

**ANALISIS STRATEGI DINAS PARIWISATA KABUPATEN
PESAWARAN PROVINSI LAMPUNG DALAM
MENGEMBANGKAN OBJEK WISATA
DI PANTAI SARI RINGGUNG**

Tesis

Fitri Melati



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

**ANALISIS STRATEGI DINAS PARIWISATA KABUPATEN
PESAWARAN PROVINSI LAMPUNG DALAM
MENGEMBANGKAN OBJEK WISATA
DI PANTAI SARI RINGGUNG**

**Oleh
FITRI MELATI**

**Tesis
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN
pada
Program Pascasarjana Magister Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

ABSTRACT

ANALYSIS PESAWARAN DISTRICT TOURISM STRATEGY THE PROVINCE OF LAMPUNG IN DEVELOPING TOURISM ON THE COAST OF SARI RINGGUNG

***By
Fitri Melati***

The purpose of this research is to find out and analyse the strategies implemented by the tourism and Creative Economy Pesawaran Regency in increased tourism in the beach of Sari Ringgung. The methods used in this research is qualitative method with interview techniques. The results of the research in this study are as follows: (1) Regional tourism development master plan which is in the bunk by the local government is in compliance with the requirements of the development of tourism destinations. (2) The preparation of a tourism development program all have done live optimization done in implementation given there are still some programs that lack running optimally. (3) The local Government has been cooperating with various parties ranging from private up to the community, the cooperation undertaken with the aim to improve the economic efforts of creative control and coordination with private parties in the preservation of coral reefs, rehabilitate coral reefs already damaged. (4) Increased promotion and marketing of tourism has already been done, such as market and promote tourism so that it can be known by tourists, among others, through a partnership with travel agencies, put up billboards, booklets, do dissemination or advertising through electronic media as well as the election of Ambassador tours.

Key Words: *Strategy of Tourism, Regional Development Master Plan, Partnership Programs, Promotion and Marketing of Tourism*

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI DINAS PARIWISATA KABUPATEN PROVINSI LAMPUNG DALAM MENGEMBANGKAN OBYEK WISATA DI PANTAI SARI RINGGUNG

**Oleh
Fitri Melati**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam peningkatan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik wawancara. Hasil penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) yang di susun oleh Pemerintah Daerah sudah sesuai dengan kebutuhan pengembangan obyek pariwisata. (2) Penyiapan program pengembangan pariwisata semua sudah dilakukan tinggal dilakukan optimalisasi dalam pelaksanaan mengingat masih ada beberapa program yang kurang berjalan optimal. (3) Pemerintah daerah telah melakukan kerjasama dengan berbagai pihak mulai dari swasta sampai dengan masyarakat, kerjasama dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan usaha ekonomi kreatif, melakukan kontrol dan koordinasi dengan pihak swasta dalam pelestarian terumbu karang, merehabilitasi terumbu karang yang sudah rusak. (4) Peningkatan promosi dan pemasaran pariwisata telah dilakukan, seperti memasarkan dan mempromosikan obyek wisata supaya dapat dikenal oleh para wisatawan antara lain melalui kerjasama dengan biro perjalanan, memasang baliho, booklet, melakukan sosialisasi atau iklan melalui media elektronik serta pemilihan duta wisata.

Kata Kunci: Strategi Dinas Pariwisata, Rencana Induk Pengembangan Daerah, Program Kemitraan, Promosi dan Pemasaran Pariwisata

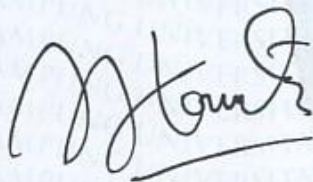
Judul Tesis : **ANALISIS STRATEGI DINAS PARIWISATA
KABUPATEN PESAWARAN PROVINSI
LAMPUNG DALAM MENGEMBANGKAN OBJEK
WISATA DI PANTAI SARI RINGGUNG**

Nama Mahasiswa : **Fitri Melati**

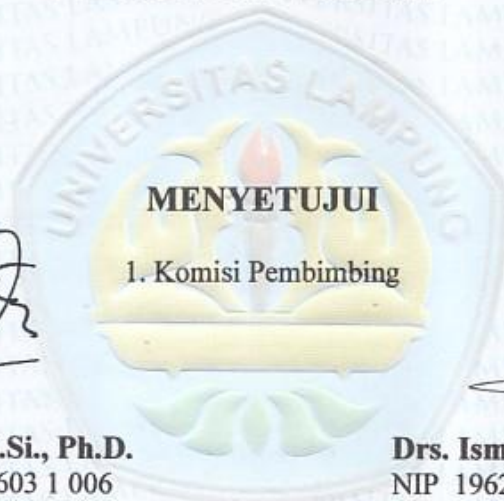
No. Pokok Mahasiswa : **1526021027**

Program Studi : **Magister Ilmu Pemerintahan**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



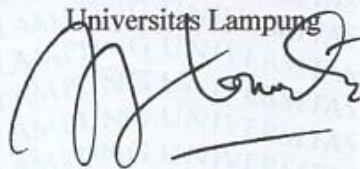
Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.
NIP 19601010 198603 1 006



Drs. Ismono Hadi, M.Si.
NIP 19621127 198902 1 002

2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Lampung

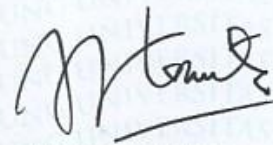


Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.
NIP 19601010 198603 1 006


MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

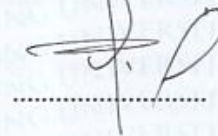
Ketua : **Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.**



Penguji Utama : **Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.**



Sekretaris : **Drs. Ismono Hadi, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Syarif Makhya
NIP 19590803 198603 1 003



Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung

Prof. Drs. Mustofa, M.A., Ph.D.
NIP 19570101 198403 1 020

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 06 Maret 2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tesis dengan Judul : **“STRATEGI DINAS PARIWISATA KABUPATEN PESAWARAN PROVINSI LAMPUNG DALAM MENGEMBANGKAN OBYEK WISATA DI PANTAI SARI RINGGUNG”**, adalah karya saya sendiri dan tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim Pembimbing dan Penguji dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarisme.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, April 2018
Yang Membuat Pernyataan,



Fitri Melati
Fitri Melati
NPM. 1526021027

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Metro pada tanggal 05 April 1992, anak pertama dari tiga bersaudara, buah cinta dari Bapak Drs. Sumargono dan Ibu Eko Suhartati, S.IP.

Jenjang Akademik Penulis dimulai dengan menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Pertiwi Teladan Metro diselesaikan tahun 2004, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 6 Metro pada Tahun 2007, Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 3 Metro yang diselesaikan pada tahun 2010, melanjutkan pendidikan di Institut Pemerintahan Dalam Negeri diselesaikan pada tahun 2014 dan sekarang bekerja di Biro Humas dan Protokol Provinsi Lampung sebagai Pegawai Negeri Sipil.

Tahun 2015, Penulis terdaftar sebagai Mahasiswa S2 Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan (MIP) Konsentrasi Manajemen Pemerintahan FISIP Universitas Lampung selesai tahun 2018.

PERSEMBAHAN

**Kupersembahkan hasil karya ini
Untuk orang-orang yang berharga dalam hidupku:**

Ayahanda

Sumargono, yang telah memberikan dukungan, perhatian, dan motivasi selama ini dengan kasih sayang tulus tanpa pamrih yang diiringi doa restu kepada Allah SWT

Ibunda

Eko Suhartati, Wanita terhebat yang aku sayangi yang selalu menjadi semangat dan hadir dalam setiap mimpiku

Suamiku

Harisno Kahfi, yang selama ini dengan kesabarannya memberikan motivasi dan mendampingi setiap proses penyelesaian tesis ini.

Adik-Adikku

Anton Berlian Cahyo dan Arief Rahman Putra serta seluruh keluarga besar tercinta yang selalu memotivasi dan mendoakan untuk keberhasilan menyelesaikan studi di Program Magister Ilmu Pemerintahan Universitas Lampung

Almamater Tercinta Universitas Lampung

Yang membanggakan yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman.

MOTTO

*“Pendidikan Merupakan Perlengkapan Paling
Baik Untuk Hari Tua”
(Aristoteles)*

*“Segala kemungkinan bisa saja terjadi, artinya tidak ada
yang mustahil dan tidak ada yang sulit di dunia ini, jika
kita ingin belajar dan mengamalkannya”
(Melati Fitri)*

SANWACANA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat, karunia dan kasih sayang-Nyalah sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul **“STRATEGI DINAS PARIWISATA KABUPATEN PESAWARAN PROVINSI LAMPUNG DALAM MENGEMBANGKAN OBYEK WISATA DI PANTAI SARI RINGGUNG”** yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Ilmu Pemerintahan (MIP) pada Program Pascasarjana Magister Ilmu Pemerintahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Tesis ini dapat terselesaikan tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hasriadi Mat Akin, M.P. selaku Rektor Universitas Lampung,
2. Bapak Prof. Drs. Mustofa, M.A, Ph.D. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung,
3. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan FISIP Universitas Lampung,
4. Bapak Drs. Hertanto, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung, sekaligus Pembimbing Utama Pengganti Tesis, terima kasih atas kesediaan waktunya selama ini dengan

sabar memberikan bimbingan, saran, kritik serta motivasi yang membangun agar dapat memberikan yang terbaik dalam proses penyelesaian tesis ini,

5. Bapak Dr. Suwondo, M.A. selaku Koordinator Sekretariat Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung, sekaligus Pembimbing Utama Tesis, terimakasih atas kesediaan waktunya selama ini dengan sabar memberikan bimbingan, saran, kritik serta motivasi dan *support* yang membangun agar dapat memberikan yang terbaik dalam menyelesaikan tesis ini,
6. Bapak Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si. selaku Penguji Tesis, terima kasih untuk seluruh saran, bimbingan, motivasi dan dukungannya selama ini,
7. Bapak Drs. Ismono Hadi, M.Si. selaku Pembimbing Pembantu Tesis terima kasih atas semua bimbingan, saran, kritik serta motivasi dalam proses penyelesaian tesis ini,
8. Seluruh Jajaran Dosen Pengajar di Program Pascasarjana Magister Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung
9. Seluruh Staf Administrasi di Program Pascasarjana Magister Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung dan Karyawan TU Fisip Unila yang membantu dan melayani urusan administrasi perkuliahan,
10. Pemerintah Kabupaten Pesawaran khususnya pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran yang telah membantu penulis dalam memberikan data serta informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan tesis ini,
11. Kepada seluruh teman-teman Mahasiswa Pascasarjana Magister Ilmu Pemerintahan (MIP) angkatan 2015, terima kasih sudah menjadi keluarga

baru, dan terima kasih atas kebersamaannya, semoga silaturahmi kita tetap terjaga dengan baik,

12. Sahabat-sahabatku Purna Praja IPDN angkatan XXI yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan tesis ini dan mbaku Putri Ismariana yang dengan ikhlas menemani penulis mencari data untuk kelengkapan tesis ini.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga tesis yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, April 2018
Penulis,

Fitri Melati

DAFTAR ISI

I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	19
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Kegunaan Penelitian.....	20
II. TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Strategi	21
B. Peningkatan Obyek Pariwisata	29
C. Pengunjung	60
D. Strategi Peningkatan Objek Pariwisata	64
E. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran.....	67
F. Kerangka Pikir.....	68
III. METODE PENELITIAN	74
A. Tipe Penelitian.....	74
B. Fokus Penelitian	75
C. Sumber Data	77
D. Teknik Pengumpulan Data	78
E. Informan Penelitian	80
F. Teknik Pengolahan Data	81
G. Teknik Analisis Data	82
H. Keabsahan Data.....	82

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	84
A. Gambaran Umum Kabupaten Pesawaran.....	84
B. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran	87
C. Potensi Pariwisata di Kabupaten Pesawaran	95
D. Gambaran Umum Pantai Sari Ringgung Kabupaten Pesawaran	97
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	100
A. Hasil Penelitian	100
1. Penyediaan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata.....	100
2. Penyiapan Program.....	122
3. Kemitraan	139
4. Pengoptimalisasian Promosi Pariwisata	145
B. Strategi Berdasarkan Analisis SWOT	166
C. Pembahasan	166
1. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA)	173
2. Penyiapan program.....	174
3. Kerjasama	177
4. Promosi pariwisata	178
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	183
A. Kesimpulan.....	183
B. Saran.....	185

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Data Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2014- 2016.....	4
Tabel 2.	Distribusi Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara di Kabupaten dan Kota Se-Provinsi Lampung Tahun 2016.....	5
Tabel 3.	Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Pesawaran, Tahun 2013-2017.....	6
Tabel 4.	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Sari Ringgung Tahun 2016.....	11
Tabel 5.	Sumbangan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari Sektor Pariwisata Kabupaten Pesawaran Tahun 2014-2016 (dalam Juta Rp).....	13
Tabel 6.	Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 7.	Alat Strategi Marketing Mix	67
Tabel 8.	Persiapan Program dan Kegiatan Pengembangan Pariwisata Bahari di Kabupaten Pesawaran Tahun 2016-2020	136
Tabel 9.	Atraksi Wisata Pantai Sari Ringgung	156
	Kabupaten Pesawaran Tahun 2017.....	172
Tabel 10.	Matriks Analisis SWOT.....	168
Tabel 11.	Prioritas Pengembangan dan Peningkatan ProgramPariwisata Kabupaten Pesawaran Tahun 2017.....	179
Tabel 12.	Pesentase Sebelum Adanya Pengembangan Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung	181
Tabel 12.	Pesentase Sesudah adanya Pengembangan Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung	182

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Pikir	73
Gambar 2.	Grafik Status Pegawai.....	89
Gambar 3.	Grafik Pendidikan Pegawai	89
Gambar 4.	Kawasan Pantai Sari Ringgung dengan Latar Desa Terapung	99
Gambar 5.	Arahan Peningkatan Regional Akses Melalui Jalur Udara – Darat – Laut	126
Gambar 6	Kegiatan Transplantasi dan Sosialisasi Terumbu Karang di Pantai Sari Ringgung	127
Gambar 7.	Lomba Melukis Payung di Pantai Sari Ringgung.....	129
Gambar 8.	Lomba Melukis Tong Sampah di Pantai Sari Ringgung	129
Gambar 9.	Pelatihan Pemandu Wisata Terpadu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran	132
Gambar 10	Kunjungan Salah Satu Pengelola Wisata Bahari Ke Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran Untuk Menjajagi Kerja Sama Pembinaan Kelompok Pengrajin Souvenir Wisata.....	139
Gambar 11.	Pemilihan Duta Wisata Kabupaten Pesawaran.....	149

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era baru otonomi daerah yang ditandai dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, telah memberikan keleluasaan kepada daerah kabupaten/kota untuk mengurus rumah tangganya sendiri, dengan adanya otonomi yang lebih luas yang diberikan oleh undang-undang tersebut, daerah memiliki kewenangan yang lebih besar untuk menyelenggarakan berbagai urusan pemerintahan dan pembangunan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai tujuan dan sekaligus roh otonomi daerah, (Suyitno, 2009:18).

