

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia Pariwisata menjadi aspek penting bagi eksistensi suatu negara di dunia internasional. Pariwisata dapat juga menjadi suatu komoditi yang dapat dijual sehingga dapat menghasilkan dan membawa kemajuan bagi suatu bangsa, bahkan dunia pariwisata dapat menjadi salah satu tolak ukur yang penting dalam menilai seberapa jauh perkembangan atau kemajuan suatu negara. Pariwisata tidak hanya berpengaruh terhadap kondisi ekonomi dalam negara tersebut, akan tetapi juga sedikit banyak berdampak pada terjadinya pola hubungan antar bangsa yang kondusif dan berkesinambungan sehingga hubungan antara satu negara dengan negara lain akan tetap terjaga dan akan saling menguntungkan terutama dalam hubungan kepariwisataan.

Indonesia adalah negara berkembang yang sangat terkenal dengan kesuburan dan keindahan alamnya. Berbagai jenis tumbuhan bisa tumbuh subur di Indonesia, sektor migas juga tidak kalah kaya dengan negara di Timur Tengah. Indonesia terdiri dari berbagai pulau dengan tawaran keindahan masing-masing. Dengan beberapa kekayaan tersebut negara-negara lain, baik negara maju maupun negara berkembang akan selalu tertarik untuk melakukan kerja sama dalam setiap sektor usaha dan pekerjaan. Investor-investor asing banyak yang menanamkan modalnya di Indonesia karena merasa terjamin akan keberhasilannya. Obyek-obyek wisata di setiap pulau di Indonesia menjadi target untuk para investor dalam pengembangan modal.

Para ahli mendefinisikan pariwisata sebagai berikut:

International Union of Official Travel Organization (IUOTO sekarang UN-WTO) mendefinisikan pariwisata sebagai berikut: "*Tourism is the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes*" (Pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang atau sekelompok orang ke suatu tempat, diluar tempat tinggalnya dan tinggal di tempat tersebut kurang dari satu tahun untuk keperluan liburan, bisnis dan kegiatan-kegiatan lainnya). (WTO, dalam Richardson & Flicker, 2004: 6).¹

Sedangkan menurut Fennel Pariwisata adalah "*Devined as the interrelated system that includes tourists and the associated services that are provided and utilised (facilities, attractions, transportation, and accomodation) to aid in their movement*" (Kegiatan yang berhubungan dengan orang yang melakukan serangkaian kegiatan wisata (wisatawan) dan dihubungkan dengan pemanfaatan (fasilitas, atraksi, transportasi dan akomodasi) untuk membantu perjalanan mereka). (Fennel, 1999: 4).²

Parawisata di Indonesia seakan menjadi tujuan utama bagi para investor dan pemilik modal serta para wisatawan yang sekedar menjadikan Indonesia menjadi target tujuan wisata. Indonesia juga sering menjadi pilihan tempat yang paling menarik untuk event-event besar dunia. Banyak tawaran lokasi yang multifungsi yang bisa digunakan dalam menjalankan berbagai jenis kegiatan-kegiatan internasional. Dengan mendapatkan kepercayaan sebagai tuan rumah untuk berbagai acara dunia, dampak positif yang di dapatkan adalah secara tidak langsung ini bisa dijadikan sebagai langkah awal promosi Indonesia untuk bisa dikenal oleh masyarakat dunia. Kemudian dampak positif lain adalah berdampak langsung pada negara dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

¹ I Gde Pitana & I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta, Penerbit ANDI, 2009, hal 45

² I Gde Pitana & I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta, Penerbit ANDI, 2009, hal 45

Dunia pariwisata juga di sadari sebagai salah satu instrumen politik bagi suatu negara dalam menjalani hubungan dengan negara lain, karena secara tidak langsung, pariwisata internasional semacam ini dapat menumbuhkan pola simbiosis mutualisme antara satu negara dengan negara lain, yang nantinya diharapkan akan terus berlangsung.³

Pariwisata juga mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Upaya pengembangan pariwisata diharapkan mampu memberikan dampak ekonomi baik tingkat nasional maupun daerah. Bahkan di era globalisasi ini peranan pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat langsung kepada daerah dan masyarakat. Itulah pentingnya optimalisasi dalam mengembangkan daerah wisata sehingga akan berdampak langsung pada masyarakat. Efektifitas pariwisata dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan pendapatan daerah harus menjadi acuan utama bagi pemerintah dalam mengembangkan semua sektor wisata dengan maksimal.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Asing Ke Indonesia

NO	Tahun	Jumlah/orang	Ket %
1	2010	7.002.944	-
2	2011	7.649.731	Meningkat 9,23
3	2012	8.044.462	Meningkat 5,16
4	2013	8.802.134	Meningkat 9,41
5	2014	2.910.509	-

Sumber: www.bps.go.id/statistics-indonesia-kunjungan-wisata

³ Frans Gromang, *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta, Pradnya Paramita, 1992, hal 3

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia dari tahun ketahun selalu mengalami peningkatan yang signifikan, hal tersebut akan sangat mempengaruhi peningkatan aktifitas perekonomian Indonesia karena sektor pariwisata merupakan salah satu pemberi kontribusi yang sangat besar bagi Negara, dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisata ke Indonesia maka akan meningkat pula kontribusi yang akan diberikan sektor wisata kepada Negara yaitu peningkatan jumlah APBN.

Pada tahun 2011 sektor pariwisata memberikaan kontribusi kepada Negara sebesar 8,55 miliar dolar Amerika Serikat, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2012 dengan kontribusi sebesar 9,12 miliar dolar AS, dan dari hasil pendataan terakhir pada tahun 2013 kembali mengalami peningkatan dengan kontribusi sebesar 9,87 miliar dolar AS. Dengan demikian dapat kita ketahui bahwa kontribusi sektor pariwisata kepada Negara sangatlah besar dan dari tahun ketahun saampai saat ini selalu mengalami peningkatan dengan catatan harus diiringi dengan peningkatan jumlah kunjungan wisata ke Indonesia.⁴

Lombok adalah salah satu pulau kecil yang tertelatak di propinsi Nusa Tenggara Barat. Lombok sudah terkenal sebagai salah satu tujuan wisata dunia maupun lokal. Lombok sangat terkenal dengan berbagai macam keindahan alamnya, keanekaragaman budaya dan berbagai tawaran wisata lainnya. Sehingga dalam memperkenalkan objek wisata di berbagai daerah

⁴ www.republika.co.id/kontribusi-pariwisata-kepada-negara

(kabupaten) di Lombok akan sangat mudah kerana *mindstream* orang tentang Lombok adalah pantai yang indah dan berbagai kekayaan budaya yang sangat menarik bagi semua wisatawan. Ketika sudah menjadi *mainstream* masyarakat tentang keindahan di Lombok akan sangat membantu dalam mempromosikan secara lebih spesifik berbagai daerah yang memiliki potensi yang belum dikenal oleh masyarakat secara luas.

Dilihat sebagai salah satu daerah wisata yang menjadi salah satu tujuan prioritas wisatawan asing maupun domestik dikarenakan letak pulau Lombok yang berada di antara segitiga emas daerah tujuan wisata nasional yaitu, di sebelah timur terdapat provinsi Nusa Tenggara Timur dengan tawaran objek wisata yang juga sangat menarik minat wisatawan seperti, Taman Nasional Komodo, kemudian di sebelah barat adalah pulau Bali. Bali yang sudah mendunia akan sangat membantu dalam memperkenalkan Lombok sebagai daerah wisata yang tidak kalah menarik, karena letaknya yang tidak terlalu jauh dengan Lombok. Disebelah utara pulau Lombok terdapat Tanah Toraja yang berada di Sulawesi Selatan. Toraja sangat terkenal dengan budaya dan alamnya. Letak strategis Lombok yang berada ditengah-tengah beberapa pulau tujuan wisata menjadi nilai lebih karena selain mengunjungi Lombok, wisatawan akan dengan mudah melakukan wisata selanjutnya ke tiga pulau tersebut atau sebaliknya, ketika para wisatawan melakukan wisata ke tiga pulau tersebut maka mereka bisa

menjadikan Lombok sebagai tempat *transit* atau menjadi tempat tujuan wisata terakhir mereka.⁵

Kabupaten Lombok Barat memiliki potensi yang besar di sektor pariwisata. Alamnya yang indah dipadukan dengan keanekaragaman budaya dan peninggalan sejarah yang tak ternilai harganya, menjadikan kabupaten ini begitu eksotik dan menarik untuk di kunjungi. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Pemerintah Pusat memberikan mandat kepada Pemerintah Daerah untuk sepenuhnya melaksanakan tugas, wewenang dan tanggung jawab terhadap jalannya pemerintahan di daerah. Peran penting Pemerintah Daerah dalam hal ini lembaga eksekutif dan legislatif sebagai pelaksana dan pengawas jalannya pemerintahan sangat diharapkan, terutama pengambilan kebijakan di berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata.

