2. Menurut tujuan dari perjalanan

a. Pariwisata yang dilakukan dengan tujuan untuk bersantai atau ber rekreasi (Refreshing)

Pariwisata jenis ini dilakukann dengan tujuan perjalanan mengembalikan kesegaran baik fisik ataupun mental untuk setiap wisatawan yang melakukan perjalanan. Secara singkat dapat di katakan jika perjalanan jenis ini di fungsikan untuk refreshing ataupun relaksasi.

b. Pariwisata budaya

Pariwisata atau perjalanan jenis ini bertujuan unrtuk menambah informasi dan wawasan mengenai sebuah kebudayaan yang ada dan juga untuk memuaskan kebutuhan untuk berlibur. Perjalanan jenis ini dapat dilakukan di berbagai daerah di Indonesia sendiri ataupun dilakukan di negara asing.

c. Pariwisata kesehatan

Pariwisata ataupun perjalanan jenis ini dilakukan dengan tujuan utama yaitu mendapatkan kesehatan khususnya bagi seseorang yang memang memerlukan perawatan medis yang terbaik di suatu wialayah yang memang menyediakan fasilitas yang mendukung seperti, Hot Spring, daerah pemandian dengan air yang mngandung belerang guna menyembuhkan penyaki kulit.

d. Pariwisata Olahraga

Pariwisata ataupun perjalanan jenis ini bertujuan untuk dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan yang memang memiliki hobi berolahraga seperti diving (olahraga menyelam), golf, berburu di hutan, mendaki gunung, bermain ski dan lain lain.

e. Pariwisata Studi Banding

Merupakan salah satu jenis pariwisata ataupun perjalanan dengan tujuan untuk melakukan studi ataupun pembelajaran ataupun pertemuan yang bersifat ilmiah, seperti kunjungan politik. pariwisata ini merupakan salah satu periwisata dengan budget yang tidak sediikit karena fasilitas yang di perlukan seperti pertemuan yang dilaksanakan di negara asing. Selain itu untuk melakukan perjalan jenis ini harus mempertimbangkan beberapa faktor seperti letak geografis sebuah negara, tersedianya akses yang memadai, seta perkiraan iklim dan cuaca.

f. Terlindungnya Asset-Aset Budaya

Merupakan seni budaya dan tradisi menjadi aset utama pariwisata karena industri pariwisata harus bertumpu pada keunikan, kekhasan, dan kelokalan dari masing-masing daerah di Tanah Air.

g. Partisipasi Masyarakat

Suatu kegiatan untuk membangkitkan perasaan dan diikut sertakan atau ambil bagian dalam kegiatan suatu organisasi. Sehubungan dengan partisipasi masyarakat dalam pembangunan, partisipasi merupakan keterlibatan aktif masyarakat atau partisipasi tersebut dapat berarti keterlibatan proses penentuan arah dari strategi kebijaksanaan pembangunan yang dilaksanakan pemerintah.

3. Pariwisata menurut mode transportasi

a. Pariwisata dengan transportasi jalur laut

b. Pariwisata dengan transportasi jalur udara

c. Pariwisata dengan transportasi jalur darat

4. Pariwisata berdasarkan dengan letak geografis

a. Pariwisata Regional

Merupakan salah satu perjalanan atau pariwisata yang dilakukan oleh seorang wisatawan dengan tujuan mengunjungi beberapa negara yang memiliki sektor pariwisata yang cukup terkenal.

b. Pariwisaa Nasional (Domestik)

Pariwisata ataupun perjalanan jenis ini dilakukan oleh seorang wisatawan lokal di suatu negara asal atau negara tempat dia tinggal.

c. Pariwisata Mancanegara (Internalsional)

Meruapakan salah satu perjalanan pariwisata dengan tujuan berbagai negara yang ada di dunia.