Pariwisata merupakan salah satu bidang yang banyak memberikan sumbangan devisa negara di mana tahun 2014 pariwisata memberikan sumbangan devisa sebesar US\$ 10.69 miliar atau setara dengan Rp. 136 trilyun, hal itu membuat industri pariwisata indonesia sudah memiliki pertumbuhan yang bagus yaitu 7.2% angka ini bahkan lebih tinggi dari rata-rata pertumbuhan pariwisata dunia yang sebesar 4.7% dengan jumlah turis dunia yang mencapai 1.3 miliar orang, maka masih ada potensi untuk meningkatkan pertumbuhan kunjungan wisata. (Katadata.co.id).

Menurut Suwanto (2014:104), pembangunan pada umumnya dan pembangunan pariwisata pada khususnya perlu memperhatikan kondisi daerah serta faktor fisik dan non fisik, hal ini untuk menghindari kerusakan lingkungan yang berlebihan, oleh karena itu pembangunan di sektor pariwisata hendaknya memperhatikan prinsip pembangunan yang berwawasan lingkungan dan pengembangan masyarakat lokal. Pengembangan pariwisata yang berwawasan lingkungan adalah pengembangan pariwisata yang memiliki kontribusi tinggi terhadap ekonomi masyarakat setempat, dengan kata lain pengembangan tersebut hendaknya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan tetap mempertahankan kelestarian lingkungan dan nilai budaya.

Menurut Pendit (2010:62), pariwisata merupakan salah satu sumber devisa Negara dan mempunyai andil besar dalam membangun perekonomian. Pengembangan strategis sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk datang dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya. Berdasarkan transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya serta negara akan mendapat devisa dari wisatawan asing yang menukar mata uang negaranya dengan rupiah.

Bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional sehingga untuk mengoptimalkan pembangunan ekonomi maka diperlukan

penyusunan rencana strategis yang baik dan tepat sasaran sehingga dapat menunjang program pengembangan pariwisata. Sektor ini dicanangkan selain sebagai salah satu sumber penghasil devisa yang cukup besar juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi. Menurut Pitana, et.al, (2005:105), salah satu kebijakan dari pemerintah adalah menggali, menginventarisir dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Lampung adalah salah satu Provinsi yang ada di Indonesia yang berada di ujung bagian selatan Pulau Sumatra. Letak Geografis Provinsi Lampung berada pada $6^{\circ}45'$ - $3^{\circ}45'$ Lintang Selatan dan $103^{\circ} 48'$ - $105^{\circ} 45'$ Bujur Timur. Daerah ini di sebelah barat berbatasan dengan Selat Sunda dan di sebelah timur dengan Laut Jawa. Berbagai macam wisata yang terdapat di Provinsi Lampung antara lain situs sejarah yang terdiri dari situs eksitu, kota tua dan desa tradisional, situs budaya berupa beragam tradisi yang masih berlangsung seperti Karnaval Tuping dan Prosesi Gajah, arsitektur tradisional, seni pertunjukan baik seni

tari, teater musik dan sastra, kerajinan rakyat hingga wisata ziarah. Potensi wisata ini terbukti mampu mendatangkan banyak wisatawan ke Provinsi Lampung setiap tahunnya, berikut ini adalah data kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung tahun 2014-2016.

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2014-2016

Tahun	Wisatawan		Total
	Nusantara	Mancanegara	
2014	1.448.059	10.028	1.458.087
2015	1.982.910	36.942	2.019.852
2016	2.136.103	37.503	2.173.606

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Tahun 2017, (diolah)

Data pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung dalam tiga tahun terakhir terus mengalami peningkatan yang signifikan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara dan pada tahun 2016 mampu berkontribusi terhadap PDRB Provinsi Lampung sebesar 1.51% atau Rp.1.335.853.000.000 dari jumlah total PDRB sebesar Rp.88.322.488.000.0002, hal ini menunjukkan bahwa dalam hal pariwisata pemerintah setempat menaruh perhatian yang khusus dalam upaya mengelola berbagai potensi wisata yang ada. Berbagai macam upaya pemasaran produk wisata di Provinsi Lampung juga gencar dilakukan, perkembangan usaha pariwisata di Provinsi Lampung juga menunjukkan hal yang signifikan tiap tahunnya selama kurun waktu 2014-2016.

Salah satu wilayah di Provinsi Lampung yang sedang fokus mengembangkan potensi wilayah adalah Kabupaten Pesawaran. Kabupaten Pesawaran merupakan kabupaten yang baru mengalami pemekaran dan resmi berdiri pada

tanggal 2 November 2007 dengan luas wilayah sebesar 117.377 hektar. Meskipun sektor pertanian merupakan sektor yang paling utama dan menjadi basis dalam menopang kegiatan di Kabupaten Pesawaran, dalam hal pariwisata Kabupaten Pesawaran termasuk wilayah yang memiliki tingkat kunjungan wisatawan tertinggi ketiga pada tahun 2017, berikut ini jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun nusantara tahun 2017.

Tabel 2. Distribusi Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara di Kabupaten dan Kota Se-Provinsi Lampung Tahun 2017

Nama Kabupaten/Kota	Wisatawan		Total
	Nusantara	M mancanegara	
Kota Bandar Lampung	13.169	1.004.114	1.054.283
Kota Metro	36	16.843	16.843
Kabupaten Lampung Selatan	6.295	857.828	864.123
Kabupaten Lampung Timur	1.401	51.577	52.978
Kabupaten Tulangbawang	269	21.070	21.339
Kabupaten Lampung Tengah	749	14.261	15.010
Kabupaten Way Kanan	0	727	727
Kabupaten Lampung Utara	154	2.459	2.613
Kabupaten Lampung Barat	12.077	47.364	59.441
Kabupaten Tanggamus	3.250	9.500	12.750
Kabupaten Pesawaran	675.344	7.653	682.997
Kabupaten Pringsewu	0	0	0
Kabupaten Mesuji	0	0	0
Kabupaten Tulang Bawang Barat	0	0	0

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Tahun 2017, (diolah)

Dilihat dari Tabel 2 bahwa Kabupaten Pesawaran merupakan wilayah yang memiliki tingkat kunjungan yang tinggi pada tahun 2017, Kabupaten Pesawaran merupakan wilayah yang sangat potensial dalam usaha pengembangan pariwisata di Provinsi Lampung, hal ini bisa dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara yang menduduki peringkat ketiga setelah Kota Bandar Lampung dan Kabupaten Lampung

Selatan. Meskipun Kabupaten Pesawaran merupakan wilayah yang baru mengalami pemekaran, dalam hal pariwisata ternyata mampu mendatangkan banyak wisatawan pada tahun 2017, sektor pariwisata Kabupaten Pesawaran memiliki berbagai objek wisata yang potensial untuk dikembangkan. Obyek wisata yang berada di Kabupaten Pesawaran digolongkan menjadi tiga objek wisata yakni obyek wisata pantai, pulau dan alam. Berikut ini adalah jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Pesawaran selama 5 (lima) tahun terakhir.

Tabel 3. Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Pesawaran, Tahun 2013-2017

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2013	672	34.123	34.795
2014	944	205.790	206.734
2015	5.741	581.138	586.879
2016	8.638	618.280	626.918
2017	7.653	675.344	682.997
Total	23.648	2.114.675	2.138.323

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Tahun 2017, (diolah)

Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan baik mancanegara maupun domestik di Kabupaten Pesawaran mengalami kenaikan setiap tahunnya pada tahun 2013 jumlah total wisatawan mancanegara dan domestik berada di angka 34.795 dan pada tahun 2017 jumlah total wisatawan mancanegara dan domestik berada di angka 682.997, dari kedua total jumlah wisatawan pada tahun 2013 hingga 2017 terlihat bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesawaran mengalami kenaikan yang drastis.

Tahun 2016 Kementerian Pariwisata RI melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran mengadakan "Bimbingan Teknis Penyuluh

Pengembangan Sadar Wisata dan Potensi Masyarakat Destinasi Pariwisata tahun 2016” dan pada tahun 2017 mengadakan “*Workshop* Pengembangan Sistem Sadar Wisata dan Sapta Pesona” kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan pengembangan Sadar Wisata dan Sapta Pesona. Pembangunan Kepariwisata diarahkan untuk mewujudkan prinsip pembangunan inklusif sebagaimana amanah dari sila kelima Pancasila yakni mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Pembangunan kepariwisataan merupakan integrasi antara pembangunan sarana dan prasarana daya tarik serta manusia di destinasi pariwisata. Program Sadar Wisata dan Sapta Pesona ini memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai konsep Sadar Wisata dan Sapta Pesona sebagai unsur penting dalam pengembangan kepariwisataan di tingkat nasional maupun di daerah yang akan bermuara pada peningkatan kesejahteraan rakyat, memberikan acuan bagi segenap pihak dan pemangku kepentingan dalam pengembangan kepariwisataan mengenai pelaksanaan Sadar Wisata dan Sapta Pesona ke dalam langkah-langkah kebijakan dan program-program yang nyata dan dapat diterapkan, mendorong peran aktif segenap komponen masyarakat dalam mendukung upaya terwujudnya Sadar Wisata dan Sapta Pesona (Hasil Wawancara Tanggal 23 Oktober 2017).

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor andalan Kabupaten Pesawaran dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), sehingga dalam rencana pembangunan menempatkan pariwisata sebagai komponen pembangunan yang utama, di dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) 2005-2025 dan sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Pesawaran Nomor

23 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Pesawaran telah menargetkan menjadi *Terwujudnya Lampung Sebagai Daerah Tujuan Wisata Utama Menuju Lampung yang Maju dan Sejahtera 2019* target tersebut dijabarkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) tahun 2015-2019 dengan menetapkan tujuan pembangunan selama 5 tahun seperti yang dimuat dalam visi RPJM yaitu *Lampung Maju dan Sejahtera 2019*. Prioritas dan dukungan bagi pengembangan pariwisata akan menempati tempat utama dalam kebijakan dan perencanaan pembangunan daerah, hal tersebut didukung pula dengan adanya optimalisasi strategis pembangunan pariwisata Kabupaten Pesawaran 2015-2019 melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran.

Pariwisata yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Pesawaran sebagian besar merupakan wisata alam dan saat ini Pemerintah Kabupaten Pesawaran memiliki 22 obyek wisata yang sudah di kembangkan dengan baik dan tersebar di beberapa kecamatan Kabupaten Pesawaran obyek wisata tersebut antara lain Pantai Ringgung, Pantai Mutun, Pantai Klara (Kelapa Rapat), Teropong Laut Muncak Tirtayasa, Pantai Dewi Mandapa, Marines Eco Park, Pulau Pahawang, Air Terjun Hurun (Desa Hurun), Air Terjun Sinar Tiga (Desa Sinar Tiga), Air Terjun Way Sabu (Desa Padang Cermin), Air Terjun Way Awi (Ulu Padang Ratu), Air Terjun Wiyono (Desa Wiyono), Air Terjun Kupu Jambu, Air Terjun Tanah Longsor, Air Terjun Batu Perahu, Air Terjun Talang Rabun (Talang Rabun), Pulau Legundi, Pulau Kelagian, Pantai Mutun, Pulau Tangkil, Pantai Batu Mandi, Museum Nasional Ketransmigrasian serta

ada 15 obyek potensi wisata yang belum dikembangkan atau di kelola dengan baik oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran potensi obyek wisata tersebut antara lain Air terjun senar banyu mandiri, Air terjun tundo telu, Air terjun anglo, Air terjun kembar rindu alam, Air terjun bogorejo, Air terjun sinar tiga, Islamic Center Pesawaran, Pantai Batu Mandi, Pendakian Gunung Pesawaran, Gunung Betung, Pantai Cuku Upas, Pantai Sekar Wana, HR Ringgung (akses ke pulau tegal), Tahura wan Abdurrahman dan Air Terjun Gunung Tanjung. Masih banyaknya potensi pariwisata yang belum di kembangkan oleh institusi terkait di akibatkan oleh terbatasnya anggaran untuk mengembangkan dan promosi pariwisata di mana tahun 2017 Dinas Pariwisata mengusulkan Rp. 4 milyar tetapi yang di setuju hanya Rp. 2.8 Milyar, dengan anggaran yang terbatas membuat sarana dan prasaran untuk mengembangkan destinasi wisata juga akan semakin sulit hal itu membuat potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Pesawaran juga semakin tidak terurus dengan baik, (Hasil Observasi Penelitian Tahun 2017).