Sektor Pariwisata juga memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan di Kabupaten Lombok Barat. Kepariwisataaan berfungsi sebagai salah satu piranti untuk meningkatkan pendapatan daerah. Sektor ini juga mempunyai arti penting dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dukungan dan peran serta masyarakat luas baik kalangan usaha, tokoh agama, tokoh adat, cendekiawan, budayawan, seniman, pemuda, mahasiswa, pelajar, maupun pejabat sendiri sangat dibutuhkan, karena pariwisata tidak di kelola oleh orang-perorang, akan tetapi pariwisata akan berhasil ketika semua pihak memiliki komitmen yang sama

⁵ Informasi peta 15 kawasan pariwisata unggulan, propinsi Nusa Tenggara Barat, hal 4

untuk menjadikan pariwisata sebagai kebutuhan. Dengan perkembangan pariwisata dalam suatu daerah maka hal itu akan menjadi wadah bagi semua elemen masyarakat untuk bekerjasama dalam menggapai kesejahteraan bersama, itulah kemudian yang mengharuskan sinergisitas antara pemerintah khususnya dinas pariwisata dengan masyarakat, dan dalam hal ini dukungan dan kerjasama masyarakat sangat dibutuhkan, karena perkembangan pesat dari pariwisata di suatu daerah seringkali menjadi indikator dan tolak ukur terhadap tarap hidup masyarakat.

Potensi wisata yang ada di Kabupaten Lombok Barat sangat mendukung dan memberikan kesempatan serta harapan untuk lebih di tingkatkan pengembangannya. Hal ini menjadi salah satu pertimbangan untuk menentukan strategi dan arah kebijakan pengembangan pariwisata, sehingga keberadaan objek dan daya tarik wisata diharapkan mampu memberikan peluang usaha bagi seluruh lapisan masyarakat. Pengoptimalan seluruh sumber daya yang ada pada masyarakat akan sangat menentukan perkembangan pariwisata di suatu daerah. Potensi yang dimiliki oleh masyarakat sekitar akan sangat penting dan *urgent*. Dengan kemajuan teknologi yang mampu menjangkau semua kalangan harus di dayagunakan dengan optimal. Era digital menjadi sangat penting dalam mempromosikan setiap potensi yang dimiliki oleh suatu daerah. Dengan adanya sosial media seperti *facebook, twitter, email, youtube, blog*, promosi dan tawaran terhadap objek wisata akan sangat mudah serta efektifitas waktu dan efisiensi biaya.

Potensi wisata Kabupaten Lombok Barat terdiri dari wisata alam, budaya, religi, dan buatan. Potensi wisata yang paling terkenal di daerah Lombok Barat adalah wisata alam terutama pantainya, karena hampir semua bibir pantai yang ada di Lombok Barat tergolong indah, dan sejak dahulu kabupaten ini merupakan tujuan wisata terpaforit di Propinsi Nusa Tenggara Barat. Karena kabupaten ini memiliki wisata andalan yang sudah terkenal hingga mancanegara yaitu Pantai Senggigi, walaupun di samping itu masih banyak pantai-pantai indah yang belum di kelola secara maksimal oleh pemerintah setempat.

Wisata alam yang ada di Kabupaten Lombok Barat antara lain: Pantai Cemara, Pantai Elak-Elak, Pantai Sepi, Bangko-Bangko, Gili Gede, Gili Nanggu, Gili Poh. Selain pantai dan gili daerah ini juga di dukung oleh hutan lindung yaitu Hutan Pusuk dan Sesaot. Ada juga wisata religi seperti: Makam Batulayar, Pura Batu Bolong, dan Makam Keramat Cemara. Ada juga wisata sejarah dan budaya seperti: Taman Narmada, Lingsar, dan Masjid Kuno Karang Bayan. Adapun wisata buatan diantaranya: Padang Golf Narmada, Taman Suranadi, dan Pelabuhan Lembar yang seringkali juga di jadikan sebagai tempat wisata oleh masyarakat sekitar karena lokasinya yang berada di sebuah selat kecil yang di kelilingi bukit-bukit yang indah dan pemandangan yang cukup menarik dan keadaan alam yang masih sangat alami.

Di lihat dari potensi wisata yang dimilikinya, peluang Lombok Barat untuk berkembang dan menjadi kabupaten panutan di Propinsi Nusa

Tenggara Barat sangat besar, maka dari itu pemerintah Kabupaten Lombok Barat menjadikan pariwisata sebagai titik fokus pengembangan daerah, karena pariwisata merupakan salah satu pendukung dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui peningkatan jumlah kunjungan wisata dan lama tinggal wisatawan Nusantara dan Mancanegara di Lombok Barat. Dilihat dari sisi geografis kabupaten Lombok Barat adalah kabupaten yang sangat strategis karena terletak tidak terlalu jauh dari pusat pemerintah propinsi Nusa Tenggara Barat. Hal ini menjadi nilai lebih dalam menawarkan lokasi-lokasi wisata yang mudah dijangkau dengan mudahnya akses akomodasi ke semua daerah wisata. Karena untuk menarik minat wisatawan dalam kunjungan ke daerah wisata, para wisatawan bukan hanya melihat obyek yang akan dituju, namun akses untuk mencapai daerah tersebut menjadi hal yang sangat di perhitungkan.

Berbagai potensi pariwisata tersebut, sudah selayaknya dan harus dilakukan penjagaan dan pengembangan maksimal oleh pemerintah kabupaten Lombok Barat. Dinas Pariwisata Lombok Barat adalah institusi pemerintah yang memiliki peran besar dalam lingkup pemerintah daerah untuk terus melestarikan dan mengembangkan sektor-sektor wisata di Lombok Barat guna meningkatkan minat wisatawan mancanegara maupun domestik untuk selalu mengunjungi kawasan-kawasan wisata tersebut. Untuk mendapatkan hasil maksimal dalam mengembangkan daerah wisata tentu Dinas Pariwisata Lombok Barat tidak bisa menjalankan misi tersebut dengan sendiri, oleh karena itu perlunya kerjasama yang solid antara pemerintah

propinsi Nusa Tenggara Barat, pemerintah daerah Lombok Barat dan semua elemen masyarakat harus diberi kesadaran untuk terus mendukung dan memantau semua jenis kegiatan yang bertujuan untuk pengembangan daerah-daerah wisata. Kerjasama tersebut akan sangat penting untuk mencapai tujuan bersama yaitu Lombok Barat sebagai tujuan kunjungan wisata lokal, nasional dan bahkan dunia. Karena dengan melihat potensi wisata yang dimiliki oleh Lombok Barat terdapat beragam jenis wisata yang menarik. Lombok Barat bukan hanya sekedar menawarkan wisata keindahan alam melainkan ada berbagai daerah tujuan wisata lainnya yang tidak kalah menarik untuk dijadikan sebagai objek wisata. Beberapa objek wisata tersebut antara lain adalah wisata kuliner, budaya, kerajinan tangan, dan tempat-tempat bersejarah. Dengan beragam pilihan wisata yang bisa dinikmati di Lombok Barat menjadi semakin menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik wisata dengan multi objek ini menjadikan setiap wisatawan dalam kunjungannya tidak hanya monoton pada satu pilihan, keberagaman ini kemudian menjadi *selling point* (nilai jual) dan sekaligus menjadi defresiansi dengan daerah lain yang sama-sama menawarkan hanya keindahan alamnya. Kekayaan budaya dan sejarah di Lombok Barat menjadi kekuatan dalam mempengaruhi strategi promosi untuk mendatangkan wisatawan, berikut tabel obyek wisata yang bisa di kunjungi dan sampai saat ini masih berkembang dan berusaha untuk lebih di kembangkan di Kabupaten Lombok Barat.

Tabel 1.2

Obyek Wisata Yang Berkembang di Kabupaten Lombok Barat

No	Nama Obyek	Lokasi	Jenis Obyek Wisata	Jarak Dari Mataram (Km)
1	Pantai Senggigi	Senggigi	Alam	13
2	Batu Bolong	Batulayar	Budaya	12
3	Pantai Mangsit	Senggigi	Alam	20
4	Hutan Wisata Pusuk	Kekait	Alam	16
5	Taman Lingsar	Lingsar	Budaya	9
6	Taman Narmada	Narmada	Budaya/Sejarah	12
7	Suranadi	Suranadi	Budaya/Sejarah	17
8	Banyumulek	Banyumulek	Budaya/Sejarah	10
9	Pura Agung Gunungsari	Lendang Bajur	Budaya	4
10	Desa Sesela	Sesela	Budaya	5
11	Gunung Pengsong	Kuranji	Budaya	5
12	Karang Bayan	Karang bayan	Budaya	14
13	Aik Nyet	Narmada	Alam	20

Sumber: <http://dinaspariwisatalombokbarat.blogspot.com>

Tawaran wisata yang beragam bisa saling menguatkan untuk melakukan strategi-strategi promosi dalam meningkatkan minat wisatawan yang akan berkunjung ke Lombok khususnya di daerah Lombok Barat. Semua pihak yang terlibat dalam melakukan serangkaian kegiatan promosi akan memudahkan untuk membangun *image* kepada masyarakat Indonesia sebagai target wisatawan domestik serta masyarakat dunia sebagai wisatawan mancanegara bahwa Lombok Barat adalah pilihan yang tepat sebagai

destinasi wisata untuk semua kalangan. Karena setiap orang memiliki perbedaan antara satu sama lain dalam menentukan tujuan wisata yang akan dituju. Oleh karena itu, dengan beragam tujuan wisata yang bisa di dapatkan di Lombok Barat pentingnya strategi promosi yang tepat untuk terus meningkatkan jumlah wisatawan yang akan berkunjung ke Lombok Barat. Pemanfaatan semua sumberdaya harus maksimal. Kemajuan teknologi menjadi poin penting dalam melakukan promosi wisata, karena mayoritas masyarakat Indonesia saat ini dan masyarakat dunia merupakan masyarakat yang melek terhadap internet.