5. Pariwisata menurut usia

a. Pariwisata dengan batas usia Dewasa

b. Pariwisata dengan batas usia Remaja

6. Pariwisata menurut biaya (Tingkat harga dan tingkat sosial)

a. Pariwisata dengan biaya yang murah

b. Pariwisata dengan biaya yang mahal

c. Pariwisata dengan baiya yang sangat mahal (mewah)

7. Pariwisata menurut gender

a. Pariwisata yang di khususkan untuk perempuan

b. Pariwisata yang di khususkan untuk laki laki

Berdasakan pendapat yang telah di kemukakan oleh (Wahab, 1996;6) di katakan bahwa objek wisata mempunyai jenis jenis yang berbeda, sedangkan di dalalam kamus besar Bahasa Indonesia karya (J.S. Badudu) objek wisata dapat di artikan sebagai sesuatu yaang yang di jadikan sebagai sasaran. Sedangkan pengertiannya sendiri objek wisata merupakan suatu objek yang di kunjungi dan memiliki tempat yang indak jika dilihat baik dari segi sejarah ataupun dari segi fisik. Objek wisata sendiri dapat dikatakan sebuah potensi yang dapat menjadi daya tarik seorang wiatawan untuk datang dan singgah di suatu daerah. Dan berdasarkan daya tariknya menurut (Gamal Soewantoro,1997;19) objek wisata sendiri dapat di bagi menjadi 3 jeni yaitu :

a. Objek wisata dengan daya tarik budaya

Objek wisata dengan jenis daya tarik ini termasuk objek wisata dengan objek wisata yang berhubungan dengan kebudayaan lokal baik itu sejarah, museum ataupun objek keseninan seperti lukisan, alat musik dan lain lain

b. Objek wisata dengan daya tarik alam

Objek wisata dengan jenis ini merupakan objek wisata yang mengandalakan sumber daya alam sebagai pilar utama dalam menarik wisatawan untuk datang dan berkunjung di suatu objek wisata.

c. Objek wisata dengan daya tarik khusus

Objek wisata dengan jenis ini di dasarkan dengan tujuan tertentu atau tujuan khusus yang akan di lakukan oleh seorang wisatawan.

3. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan Pariwisata merupakan suatu strategi yanb dilakukan guna mengembangkan sebuah wisata supaya dapat berkembang, perkembangan tersebut dapat

diihat apabila sebuah objek wisata dapat berkembang menjadi lebih baik, perubahan objek wisata yang menjadi lebih menarik, peningkatan wisatawan yang cukup signifikan. Pengembangan dilakukan dengan tujuan supaya perekonomian dan kemandirian di daerah wisata dapat turut bekembang seiring dengan perkembangan wisata. Dalam upaya pengembangan pariwisata perencanaan yang matang sangatlah di butuhkan, hal tersebut menjadi sanggat penting karena sebuah pariwisata atau objek wisata dapat terus exsis apabila dalam realisasi pengembangan objek wisata sesuai dengan rencana yang telah di tetapkan.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang di gunakan untuk melakukan analisis atau identifikasi mengenai sebuah permasalahan yang sifatnya sistematis guna merumuskan sebuah strategi untuk sebuah pemecahan masalah. Analisis ini di di landasi dengan teknik analisis dengan berdasarkan pada logika dimana kekuatan dan peluang dapat maksimal sehingga kelemahan dan ancaman mendekati angka minimum. Biasaya analisis SWOT di gunakan oleh perusahaan untuk melakukan evaluasi terhadap kesempatan dan tantangan dalam pasar (Rangkuti, 2001;19). Analisis SWOT sendiri memiliki beberapa strategi analisis anatara lain :

a. Strategi Strength Oportunity (SO)

Strategi ini merupakan salah satu strategi analisis yang di rancang untuk dapat mengoptimalkan seluruh kekuatan untuk mendapatkan dan mengoptimalkan peluang yang sebesar besarnya.

b. Strategi Weaknes Opportunity (WO)