Masalah lain yang muncul adalah kurangnya koordinasi antara Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Pesawaran dalam meningkatkan kualitas sarana dan prasarana pariwisata hal ini menimbulkan banyaknya potensi pariwisata yang seharusnya mampu menjadi daya tarik dan menjadi penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) justru tidak optimal untuk di kelola serta terabaikan hal itu dapat terlihat dari infrastruktur jalan menuju tempat wisata yang rusak, tidak adanya perlengkapan MCK serta lingkungan tempat wisata yang kotor dan kumuh,

selain dengan Dinas Pekerjaan Umum, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga kurang koordinasi dengan Dinas Tata Kota dalam melakukan penataan obyek sarana pariwisata hal itu berdampak pada tidak teratur dan terkontrolnya sarana yang di buat oleh pengelola pariwisata, (Hasil Observasi Penelitian Tahun 2017).

Hasil observasi penelitian tersebut dapat di ketahui bahwa pariwisata memiliki potensi untuk berkembang lebih pesat dan cepat serta dapat memberikan sumbangan yang lebih besar kepada pembangunan daerah maupun nasional oleh karena itu, perlu optimalisasi strategi yang lebih luas lagi dalam rangka mempromosikan pariwisata di Kabupaten Pesawaran. Hasil wawancara penelitian dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran menjelaskan bahwa Pemerintah Kabupaten Pesawaran menggalakan program *Visit Pesawaran* sesuai dengan potensi pariwisata di Kabupaten Pesawaran, *Visit Pesawaran* merupakan program percepatan pembangunan sektor pariwisata. Pengembangan pariwisata Kabupaten Pesawaran bertumpu kepada eksotika panorama alam seperti pantai, pegunungan, danau dan air terjun, kekayaan budaya misalnya rumah adat, pakaian adat, tari adat dan makanan khas serta pesona lainnya misalnya Islamic Center dan Museum Nasional Ketrasmigrasian Kabupaten Pesawaran. *Visit Pesawaran* akan memberi dampak signifikan terhadap sektor jasa dan perdagangan yang mampu menyerap tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat disekitar kawasan obyek daya tarik wisata.

Berdasarkan pernyataan di atas saat ini pemerintah Kabupaten Pesawaran sedang mengembangkan potensi pariwisata yang terdapat di Kabupaten Pesawaran. Salah satu obyek wisata yang sedang diminati untuk dikunjungi oleh wisatawan yang terdapat Kabupaten Pesawaran adalah Pantai Sari Ringgung yang terletak di Desa Sidodadi Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran yang dikelola oleh H. Syamsurizal dan diresmikan pada 20 Desember 2014. Hasil penelitian yang dilakukan pada tanggal 4 Maret 2017 obyek wisata Pantai Sari Ringgung memiliki luas ± 12 ha, jarak menuju obyek wisata Pantai Sari Ringgung berjarak 15 km dari pusat Kota Bandar Lampung. Selanjutnya untuk mencapai obyek wisata Pantai Sari Ringgung dapat ditempuh dengan jarak sekitar 200 m dari sisi kiri jalan raya Hanura. Untuk masuk ke Pantai Sari Ringgung dikenakan biaya tiket sebesar Rp 10.000 per orang, untuk kendaraan motor Rp 5.000 dan kendaraan mobil Rp 10.000. Visi dari pengelola obyek wisata Pantai Sari Ringgung adalah menjadi daerah tujuan wisata yang layak dikunjungi wisatawan mancanegara bukan hanya wisatawan lokal saja, (Hasil Observasi Penelitian Tahun 2017).

Tabel 4. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Sari Ringgung Tahun 2016

Tahun	Dalam Provinsi	Luar Provinsi	Jumlah
2014	915	107	1022
2015	166.636	4.244	170.880
2016	115.927	3.663	119.590
Total	283.478	8.014	291.491

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran, Tahun 2017

Berdasarkan tabel 4 maka dapat diketahui bahwa kunjungan wisatawan ke Pantai Sari Ringgung mengalami penurunan di setiap tahunnya di mana

wisatawan dalam provinsi mencapai 115.927 wisatawan dan luar provinsi yang mencapai 3.663 di tahun 2016 di bandingkan dengan tahun 2015 di mana kunjungan wisatawan dalam provinsi mencapai 166.636 dan luar provinsi mencapai 4.244 wisatawan. Kurang suksesnya peningkatan obyek pariwisata di Pantai Sari Ringgung yang dilakukan oleh pengelolaan obyek wisata dan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran selama ini tidak terlepas dari kurang tepatnya strategi yang diimplementasikan oleh pengelola pariwisata dan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran, di mana strategi hanya terfokus pada optimalisasi promosi pariwisata, berdasarkan fakta di lapangan di ketahui bahwa strategi promosi yang dikembangkan oleh pengelola pariwisata dan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran ternyata masih kurang efektif di mana pengelola pariwisata dan instansi pemerintah hanya melakukan promosi ketika menjelang liburan anak-anak sekolah sekitar bulan mei sampai dengan agustus. Selain itu perencanaan induk pengembangan pariwisata juga belum mampu di laksanakan dengan sistematis hal itu terlihat dari jumlah wisatawan yang menurun yang diakibatkan kurang sistematisnya perencanaan tata kelola obyek pariwisata.

Strategi lain yang juga belum mampu dilaksanakan dengan optimal adalah keterbatasan anggaran sehingga hal ini berdampak pada sarana dan prasarana obyek pariwisata, selain itu belum adanya optimalisasi dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan obyek pariwisata yang di buktikan dari masih banyak dari obyek pariwisata yang belum masuk dalam rancangan peraturan daerah hal itu membuat pengelola pariwisata merasa tidak

mendapatkan dukungan regulasi, belum adanya kerjasama yang tepat antara pihak swasta selaku pengelola pariwisata dengan instansi terkait, strategi yang terakhir adalah kurangnya pelatihan untuk pegawai instansi terkait di mana dalam 1 tahun terakhir pemerintah daerah hanya melaksanakan 2-4 kali pelatihan bagi pegawai khususnya pegawai yang di tugaskan untuk melakukan pengawasan dan tata kelola pariwisata. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat di ketahui bahwa masih kurang optimalnya pelaksanaan strategi pengembangan pariwisata menimbulkan dampak yang besar terhadap pencapaian target Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata, (Hasil Observasi Penelitian Tahun 2017). Berikut adalah sumbangan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari Sektor Pariwisata Kabupaten Pesawaran:

Tabel 5. Sumbangan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari Sektor Pariwisata Kabupaten Pesawaran Tahun 2014-2016 (dalam Juta Rp)

Tahun	Sumbangan PAD Sektor Pariwisata
2014	102.592.8
2015	121.265,3
2016	140.896.2

Sumber: BPS Kabupaten Pesawaran Tahun 2017, (diolah)

Tabel 5 di ketahui bahwa sumbangan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari Sektor Pariwisata Kabupaten Pesawaran setiap tahun mengalami peningkatan signifikan, untuk itu pemerintah Kabupaten Pesawaran hendaknya terus melakukan peningkatan dan pengembangan obyek pariwisata mulai dari perbaikan dan pembangunan sarana serta prasarana obyek wisata, optimalisasi dalam kegiatan promosi pariwisata, hal itu dikarenakan sampai saat ini kebijakan pemerintah Kabupaten Pesawaran hanya terfokus pada pemberian kemudahan perizinan untuk pengembangan pariwisata untuk pemilik modal

(investor) serta kurang memperhatikan peningkatan pembangunan sarana dan prasarana serta kegiatan promosi pariwisata hal itu menyebabkan banyak obyek wisata potensial yang ada di Pantai Sari Ringgung kurang terurus dari 10 obyek potensi wisata hanya 4 obyek potensi wisata yang mampu di optimalkan sisanya cenderung di abaikan serta menurunnya jumlah wisatawan baik dari dalam provinsi maupun luar provinsi. Sehingga dengan demikian dapat diketahui bahwa strategi tersebut hanya berpihak pada mereka yang memiliki dana (modal) tanpa memperhatikan keterlibatan masyarakat setempat yang mengakibatkan munculnya berbagai permasalahan dan kendala yang mau atau tidak mau harus dihadapi oleh Pemerintah Kabupaten Pesawaran.

Selain permasalahan di atas permasalahan seperti fasilitas dan infrastruktur juga masih menjadi permasalahan bagi pengembangan obyek pariwisata di Kabupaten Pesawaran khususnya obyek pariwisata yang ada di Pantai Sari Ringgung, fasilitas dan infrastruktur seperti, akses jalan, tempat penginapan, warung makan dan toko souvenir masih sangat kurang sehingga sehingga belum mampu memenuhi kebutuhan para wisatawan selain itu potensi terumbu karang yang akan di jadikan titik atraksi *snorkling* dan *diving* belum dikembangkan atau diberdayakan secara optimal sebagai obyek wisata dan daya tarik wisata, sehingga keadaan obyek *snorkling* dan *diving* nampak masih belum ada pengelolaan secara maksimal. Daya tarik yang merupakan aspek utama dalam pengembangan pariwisata seperti keadaan fisik maupun fasilitas dasar nampak belum disediakan. Atraksi budaya, kearifan lokal, dan keunikan

atau kelangkaan juga merupakan komponen-komponen budaya lokal yang bisa dikembangkan menjadi produk dan aset utama dari suatu industri pariwisata.

Berawal dari masih kurang optimalnya strategi pengembangan obyek pariwisata di Kabupaten Pesawaran, maka penelitian ini akan menganalisis pengembangan obyek pariwisata yang menitik beratkan pada pelestarian lingkungan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, selain itu merupakan gambaran potensi keuangan daerah pada umumnya mengandalkan unsur pajak daerah dan retribusi daerah. Pemerintah menyadari bahwa sektor pariwisata bukanlah merupakan sektor penyumbang terbesar dalam pendapatan daerah, tetapi berpotensi dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan kata lain, sektor pariwisata memberikan peranan yang sangat besar dan membantu dalam percepatan pembangunan di daerah.

Berdasarkan uraian tersebut, untuk menambah referensi dalam penelitian ini penulis menambahkan penelitian terdahulu berupa tesis atau jurnal, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada uraian berikut:

Tabel 6. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu
1	Kartini La Ode Unga, Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kepulauan Banda	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi prioritas berdasarkan SWOT adalah pengembangan wisata <i>diving</i> dan <i>snorkeling</i>, membangun jaringan dengan wisata lain, bekerjasama dengan agen perjalanan, dan membuat website khusus 2. Faktor-faktor internal yang mendukung 	Penelitian yang dilakukan oleh Kartini La Ode Unga membahas tentang strategi pengembangan wisata <i>diving</i> dan <i>snorkeling</i> , membangun jaringan dengan wisata lain, bekerjasama dengan agen perjalanan, dan