Berangkat dari semua potensi yang dimiliki oleh Lombok Barat, sehingga mengharuskan semua elemen masyarakat dituntut untuk memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya kemajuan pariwisata guna menunjang taraf hidup masyarakat yang lebih baik dan layak. Itulah salah satu pokok penting yang harus disadari oleh pemerintah kabupaten Lombok Barat sesuai dengan misi Kabupaten Lombok Barat yaitu: mempunyai kualitas dan kemampuan berprestasi dan berdaya saing, sehingga masyarakat Lombok Barat dapat sejajar atau bahkan lebih tinggi dari daerah lain, ditandai dengan meningkatnya kualitas hidup dan tercukupi segala kebutuhan kehidupan masyarakatnya.

Berikut perkembangan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Lombok Barat setelah dilakukan pemisahan kunjungan ke Kabupaten Lombok Utara.

Tabel 1.3

Data Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Lombok Barat

No	Tahun	Asal Wisatawan			Ket
		Wisman	Wisnus	Jumlah	
1	2009	64.937	136.218	201.155	Setelah Pemekaran Lombok Barat
2	2010	70.270	159.774	230.068	
3	2011	85.008	184.972	269.980	
4	2012	110.457	196.763	307.220	
5	2013	132.693	240.352	373.045	

Sumber: Dinas Pariwisata Lombok Barat

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisata ke Kabupaten Lombok Barat setelah pemekaran (Lombok Utara) dari tahun ke tahun selalu meningkat walaupun peningkatannya tidak terlalu drastis, dengan demikian dapat dilihat potensi Lombok Barat untuk berkembang sangat besar karena perkembangan jumlah kunjungan wisatanya yang selalu meningkat setiap tahunnya. Melihat potensi daerah wisata yang ada di Lombok Barat, menurut peneliti penting untuk melihat seberapa besar efektifitas promosi dan pengembangan wisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana manajemen strategis pengembangan kepariwisataan di kabupaten Lombok Barat tahun 2013-2014?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Lombok Barat tahun 2013-2014?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi pengembangan kepariwisataan oleh dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat.
2. Mengetahui implementasi strategis dalam melakukan pengembangan kepariwisataan oleh dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat.
3. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan pengembangan kepariwisataan oleh dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai acuan baru dalam mengembangkan dan mempromosikan potensi wisata di suatu daerah

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai khazanah baru dalam melakukan pengembangan wisata dan budaya.
- b. Sebagai bahan evaluasi dari strategi promosi dan pengembangan wisata dan budaya yang kurang efektif.
- c. Penelitian ini bisa dijadikan acuan oleh daerah lain dalam melakukan pengembangan wisata dan budaya.

E. Kerangka Dasar Teori

1. Strategi

Promosi dan pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan guna memberikan pengenalan produk kepada khalayak, tentunya dalam kegiatan ini ada target-target tertentu yang harus dicapai oleh pemasar atau perusahaan yang memasarkan produknya, untuk mencapai target yang diinginkan maka diperlukan peran strategi dalam memasarkan dan mempromosikan produk tersebut.

Strategi merupakan suatu rencana atau cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, sebuah perusahaan harus merencanakan langkah-langkah mereka untuk mencapai tujuan yang telah disepakati, dan rencana tersebut dipersiapkan dengan matang dan serius, strategi yang matang akan sangat mendukung tercapainya target perusahaan dan strategi juga akan sangat mempengaruhi efektifitas pemasaran. Untuk mencapai pemasaran yang efektif dan efisien maka diperlukan sebuah manajemen strategis untuk mengatur segala rencana yang akan dilakukan kedepan.

a. Manajemen Strategis

Manajemen strategis merupakan serangkaian perencanaan strategis yang dibuat oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mengatur dan merancang pergerakan organisasi atau perusahaan tersebut dalam jangka waktu yang panjang. Manajemen strategis

juga bisa diartikan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

(Olsen dan Eadie 1982) mendefinisikan perencanaan strategis sebagai upaya yang didisiplinkan untuk membuat keputusan dan tindakan penting yang membentuk dan memandu bagaimana menjadi organisasi, apa yang dikerjakan organisasi, dan mengapa organisasi mengerjakan hal seperti itu.⁶

Manajemen strategis mempunyai empat proses didalam aplikasinya yaitu: 1) pengamatan lingkungan, 2) perumusan strategi, 3) implementai strategi, dan 4) evaluasi dan pengendalian. Proses tersebut yang dilakukan dalam manajemen strategis yaitu dari pengamatan lingkungan sampai evaluasi, namun yang terpenting dalam manajemen strategis untuk masa depan perusahaan adalah faktor-faktor strategis yaitu: *Stengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan), dan *Threats* (ancaman) yang seringkali disingkat S.W.O.T. dan sering digunakan untuk menganalisis masa depan perusahaan dan untuk mengeahui keadaan perusahaan.⁷

Sebagaimana teori manajemen strategis (Olsen dan Eadie), pengamatan terhadap keadaan lingkungan sangat diperlukan sebelum membuat keputusan dan tindakan penting dalam organisasi publik

⁶ John M. Bryson, *Perencanaan Strategis*, Pustaka Pelajar, hal 5

⁷ J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, hal 9

agar tujuan yang diinginkan sesuai dengan implementasinya, setidaknya dapat meminimalkan (ancaman dan kelemahan) serta memanfaatkan sebaik-baiknya (peluang dan kekuatan) untuk merespon secara efektif perubahan lingkungannya, disamping itu mereka juga harus berusaha menafsirkan apa yang dilihat oleh karena itu proses manajemen strategis dalam hal ini berperan sebagai penyedia informasi tentang kekuatan dan kelemahan internal organisasi sehubungan dengan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya.

Setelah pengamatan lingkungan dan mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan serta ancaman sebuah organisasi publik maka langkah yang harus ditempuh selanjutnya adalah perumusan strategis, yaitu pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen yang lebih efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi tersebut. Perumusan strategis dapat menentukan visi-misi organisasi, tujuan pengembangan strategis dan penetapan pedoman kebijakan yang akan diambil.

Peran perencanaan strategis merupakan langkah penting dalam pengembangan suatu organisasi publik, karena hasil dari analisis SWOT akan dirumuskan menjadi patokan pengambilan kebijakan, agar kebijakan yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang diharapkan

dan akan lebih efektif dalam pelaksanaannya nanti, karena dalam perumusan strategis ini sudah bisa diprediksi ancaman dan kelemahan organisasi, sehingga ketika pelaksanaannya dapat diatasi dengan peluang dan kekuatan organisasi tersebut.

Setelah perumusan strategis dirasa sudah siap untuk diimplementasikan, maka tibalah saatnya mengimplementasikan strategi yang telah dirumuskan tersebut. Implementasi strategis merupakan proses dimana manajemen menentukan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur yang ada dalam organisasi tersebut. Dalam implementasi dilakukan penyesuaian kebutuhan organisasi dalam pengembangan, yaitu apakah akan diadakan perombakan dalam budaya organisasi atau perombakan secara keseluruhan, perombakan ini akan disesuaikan dengan kebutuhan organisasi yang akan melakukan pengembangan, biasanya implementasi strategis melibatkan keputusan sehari-hari dalam alokasi sumber daya sebagai penyesuaian dan pengimbangan dari hasil analisis SWOT.