Strategi analisis yang satu ini di rancang dan di terapkan untuk memperbaiki sebuah kelemahan yang ada di lingkungan internal atau di lingkup untuk memanfaatkan peluang yang berasal dai lingkungan luar atau external.

c. Strategi Strenght Tjreat

Strategi ini di gunakan untuk memperkuat pertahanan guna meminimalisir ancaman yang berasal dari lingkungan Internal.

d. Strategi Weaknes Treat (WT)

Merupakan sebuah strategi snalisis yang di landaskan pada minimalisir ancaman dan kelemahan yang ada

Analisis SWOT atau yang berasal dari gabungan ke empat kaya yaitu Strenghts (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang), Threats (Ancaman). SWOT sendiri merupakan sebuah media yang di gunakan oleh bagian external dari sebuah persahaan guna mengukur keleman taupun kekuatan terkait dengan sumber daya yang di miliki oleh sebuah perusahaan begitu juga terkait dengan peluang mengenai kesempatan exsternal dan juga terkait dengan tantangan yang mungkin akan di hadapi (Jogiyanto, 2005:56).

Tujuan dan satrategi dari sebuah organisasi dapat di tetapkan apablia sebuah organisasi jika sebuah analis terhadap kekuatan dan kelemahan internal sebuah organiasi sudah di lakukan begitu juga mengenai ancaman dan peluang yang berasasal dari eksternal juga sudah dilakukan. Maka Tujuan dan strategi dapat dapat di tetakan dan tercapai sengan memanfaatkan Strength (kekuatan) untuk mengatsi Weakness (kelemahan) serta memanfaatkan Opportunities untuk mengatsu Threats (Ancaman) ((David,Fred R., 2005:47). Dan berikut ini penjelasan David mengenai setiap point :

1. Stenghts (Kekuatan)

   Kekuatan merupakan sebuah keahlian khusus uang merupakan sebuah keunggulan dimana hal tersebut dapat memberikan kontribusi terhdap perusahan unuk persingan di pasar.

2. Weaknes (Kelemahan)

   Kelemahan merupakan sebuah titik dimana seseorang merasa memiliki kekurangan dan keterbatasan terhadap suatu hal seperti keterampilan dan juga kapabilitas dimana hal tersebut bersifat menghambat kinerja dari sebuah wadah (Perusahaan). Keterbatasan dan kapabilitas yang di maksud disini seperti ketrampilan pemsanan yang kurang, manajemen yang kurang baik baik khususnya waktu, sumber daya keuangan yang kurang memadai dan juga fasilias yang belum memadai.

3. Opportunities (Peluang)

   Peluang merupakan sebuah kondisi yang bersifat menguntungkan dalam sebuah instansi atau perusahaan. Karena dengan adanya peluang perusahaan menjadi di untungkan, dan peluang dapat muncul melalui beberapa sumber seperti perubahan teknologi yang membuat hubungan atara perusahaan dengan konsumen dan distributor dalam sebuah perusahaan dapat terjalin dengan baik.

4. Threats (Ancaman)

   Ancaman merupakan sebuah kondisi dimana hal tersebut bersifat merugikan perusahaan. Ancaman merupakan suatu hal yang merugikan maka faktor ini memiliki arti yang sama pentingnya dan sifatnya menganggu. Penyebab dari munculya ancaman bisa dari beberapa faktor seperti peraturan pemerintah yang di bentuk sekarang ini banyak yang sifatnya merugikan perusahaan khusunya perusahaan milik pribadi.