			<p>pengembangan pariwisata Kepulauan Banda adalah keragaman atraksi, image kawasan yang sudah terkenal sejak VOC, sifat keterbukaan, keamanan, dan kemudahan mencapai lokasi. Sementara yang menghambat adalah belum adanya pusat informasi wisata, sifat terhadap lingkungan yang sangat rendah, sumber daya manusia serta belum memadainya infrastrukturnya</p> <p>3. Faktor-faktor eksternal yang mendukung pengembangan pariwisata Kepulauan Banda adalah aksesibilitas, perkembangan teknologi dan informasi serta tingginya potensi dan minat wisatawan. Sementara yang menghambat adalah interaksi budaya dan kerusakan lingkungan.</p>	<p>membuat website khusus sedangkan penelitian yang peneliti lakukan strategi yang di gunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi-potensi pawisata yang belum dikelola sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan pembangunan daerah</p>
2	<p>M. Juramadi Esram, Analisis Pasar Pariwisata Dalam Pembangunan Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.</p>	<p>Hasil analisis maka dapat diketahui bahwa:</p> <p>1. Motivasi kunjungan wisatawan dari Singapura dan Malaysia ke Kota Tanjungpinang adalah untuk berlibur untuk melihat bangunan bersejarah yang ada di lokasi wisata Pulau Penyengat, Senggarang, dan Kota Piring. Pasar pariwisata kota Tanjungpinang yang dapat dikembangkan berdasarkan hasil penelitian ini adalah wisata sejarah dan</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh M. Juramadi Esram membahas tentang potensi wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri serta mencakup semua jenis pariwisata baik alam maupun non alam. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan strategi yang di gunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi-potensi pawisata khususnya</p>

			budaya, dragon boat race	potensi wisata bahari yang belum di kelola sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan pembangunan daerah
3	Rika Kurniawan (2015) Strategi Pengembangan Potensi Wisata Bahari di Taman Wisata Perairan Kepulauan Anambas	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.	Strategi pengembangan potensi wisata bahari pada Pulau Mantang Besar dan Mantang Kecil Kepulauan Anambas yaitu: 1. Dimensi ekologi dengan menerapkan konsep ekowisata dapat menjaga keberlanjutan serta kelestarian sumberdaya yang ada. 2. Dimensi sosial-ekonomi difokuskan peran <i>stakeholders</i> untuk peningkatan ekonomi masyarakat 3. Dimensi kelembagaan-teknologi diupayakan segera pembangunan sarana-prasarana penunjang agar kegiatan wisata bahari dapat berjalan.	Penelitian yang dilakukan Rika Kurniawan strategi dari Dimensi ekologi, Dimensi sosial-ekonomi dan Dimensi kelembagaan-teknologi. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan strategi yang di gunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi-potensi pawisata khususnya potensi wisata bahari yang belum di kelola sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan pembangunan daerah
4	Nurhusainita (2017) Strategi Pengembangan Wisata Bahari di Kabupaten Lampung Selatan (Studi Analisis Lingkungan Pengembangan Wisata Bahari Kabupaten Lampung Selatan)	Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka.	Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa dalam pengembangan wisata bahari Lamsel, kekuatan dari analisis lingkungan internal Disparbud memiliki SDM yang berloyalitas tinggi, kemampuan koordinasi dengan seluruh pihak pengelola, pelatihan SDM secara intensif, serta dukungan dana APBD untuk pembangunan pariwisata. Sedangkan, kelemahannya adalah koordinasi belum optimal, SDM sulit berinovasi, pengelolaan SDM belum maksimal, tidak adanya sistem <i>reward</i> dan <i>punishment</i> , tidak ada dana khusus untuk wisata	Penelitian yang dilakukan Nurhusainita terfokus pada strategi pengembangan pariwisata bahari melalui kekuatan dari analisis lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan oleh Disparbud Lampung Selatan. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan strategi yang di gunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi-potensi pawisata khususnya potensi wisata

			<p>bahari, serta pemanfaatan teknologi Disparbud belum maksimal.</p>	<p>bahari yang belum di kelola sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan pembangunan daerah</p>
5	<p>Joice Betsy Mahura, Eko Sri Wiyono dan Daniel R. Monintja, (2013) Analisis Kebijakan Pengembangan Wisata Bahari (Kasus Pulau Tagalaya dan Pulau Kumo di Kabupaten Halmahera Utara)</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder.</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan wisata bahari. Obyek wisata berupa pantai pasir putih yang indah, taman laut (terumbu karang dan biota didalamnya) alami dan asri, kondisi perairan yang tenang dan jernih, menjadi daya tarik ber kunjungnya wisatawan 2. Pengembangan wisata bahari berdampak positif bagi masyarakat, tetapi kemampuan pengelolaan wisata bahari Pulau Tagalaya dan Pulau Kumo oleh masyarakat selama ini masih rendah. Sehingga perlu dukungan pemerintah dan <i>stakeholders</i> lainnya dalam pembagian peran pengelolaan wisata bahari secara proposional dan profesional diantara masing-masing pihak (konsep ko-manajemen) 3. Skala prioritas strategi kebijakan untuk pengembangan wisata bahari di Pulau Tagalaya dan Pulau Kumo kabupaten Halmahera Utara berdasarkan analisis SWOT dan AHP adalah: <ol style="list-style-type: none"> a. Peningkatan infrastruktur wisata bahari b. Pengelolaan wisata bahari berbasis masyarakat c. Promosi dan publikasi obyek wisata 	<p>Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahura, Eko Sri Wiyono dan Daniel R. Monintja terfokus pada dampak pengembangan pariwisata oleh pemerintah daerah dan optimalisasi skala prioritas strategi kebijakan untuk pengembangan wisata. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan strategi yang di gunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi-potensi pawisata khususnya potensi wisata bahari yang belum di kelola sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan pembangunan daerah</p>

			<ul style="list-style-type: none"> d. Peningkatkan kerjasama antar sektor terkait e. Pembinaan dan pelatihan wisata bahari f. Peningkatan stabilitas keamanan wilayah g. Pembagian zonasi pemanfaatan perikanan dan pariwisata. 	
--	--	--	---	--

Sumberr: Diolah dari berbagai tesis dan jurnal

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian tentang strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam peningkatan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung, penelitian ini juga sangat penting untuk dilakukan hal itu dikarenakan bisa dijadikan sebuah informasi bagi instansi terkait untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui peningkatan dan pengembangan pariwisata serta optimalisasi dalam implementasi strategi yang sudah direncanakan oleh pemerintah daerah untuk pengembangan pariwisata khususnya pariwisata Bahari/Pantai yang ada di Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam pengembangan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam pengembangan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan baik secara akademis maupun praktis.

1. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan berguna sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menunjang perkembangan ilmu pemerintahan pada bidang strategis pengembangan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak terkait khususnya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran untuk selalu mengoptimalkan dalam menjalankan strategis pengembangan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing, kata strategi berasal dari kata *strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana suatu lembaga, instansi maupun perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitifnya dan meminimalkan keterbatasan bersaing supaya mendapatkan tujuan yang diinginkan sebelumnya. Konsep strategi dalam Kamus Besar Indonesia, (2016:859-860) pengertian strategi adalah yang pertama siasat perang, kedua ilmu siasat dan ketiga rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Menurut Marrus (2012:31), strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar

tujuan tersebut dapat dicapai. Selanjutnya Quinn (2009:10), mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh.

Menurut Rangkuti (2004:4), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir. Menurut Porter dalam Rangkuti (2004:4), strategi adalah suatu alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Senada dengan itu, Hamel dan Phalarad juga mengatakan strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan.

Berdasarkan pendapat di atas, maka strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan

menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif. Sedangkan menurut Ohmae (2009:10), bahwa strategi bisnis, dalam suatu kata, adalah mengenai keunggulan kompetitif. Satu-satunya tujuan dari strategis adalah memungkinkan perusahaan memperoleh, seefisien mungkin, keunggulan yang dapat mempertahankan atas saingan mereka. Strategi koorperasi dengan demikian mencerminkan usaha untuk mengubah kekuatan perusahaan relatif terhadap saingan dengan seefisien mungkin.

Setiap perusahaan atau organisasi, khususnya jasa, bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggannya oleh karena itu, setiap strategi perusahaan atau organisasi harus diarahkan bagi para pelanggan hal ini seperti yang dijelaskan Hamel dan Prahalad (2005:31), bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan, dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Misalnya strategi itu mungkin mengarahkan organisasi itu ke arah pengurangan biaya, perbaikan kualitas, dan memperluas pasar. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Menurut pendapat Rangkuti (2004:6), strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 (tiga) tipe strategi, yaitu:

1. Strategi manajemen
Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi pengembangan produk, strategi akuisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.
2. Strategi investasi
Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya, apakah perusahaan ini melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi diinvestasi, dan sebagainya.
3. Strategi bisnis
Strategi bisnis ini juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena bisnis ini berorientasi kepada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Sedangkan menurut Goldworthy dan Ashley (2006:98), mengusulkan tujuh aturan dasar dalam merumuskan suatu strategi sebagai berikut:

1. Ia harus menjelaskan dan menginterpretasikan masa depan, tidak hanya masa sekarang
2. Arahan strategi harus bisa menentukan rencana dan bukan sebaliknya
3. Strategi harus berfokus pada keunggulan kompetitif, tidak semata-mata pada pertimbangan keuangan
4. Ia harus diaplikasikan dari atas ke bawah, bukan dari bawah ke atas
5. Strategi harus mempunyai orientasi eksternal
6. Fleksibilitas adalah sangat esensial
7. Strategi harus berpusat pada hasil jangka panjang.

Suatu strategi hendaknya mampu memberi informasi kepada pembacanya yang sekaligus berarti mudah diperbaharui oleh setiap anggota manajemen puncak dan setiap karyawan organisasi maka oleh Donnelly (2006:109), dikemukakan enam informasi yang tidak boleh dilupakan dalam suatu strategi, yaitu:

1. Apa, apa yang akan dilaksanakan
2. Mengapa demikian, suatu uraian tentang alasan yang akan dipakai dalam menentukan apa diatas
3. Siapa yang akan bertanggungjawab untuk atau mengoperasionalkan strategi
4. Berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk mensukseskan strategi
5. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk operasional strategi tersebut
6. Hasil apa yang akan diperoleh dari strategi tersebut.

Untuk menjamin agar supaya strategi dapat berhasil baik dengan meyakinkan bukan saja dipercaya oleh orang lain, tetapi memang dapat dilaksanakan, Hatten dan Hatten (2006:108-109), memberikan beberapa petunjuknya sebagai berikut:

1. Strategi harus konsiten dengan lingkungan, strategi dibuat mengikuti arus perkembangan masyarakat, dalam lingkungan yang memberi peluang untuk bergerak maju
2. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi, tergantung pada ruang lingkup kegiatannya apabila ada banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu haruslah konsisten dengan strategi yang lain. Jangan bertentangan atau bertolak belakang, semua strategi senantiasa diserasikan satu dengan yang lain
3. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumberdaya dan tidak menceraiberaikan satu dengan yang lain. Persaingan tidak sehat antara berbagai unit kerja dalam suatu organisasi seringkali mengklaim sumberdayanya, membiarkannya terpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi
4. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya. Selain itu hendaknya juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempati posisi kompetitif yang lebih kuat
5. Sumber daya adalah sesuatu yang kritis. Mengingat strategi adalah sesuatu yang mungkin, hendaknya dibuat sesuatu yang memang layak dapat dilaksanakan
6. Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. Memang setiap strategi mengandung resiko, tetapi haruslah berhati-hati, sehingga tidak menjerumuskan organisasike lubang yang lebih besar. Oleh karena itu strategi hendaknya selalu dapat dikontrol
7. Strategi hendaknya disusn diatas landasan keberhasilan yang telah dicapai

8. Tanda-tanda suksesnya dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dari para eksekutif, dari semua pimpinan unit dalam organisasi

Sementara itu menurut Henry M Boettinger, (Hunger dan Wheelen, 2013:39). Berpendapat bahwa manajemen itu suatu seni yang membutuhkan tiga unsur-unsur yaitu:

1. Pandangan seniman
2. Pengetahuan dan teknis
3. Teknik dan komunikasi yang berhasil.

Dalam hal ini manajemen merupakan suatu seni, maka manajemen memerlukan tiga unsur tersebut oleh karena itu keterampilan manajemen, keterampilan seni juga kembangkan melalui training. Keterampilan manajemen juga kembangkan dengan cara yang sama. Menurut James A.F. Stoner, (dalam Hunger dan Wheelen, 2013:39) mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan pengkoordinasian, kepemimpinan dan pengawasan. Berdasarkan definisi di atas dapat ditarik beberapa pokok pemikiran sebagai berikut:

1. Proses adalah suatu cara sistematis untuk melakukan suatu manajemen yang didefinisikan sebagai suatu proses karena semua pimpinan memiliki kemampuan, keahlian, ketrampilan yang terlibat dalam kegiatan yang saling berkaitan dengan upaya mencapai tujuan organisasi
2. Perencanaan menunjukkan bahwa para pemimpin memikirkan tujuan dan kegiatan sebelum melakukan kegiatan pada suatu acara, rencana dan logika

3. Pengorganisasian berarti para pemimpin mengkoordinir sumber daya manusia dan sumber daya lain yang dimiliki organisasi
4. Memimpin ini menunjukkan bagaimana para pemimpin mengarahkan dan mempengaruhi bawahannya, menggunakan orang lain untuk tugas tertentu
5. Pengawasan, para pemimpin berusaha untuk meyakinkan bahwa organisasi bergerak pada arah atau jalur tujuan, apabila organisasi berjalan pada jalur yang salah maka para pemimpin berusaha mencari permasalahannya dan mengembalikannya pada jalur yang benar.

Menurut Bryson (2009:55), perumusan strategi pada dasarnya merupakan garis besar terhadap tantangan-tantangan mendasar yang dihadapi oleh karena itu strategi harus dirumuskan selaras dengan isu strategis yang telah diidentifikasi. Dalam perumusan strategi peningkatan pariwisata daerah digunakan pendekatan sebagai berikut yang pertama, mengidentifikasi alternatif-alternatif umum yang dapat digunakan untuk menjawab isu-isu strategis, kedua mempelajari kendala-kendala yang memungkinkan muncul dalam pelaksanaan alternatif-alternatif umum tersebut, ketiga merumuskan usulan-usulan utama yang dapat digunakan untuk mewujudkan alternatif tersebut, sekaligus untuk mengantisipasi kemungkinan adanya kendala, keempat merumuskan kegiatan utama apa yang harus dilakukan dalam satu atau dua tahun kedepan, dan terakhir merumuskan langkah-langkah khusus yang harus dilakukan dalam enam bulan kedepan dan menetapkan siapa yang bertanggung jawab untuk melaksanakannya.