Ketika semua proses dari perencanaan sampai implementasinya sudah dilaksanakan maka proses yang terakhir ini harus diperhatikan dengan baik karena dalam proses inilah semua strategi yang dijalankan secara perlahan disesuaikan dan disempurnakan proses ini adalah proses evaluasi dan pengendalian, dimana dalam proses ini

aktifitas-aktifitas dan hasil kinerja organisasi akan dibandingkan dengan tujuan yang akan dicapai maka dari itu dalam proses inilah dilakukan perbaikan, penambahan, pengurangan, sampai semua bisa dibalang sesuai dan akan menuju ke sempurna. Proses evaluasi dan pengendalian memang sangat sederhana namun sangat penting untuk menopang keberhasilan dari sebuah manajemen strategis karena ketika dirasakan ada kejanggalan dalam proses ini maka manajer secara otomatis akan mengambil tindakan untuk mengandalikan dan menstabilisasi organisasi tersebut, proses evaluasi dan pengendalian akan efektif ketika setiap ditemukan kejanggalan dalam organisasi maka langsung ditindaklanjuti dan dicarikan jalan keluarnya agar bisa berjalan sesuai dengan perencanaan strategisnya.

Setiap strategi yang efektif akan mendapatkan keuntungandari kekuatan dan peluang sekaligus meminimalisir atau mengatasi kelemahan dan ancaman, dalam menyusun manejemen strategis yang baik maka dibutuhkan analisis SWOT untuk menentukan langkah-langkah yang akan di ambil dalam pembuatan keputusan dan tindakan penting dalam organisasi publik, karena analisis SWOT menurut (R.W. Backoff 1985)⁸ dapat memperjelas ketegangan atau permasalahan yang kemungkinan akan menghampiri organisasi publik dengan cara menjajarkan dua dimensi pokok yaitu : baik (kekuatan dan peluang), dan buruk (kelemahan dan ancaman), masa

⁸ John M. Bryson, *Perencanaan Strategis*, Pustaka Pelajar. hal 141

kini (kekuatan dan kelemahan) dan masa datang (peluang dan ancaman).

b. Strategi Pengembangan Kepariwisata

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah akan sangat berpengaruh terhadap pembangunan dan perekonomian di daerah atau negara yang bersangkutan. Karena dalam pengembangan pariwisata pasti diperhitungkan untuk kepentingan dan manfaat bagi masyarakat banyak, terutama masyarakat yang berpenghuni di daerah tujuan wisata.

Pengembangan pariwisata adalah segala usaha dan kegiatan yang terkoordinir untuk menarik para wisatawan, dalam hal ini menyediakan sarana-prasarana, barang-jasa, dan semua fasilitas yang menjadi kebutuhan para wisatawan selama berada di tempat wisata tersebut.

Adapun strategi pengembangan wisata meliputi :

1) Strategi Pengembangan Produk Wisata

Strategi pengembangan produk wisata adalah strategi yang dijalankan untuk bisa menarik dan menambah adrenalin para wisatawan untuk menikmati tempat wisata yang ditawarkan. Adapun yang dimaksud dengan produk wisata disini adalah hal menarik yang ditawarkan kepada wisatawan selama berada di

tempat tersebut, seperti: *Atraksi* yaitu adanya acara-acara pagelaran seni budaya daerah yang khas dan tergolong aneh namun menarik dalam kacamata wisatawan. *Amenitas* yaitu tersedianya fasilitas yang memadai dan sesuai dengan *budget* yang dimiliki, seperti hotel, restoran dan lain-lain. dan *Aksesibilitas* yaitu tersedianya sarana dan prasarana yang memadai, seperti alat transportasi yang terjangkau untuk mengantarkan para wisatawan sampai ke tempat wisata dengan aman dan nyaman.

2) Strategi Pemasaran dan Promosi

Pada dasarnya pemasaran pariwisata adalah usaha yang dilakukan suatu organisasi pariwisata nasional (OPN) atau organisasi pariwisata daerah (OPD) untuk menarik wisatawan (wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara) lebih banyak datang, lebih lama tinggal dan lebih banyak membelanjakan dollar atau rupiahnya pada daerah tujuan wisata (DTW) yang dikunjungi.⁹ Pemasaran wisata dapat diartikan sebagai suatu sistem dan koordinasi yang dilakukan sebagai kebijakan bagi perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata, baik milik swasta atau pemerintah dalam ruang lingkup, lokal, regional, nasional, atau internasional untuk mencapai kepuasan para wisatawan dengan meraih keuntungan

⁹ Oka A. Yoeti, *Perencanaan strategis dan pemasaran daerah tujuan pariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2005.

yang sewajarnya, dan tidak memberatkan bagi para wisatawan, dengan kata lain wisatawan puas pengelola wisata dan pemerintahan juga merasa puas.

Langkah-langkah dan strategi untuk mempromosikan objek wisata antara lain sebagai berikut:¹⁰

- a) Membentuk sistem informasi pariwisata menggunakan media infirmasi untuk memberikan informasi tentang obyek wisata termasuk informasi transportasi dan akomodasi.
 - b) Menentukan kebutuhan yang diinginkan wisatawan dan melayani segala kebutuhan yang diperlukan.
 - c) Menentukan produk wisata dan program pemasarannya.
 - d) Memperkenalkan *souvenir-souvenir* yang terkait dengan masing-masing objek wisata.
 - e) Sumber-sumber daya yang dimiliki suatu daerah sebagai daerah tujuan wisata (DTW).
 - f) Ciri atau bentuk komunikasi yang digunakan untuk setiap komponen promosi yang dapat digunakan atau yang tersedia.
- 3) Strategi pengelolaan lingkungan

Pengembangan wisata alam pada dasarnya dilihat dari potensi dan kualitas lingkungannya, dimana dari sejak awal dikembangkannya harus selalu memperhatikan dampak

¹⁰ Oka A. Yoeti, Perencanaan strategis dan pemasaran daerah tujuan pariwisata, Pradnya Paramita, Jakarta, 2005.

lingkungannya agar tidak terjadi kerusakan lingkungan. Sebagaimana yang dimaksud lingkungan dalam hal ini antara lain: lingkungan fisik, biotis, sosial, ekonomi, dan budaya yang ada di daerah wisata tersebut.

4) Strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM)

Pariwisata merupakan kegiatan bisnis yang dijalani oleh manusia. Sebuah usaha kepariwisataan bisa dikatakan berhasil ketika manusia satu dengan yang lain saling menyenangkan. Pengunjung harus dibuat senang dengan apa yang mereka lihat dan apa pengalaman mereka ketika menjalin hubungan dengan masyarakat lokal. Peningkatan kualitas SDM dalam rangka peningkatan mutu pelayanan terhadap wisatawan dapat dilakukan dengan kegiatan-kegiatan berikut:¹¹

- a) Memberikan pembinaan secara intensif sebagai masyarakat sadar wisata dengan melibatkan komponen pendampingan LSM atau pemerintah yang bergerak dibidang pariwisata.
- b) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya memberikan dan menambah motivasi masyarakat dalam mempertahankan adat dan kutur historisnya.
- c) Meningkatkan kualitas pendidikan, khususnya dalam bidang kepariwisataan.

¹¹ Oka A. Yoeti, Perencanaan strategis dan pemasaran daerah tujuan pariwisata, Pradnya Paramita, Jakarta, 2005.

d) Adanya dukungan perencanaan yang sistematis, mulai dari penyusunan Rencana Induk Pariwisata Daerah (RIPDA) dan Rencana Induk Pengembangan Obyek Wisata (RIPOW) sampai program kerja Dinas Pariwisata.

5) Strategi Pengembangan Investasi

Investasi memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan dan pengembangan wisata. Investasi bagaikan motor yang menggerakkan kehidupan ekonomi nasional, karena pembentukan modal dapat memperbesar kapasitas produksi, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Dalam berinvestasi, investor biasanya memainkan perannya dibidang sarana dari prasarana (*amenitas*), dengan maksud untuk menunjang dan menjadi pijakan bagi para pembuat program pengembangan fasilitas tersebut agar terciptanya kemudahan dan kenyamanan wisatawan dalam memperoleh layanan wisata. Fasilitas-fasilitas yang dimaksud meliputi:¹²

a) Akomodasi Hotel

Fasilitas akomodasi hotel diperlukan guna meningkatkan lama tinggal wisatawan di daerah wisata. Karena bila tidak tersedia fasilitas akomodasi hotel dan

¹² Oka A. Yoeti, Perencanaan strategis dan pemasaran daerah tujuan pariwisata, Pradnya Paramita, Jakarta, 2005.

lain-lain maka wisatawan yang ingin tinggal lebih dari satu hari akan kesulitan mencari tempat tinggal.

b) Travel Agent

Dalam melakukan wisata, tidak semua orang bisa mengatur perjalanan wisaranya sendiri, terkadang wisatawan memerlukan bantuan jasa penyelenggara perjalanan wisata untuk mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan wisata mereka. Salah satu tipe dari usaha perjalanan wisata adalah Biro Perjalanan Wisata (BPW), yang bukan hanya memberikan jasa antar sampai di tempat wisata, tetapi lebih pentingnya lagi memberikan jasa layanan berbagai informasi kepada wisatawan baik mengenai daerah wisata yang akan dikunjungi maupun informasi akomodasi, restoran sarana transportasi, paket wisata, serta berbagai informasi lain yang diperlukan.