Fungi Analisis SWOT

Fungsi utama Analisis ini adalah untuk mengetahui dan menggali informasi lebih mengenai kondisi di suatu perusahaan dengan langsung membedakan nya menjadi 2 bagian yangitu bagian dari kondisi internal yang dapat di kaji dengan kelamahan dan kekuatan dari sebuah perusahaan dan juga kondisi dari luar perusahaan atau external dimana dapat di kaji dengan peluang dan ancaman. Dengan bantuan dari analisis ini maka penggalian informasi mengenai hal yang terkait dengan faktor faktor yang akan membatu sebuah perusahaan dalam mewujudkan tujuan akan menjadi lebih mudah. Analisis ini juga dapat membantu untuk menemukan strategi meningkatkan sebuah usaha untuk perusahaan, umumnya strategi atau jalan keluar dapat di temukan saat melaukkan diskusi dan membahas mengenai kondisi perusahaan bersama sama (Ferrel dan Harline, 2005).

Matriks analisis SWOT meruapakan salah satu metode yang dapat di pilih karena dengan menggunakan Matriks SWOT ini peluang dan acaman yang berasasal dari exsternal dan juga kekuatan dan kelamahan yang berasal dari faktor internal dapat di di gambarkan langsung secara jelas. SW. OT sendiri memiliki kepanjangan yaitu Srenght (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), dan Treat (Ancaman). Dari sekian metode analisis yang ada metode SWOT merupakan salah satu metode analisis yang sifatnya masih dasar, fungsi utama dari metode ini sendiri adalah untuk melihat suatu permasalahan dari dua sisis yaitu internal dan eksternal dengan melihat dari empat aspek, oleh karena itu hasil dari analisis ini akan membatu sebuah perusahaan guna melihat permasaahan permasalahan (Ancaman dan kelemahan) ataupun sisi positif (Peluang dan Kekuatan) yang mungkin sebelumnya belum dapat dilihat oleh sebuah perusahaan (Rangkuti, 2006).

SWOT atau Analisis SWOT merupakan sebuah singkatan yang dapat di artikan Srenghts (Kelemahan) dan Kelemahan (Weakness) yang meruapakan asek yang di gunakan untuk menganalisis faktor internal dati sebuah perudahaan dan Opportunities (Peluang) dan Threats (Ancaman) yang di gunakan untuk menganalisis faktor external dari sebuah perusahaan (A. Wijaya Tunggal, 2001:74-75). Menurut A. Wijaya Tunggal Analisa SWOT dapat di artikan :

1. Opportunities (Peluang)

   Peluang dapat di artikan sebagai sebuah konsisi yang sifatnya baik dimana dalam kondisi ini perusahaan di untungkan. Kondisi menguntungkan ini dapat berasal dari beberapa faktor seperti perubahan perauran dalam penggunaan teknologi, perubahan keadaan dalam persaingan, perubahan yubungan antara konsumen dan ditributor yang dapat berubah menjadi lebih baik, pasar yang mendukung hal hal tersebut merupakan beberapa contoh keadaan yang dapat menciptakan peluang untuk sebuah perusahaan.

2. Threats (Ancaman)

   Ancaman merupakan sebuah kondisi yang sifatnya merugikan perusahaan. Karena sifatnya merugikan tentu saja kondisi ini mempunya impact tidak baik untuk perusahaan, ancaman dapat berupa rintangan yang harus di leati oleh sebuah perusahaan. Kondisi tersebut dapat berupa pasar yang tidak mendukung, kenaikan harga dari distributor yang mengakibatkan berkurangnya konsumen, perubahan teknologi dan perusahaan yang sifatnya tidak menguntungkan, dan muncul nya pesaing pesaing baru perusahaan.

3. Strenghts (Kekuatan)

Kekuatan merupakan sebuah kelebihan ataupun keunggulan dalam keterampilan ataupun sumberdaya yang di miliki oleh sebuah perusahaan dan dapat di manfaatkan dengan baik sehigga dapat menjadi sebuah kekuatan untuk sebuah perusahaan.