Menurut Bryson (dalam Hunger dan Wheelen, 2013:39), terdapat sepuluh langkah proses perencanaan strategis yaitu:

1. Memprakarsai dan menyetujui proses perencanaan strategis
2. Mengidentifikasi mandat organisasi
3. Memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi
4. Menilai lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk mengidentifikasi
5. Mengidentifikasi isu-isu strategis yang hadapi organisasi
6. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu tersebut
7. Mereview dan meyetujui strategi dan rencana
8. Menyusun suatu visi sukses organisasi
9. Mengembangkan proses implementasi yang efektif
10. Menilai kembali strategi dan proses perencanaan strategis.

Penggunaan manajemen strategis, untuk meningkatkan kinerja organisasi akan berhasil apabila dilakukan oleh *team work*, dilaksanakan secara terpadu (*intergrated*) dan *terdesentralisir* sehingga menghasilkan inovasi-inovasi baru. Proses evaluasi harus terus berjalan agar berhasil, yang akhirnya dapat diajukan sebagai bahan pengambilan keputusan selanjutnya. Sedangkan menurut Muljadi (2006:152), strategi merupakan suatu cara untuk mengendalikan organisasi secara efektif dan efisien, sampai pada implementasi paling depan dalam mencapai tujuan dan sasaran organisasi yang bersangkutan. Dalam penyusunan rencana strategi organisasi, harus memuat:

1. Rumusan visi organisasi
2. Rumusan misi organisasi
3. Rumusan tujuan organisasi
4. Rumusan sasaran
5. Rumusan kebijakan
6. Rumusan program
7. Rumusan kegiatan.

Strategis memberikan kerangka kerja bagi kegiatan perusahaan yang dapat meningkatkan ketanggapannya dan berfungsinya organisasi. Perencanaan strategi membantu pimpinan pengembangan konsep yang jelas mengenai organisasi, selain itu perencanaan strategis memungkinkan organisasi mempersiapkan diri menghadapi lingkungan kegiatan yang cepat berubah. Keunggulan penting lainnya dan perencanaan strategis adalah membantu para pimpinan melihat adanya peluang yang mengundang resiko dan peluang yang aman dan memilih antara salah satu peluang-peluang yang ada, strategis juga mengurangi kemungkinan kesalahan dan kejutan yang tidak menyenangkan.

B. Peningkatan Obyek Pariwisata

1. Pengertian Peningkatan

Menurut Salin dan Yeni (2015:160), peningkatan secara epistemologi adalah menaikkan derajat taraf dan sebagainya mempertinggi memperhebat produksi dan sebagainya. Sedangkan menurut Adi (2011:4), dalam kamus

bahasanya istilah peningkatan berasal dari kata tingkat yang berarti berlapislapis dari sesuatu yang tersusun sedemikian rupa, sehingga membentuk suatu susunan yang ideal, sedangkan peningkatan adalah kemajuan dari seseorang dari tidak tahu menjadi tahu, dari tidak bisa menjadi bisa. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat diketahui bahwa peningkatan adalah proses, cara, perbuatan untuk menaikkan sesuatu atau usaha kegiatan untuk memajukan sesuatu ke suatu arah yang lebih baik lagi daripada sebelumnya.

2. Pengertian Pariwisata

Menurut Yoeti (2005:103), pariwisata secara etimologis berasal dari bahasa sangsakerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu *pari* yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar dan lengkap. Sedangkan *wisata* yang berarti perjalanan atau berpergian, dengan demikian pengertian kata pariwisata dapat disimpulkan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain. Hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses berpergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain luar tempat tinggalnya. Dorongan berpergian adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar, penjelasan yang hampir sama dijelaskan oleh Yoeti, (2005:118) mengemukakan pengertian pariwisata sebagai kegiatan rekreasi yang selenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan maksud bukan untuk

berusaha atau mencari nafkah di tempat yang kunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam.

Menurut Pendit (2010:30), pariwisata adalah berpergiannya orang-orang tersebut dapat lukiskan dengan banyak orang yang meninggalkan tempat kediaman atau rumah mereka untuk sementara waktu ketempat lain dengan tujuan benar-bener sebagai konsumen dan sama sekali tanpa tujuan mencari nafkah. Pariwisata merupakan salah satu segi mobilitas manusia. Namun perbedaan pengertian mobilitas manusia dan pariwisata hanyalah perbedaan semu bukan hakiki, lebih-lebih tinjau dari segi kesamaan sarana dan prasarana yang perlukan, dengan demikian berbagai motivasi mobilitas manusia dapat merupakan pula motivasi kepariwisataan, apakah sebagai motivasi utama atau sampingan. Pengertian industri pariwisata menurut Kusudianto, (2016:11) yaitu suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan yang memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang berpergian. Senada hal tersebut menurut Direktorat Jendderal Pariwisata, (2016:40) industri wisata ialah perusahaan penginapan, angkutan wisata, perusahaan biro perjalanan, perusahaan perstauranan dan perusahaan hiburan.

Menurut Methieson dan Wall, (2012:46) mengatakan bahwa pariwisata mencangkup tiga elemen utama adalah:

- a. *Adynamic* elemen yaitu travel kesatuan destinasi wisata
- b. *Astratic* elemen yaitu: singgah daerah tujuan
- c. *Aconsequential* elemen yaitu akibat dari hal atas khususnya terhadap masyarakat lokal yang meliputi dampak ekonomi sosial fisik dan adanya kontak dan wisatawan.

Senada dengan hal itu tingkat pengaruh wisatawan dalam proses produksi wisata dapat diidentifikasi melalui dua hal yaitu profil wisatawan dan motivasi wisatawan. Menurut Suyitno, (2009:16) profil wisatawan yaitu hal-hal yang merupakan ciri-ciri khusus wisatawan yang membedakan antara yang satu dengan yang lainnya. Karakteristik ini muncul karena dua latar belakang, yaitu:

- a. Latar belakang lingkungan berupa kondisi alam, latar belakang sejarah, kebudayaan, politik, ekonomi, serta faktor sosial.
- b. Latar belakang pribantara lain tingkat umur wisatawan, jenis kelamin, pendidikan serta profesi atau mata pencaharian.

Motivasi adalah dorongan psikologis yang mengarahkan seseorang kearah satu tujuan alasan orang untuk mengunjungi Obyek wisata biasanya berbedabeda tergantung motivasinya, adapun motivasi berwisata menurut Yoeti, (2005:82) terdiri dari:

- a. Motivasi fisik (*physical motivation*), tujuan mengembalikan kondisi fisik, caranya dengan beristirahat, bersantai atau olahraga sehingga timbul kembali semangat untuk beraktivitas.

- b. Motivasi budaya (*culture motivations*), tujuannya berkaitan erat dengan keinginan pribad untuk melihat dan mengetahui negara lain baik penduduknya maupun tata cara hidup yang berbeda.
- c. Motivasi interpersonal (*interpersonal motivations*), yaitu berkaitan dengan keinginan untuk bertemu dengan naak keluarga, teman, tetangga, berjumpa dengan orang-orang tertentu atau sekedar melihat tokoh-tokah terkenal, benyayi, bintang filem, dan lain-lain.

Obyek wisata terbagi menjadi tiga jenis, antaranya adalah:

- a. Obyek dan daya tarik wisata alam, yang berupa Obyek wisata alamiah seperti sungai, danau, gunung, hutan dan sebagainya, dan ada juga yang berupa Obyek wisata alam yang mendapat campur tangan manusia seperti sawah, danau buatan, saluran irigasi, dan sebagainya.
- b. Obyek dan daya tarik wisata budaya yaitu seluruh unsur karya cipta dan karsa manusia yang implementasikan dalam gaya hidup upacara adat atau unsur tradisional lainnya.
- c. Obyek dan daya tarik wisata buatan yaitu Obyek wisata yang bangun untuk berwisata seperti taman bermain dan area permainan.

Penjelasan dari Direktur Jenderal Pariwisata, (2016:29-39) Berdasarkan manfaat pariwisata terbagi menjabeberapa bagian yang meliputi yaitu:

- a. Ekonomi

Belanja para wisatawan asing suatu negara tujuan merupakan penerimaan *valuta asing* atau devisa. Semakin besar belanja tersebut, akan makin

memperkuat *neraca pembayaran negara tujuan* dari segi lain Negara dapat menambah pendapatan dari penerimaan pajak-pajak dari sektorsektor usaha yang bersangkutan dengan kepariwisataan.

b. Seni budaya

Salah satu dorongan kebutuhan manusia untuk mengunjungi sesuatu daerah ialah untuk memenuhi rasa ingin mengetahui, mengagumi atau menyelami seni budaya dari daerah yang kunjunginya dengan demikian pada dasarnya wisatawan ingin melihat sesuatu yang jarang, keperibadian (asli) tetapi indah. Kebutuhan ini akan mendorong pengembangan kreasi, penggalan, pemeliharaan, atau *pagelaran seni budaya yang baik*.

c. Pemeliharaan dan manfaat lingkungan hidup

Pembangunan pariwisata yang tidak teratur dan terarah dapat merusak lingkungan hidup, sebaliknya apabila bina secara baik justru menjapendorong pemeliharaan lingkungan yang baik ataupun dapat memanfaatkan lingkungan alam yang terlantar. Wisatawan yang mempunyai tujuan untuk rekreasi menginginkan suatu daerah yang menimbulkan suasana baru dari kebisingan kehidupan sehari-hari.

d. Memperluas nilai-nilai pergaulan hidup dan pengetahuan

Hubungan-hubungan yang terjalin antara wisatawan dengan masyarakat yang kunjunginya sedikit banyak akan menempa nilai hidup baru dalam arti memperluas cakrawala (horizon) pandangan pribaterhadap nilai-nilai kehidupan lainnya. Manusia akan belajar menghargai nilai-nilai orang

lain disamping nilai-nilai yang miliknya dalam hubungan dengan kegiatan wisatawan dalam negeri maka lebih mengenal tanah air.

e. Memperluas kesempatan kerja

Perusahaan dalam lingkup industri pariwisata yang menyerap banyak tenaga. Berdasarkan penelitian UNDP/ILO (*Manpower survey on tourist development dan tourist industry in indonesia 1974*) jumlah tenaga kerja sektor pariwisata berjumlah 48.300. apabila rangkaian tenaga kerja pada industri penunjang pariwisata seperti, perusahaan kerajinan, dekorasi hotel, toko souvenir dan sebagainya, maka jumlah tenaga kerja yang diserap makin banyak lagi.

f. Menunjang perbaikan kesehatan dan prestasi kerja

Manusia selalu menginginkan terlepas dari kejemuhan kesibukan hidup sehari-hari atau rasa bosan dengan mendambakan suasana baru, lingkungan baru walaupun untuk sementara. Kejemuhan yang berlarut-larut menimbulkan tekanan jiwa yang akan mempengaruhi kesehatan maupun prestasi kerja dengan adanya rekreasi ke suatu lingkungan suasana baru akan mengendorkan ketenangan itu. Pelepasan ketegangan sangat perlukan bagi kesehatan jasmani maupun rohani untuk dapat menghimpun tenaga dalam mencapai prestasi-prestasi kerja ataupun kehidupan yang lebih baik dalam masyarakat.

3. Pengembangan Pariwisata

Menurut Poerwadarminta, (dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, 2016:556) pengembangan merupakan perbuatan (hal, cara, usaha)

mengembangkan. Menurut Fandeli, (2009:27) mengemukakan pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada:

- a. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal
- b. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata pada penduduk lokal
- c. Berorientasi pada pengembangan wirausaha skala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berpotensi pada teknologi komparatif
- d. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak negatif yang seminimal mungkin.

Menurut Yoeti (2005:187), menjelaskan tentang pengertian pengembangan pariwisata dengan membagi menjadi 2 (dua) kelompok yaitu pengembangan produk baru dan pengembangan atraksi wisata.

- a. Pengembangan produk baru

Pengembangan suatu produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah jenis produk yang dihasilkan ataupun yang akan dipasarkan. Pengembangan produk baru meliputi perbaikan pelayanan (*service*) semenjak seorang wisatawan meninggalkan tempat kediamannya sampai ke tempat atau obyek yang dituju sampai kembali ke tempat asalnya.

b. Pengembangan atraksi wisata

Atraksi wisata adalah peristiwa atau kejadian yang berlangsung secara periodik, baik yang bersifat tradisional maupun dilembagakan dalam kehidupan masyarakat modern, mempunyai daya tarik tertentu sehingga merangsang wisatawan untuk menyaksikan atau mengahdirinya.