c) Transportasi

Tersedianya transportasi tentu akan sangat memudahkan wisatawan untuk menjangkau daerah wisata yang akan dituju, disamping itu kenyamanan angkutan juga harus diperhatikan seperti keadaan kursi angkutan yang baik, apabila angkutannya berupa bus maka fasilitas seperti AC, Toilet, sound sistem dan lain-lain harus diperhatikan, juga kecepatan transportasi untuk menghemat waktu bagi

wisatawan tanpa melupakan kenyamanan dan keselamatan wisatawan.

d) Bar dan Restoran

Yang penting dalam fasilitas ini adalah makanan yang disediakan selain cocok dengan selera para wisatawan hendaknya pelayanan yang diberikan bersifat pelayanan yang cepat disamping harga yang memadai.

e) Bank dan money changer

Bank dan money changer adalah sarana yang sangat menunjang kebutuhan berwisata, keberadaannya sangat dibutuhkan oleh wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata, hal ini sangat mendukung kegiatan kepariwisataan yaitu sebagai sarana penukaran uang.

f) Toko cinderamata/souvenir

Untuk menunjang kesan dalam diri wisatawan maka sangat dibutuhkan cinderamata yang akan dibawa pulang oleh para wisatawan, cinderamata yang dibutuhkan oleh wisatawan tentunya hasil kerajinan khas yang ada di daerah tersebut, yang biasanya disebut souvenir, dalam hal ini diperlukan toko-toko souvenir untuk melayani kebutuhan wisatawan, dan keberadaan toko cinderamata juga sebagai sarana untuk promosi produk daerah. Strategi-strategi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- (1) Pengembangan investasi sarana dan prasarana publik pada lokasi objek daya tarik wisata
- (2) Meningkatkan peran sektor swasta dan masyarakat dalam melakukan investasi yang bersifat komersial
- (3) Meningkatkan iklim yang kondusif bagi penanam modal pada usaha pariwisata
- (4) Memberikan insentif bagi para pengusaha yang akan berusaha dibidang pariwisata
- (5) Menyiapkan infrastruktur penunjang pariwisata, seperti jaringan transportasi, telekomunikasi, listrik, air bersih, dan lain-lain.

6) Strategi Pengembangan Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral.¹³ Aksesibilitas terbagi menjadi duabagian yaitu:

- a) Aksesibilitas internal adalah kemudahan bagi mobilitas dan pergerakan wisatawan dari satu objek wisata ke objek wisata lainnya yang masih dalam satu kawasan wisata
- b) Aksesibilitas eksternal adalah kemudahan bagi mobilitas dan pergerakan wisatawan menuju ke kawasan wisata.

Strategi pengembangannya adalah sebagai berikut:

¹³ Gamal Suwanto, *Dasar-dasar Pariwisata*, Yogyakarta, 1997, hal 56

- a) Mengembangkan sistem jaringan untuk aksesibilitas wilayah
- b) Meningkatkan kualitas pelayanan sistem transportasi
- c) Meningkatkan keterpaduan antar-modal transportasi
- d) Mendukung perwujudan pengembangan wilayah yang berwawasan lingkungan.

2. Kepariwisata

Secara etimologis kata pariwisata berasal dari bahasa sangsekerta. Kata ini terdiri dari dua suku kata, yaitu "Pari" dan "Wisata".Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian.¹⁴ Oka A. Yoeti memberikan batasan pariwisata sebagai berikut¹⁵

"Pariwisata sementara ini suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk menikmati keinginan untuk beraneka ragam".

Menurut Salah Wahab

"Pariwisata adalah suatu efektifitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapatkan pelayanan secara bergantian antara orang-orang disuatu negara itu sendiri meliputi kediaman orang-orang daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragan dan berbeda apa yang dialaminya dan didapatkan pada tempat asalnya".¹⁶

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009

¹⁴ Oka A Yoeti, Pengantar Ilmu Pariwisata, Bandung, 1987 ,hal 103

¹⁵ Ibid, hal 109

¹⁶ Oka A. Yoeti, *Pemasaran Pariwisata*, Angkasa Bandung, hal 21

“Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”.¹⁷

Pariwisata juga merupakan kompleksitas bisnis yang didalamnya terdapat fenomena berupa hubungan timbal balik dan interaksi diantara pemangku kepentingan (*threefolding*), yaitu: pemerintah, pengusaha, atau dunia usaha pariwisata, dan masyarakat yang menerima kunjungan wisata.¹⁸ hubungan tersebut dilakukan untuk membentuk daya tarik wisata dan sebagai penjamu bagi para wisatawan yang berkunjung, sehingga wisatawan tidak merasa kaku ketika berada disebuah tempat yang baginya masih asing atau belum pernah dikenal sama sekali, dengan adanya hubungan tersebut diharapkan para wisatawan dapat merasakan keamanan dan kenyamanan ditempat wisata yang dikunjungainya sehingga minat wisatawan untuk menikmati daerah tersebut akan bertambah. Disamping itu juga akan menambah daya tarik wisata tersebut sehingga tujuan-tujuan dari kepariwisataan dapat tercapai sesuai dengan yang diinginkan.

a. Daya Tarik Wisata

Berbicara tentang daya tarik wisata, menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam,

¹⁷ UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.

¹⁸ Dewa Putu Oka Prasiasa, Wacana Kontemporer Pariwisata, hal 16

budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Definisi tersebut menggambarkan bahwa ruang lingkup daya tarik wisata sangat luas, dari alam yang memang sudah terbentuk dengan sendirinya (*natural resources*), budaya masyarakat yang sudah melekat (*culture*), hingga segala sesuatu hasil karya manusia (*man made resources*).

Daya tarik wisata juga bisa berupa kombinasi antara alam dengan hasil karya manusia yaitu pelestarian alam baik yang memang sudah indah atutup yang mempunyai potensi dan diperindah oleh tangan-tangan kreatif manusia yang menghasilkan sebuah lokasi yang benar-benar indah dan menarik untuk dikunjungi, memang yang menjadi patokan daya tarik wisata disini adalah keindahan, namun yang sangat diutamakan dalam kepariwisataan adalah keamanan dan kenyamanan para wisatawan. Faktor kenyamanan akan sangat mempengaruhi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah wisata, karena sesuai dengan tujuan para wisatawan melakukan wisata adalah untuk menikmati suatu tempat yang dikunjungi untuk mendapatkan ketenangan dan mengembalikan urat syaraf setelah mereka bekerja dan atau melakukan kegiatan-kegiatan yang menguras pikiran mereka.

Daya tarik wisata tentu saja tidak cukup hanya dengan keamanan dan keindahan saja, maka dari itu harus didukung oleh fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh para wisatawan selama

berada di daerah wisata. Menurut (Gamal Suwanto)¹⁹ fasilitas yang akan dibutuhkan oleh para wisatawan selama berada di daerah wisata pada umumnya adalah sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan akan transportasi dari dan ke negara yang dikunjunginya, baik yang berupa angkutan darat, udara, maupun laut. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut diperlukan fasilitas/sarana jasa angkutan internasional.
- 2) Kebutuhan akan penginapan dari berbagai jenis dengan tarif dan pelayanan yang sesuai. Fasilitas yang dibutuhkan adalah jasa akomodasi yang variabel, antara lain hotel, motel, losmen, dan jenis penginapan yang lainnya.
- 3) Kebutuhan akan makanan dan minuman. Yaitu wisatawan memerlukan jasa yang menyediakan pelayanan makan-minum, baik berupa makanan spesifik daerah setempat (*local food*) maupun makanan ala negara asal wisatawan. Sarn yang harus tersedia antara lain bar, restaurant, rumah makan, dan lain-lain.
- 4) Kebutuhan untuk melihat dan menikmati obyek wisata, atraksi wisata dan *tour* ketempat-tempat yang menarik. Fasilitas yang perlukan adalah jasa angkutan dan pelayanan perjalanan, seperti biro perjalanan, *tour guide* dan angkutan wisata.
- 5) Kebutuhan akan hiburan dan kegiatan rekreasi di waktu senggang. Fasilitas yang akan dibutuhkan adalah tempat-tempat

¹⁹ Gamal Suwanto, *Dasar-dasar Pariwisata*, Yogyakarta, 1997

hiburan seperti tempat golf, kolam renang, tempat karaoke, dan lain-lain.