4. Kelemahan (Weakness)

   Kelemahan merupakan kurangnya atau terbatanya hal yang emdukung kemajuan suatu perusahaan, hal tersebut dapat beruapa sumberdaya ataupun keterampilan dari dalam perusahaan

Menurut (Draft, 2003:314) Analisis SWOT juga di dapat di definisikan analisis dengan menggunakan 4 elemen yaitu :

1. Stength (Kekuatan)

   Kekutaan merupakan sebuah sifat ataupun karakter dengan sifat positif yang dapat di manfaatkan oleh sebuah perusahan ataupun instansi guna mencapai tujuan. (Kekuatan berasal dari internal).

2. Weakness (Kelemahan)

   Kelemahan meruapan sebuah sifat ataupun karakter yang memiliki sifat negatif dimana sifat ini dapat membuat lemah dan menghambat kemajuan sebuah perusahaan atau instansi. (Kelemahan berasal dari internal).

3. Opportunity (Peluang)

   Peluang merupakan sebuah sifat yang memiliki sifat positif dimana peluang dapat membantu sebuah perusahaan ataupun intansi dalam encapai tujuan. (Peluang berasal dari eksternal)

4. (Threats) Ancaman

Ancaman merupakan sifat ataupun karakteristik yang bersifat negatif dimana ancaman dapat membuat sebuah instansi ataupun perusahaan tidak dapat emncapai tujuan. (Ancaman berasal dari eksternal)

Menurut (Tripomo dan Udan, 2005:118) Analisis SWOT dapat di definisikan sebagai suatu penilian trhadap sebuah konsisi guna mengkualifikasi dan menentukan mengenai yang di sebut dengan kekuatan, kelemahan, peludang dan ancaman. Definisi dari masing masing aspek :

1. Stenght (Kekuatan)

   Kekuatan merupakan sebuah kondisi dari dalam perusahaaan yang dapat berfungsi untuk mengatasi ancaman dan memnafaatkan peluang. Kekuatan dapat berupa sumberdaya, kopetensi dan kapabilitas.

2. Weakness (Kelemahan)

   Kelmahan merupakan sebuah kondisi dari dalam perusahaan yang dapat berfungsi untuk mengatasi ancaman dan memnafaatkan peluang. Kekuatan dapat berupa sumberdaya, kopetensi dan kapabilitas.

3. Opportunity (Peluang)

   Peluang merupakan sebuah kondisi yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya menguntungkan perusahaan. Peluang sendiri merupakan salah satu kondisi yang di nantikan oleh perusahaan perusahaan yang ada karena keuntungan yang dapat di perediksi.

4. Thraet (Ancaman)

   Ancaman merupakan kondisi yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya merugikan perusahaan. Dimana perusahaan perusahaan ataupun instansi instansi lain

yang bekerja dalam satu didang yang sama juga akan merasa di rugikan dengan kondisi ini.

Analisis SWOT juga dapat di artikan sebagai suatu metode ataupun strategi yang di susun oleh sebuah perusahaan atauun instansi yang bersifat bisnis tunggal yang bergerak dalam ruang lungkup domestic ataupun multinasional. Analisis SWOT memiliki kepanjangan Strength, Weakness, Opportunities dan Threats. Setiap aspek berfungsi untuk menganalisis hal yang yang ada di perusahaan guna mencapai tujuan jangka panjang ataupun tujuan jangka pendek.

Menurut (Fredy Rangkuti, 2013) Analisis SWOT merupakan buah pemilahan fator faktor yang dilakukan secara sistematis guna membuat strategi di sebuah perusahaan. SWOT merupakan analisis yang di lakukan dengan dasar interaksi ataupun hubungan kekuatan dan kelemahan yang merupakan unsur internal dengan peluang dan ancaman sebagai unsur eksternal.