Pengembangan atraksi wisata berarti menggali dan memajukan sesuatu yang dapat disaksikan oleh wisatawan sehingga mereka berminat untuk mengadakan kunjungan ke suatu daerah tujuan wisata. Atraksi wisata tersebut antara lain upacara selamatan, pembakaran mayat, kesenian tradisional, dan sebagainya. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata merupakan usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk menggali, memperbaiki dan memajukan potensi yang ada di suatu daerah tujuan wisata baik secara fisik maupun sosial untuk meningkatkan pendapatan masyarakat maupun devisa negara dengan melestarikan identitas budaya dan meminimalkan dampak negatifnya. Pengembangan obyek pariwisata dalam penelitian ini peneliti mengadopsi pengembangan obyek pariwisata menurut Yoeti hal itu dikarenakan pengembangan pariwisata menurut Yoeti bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan distribusi pendapatan secara merata, usaha pengembangan pariwisata yang berpegang pada prinsip-prinsip dalam perencanaan kepariwisataan dan pedoman pembangunan obyek dan daya tarik wisata.

Menurut Yoeti, (2005:201) menjelaskan bahwa prinsip-prinsip dalam perumusan perencanaan kepariwisataan hendaknya ditetapkan sebagai berikut:

- a. Perencanaan pengembangan kepariwisataan haruslah merupakan suatu kesatuan dengan pembangunan regional atau nasional dari pembangunan perekonomian negara karena itu perencanaan pengembangan kepariwisataan hendaknya termasuk dalam kerangka kerja dari pembangunan ekonomi dan sosial budaya yang hidup di negara tersebut
- b. Seperti halnya perencanaan sektor perekonomian lainnya, perencanaan pengembangan kepariwisataan menghendaki pendekatan terpadu (*integrated-approach*) dengan sektor-sektor lainnya yang banyak berkaitan dengan bidang kepariwisataan
- c. Perencanaan pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah haruslah di bawah koordinasi perencanaan fisik daerah tersebut secara keseluruhan
- d. Perencanaan fisik satu daerah untuk tujuan pariwisata harus pula berdasarkan suatu studi yang khusus di buat untuk itu dengan memperhatikan perlindungan terhadap lingkungan, alam dan budaya di daerah sekitarnya
- e. Perencanaan fisik suatu daerah untuk tujuan pariwisata harus didasarkan atas penelitian yang sesuai dengan lingkungan alam sekitar dengan memperhatikan faktor alam geografi yang lebih luas dan tidak meninjau dari segi administrasi saja

- f. Rencana dan penelitian yang berhubungan dengan pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah harus memperhatikan faktor ekologi daerah yang bersangkutan
- g. Perencanaan pengembangan kepariwisataan tidak hanya memperhatikan masalah dari segi ekonomi saja, tetapi tidak kalah pentingnya memperhatikan masalah sosial yang mungkin ditimbulkannya
- h. Masa-masa yang akan datang jam kerja para buruh dan karyawan akan semakin singkat dan waktu senggang akan semakin panjang, karena itu dalam perencanaan wisata, khususnya di daerah yang dekat dengan industri perlu memperhatikan fasilitas rekreasi dan hiburan di sekitar daerah yang disebut dengan *pre-urban*
- i. Pariwisata walau bagaimana bentuknya, tujuan pengembangannya tidak lain untuk meningkatkan kesejahteraan orang banyak tanpa membedakan ras, agama dan bangsa karena itu pengembangan pariwisata perlu pula memperhatikan kemungkinan peningkatan kerja sama dengan bangsabangsa lain yang saling menguntungkan.

Suatu daerah yang akan dikembangkan menjadi suatu daerah tujuan wisata (DTW), maka sebagai modal dasarnya harus memiliki sesuatu yang dapat menjadi daya tarik, pengelolaannya dilakukan secara optimal sehingga dapat menarik dan dikunjungi oleh wisatawan. Menurut Suwantoro, (2014:187) unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut

perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya meliputi 5 (lima) unsur, yaitu sebagai berikut:

a. Obyek dan daya tarik wisata

Daya tarik wisata atau obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata pada umumnya daya tarik suatu obyek wisata berdasar pada:

- 1) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih
- 2) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya
- 3) Adanya ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka
- 4) Adanya sarana atau prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir
- 5) Obyek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya
- 6) Obyek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau.

Menurut Suwanto (2014:20), pembangunan suatu obyek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki obyek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan yaitu sebagai berikut:

1) Kelayakan finansial

Studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dari pembangunan obyek wisata tersebut.

2) Kelayakan sosial ekonomi regional

Studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu obyek wisata memiliki dampak sosial ekonomi secara regional; dapat menciptakan lapangan kerja dan dapat meningkatkan penerimaan devisa.

3) Layak teknis

Pembangunan obyek wisata harus dapat dipertanggungjawabkan secara teknis dengan melihat daya dukung yang ada.

4) Layak lingkungan

Analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pembangunan suatu obyek wisata.

5) Prasarana wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan sebagainya. Untuk kesiapan obyek-obyek wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu dibangun sesuai dengan lokasi dan kondisi obyek wisata yang bersangkutan. Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan

meningkatkan aksesibilitas suatu obyek wisata yang akhirnya akan meningkatkan daya tarik obyek wisata itu sendiri dalam melaksanakan pembangunan prasarana wisata diperlukan koordinasi yang mantap antara instansi terkait bersama dengan instansi pariwisata di berbagai tingkat.

b. Sarana wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun obyek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata adalah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, sedangkan secara kualitatif ialah menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan.

c. Tata laksana (infrastruktur)

Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas dan di bawah tanah seperti:

- 1) Sistem pengairan, distribusi air bersih, sistem pembuangan air limbah yang membantu sarana perhotelan atau restoran
- 2) Sumber listrik dan energi serta jaringan distribusinya yang merupakan bagian vital bagi terselenggaranya penyediaan sarana wisata yang memadai
- 3) Sistem jalur angkutan dan terminal yang memadai dan lancar akan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi obyek-obyek wisata
- 4) Sistem komunikasi yang memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan informasi maupun mengirimkan informasi secara cepat dan tepat
- 5) Sistem keamanan atau pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para wisatawan.

d. Masyarakat (lingkungan)

1) Masyarakat

Masyarakat di sekitar obyek wisata perlu mengetahui berbagai jenis dan kualitas layanan yang dibutuhkan oleh wisatawan. Hal ini disebabkan karena masyarakat di sekitar obyek wisata adalah yang akan menyambut kehadiran wisatawan tersebut dan sekaligus akan memberikan layanan yang diperlukan oleh wisatawan.

2) Lingkungan

Lingkungan alam di sekitar obyek wisata perlu diperhatikan kelestariannya agar tidak rusak dan tercemar. Sehingga perlu adanya aturan dan persyaratan dalam pengelolaan suatu obyek wisata.

3) Budaya

Lingkungan masyarakat dalam lingkungan alam di suatu obyek wisata merupakan lingkungan budaya yang menjadi pilar penyangga kelangsungan hidup masyarakat oleh karena itu lingkungan budaya tidak boleh tercemar oleh budaya asing, tetapi harus ditingkatkan kualitasnya sehingga dapat memberikan kenangan yang mengesankan bagi setiap wisatawan yang berkunjung.

Sedangkan di lihat dari bentuknya obyek wisata di bagi menjadi dua fisik dan non fisik, obyek wisata fisik yaitu obyek wisata yang di bangun oleh manusia sedangkan non fisik merupakan wisata yang tercipta secara alamian, menurut Sujali (2013:9), ada dua bentuk obyek wisata yaitu:

a. Obyek wisata alam (*natural resources*)

Bentuk dan wujud dari Obyek wisata ini berupa pemandangan alam, Obyek wisata berwujud pada lingkungan, pegunungan, hutan, pantai, maupun lingkungan hidup yang berupa flora dan fauna.

b. Obyek buatan manusia (*man made resources*)

Bentuk dan wujud obyek wisata ini sangat dipengaruhi oleh aktivitas manusia. Wujudnya berupa museum, tempat ibadah, dan kawasan wisata dibangun seperti Taman Mini Indonesia Indah.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat di ketahui bahwa pembangunan suatu ojek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki obyek tersebut dengan mengacu pada

kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kekayaan finansial, sosio ekonomi regional, teknis, dan layak lingkungan.

4. Tujuan Pariwisata

Pariwisata di Indonesia telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi yang penting. Bahkan sektor ini diharapkan akan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu. Sehingga pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata perlu ditingkatkan melalui kebijakan-kebijakan pengembangan kepariwisataan, banyak usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan pengembangan pariwisata di Indonesia. Tujuannya adalah agar lebih banyak wisatawan datang, lebih lama tinggal dan lebih banyak mengeluarkan uangnya selama berkunjung ke Indonesia.

Tujuan utama dari pengembangan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan nilai ekonomi hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Yoeti, (2005:22) bahwa pengembangan kepariwisataan nasional, dengan tujuan untuk memperlancar usaha kepariwisataan nasional sebagai salah satu sumber penghasil devisa negara perlu menyempurnakan organisasi dan tata kerja badan pelaksana dibidang kepariwisataan tingkat pusat. Selain menyinggung tujuan budaya serta persahabatan internasional, Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 juga menetapkan keuntungan ekonomis sebagai tujuan yang pertama dari pengembangan pariwisata di Indonesia. Secara lengkap, tujuan kepariwisataan yang dikutip oleh Yoeti, (2005:23) dalam Pasal 2 adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan industri-industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya
- b. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia
- c. Meningkatkan persaudaraan atau persahabatan nasional dan internasional.

5. Obyek Wisata

Obyek wisata atau *tourist attraction* adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu dalam Ilmu Kepariwisata, obyek wisata atau lazim disebut atraksi merupakan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 ayat 5, obyek wisata atau disebut daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata dalam kedudukannya yang sangat menentukan tersebut maka, daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun serta dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk

datang ke obyek wisata (Suwantoro, 2014:19). Menurut Wardiyanta (2010:52), memberikan penjelasan tentang yang dimaksud dengan obyek wisata adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan dapat memberikan kepuasan pada wisatawan, hal yang dimaksud berupa:

- a. Berasal dari alam, misalnya pantai, pemandangan alam, pegunungan, hutan, dan lain-lain
- b. Merupakan hasil budaya, misalnya museum, candi, dan galeri
- c. Merupakan kegiatan masyarakat keseharian, misalnya tarian, karnaval, dan lain-lain.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa obyek wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu misalnya:

- a. Obyek dan daya tarik wisata yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka
- b. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya
- c. Sasaran wisata minat khusus, seperti berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain.

Selanjutnya Yoeti (2005:177), memberikan penjelasan bahwa suatu obyek wisata atau daya tarik wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, syarat-syarat tersebut adalah:

a. *Something to see*

Tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh orang lain dengan perkataan lain, daerah itu harus mempunyai daya tarik yang khusus, di samping itu ia harus mempunyai pula atraksi wisata yang dapat dijadikan *entertainments* bila orang datang ke sana.

b. *Something to do*

Tempat tersebut setiap banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau *amusement* dan tempat atau wahana yang bisa digunakan wisatawan untuk beraktivitas seperti olah raga, kesenian maupun kegiatan lain yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama.

c. *Something to buy*

Tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (*shopping*), terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing. Fasilitas untuk berbelanja ini tidak hanya menyediakan barang-barang yang dapat dibeli, tetapi harus pula tersedia sarana-sarana pembantu lain untuk lebih memperlancar seperti *money changer*, bank, kantor pos, dan lain-lain.

6. Produk Wisata

Menurut Suwanto (2014:48), umumnya yang dimaksud dengan produk adalah sesuatu yang dihasilkan melalui proses produksi. Jadi produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan perusahaan, jasa masyarakat dan jasa alam.

- a. Jasa yang disediakan perusahaan antara lain jasa angkutan, penginapan, pelayanan makan minum, jasa tour, dan sebagainya
- b. Jasa yang disediakan masyarakat dan pemerintah antara lain berbagai prasarana utilitas umum, kemudahan, keramahtamahan, adat-istiadat, seni budaya, dan sebagainya
- c. Jasa yang disediakan alam antara lain pemandangan alam, pegunungan, pantai, gua alam, taman laut, dan sebagainya.

Menurut Yoeti (2005:13), tiga golongan pokok produk wisata yaitu:

- a. Obyek wisata yang terdapat pada daerah-daerah tujuan wisata.
- b. Fasilitas yang diperlukan di tempat tujuan tersebut, seperti akomodasi, *catering*, hiburan, dan rekreasi.
- c. Transportasi

Menurut Yoeti (2005:55), hakikatnya defenisi produk wisata adalah keseluruhan bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat kediamannya, selama di daerah tempat wisata, hingga ia kembali ke tempat semula. Menurut Yoeti (2005:18), ciri-ciri produk wisata adalah sebagai berikut:

- a. Tidak dapat dipindahkan, karena dalam penjualannya tidak mungkin pelayanan itu sendiri dibawa kepada konsumen, sebaliknya konsumen (wisatawan) yang harus datang ke tempat produk dihasilkan.
- b. Pada umumnya peranan perantara tidak dibutuhkan
- c. Hasil atau produk tidak dapat ditimbun
- d. Hasil atau produk tidak mempunyai standar atau ukuran Obyektif
- e. Permintaan terhadap hasil atau produk wisata tidak tetap
- f. Hasil atau produk wisata banyak tergantung dari tenaga manusia.