- 6) Kebutuhan akan barang-barang cinderamata yang spesifik dan khas buatan masyarakat setempat, yang dapat dijadikan kenangan perjalanan atau sebagai oleh-oleh. Untuk memenuhi kebutuhan ini diperlukan toko-toko cinderamata (*souvenir shop*) sebagai penyalur produk kreasi seni para pengerajin di daerah setempat.
- 7) Kebutuhan untuk mendapatkan barang-barang konsumsi/keperluan pribadi yang didorong oleh keinginan berbelanja apabila dibeli di negara tempat tinggal wisatawan. Fasilitas yang diperlukan adalah tersedianya toko-toko serba ada atau toko biasa yang menawarkan barang pribadi dengan harga yang bersaing.

b. Sasaran Pariwisata

Sasaran pariwisata pada dasarnya ditujukan kepada masyarakat umum tanpa memandang status sosial dan juga bagi masyarakat yang membutuhkan suasana yang berbeda dari rutinitas sehari-harinya yang biasanya melelahkan dan telah membosankan mereka. Sasaran pariwisata bagi masyarakat umum ini dapat digolongkan kedalam dua bagian yaitu:

- 1) Wisatawan dalam negeri atau yang biasanya disebut wisatawan domestik, sasaran pariwisata ini ditujukan khusus bagi

masyarakat didalam negeri itu sendiri atau masyarakat yang berkewarganegaraan di negara itu sendiri. Contohnya: warga negara indonesia yang tinggal di aceh melakukan wisata ke lombok.

- 2) Masyarakat luar negeri atau yang biasa disebut wisatawan mancanegara, sasaran pariwisata ditujukan bagi wisatawan-wisatawan mancanegara agar tertarik untuk melakukan kegiatan wisata dengan menonjolkan daya tarik wisata dengan tawaran-tawaran objek wisata yang sekiranya akan memuaskan mereka, sehingga apa yang diharapkan para wisatawan mancanegara dapat terpenuhi.

Mengenai sasaran wisata, tidak ada pengkhususan sasaran yang harus dituju dengan maksud semua wisatawan baik itu wisatawan domestik atau wisatawan asing harus mendapatkan keamanan, kenyamanan dan pelayanan yang sama, dengan catatan harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah diatur seperti: pelayanan transportasi harus diberikan kepada seluruh wisatawan yang berkunjung dan sesuai dengan *budged* yang dikeluarkannya, begitu juga dalam hal pelayanan tempat tinggal sementara dan sebagainya, begitu juga dalam mendapatkan fasilitas-fasilitas umum yang telah disediakan pemerintah setempat.

c. Manfaat Pariwisata

1) Dalam bidang ekonomi

Manfaat pariwisata bagi perekonomian diantaranya sebagai berikut: (Leiper, 1990)²⁰

- a) Pendapatan dari penukaran valuta asing, hal ini terjadi pada wisatawan asing, walaupun pendapatan dari penukaran valuta asing tidak terlalu besar namun sangat membantu perputaran roda perekonomian, dan ketika jumlah kunjungan wisatawan asing semakin bertambah maka pendapatan dari hasil penukaran valuta asing secara otomatis akan bertambah besar.
- b) Menyehatkan neraca perdagangan luar negeri. Surplus dari pendapatan penukaran valuta asing akan menyebabkan neraca perdagangan menjadi semakin sehat, hal ini akan mendorong suatu negara mampu mengimpor beragam barang, pelayanan, dan modal untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat.
- c) Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata, yaitu pengeluaran dari wisatawan secara langsung ataupun tidak langsung merupakan sumber pendapatan dari beberapa perusahaan, organisasi atau masyarakat individu yang melakukan usaha disektor pariwisata.

²⁰ Prof.Dr. I Gde Pitana, M.Sc. & I Ketut Surya Diarta, SP.,MA "Pengantar Ilmu Pariwisata"
Penerbit ANDI Yogyakarta, 2009, hal 185

- d) Pendapatan bagi pemerintah dimana pemerintah secara otomatis akan mendapatkan keuntungan dari kegiatan pariwisata dan sumbangan terbesar pariwisata terhadap pemerintah melalui pajak, baik itu pajak restoran, hotel, toko-toko souvenir, dan lain sebagainya.
- e) Penyerapan tenaga kerja, dimana sektor pariwisata tidak bisa berdiri sendiri melainkan harus ada dukungan dari sektor lain seperti perekonomian, industri, pelayanan dan sebagainya, secara otomatis dengan banyaknya sektor yang mendukung maka lapangan kerja juga akan bertambah sehingga para pengangguran yang ada di daerah tersebut akan tersalurkan kedalam sektor-sektor tersebut.
- f) *Multiplier effects*, merupakan efek ekonomi yang ditimbulkan kegiatan ekonomi pariwisata terhadap kegiatan ekonomi secara keseluruhan disuatu wilayah (daerah, negara) tertentu. Setiap wisatawan yang membelanjakan uangnya bukan berarti hanya menguntungkan pedagang namun menguntungkan semua aspek yang terlibat didalamnya seperti: karyawan, pemasok, bahkan sampai pemerintah karena perputaran uang tersebut akan terus berjalan di jalur tersebut.
- g) Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal, dalam hal ini antara wisatawan dengan masyarakat lokal

sering berbagi fasilitas, dimana para pengusaha wisata menyediakan fasilitas yang memadai untuk menambah daya tarik wisata sehingga terkadang masyarakat lokal setidaknya mendapatkan potongan dalam memanfaatkan fasilitas tersebut, bahkan gratis.

Selain itu *World Tourism Organization* (WTO, 1980) mendefinisikan dampak positif pariwisata sebagai berikut.²¹

- a) Meningkatnya permintaan akan produk pertanian lokal, hal ini disebabkan karena peningkatan jumlah kunjungan wisata yang menambah permintaan para pengusaha restoran dan rumah makan-rumah makan yang ada untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan.
- b) Memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif, yaitu pemanfaatan lahan yang kurang produktif untuk menunjang fasilitas-fasilitas pariwisata, sehingga lahan yang tadinya tidak berharga menjadi lebih berharga dan menguntungkan pemiliknya.
- c) Mendorong pengembangan wilayah dan penciptaan kawasan ekonomi baru, tidak dapat dipungkiri pariwisata memerlukan suatu kawasan yang eksklusif dan agak berbeda dengan lingkungan sekitarnya, hal ini dikarenakan

²¹ Prof.Dr. I Gde Pitana, M.Sc. & I Ketut Surya Diarta, SP.,MA "Pengantar Ilmu Pariwisata"
Penerbit ANDI Yogyakarta, 2009, hal 188

adanya permintaan dari wisatawan dan untuk menarik wisatawan yang lebih banyak.

- d) Penyebaran infrastruktur sampai ke wilayah pelosok, berhubung banyaknya daerah wisata yang menyebar sampai ke daerah pinggiran dan otomatis akan membutuhkan infrastruktur seperti: jalan, sarana komunikasi, air bersih, listrik dan lain-lain untuk mendukungnya. Hal itu adalah timbal balik dari kegiatan pariwisata, karena setiap hasil pariwisata harus dimanfaatkan untuk menunjang infrastruktur daerah wisata yang ada dan infrastruktur ini bisa dimanfaatkan oleh masyarakat lokal untuk menunjang kegiatan ekonomi masyarakat.

2) Dalam bidang seni budaya

Salah satu faktor pendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah wisata adalah untuk memenuhi rasa ingin tau, mengagumi, atau mendalami seni budaya daerah yang dikunjunginya untuk menjadikan respon dalam hidupnya, dengan demikian wisatawan tersebut bisa mengetahui seni budaya daerah kita dan nantinya pasti akan diperkenalkan di daerahnya sendiri sehingga seni budaya daerah kita akan lebih dikenal oleh masyarakat luar terutama oleh orang asing. Walaupun tidak menutup kemungkinan akan ada efek negatifnya bagi seni budaya daerah kita.

3) Dalam bidang lingkungan hidup

Pada dasarnya pengembangan pariwisata memanfaatkan kondisi atau keindahan lingkungan yang menarik, dan cenderung menghindari terjadinya dampak kerusakan lingkungan hidup, dengan melakukan perencanaan dan penataan yang teratur dan terarah karena untuk meningkatkan daya tarik wisata yang paling sering diutamakan adalah keindahan alam, maka kelestarian alam akan tetap terjaga bahkan para pengusaha wisata akan memperindah alam sebagai daya tarik wisata.

3. Dinas Daerah

Dinas daerah merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah, baik propinsi, kabupaten atau kota. Fungsi-fungsi yang dijalankan dinas daerah antara lain: perumusan kebijakan teknis sesuai dengan lingkup tugasnya, pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum, serta pembinaan pelaksanaan tugas sesuai dengan lingkup tugasnya. Dinas daerah dipimpin oleh seorang kepala dan bertanggung jawab kepada Gubernur, Bupati/Walikota melalui sekretaris daerah.²²

Dalam menjalankan pemerintahan daerah, daerah otonom memiliki hak dan kewajiban untuk menangani beberapa kecamatan yang dibawahinya dalam pengembangan, pengelolaan dan pemeliharaan semua aset daerah yang ada seperti: Sumber Daya Alam (SDA), Sumber Daya Manusia (SDM), dan semua potensi-potensi yang ada di daerah

²² http://id.wikipedia.org/wiki/Dinas_daerah

otonom tersebut baik Propinsi, Kabupaten/Kota serta urusan-urusan yang terkait dengan daerah otonom.