Tata cara penggunaan Analisis SWOT adalah Pemanfaatan unsur internal yaitu peluang dan kesempatan (O+S) ,dengan penerapan rumus ini maka rencana jangka panjang dapat di buat. Kemudian mengurangi ancaman dan mengatasi kelamahan (T+W). Analisis ini akan menghasilak repair atau rencana perbaikan yang cenderung menjadi rencana jangka pendek sebuh intansi atau perusahaan. Sedangkan tahap tahap untuk menentukan strategi adalah mengukur kekuatan, kelaemahan, peluang dan ancaman di dalam sebuah instansi atau perusahaan. Analisis SWOT membuat sebuah instansi, organisasi ataupun perusahaan dapat merealisasikan stategi yang telah di susun sebagai suatu tahap lanjut, dan hasil dari analisis SWOT dapat digunakan untuk melakukan perbaikan dan perubahan pada visi, misi, tujuan serta strategi yang masih di jalankan. Pembuatan rencana yang

matang sangatlah berpengaruh terhadap hasil akhir yang akan di dapat, seperti mengetahui dana dan sumber daya yang ada sangat lah penting dalam tahap awal pembuatan usaha begitupun dengan mengetahui unsur internal yaitu kekuatan dan kelemahan dengan unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman.

Dapat di lihat jika analisis SWOT merupakan sebuah perkembangan dari sebuah interkasi antara dua unnsur yaitu unsur internal (kekuatan dan kelamahan) dan unsur eksternal (peluang dan ancaman) . karena dalam penelitian dengan analisis SWOT maka sebuah hasil hubungan dari ke 2 unur yang mengandung 4 aspek dapat dari tarik. Berikut merupakan rumus guna menentukan strategi :

1. Strategi Kekuatan dan Peluang (S – O atau Mini – Maxi)

   Strategi ini merupakan salah satu strategi yang di bentuk dengan memanfaatkan peluang yang telah di indentifikasi. Seperti contoh, jika sebuah perusahaan memiliki kekuatan dalam sisi keunggulan teknologi, oleh karena itu dengan keunggulan yang di miliki dapat di gunakan untuk menyesuaikan pasar yaitu yang membutuhkan teknologi yang maju.

2. Strategi Kelmahan dan Peluang (W – O dan Mini – Maxi)

   Stategi ini merupakan kelamahan dimana hal ini sama sekali tidak dapat di manfaatkan oleh perusahaan akan tetapi peran peluang di sini sangatlah menolong, seperti contoh saat sebuah perusahaan tidak memilki sebuah jaringan untuk melkukan distribusi, maka berkerja sama dengan perusahaan lain yang emiliki jaringan merupakan suatu strategi yang tepat untuk tetap berjalan dan mendapatkan keuntungan. Inti dari stategi ini dalah memenfaatkan peluang guna mengatasi kelemahan atau keterbatasan.

3. Stategi Kekuatan dan Ancaman (S – T atau Mini – Mini)

Stategi ini di bentuk guna menemukan cara untuk menghadapi ancaman dengan sebuah kekuatan yang ada. Stategi ini sangat berguna karena dengan strategi pengurangan ancaman akan sangat menguntungan perusahaan.

4. Stategi Kelamahan dan Ancaman (W – T atau Mini – Mini)

   Strategi ini sangat berguna apabila perusahaan menghadapi ancaman dan mempunyai kelemahan , dalam keadaan ini rata rata keputusan yang akan di ambil adalah "lari dari keadaan/ keluar". Akan tetapi dengan adanya analisis ini dengan situasi tersebut tidak ada yang perlu keluar tetapi situasi hanya harus di "cairkan" dengan cara pengalihan pandangan atau pengalihan pada kegiatan/ usaha lain yang mungkin dapat membantu. Cara lainnya dalah melakukan "koalisi" atau membentuk relasi dengan perusahaan lain yang memang lebih kuat, dengan seperti itu maka ancaman akan dapat teratasi. Dalam situasi ini setiap langkah atau strategi harus di pikirkan dengan matang karena hal tersebut sangat riskan.