7. Sarana dan Prasarana Pariwisata

Sarana dan prasarana pariwisata yang lancar merupakan salah satu indikator perkembangan pariwisata. Sarana/prasarana diartikan sebagai proses tanpa hambatan dari pengadaan dan peningkatan hotel, restoran, tempat hiburan dan sebagainya serta prasarana jalan dan transportasi yang lancar dan terjangkau oleh wisatawan.

a. Prasarana pariwisata

Menurut Suwanto (2014:21), prasarana (*infrastructures*) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, pelayanan kesehatan, terminal/pelabuhan, dan lain sebagainya

b. Sarana pariwisata

Menurut Suwanto (2014:22), sarana kepariwisataan (*tourism infrastructure*) adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar prasarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Menurut Lothar A.Kreck (dalam Yoeti, 2005:197), sarana pokok kepariwisataan, yang dimaksud dengan sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata, termasuk ke dalam kelompok ini adalah: perusahaan-perusahaan angkutan wisata, hotel dan jenis akomodasi lainnya, bar dan restoran, serta rumah makan lainnya, sarana olahraga.

8. Industri Pariwisata

Menurut Sujali (2009:7), industri pariwisata pembangunan dibidang kepariwisataan merupakan salah satu terobosan untuk meningkatkan pendapatan daerah dan negara, jika bidang atau sektor kepariwisataan akan disejajarkan kedudukannya dengan sektor-sektor lain dalam meningkatkan pendapatan negara, maka kepariwisataan pantas kalau diangkat menjadi sebuah industri, sehingga disebut industri pariwisata. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata industri pariwisata

adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Aspek-aspek yang tercakup dalam industri pariwisata menurut Kusmayadi dan Sugiarto, (2000:6-8) antara lain:

- a. Restoran, di bidang restoran dapat diarahkan pada kualitas makanan, baik dari jenis makanan maupun teknik pelayanannya
- b. Penginapan, yang terdiri atas hotel, resor, wisma-wisma
- c. Pelayanan perjalanan, meliputi biro perjalanan, paket perjalanan, perusahaan *incentive travel* dan *reception service*
- d. Transportasi, dapat berupa sarana dan prasarana angkutan wisatawan seperti mobil, bus, pesawat, kereta api, kapal dan sepeda
- e. Pengembangan daerah tujuan wisata, dapat berupa kelayakan kawasan wisata
- f. Fasilitas rekreasi, dapat berupa pemanfaatan taman-taman
- g. Atraksi wisata, dapat berupa kegiatan seni budaya.

9. Pengertian Wisata Pantai

Pengertian tentang wisata dapat dilihat dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yaitu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela bersifat sementara. Pantai adalah perbatasan antara daratan dan laut, sedangkan laut adalah kumpulan air dalam jumlah banyak yang membagi daratan atas

benuabenua dan pulau-pulau. Jadi, wisata pantai dapat diartikan sebagai wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam pantai beserta komponen pendukungnya, baik alami maupun buatan atau gabungan keduanya itu.

Menurut Simond (2008:19), obyek wisata pantai adalah elemen fisik dari pantai yang dapat dijadikan lokasi untuk melakukan kegiatan wisata, obyek tersebut yaitu:

- a. Pantai, merupakan daerah transisi antara daratan dan lautan, pantai merupakan primadona obyek wisata dengan potensi pemanfaatan, mulai dari kegiatan yang pasif sampai aktif
- b. Permukaan laut, terdapatnya ombak dan angin sehingga permukaan tersebut memiliki potensi yang berguna dan bersifat rekreatif
- c. Daratan sekitar pantai, merupakan daerah pendukung terhadap keadaan pantai, yang berfungsi sebagai tempat rekreasi dan olah raga darat yang membuat para pengunjung akan lebih lama menikmatinya.

Selanjutnya Simond (2008:22), juga menyebutkan bahwa pantai dapat dibagi menjadi berbagai wilayah, yaitu:

- a. *Beach*, yaitu batas antara daratan dan lautan. Biasanya berupa pantai berpasir dan landai
- b. *Dune*, yaitu daerah yang lebih tinggi dari beach. Biasanya berupa hamparan pasir yang permukaannya bergelombang atau berubah secara perlahan karena aliran laut

- c. *Coastal*, yaitu daerah yang secara periodik digenangi air yang merupakan gabungan antara *beach* dan *dune*.

10. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Pariwisata Pantai

Pembangunan, pengembangan dan pengelolaan obyek wisata perlu memperhatikan faktor-faktor yang menentukan pengembangan obyek wisata. Faktor-faktor tersebut merupakan unsur yang menentukan pengembangan obyek wisata. Menurut Pendit (2010:198), pelaksanaan pengembangan pariwisata di Indonesia didasarkan pada konsep perwilayahan, hal ini mengingat bahwa Indonesia memiliki wilayah yang luas, terdiri dari banyak pulau dan beraneka ragam obyek bermutu tinggi yang tersebar di berbagai tempat, baik yang merupakan atraksi tidak bergerak seperti keindahan alam, monumen, candi dan sebagainya maupun atraksi bergerak yang sangat tergantung pada upaya manusia dalam mengembangkannya seperti kesenian, adat istiadat, seremoni, perayaan, pekan raya dan sebagainya.

Perwilayahan dalam dunia kepariwisataan adalah pembagian wilayahwilayah pariwisata yang dapat dipandang memiliki potensi, yang selanjutnya dapat dijadikan tujuan yang pasti. Dalam pengertian ilmiahnya wilayah ini disebut daerah tujuan wisata (*tourist destination area*), yang memiliki batasan-batasan sebagaimana dijelaskan oleh Pendit (2010:66), yaitu yang dimaksud dengan wilayah pariwisata adalah tempat atau daerah

yang karena atraksinya, situasinya dalam hubungan lalu lintas dan fasilitas-fasilitas kepariwisataannya menyebabkan tempat atau daerah tersebut menjadi obyek kebutuhan wisatawan.

Definisi tersebut memberikan penjelasan bahwa ada tiga kebutuhan utama yang harus dipenuhi oleh suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata yaitu:

- a. Memiliki atraksi atau obyek yang menarik
- b. Mudah dicapai dengan alat-alat kendaraan
- c. Menyediakan tempat untuk tinggal sementara.

Para ahli dalam bidang usaha pengembangan dan pembangunan pariwisata yang dikutip oleh Pendit (2010:87-88), mengemukakan tentang adanya persyaratan menjadi faktor penentu pengembangan daerah tujuan wisata yaitu:

- a. Faktor alam

Potensi alam yang menjadi faktor dalam keputusan pengembangan daerah tujuan wisata yaitu:

- 1) Keindahan alam antara lain topografi umum seperti flora dan fauna di sekitar danau, sungai, pantai, laut, pulau, mata air panas, sumber mineral, teluk, goa, air terjun, cagar alam, hutan dan sebagainya
- 2) Iklim antara lain sinar matahari, suhu udara, cuaca, angin, hujan, panas, kelembaban dan sebagainya.

b. Sosial budaya

Daya tarik sosial budaya antara lain:

- 1) Adat istiadat yaitu pakaian, makanan dan tata cara hidup daerah, pesta rakyat, kerajinan tangan dan produk lokal lainnya
- 2) Seni bangunan yaitu arsitektur setempat seperti candi, pura, masjid, gereja, monumen, bangunan adat dan sebagainya
- 3) Pentas dan pagelaran, festival yaitu gamelan, musik, seni tari, pekan olah raga, kompetisi dan pertandingan dan sebagainya
- 4) Pameran, pekan raya pekan raya-pekan raya bersifat industri komersial.

c. Sejarah

Adanya peninggalan sejarah di suatu daerah dapat menjadi daya tarik yang potensial untuk dikembangkan seperti, bekas istana, tempat peribadatan, kota tua dan bangunan-bangunan purbakala peninggalan sejarah, legenda dan sebagainya.

d. Agama

Daya tarik yang berasal dari agama tercermin dalam kegiatan masyarakat atau penduduk setempat berkaitan dengan masalah keagamaan seperti upacara peribadatan, kegiatan penduduk sehari-hari dan sebagainya.

e. Fasilitas rekreasi

- 1) Olah raga seperti berburu, memancing, berenang, ski, golf, mendaki, berlayar, naik kuda dan sebagainya

- 2) Edukasi seperti museum arkeologi, kebun binatang, kebun raya, akuarium, planetarium, laboratorium dan sebagainya
- 3) Fasilitas kesehatan fasilitas ini berfungsi untuk istirahat, berobat dan ketenangan, seperti spa air panas, sanatorium, tempat mendaki, piknik dan sebagainya
- 4) Fasilitas hiburan seperti diskotik, bioskop, teater, sandiwara dan sebagainya
- 5) Fasilitas berbelanja seperti toko souvenir, toko barang kesenian dan hadiah, toko keperluan sehari-hari dan sebagainya
- 6) Infrastruktur seperti jalan raya, taman, listrik, air, pelayanan keamanan, komunikasi, kendaraan umum dan sebagainya.
- 7) Fasilitas pangan dan akomodasi seperti hotel, motel, bungalow, restoran, rumah makan dan sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk melaksanakan pengembangan kepariwisataan guna memperoleh hasil yang optimal hendaknya memperhatikan faktor-faktor penentu pengembangan suatu daerah tujuan wisata yaitu:

- a. Tersedianya obyek wisata atau atraksi yang dapat dinikmati atau disaksikan, baik yang berasal dari alam maupun hasil budi daya manusia
- b. Tersedianya sarana transportasi dan perhubungan
- c. Tersedianya komponen penunjang yang berupa akomodasi dan infrastruktur.

Atraksi atau obyek yang menarik adalah sesuatu yang dapat dihubungkan dengan keadaan alam, kebudayaan, perkembangan ekonomi, politik, lalu lintas, kegiatan olah raga dan sebagainya, tergantung pada kekayaan suatu daerah dalam pemilikan atraksi atau obyek ini. Wilayah pariwisata yang paling ideal dan dapat menjamin maksud serta tujuan industri wisata sesuai dengan fungsinya adalah daerah tujuan wisata yang benar-benar dapat memberikan atraksi beraneka ragam, baik yang dimiliki alam sekitar sebagai obyek yang tidak bergerak maupun yang merupakan manifestasi budaya tinggi khas bersifat daerah atau nasional sebagai obyek bergerak, serta dapat memperlihatkan kegiatan kehidupan rakyat di sekitarnya. Adanya atraksi wisata yang menarik merupakan faktor utama dalam pengembangan pariwisata akan tetapi pengembangan tersebut tidak akan berjalan lancar tanpa adanya sarana dan prasarana yang mendukung suatu daerah tujuan wisata. Sarana kepariwisataan menurut Karyono, (2007:74) adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak bergantung pada kedatangan wisatawan.

Dalam hal prasarana yang harus tersedia dikawasan wisata, Salah Wahab dalam Karyono, (2007:74) membagi prasarana menjadi tiga kelompok yaitu prasarana umum, kebutuhan pokok pola hidup modern dan prasarana wisata.

a. Prasarana umum, meliputi:

1) Sistem penyediaan air bersih

- 2) Kelistrikan
- 3) Jalur-jalur lalu lintas
- 4) Sistem pembangunan limbah
- 5) Sistem telekomunikasi.

b. Kebutuhan pokok pola hidup modern

Misalnya rumah sakit, apotek, bank, pusat-pusat perbelanjaan, salon, kantor-kantor pemerintahan dan pompa-pompa bensin. Prasarana ini merupakan prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak.

c. Prasarana wisata

Prasarana yang diperuntukkan bagi wisatawan yang meliputi tempat penginapan, tempat dan kantor informasi, tempat promosi, tempat-tempat rekreasi dan sport.

Keberhasilan program pengembangan obyek wisata ditentukan oleh berbagai faktor yang saling terkait, salah satu diantaranya adalah adanya keterlibatan dari penyelenggara negara atau pihak pemerintah. Peran serta pemerintah dalam kepariwisataan tergantung pada kondisi dan kepentingan negara yang bersangkutan. Tindakan pemerintah ini dapat berupa penetapan kebijakan atau perundang-undangan yang mengatur tentang kepariwisataan, penyediaan sarana dan prasarana, serta memberikan bantuan keuangan.

Kebijaksanaan yang diambil oleh pemerintah antara lain penyelenggaraan tahun kunjungan wisata, penyelenggaraan program sapta pesona,

kampanye sadar wisata dan *Visit Asean Year*. Keberhasilan dari kebijaksanaan tersebut tidak terlepas dari peran serta masyarakat kesadaran dan tanggung jawab masyarakat sangat penting. Masyarakat berfungsi menyediakan sarana dan tingkah laku yang diharapkan berupa sikap dan keramah tamahan sikap masyarakat diwujudkan dengan adanya kesadaran untuk senantiasa memelihara lingkungan seperti tidak menebang hutan, merusak cagar alam dan sebagainya, sedangkan sikap ramah tamah terhadap wisatawan akan memberikan suasana yang nyaman dan rasa aman bagi wisatawan.