Pemerintah daerah pasti membutuhkan bantuan untuk mengoptimalkan otonomi daerah yang telah diberikan oleh pemerintah pusat karena pemerintah daerah tidak mungkin bekerja sendiri, maka dari itu dibentuklah dinas-dinas daerah untuk membantu pemerintah daerah dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan yang telah dibuat sesuai dengan ruang lingkup kerja dinas-dinas tersebut. Misalnya dalam pengembangan mutu pendidikan, maka dinas pendidikanlah yang membantu pemerintah daerah, dalam pengembangan kepariwisataan, maka dinas pariwisata lah yang membantu pemerintah daerah untuk mengembangkan kepariwisataan tersebut, dan begitu juga dinas-dinas daerah yang lain berperan dan membantu pemerintah daerah sesuai dengan ruang lingkup kerja mereka. Dinas daerah juga dapat diartikan sebagai kaki tangan dari pemerintah daerah, apabila dinas daerah mengalami kepincangan maka pincanglah pemerintah daerah.

Dinas daerah memegang peran penting untuk membantu pemerintah daerah dalam menjalankan hak dan kewajibannya, peran dinas daerah telah dirumuskan oleh pemerintah daerah sesuai dengan jabatan dan ruang lingkup kerja mereka, pembentukan dinas daerah ditentukan oleh pemerintah daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yaitu dalam setiap Propinsi atau Kabupaten/kota sebanyak-

banyaknya terdiri dari 14 dinas, dan khusus Propinsi Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta sebanyak-banyaknya terdiri atas 14 dinas.

Dinas-dinas daerah di Indonesia pada umumnya adalah sebagai berikut:²³

- a. Dinas Kesehatan adalah dinas yang melaksanakan urusan pemerintah daerah dalam bidang kesehatan dari perencanaan strategis bidang kesehatan sampai penatausahaan dinas kesehatan.
- b. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil merupakan unsur pelaksana otonomi daerah dalam bidang kependudukan dan pencatatan sipil, dengan visi “terwujudnya administrasi kependudukan dan catatan sipil melalui optimalisasi kualitas pelayanan”.
- c. Dinas Sosial, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi merupakan subsistem pemerintahan yang bertanggungjawab melaksanakan pelayanan dibidang kesejahteraan sosial, ketenagakerjaan dan ketransmigrasian, untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.
- d. Dinas Pendidikan Pemuda dan Olah Raga merupakan unsur pelaksana otonomi daerah dalam bidang pendidikan, kepemudaan dan keolahragaan untuk mencapai kesetaraan dengan daerah-daerah lain dalam bidang pendidikan, kepemudaan dan olah raga.

²³ http://id.wikipedia.org/wiki/Dinas_daerah

- e. Dinas Koperasi, Usaha kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan merupakan unsur pelaksana otonomi daerah dalam bidang koperasi, UKM, perindustrian dan perdagangan.
- f. Dinas Kelautan dan Perikanan yaitu dinas yang bertugas melaksanakan urusan pemerintah daerah dibidang kelautan dan perikanan, dengan memberikan pelayanan umum dalam budidaya dan penangkapan, pesisir dan pulau-pulau kecil, peningkatan kapasitas kelembagaan, dan pemasaran serta pengawasan sumber daya kelautan dan perikanan.
- g. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu unsur pelaksana pemerintahan daerah dalam bidang kepariwisataan dan kebudayaan, dengan menyusun rencana strategis untuk meningkatkan kunjungan wisata serta tetap mempertahankan dan menjunjung tinggi budaya.
- h. Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah yaitu dinas yang bertugas melaksanakan urusan pemerintah daerah dalam pengelolaan, pendapatan baik PAD/APBD, dan aset daerah dengan peningkatan pajak terutama pada pajak Hotel dan Restoran.
- i. Dinas Pertanian dan Perkebunan yaitu unsur pelaksana urusan pemerintahan daerah dalam bidang pertanian dan perkebunan, dengan peningkatan hasil panen pada pertanian dan peningkatan hasil perkebunan.
- j. Dinas Peternakan yaitu unsur pelaksana pemerintahan daerah dalam bidang peternakan, dengan memenuhi segala kebutuhan peternakan

- di daerah, dengan demikian maka hasil peternakan akan semakin meningkat dan taraf hidup masyarakat akan semakin berkembang.
- k. Dinas Kehutanan yaitu unsur pelaksana urusan pemerintahan daerah dalam bidang kehutanan, dengan menjaga kelestarian hutan agar tercapainya kesejahteraan rakyat dan terjaganya keindahan lingkungan terutama hutan.
 - l. Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informasi yaitu sebagai pelaksana urusan pemerintahan daerah dalam bidang perhubungan, komunikasi dan informasi dengan tujuan peningkatan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan komunikasi dan informasi.
 - m. Dinas Pertambangan dan Energi yaitu unsur pelaksana pemerintahan daerah dalam bidang pertambangan dan energi dengan membuat perencanaan strategis tentang pengelolaan potensi pertambangan dan energi yang ada.
 - n. Dinas Pekerjaan Umum yaitu unsur pelaksana pemerintahan daerah dalam bidang Pekerjaan Umum, dengan tujuan mengurangi tingkat pengangguran pada masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Tugas pokok dan fungsi dinas-dinas daerah pada umumnya sebagai berikut.²⁴

²⁴ [http://id.wikipedia.org/wiki/Tupoksi Dinas daerah](http://id.wikipedia.org/wiki/Tupoksi_Dinas_daerah)

a. Tugas pokok dinas daerah

Dinas-dinas daerah pada umumnya mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintah daerah sesuai dengan ketentuan dari pemerintah daerah dan sesuai dengan jabatan dan bidang yang dijalannya.

b. Fungsi dinas daerah

Dalam melaksanakan tugas pokok maka dinas-dinas daerah menyelenggarakan fungsi pada umumnya sebagai berikut:

- 1) Penyusunan perencanaan strategis sesuai dengan bidang dan ruang lingkup kerjanya.
- 2) Perumusan kebijakan teknis sesuai dengan bidang dan ruang lingkup kerjanya.
- 3) Pelaksanaan urusan pemerintahan dan pelayanan umum sesuai dengan bidang dan ruang lingkup kerjanya.
- 4) Pembinaan, pengendalian, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan bidang dan ruang lingkup kerjanya.
- 5) Pembinaan terhadap Unit Pelaksanaan Teknis Dinas (UPTD) sesuai dengan bidang dan ruang lingkup kerjanya.
- 6) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pemerintah daerah, yaitu Gubernur, Bupati/Walikota sesuai dengan tugas pokok dan fungsi bidang dan ruang lingkup kerjanya.

F. Definisi Konseptional

Konsep adalah istilah yang terdiri dari satu kata atau lebih yang menggambarkan suatu gejala atau menyatakan suatu ide (gagasan).²⁵

Sedangkan definisi konseptional merupakan suatu pengertian dari gejala yang memberi pokok perhatian. Definisi konseptional disini sebagai penggambaran yang lebih jelas untuk menghindari kesalahpahaman tentang pengertian, pembahasan atau istilah yang ada pada masing-masing variabel.

Maka dari itu penulis akan memberikan definisi konseptional yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain:

1. Manajemen Strategis adalah serangkaian perencanaan strategis yang dibuat oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk merancang pergerakan organisasi atau perusahaan tersebut dalam jangka waktu yang panjang.
2. Strategi Pengembangan Pariwisata adalah segala usaha dan kegiatan yang terkoordinir untuk menarik minat para wisatawan, dalam hal ini penyediaan sarana-prasarana untuk mencapai tujuan wisata yang akan dikunjungi dan untuk memenuhi segala kebutuhan wisatawan selama berada di daerah wisata.
3. Pariwisata adalah Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah baik pusat maupun daerah.

²⁵ Ir. M. Iqbal Hasan, M.M. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, hal 17

4. Dinas Daerah adalah unsur pelaksana pemerintahan daerah baik propinsi, kabupaten/kota yang diketuai oleh seorang kepala yang akan bertanggungjawab kepada gubernur, bupati/walikota melalui sekretaris daerah, dan bertanggungjawab sesuai dengan lingkup kerjanya.
5. Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat adalah unsur pelaksana pemerintahan daerah Kabupaten Lombok Barat dalam bidang Kepariwisata dan Kebudayaan.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana mengukur suatu variabel, sehingga seseorang dapat mengetahui baik/buruknya suatu pengukuran. Definisi operasional berfungsi mengetahui bagaimana cara untuk mengetahui suatu variabel sehingga seseorang dapat mengetahui baik/buruknya suatu pengukuran.²⁶

Dengan dasar pengertian tersebut, untuk mengukur variabel pada manajemen strategis kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Lombok Barat terhadap pengembangan kepariwisataan, maka indikator-indikator yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah strategi-strategi pengembangan kepariwisataan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Barat melalui:

²⁶ Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *metode penelitian social*, Bumi Aksara, Jakarta.