G. Definisi Konsepsional

Definisi konseptual merupakan sebuah penarikan sebuah batas yang berfungsi guna menjelaskan mengenai suatu konsep secara singkat, jelas dan tegas (Chourmain, :36). Kesimpulanya dalah menjadikan satu sebuah pemhaman mengenai sebuah pengertian menjadi lebih mengerucut atau pokok pengertian guna menghindari kesalahpahaman dalam memahamu istilah, definisi dan pengerian yang ada dalam penelitian ini.

Adapun batasan konsep dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Strategi adalah aktifitas yang dilakukan individu atau kelompok organisasi yang mempunyai tugas dan wewenang atau fungsi tertentu yang diakui keberadaannya dalam kelompok social demi tercapainya tujuan yang di tentukan.

2. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang di lakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain untuk menikmati perjalanan tersebut . Analisis SWOT (Strength ,Weakness , Opportunities and Threat) adalah identifikasi berbagai faktof secara sistematis untuk menghasilkan suatu strategi untuk pengembangan kawasan wisata.
3. Pengembangan Pariwisata merupakan sebuah udaha guna mengembangkan dan memajukan sebuah objek wisata supaya sebuah objek wisata depat berkembang dan eksistensi nya tetap tejaga sehingga tetep memiliki daya terik guna menaik wistawan untuk datang berkunjung.

H. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variable dengan cara memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variable tersebut (Nazir, 1985:30)

Adapun definisi operasional dalam penelitian adalah Strategi pengembangan pariwisata daerah diukur menggunakan SWOT . Point-point penting dalam SWOT terdiri dari:

1. Faktor Internal

   Jika dilihat dari faktor internal maka aspek yang akan di gunakan untuk melakukan analisis ini adalah :

   a. Kekuatan

      Kekuatan merupakan sebuah sebuah keunggulan yang di miliki oleh sebuah perushaan yang sifatnya positif sehingga dapat di manfatkan untuk menebus pasar. Keunggulan biasanya berasal dari sumberdaya dan keterampilan

b. Kelemahan

Kelamahan meruapakan sebuah suatu kekurangan yang ada di sebuah perusahaan yang terletak pada terbatasnya ketrampilan, kemampuan ataupun sumberdaya dalam sebuah perusahaan sehingga aspek ini dapat menghambat aktivitas.

2. Faktor eksternal

Jika dilihat dari faktor internal maka aspek yang akan di gunakan untuk melakukan analisis ini adalah :

a. Peluang

Peluang merupakan sebuah situasi yang bersifat positif dimana situasi ini sangat menguntungkan perusaan.

b. Ancaman

Ancaman merupakan sebuah situasi yang bersifat negatif karena dalam situasi ini perusahaan harus mempertimbangkan sebuah keputusan yang tepat agar ancaman dapat segra di atasi.

3. Isu Strategi

Isu strategi merupakan sebuah faktor dimana keputusan mengenai sebuah strategi yang tepat akan di ambil dan dengan merumusakan dan memutuskan strategi yang bersifat efektif dan efisien dapat memudahkan jalan dalam pencapaian sebuah tujuan. Strategi strategi tersebut dapat di putuskan setelah memprtimbangan aspek aspek dengan rumus :

a. Strngth Opportunity Strategy (SO Strategy)

Di dalam strategi ini yang dilakukan adalah pemanfaatan kekuatan yang di miliki oleh perusahaan guna memperoleh peluang sebesar besarnya di area eksternal.

b. Weakness Opportunitu Strategy (WO Strategy)

Di dalam strategi ini yang dilakukan adalah melakukan analisa guna membuat strategi yang akan di gunakan untuk memperbaiki kelemahan yang ada di internal dengan menggunakan peluang yang berasal dari eksternal.

c. Strenght Threat Strategy (ST Strategy)

Di dalam strategi ini yang dilakukan adalah memanfatkan sekuatan yang ada guna mengatasi ancaman yang berasal dan eksternal.

d. Weakness Threat Strategy (WT Strategy)

Dalam strategi ini yang dilakukan adalah membentuk kegiatan guna meminimalisir kelamahan yang ada untuk umenghidari ancaman.

I. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian dekriptif kualitatif. Deskiptif Kualitatif adalah suatu metode yang dapat digambarkan secara sistematis mengenai suatu keadaan, situasi dan fenomena yang telah terjadi. Dengan kata lain deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskipsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskipsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan kondisi yang terjadi.

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan suatu keadaan, situasi, kondisi, dan analisis mengenai bagaimana rencana startegi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata di Provinsi Banten Tahun 2017-2018 ?

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah suatu metode yang dapat digambarkan secara sistematis mengenai suatu keadaan, situasi dan fenomena yang telah terjadi. Dengan kata lain ini bertujuan untuk

mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterprestasikan kondisi yang terjadi. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan suatu keadaan, situasi, kondisi, dan analisis mengenai analisis terhadap Bagaimana Upaya Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata di Provinsi Banten Tahun 2017-2018?

b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Provinsi Banten yang menjadi titik pengambilan data penelitian yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten.

1. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

a) Data primer

Data primer merupakan salah satu jenis data dimana cara mendapatkan nya adalah di dapatkan secara langsung, data primer di peroleh melalui pihak pihak yang berkaitan langsung dengan penelitian yang sedang dilakukan, dadlam penelitian ini data primer yang di butuhkan adalah :

1) Data Observasi dan Wawancara, Pengunjung pariwisata dan masyarakat sekitar.

b) Data Sekunder

Data Sekunder merupakan salah satu jenis data dimana cara mendapatkannya adalah secara tidak langsung sepeerti dari Studi Pustaka melalui buku, jurnal, karya ilmiah, serta dokumentasi dari intansi yang bersangkutan untuk di jadikan sumber data dalam penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan data

a) Wawancara

Wawancara meruapakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan yang dilakukan secara langsung atau melakukan proses tanya jawab pada pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini dilakukan wawancara kepada pejabat di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dalam pelaksanaan Strategi Pengembangan Pariwisata di Provinsi Banten Tahun 2017-2018.

b) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen, arsip, dan laporan-laporan lain yang berkaitan dengan Strategi Pengembangan Pariwisata di Provinsi Banten Tahun 2017-2018 sehingga dapat dijadikan sumber data pada penelitian ini.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yaitu dimana bentuk analisis yang dilakukan dengan menggambarkan dan menganalisa data untuk dapat memberikan informasi dan dapat memberikan pemahaman terkait pokok permasalahan secara rinci dan sistematis. Analisis kualitatif melalui teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Adapun tahap-tahap teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi

a) Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses yang berisi pemilahan data dan pengerucutan data menjadi lebih sederhana. Dari data mentah yang di dapat dari lapangan kemudian akan di pilih dan di sederhanakan melalui tahap ini. Redusi merupakan sebuah tahap dimana data akan di filter, di tajamkan, arahkan dan data yang tidak perlu akan di buang sehingga data yang ada hanya data yang valid.

b) Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu proses dengan tahap menyajikan atau menyusun data informasi yang di sampaikan menjadi jelas. Reduksi data juga meruapakan salah satu tahap yang menngacu pada perumusan narasi berupa sebuah deskipsi terkait dengan kondisi yang terperinci guna mendeskripsikan sekaligus menjawab permasalahan.

c) Pengembilan Kesimpulan

Pengambilan atau penarikan kesimpulan merupakan proses menganalisis dan menggabungkan informasi-informasi yang telah menjadi kesimpulan dengan tetap mengacu pada pokok permasalahan penelitian ini. Dengan demikian penelitian ini dapat mempermudah proses pengambilan dan penarikan kesimpulan sehingga dapat menjawab pokok permasalahan penelitian dan mencapai tujuan penelitian secara baik dan benar.