1. Variabel manajemen strategis (J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen).
 - a. Pengamatan lingkungan : pengamatan lingkungan internal dan eksternal (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman).
 - b. Perumusan strategis : pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi.
 - c. Implementasi strategis : proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur.
 - d. Evaluasi dan pengendalian : proses yang melaluinya aktifitas-aktifitas organisasi dan hasil kinerja di monitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan.
2. Variabel pengembangan strategis.
 - a) Strategi pengembangan produk wisata:
 - 1) Pengembangan daya tarik wisata
 - 2) Jenis obyek wisata
 - 3) Pembenahan sarana dan prasarana
 - b) Strategi pemasaran dan promosi : penyelenggaraan pemasaran dan penyuluhan.
 - c) Strategi pengembangan investasi:
 - 1) Kerja sama dengan pihak swasta/insvektor asing.
 - 2) Meminimalisir kendala yang terjadi dengan pembuatan kebijakan investasi.

- d) Strategi pengembangan aksesibilitas : ketersediaan transportasi yang akan digunakan untuk mencapai objek wisata.

3. Variabel yang berpengaruh.

Faktor lingkungan:

- 1) Lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan)
- 2) Lingkungan eksternal (kesempatan dan ancaman)

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, dan memiliki langkah-langkah yang sistematis.²⁷ dalam sebuah penelitian, metodologi sangatlah diperlukan karena metodologi sebagai tuntutan berfikir yang sistematis.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. menurut (Bogdan dan Taylor) Metode Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Sedangkan metode deskriptif itu sendiri bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Dalam penelitian deskriptif kualitatif data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.²⁸

²⁷ Ir. M. Iqbal Hasan, M.M. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia. hal 20

²⁸ Lexi J. Moleong, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", Rosada Karya. Bandung, hal 4

Sedangkan menurut Moh. Nazir, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.²⁹

Penelitian deskriptif bertujuan untuk:

- a. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada
- b. mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku
- c. membuat perbandingan atau evaluasi
- d. menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Ciri-ciri pokok metode deskriptif menurut (Hadari Nawawi) yaitu:

- a. Memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada saat penelitian dilakukan atau masalah-masalah yang bersifat aktual.
- b. Menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi (penafsiran) yang rasional dan edequaite (memadai).

Alasan dipakainya metode deskriptif dalam penelitian ini untuk meneliti tentang cara kerja dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat dalam pengembangan kepariwisataan di Lombok Barat.

²⁹ Winarni Surachman, "Suatu Pengantar Dasar dan Teknik Research", CV. Tarsito. Bandung hal 39

2. Lokasi Penelitian (Unit Analysis)

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lombok Barat Propinsi Nusa Tenggara Barat, “khususnya Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat”, dalam hal ini meliputi para pelaksana kegiatan pengembangan kepariwisataan Lombok Barat, dengan tujuan mengetahui apa saja strategi yang dilakukan pemerintah Lombok Barat dalam pengembangan kepariwisataan disamping itu juga untuk mengetahui keterlibatan pihak-pihak lain seperti: pengusaha, cendekiawan, tokoh agama dan masyarakat sekitar dan manfaat yang didapatkan oleh masyarakat sekitar daerah wisata dalam pengembangan kepariwisataan.

3. Jenis Data

a. Data Primer

yaitu data yang didapat langsung dari objek penelitian, adapun data ini diperoleh dengan cara mengamati langsung kegiatan yang mencakup beberapa aspek penelitian.

b. Data Sekunder

yaitu data yang didapatkan dari buku-buku, dokumen, arsip-arsip, koran atau majalah dan lain-lain.

Table 1.4
Jenis Data

No	Jenis Data	
1	Data Primer	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Strategi pengembangan kepariwisataan Lombok barat. ➤ Pelaksanaan strategi pengembangan kepariwisataan ➤ Faktor yang mempengaruhi
2	Data Sekunder	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Profil pariwisata Kabupaten Lombok Barat ➤ Perencanaan strategis Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat ➤ Rencana kerja Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat ➤ Laporan akuntabilitas kinerja Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat ➤ Statistik Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat ➤ Potensi Pariwisata dinas pariwisata Kabupaten lombok barat

4. Tehnik Pengumpulan Data

Dalam usaha pengumpulan data yang diperlukan dalam objek penelitiannya maka penulis menggunakan tehnik-tehnik pengumpulan data yang sesuai dengan jenis penelitian yaitu:

a. Observasi

Metode pengumpulan data yang diperoleh melalui pencarian terhadap berbagai pustaka, koran/majalah, literatur, perundang-undangan, peraturan daerah, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Tehnik pengumpulan data ini dilakukan sebelum diadakannya penelitian sehingga ketika dilakukan penelitian, peneliti sudah memiliki acuan atau bahan penelitian. Dengan demikian peneliti akan lebih mudah dan lebih terarah dalam melakukan penelitian. Data yang diperoleh melalui obsevasi diantaranya: jumlah kunjungan wisata, potensi wisata daerah, obyek wisata yang ditawrkan, peraturan derah yang mengatur segala kegiatan kepariwisataan dan lain-lain.

b. Dokumentasi

Merupakan langkah yang ditempuh untuk mengumpulkan data-data melalui dokumen, catatan-catatan, atau arsip-arsip yang terdapat dilokasi penelitian.

Dokumentasi yang dimaksud disini adalah penyesuaian data yang diperoleh dari hasil observasi agar data-data yang didapatkan dari haasil observasi sesuai dengan dokumentasi yang ada di Dinas Setempat dan data yang diberikan lebih falid.

c. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung, baik lisan maupun tulisan tentang masalah yang dibahas, kepada instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Metode wawancara dilakukan untuk menambah data-data yang dibutuhkan oleh peneliti atau untuk melengkapi data yang tidak didapatkan dari hasil observasi dan dokumentasi, dalam hal ini yang

akan diwawancarai peneliti adalah kepala dinas terkait, dan para kepala bidang yang ada di dinas terkait.

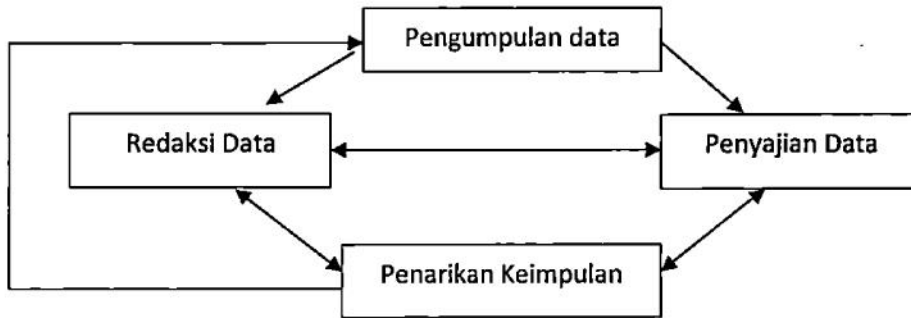
5. Tehnik Analisis Data

Tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif deskriptif yang mengolah data-data yang terkumpul berbentuk kata, kalimat, skema, gambar dan membuat penyederhanaan secara sistematis, faktual, tajam, dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada.

Analisis merupakan proses pencarian dan perencanaan secara sistematis semua data dan bahan yang telah terkumpul agar peneliti mengerti benar makna yang telah disampaikan, dan dapat menyajikan kepada orang lain secara jelas dan terperinci (H.B. Sutopo). Didalam penelitian kualitatif, proses analisis tidak digunakan setelah data terkumpul seluruhnya, tetapi dilakukan pada waktu yang bersamaan dengan proses pengumpulan data. Hal ini dilakukan karena analisis ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran khusus yang bersifat menyeluruh tentang apa yang tercakup dalam permasalahan yang akan diteliti. Tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis Interaktif (*interactive models of analisis*). Penelitian ini bergerak diantara tiga komponen, aktivitas tiga komponen tersebut bukanlah linear, namun lebih merupakan siklus dalam struktur kerja interaktif. Sekema analisis data interaktif itu digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1

Model Analisis Data Kualitatif



(H.B. Sutopo, 1996)

Keterangan :

a. Pengumpulan data

Merupakan pengumpulan data dengan cara wawancara secara langsung dengan subjek penelitian dan observasi langsung dilokasi penelitian.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data kasar yang dilaksanakan selama berlangsungnya proses penelitian yang dimulai dari sebelum pengumpulan data dilakukan sampai laporan akhir penelitian selesai ditulis.

c. Penyajian data

Merupakan rangkaian informasi yang memungkinkan kesimpulan dapat dilakukan dengan melihat suatu penyajian data. Dengan penyajian data memungkinkan untuk mempermudah bagi peneliti untuk mengetahui apa

yang terjadi dan apa yang harus dikerjakan berdasarkan pemahaman yang didapat dari penyajian data tersebut.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan diperoleh dari data yang telah tersusun. Analisis dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Namun demikian konklusi-konklusi tersebut dibiarkan tetap disitu, yang pada awalnya kurang jelas kemudian semakin meningkat secara eksplisit dan akhirnya memiliki landasan yang kuat.