C. Pengunjung

1. Pengertian Pengunjung

Bila diperhatikan, orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (visitor) yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk di dalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan. Menurut *International Union of Official Travel Organization* (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

Pengertian yang sama disampaikan oleh *World Tourism Organization* (WTO) yang dimaksud dengan pengunjung (visitor) untuk tujuan statistik , yaitu setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan

negaranya sendiri dengan alasan apapun juga kecuali untuk mendapatkan pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya, dengan demikian ada dua kategori pengunjung, yaitu:

a. Wisatawan (*tourist*) yaitu pengunjung yang tinggal sementara sekurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:

- 1) Pesiari (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga
- 2) Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.

b. Pelancong (*excursionist*) yaitu pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dalam studi ini yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada obyek dan daya tarik wisata, yang dalam hal ini adalah obyek wisata Pantai Sari Ringgung sebagai lokasi penelitian baik dalam pengertian wisatawan. Pendekatan modern dalam pengembangan pariwisata aspek pengunjung sebagai komponen permintaan ini menjadi pertimbangan utama, pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan pendekatan yang berorientasi pada pasar (wisatawan) dan pada dasarnya wisatawan juga merupakan media dalam mempromosikan produk wisata.

Bentuk promosi terhadap suatu produk wisata yang dilakukan oleh pengunjung antara lain dilakukan dengan saling tukar menukar informasi, berbagai pengalaman dari mulut ke mulut kepada orang-orang disekitarnya. Menurut Yusuf (2005:17), pengalaman ataupun kepuasan seseorang yang telah menikmati suatu produk atau perjalanan merupakan suatu media yang paling ampuh guna dijadikan media promosi dalam bentuk *by mouth promotion* yang paling dipercaya kebenarannya. Sehingga dengan demikian pengunjung memiliki peran penting dalam melakukan promosi terhadap suatu obyek dan daya tarik wisata, secara tidak langsung ia sebagai agen dalam berpromosi (*agent of promotion*).

2. Karakteristik Pengunjung

Menurut Smith (2009:24-25), karakteristik pengunjung dapat dibedakan kedalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata, dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata, tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu dilihat pula keterkaitannya terhadap persepsi pengunjung. Pengunjung pada suatu obyek dan daya tarik wisata masing-masing memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan seseorang melakukan kunjungan ke suatu obyek dan daya tarik wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata, sehingga dalam

menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Karakteristik pengunjung meliputi:

- a. Jenis kelamin yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan
- b. Usia, yaitu umur responden pada saat melakukan survey
- c. Kota atau daerah tempat tinggal responden
- d. Tingkat pendidikan
- e. Status pekerjaan
- f. Pendapatan, dalam hal ini pendapatan per bulan responden.

Sedangkan pola kunjungan responden meliputi:

- a. Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalanan wisata
- b. Frekuensi kunjungan yaitu banyaknya kunjungan wisata yang pernah dilakukan responden
- c. Teman perjalanan adalah orang atau sekelompok orang yang bersamasama dengan responden melakukan perjalanan wisata
- d. Alat transportasi yang digunakan yaitu alat transportasi yang dipilih untuk melakukan kunjungan wisata
- e. Lama waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihabiskan responden selama berada di obyek wisata
- f. Waktu berkunjung yaitu hari yang dipilih untuk melakukan kunjungan wisata
- g. Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan kunjungan perjalanan wisata.

D. Strategi Peningkatan Obyek Pariwisata

Strategi pariwisata merupakan sebuah rencana yang memungkinkan perusahaan mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya untuk mencapai tujuan pemasaran dan tujuan perusahaan. Kaitan yang termasuk ke dalam strategi diantaranya adalah proses pengambilan keputusan tentang biaya strategi, bauran pemasaran, alokasi strategi dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Konsep strategi menurut Middleton dan Clarke (dalam Andayani, 2014:142), mengungkapkan bahwa konsep strategi memiliki lima komponen penting, diantaranya adalah:

1. *Goals* (tujuan) dan *objective* (sasaran) yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu
2. *Images, positioning* dan *branding*, untuk menciptakan *image* (citra) bagi pelanggan
3. *Strategies* dan *programmes* yaitu usaha perusahaan yang dilakukan termasuk pengembangan produk dan investasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan
4. *Budget* yaitu sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan
2. *Review* dan *evaluation*, yaitu bagaimana melakukan penilaian atas apa yang dicapai dalam konteks persaingan dan lingkungan eksternal.

Pemasaran pariwisata baik yang dilaksanakan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah serta industri pariwisata harus dilaksanakan dengan strategi bauran pemasaran (*the marketing mix*). Strategi ini sangat diperlukan

kerena pariwisata adalah industri yang sifatnya sangat kompleks, peralatan yang dipergunakan untuk pemasaran sangat banyak, namun pariwisata juga sangat rentan terhadap perubahan baik yang terjadi secara eksternal maupun yang terjadi secara internal, misalnya salah satu alat tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan maka berakibat pada tingkat kedatangan wisatawan maka strategi pemasaran harus dilaksanakan dengan strategi organisasi perusahaan yang baik. Menurut Andayani, (2014:71-73), adapun pendekatan strategi pemasaran pariwisata adalah:

1. Konsep produksi

Konsep ini menempatkan pertimbangan bahwa konsumen hanya mau membeli barang yang bisa dibeli dengan harga murah dan mudah didapat. Untuk pariwisata yang memenuhi dua kriteria ini adalah produk wisata buatan atau kemasan baru dan untuk *mass production*. Taman rekreasi, resort wisata buatan, souvenir buatan pabrik dan kegiatan olahraga dan *convention* dapat menggunakan pendekatan produksi ini.

2. Konsep produk

Konsep produk ini menggunakan asumsi bahwa konsumen hanya akan membeli barang yang memiliki keunikan, inovatif dan superioritas. Produk dalam pariwisata yang dapat dijual dengan pendekatan ini adalah pariwisata minat khusus yang bertemakan budaya (*heritage* dan *living culture*), alam (*eco tourism*, wisata pendidikan dan penelitian) dan souvenir kerajinan tangan.

3. Konsep penjualan

Pemasaran yang bertujuan untuk menjual produk guna mendapatkan laba atau keuntungan dari penjualan yang banyak volumenya dengan promosi agresif. Produk pariwisata yang dapat dijual dengan pendekatan ini adalah bentuk pariwisata profane misalnya taman rekreasi, souvenir produksi massal buatan pabrik, kegiatan olahraga, serta pameran mengenai produk wisata.

4. Konsep pemasaran

Suatu konsep yang diterapkan dengan mempertimbangkan bahwa keuntungan akan dicapai melalui upaya memberikan kepuasan pada konsumen yang terlebih dahulu melakukan pengidentifikasian kebutuhan dan keinginan wisatawan, sehingga akan lebih baik jika seluruh produk wisata menggunakan pendekatan ini.

5. Konsep pelanggan

Konsep ini merupakan pengembangan dari konsep pemasaran, di mana kepuasan konsumen harus diusahakan terciptanya kepuasan kepada setiap pelanggan secara individual. Seluruh produk wisata hendaknya menggunakan konsep ini dalam pemasaran pariwisata.

6. Konsep ekologis dan humanistik

Konsep yang mempertimbangkan adanya profit yang dicapai melalui kepuasan konsumen dengan cara pengidentifikasian kebutuhan para wisatawan, pengintegrasian kegiatan pemasaran, serta mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat sekitar lokasi wisata dalam

jangka panjang. Pemasaran yang demikian ini diperankan oleh pemerintah untuk produk-produk pariwisata di kawasan yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah seperti halnya kawasan taman nasional dan taman hutan raya.

Alat-alat pariwisata dapat dilaksanakan dengan strategi bauran pemasaran (*the marketing mix*) dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 7. Strategi *the Marketing Mix*

<i>Product</i>	<i>Price</i>	<i>Place</i>	<i>Promotion</i>
1. Souvenir	1. Memadai	1. Pameran	1. Iklan
2. Pelayanan	2. Tarif tercatat	2. Setiap pemberhentian kendaraan	2. Promosi personal
3. Fasilitas	3. Tidak selalu berubah	3. Lokasi tempat wisatawan beraktifitas	3. Publikasi
4. Pengetahuan			4. Pemasaran langsung
5. Kreativitas			
6. SDM			
7. Organisasi			

Sumber: Andayani, (2014)

E. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten

Pesawaran

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Pesawaran Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah Kabupaten, Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Pesawaran dan Staf Ahli Bupati Pesawaran. Tugas adalah menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan kabupaten di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, tugas dekonsentrasi dan pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Bupati berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Untuk menyelenggarakan tugas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran mempunyai fungsi:

1. Perumusan kebijakan teknis di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif
2. Penyelenggaraan urusan pemerintahan ekonomi kreatif
3. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang
4. Pelaksanaan pengembangan pariwisata, ekonomi kreatif, pembinaan karakter dan pekerti bangsa
5. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi
6. Pelaksanaan kebijakan promosi dan standarisasi pariwisata
7. Pelaksanaan rencana induk pengembangan pariwisata dan sumber daya manusia
8. Pelayanan administratif.

F. Kerangka Pikir

Pembangunan maupun pengembangan, merupakan suatu proses perubahan dengan tanda-tanda dari suatu keadaan tertentu yang dianggap kurang dikehendaki menuju ke suatu keadaan tertentu yang dinilai lebih dikehendaki. Manakala pemahaman tersebut diaplikasikan pada sektor kepariwisataan, maka dapat dikonstruksikan bahwa pembangunan ataupun pengembangan pariwisata merupakan suatu proses perubahan pokok yang dilakukan oleh manusia secara terencana pada suatu kondisi kepariwisataan tertentu yang dinilai kurang baik, yang diarahkan menuju pada suatu kondisi kepariwisataan tertentu yang dianggap lebih baik atau lebih diinginkan dalam rangka pengembangan pariwisata, maka diperlukan strategi peningkatan

obyek pariwisata untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Berikut ini beberapa strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam membantu peningkatan obyek pariwisata di Pantai Sari Ringgung:

1. Penyediaan rencana induk pengembangan pariwisata

Berbicara tentang pengembangan pariwisata memerlukan kebijakan perencanaan yang sistematis, pertumbuhan kepariwisataan yang tidak terkendali sebagai akibat dari perencanaan yang tidak baik, pasti akan menimbulkan dampak yang tidak baik dan tentunya tidak menguntungkan semua pihak. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata bahari khususnya Pantai Sari Ringgung untuk Kabupaten Pringsewu direncanakan tahun 2017 akan diperdakan. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata bahari merupakan suatu dokumen perencanaan pariwisata yang disusun oleh pemerintah daerah dan menjadi pedoman pengembangan pariwisata bagi pemerintah daerah, masyarakat, maupun dunia usaha agar memberikan legitimasi yuridis yang memadai, maka sebagai kebijakan pariwisata perlu dituangkan dalam suatu peraturan daerah.

2. Penyiapan program

Penyusunan penyiapan program kegiatan pengembangan obyek wisata yang disesuaikan dengan anggaran yang tersedia, penyiapan program merupakan suatu langkah yang efektif dan efisien dalam proses pengembangan obyek wisata, dalam penyusunan program pengembangan obyek wisata pemerintah daerah menyiapkan beberapa program antara

lain penyiapan program aksesibilitas pariwisata, penyiapan program kawasan konservasi laut, persiapan program peningkatan kualitas SDM pengelola pariwisata khususnya pariwisata bahari, efektifitas anggaran untuk membangun pariwisata bahari yang berbasis pada masyarakat (*community base development*).

3. Kemitraan

Peningkatan obyek kepariwisataan yang diselenggarakan mulai dari tingkat nasional bahkan sampai kepada tingkat daerah tidak terlepas dari tanggung jawab para pelaku industri kepariwisataan yang berperan di sektor swasta. Kemitraan yang dijalin pemerintah dalam sektor pariwisata saat ini dalam pengembangan pariwisata baru mencakup dalam hal perluasan jaringan promosi pariwisata, dimana Kabupaten Pesawaran menjadi bagian dari keanggotaan Asosiasi Sail Wisata Indonesia (ASWINDO) serta kemitraan yang dijalin dengan beberapa perusahaan dalam hal penayangan obyek wisata dalam pelayaran kapal cepat milik perusahaan tersebut. Kerjasama dengan pihak swasta dalam pengembangan pariwisata memang menjadi suatu kebutuhan yang mutlak. Keikutsertaan pihak swasta dalam pengembangan pariwisata dapat membantu penyediaan barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan ataupun pasar pariwisata. Strategi kemitraan pemerintah dengan pihak swasta dalam proses pengembangan pariwisata merupakan salah satu cara yang sangat strategis dalam penyediaan infrastruktur dan pelayanan publik, yang dalam hal ini pihak pemerintah tetap bertanggung

jawab dan akuntabel dalam penyediaan jasa publik dan tetap menjaga kelangsungan kepentingan publik. Kemitraan pemerintah dan pihak swasta merupakan suatu konsep kerjasama yang disusun antara pemerintah dan swasta atas dasar prinsip komplementaritas dan saling menguntungkan, yang bertujuan mewujudkan penyediaan infrastruktur dan fasilitas publik yang efektif dan efisien. Secara umum, kemitraan pemerintah, swasta dan masyarakat adalah dalam hal memberikan bimbingan dan pelatihan bagi masyarakat di sekitar obyek wisata untuk meningkatkan usaha ekonomi kreatif serta melakukan kontrol dan koordinasi dengan pihak swasta dalam pelestarian lingkungan misalnya melestarikan terumbu karang, merehabilitasi terumbu karang yang sudah rusak, serta pembuatan kebijakan tentang pelestarian obyek wisata.

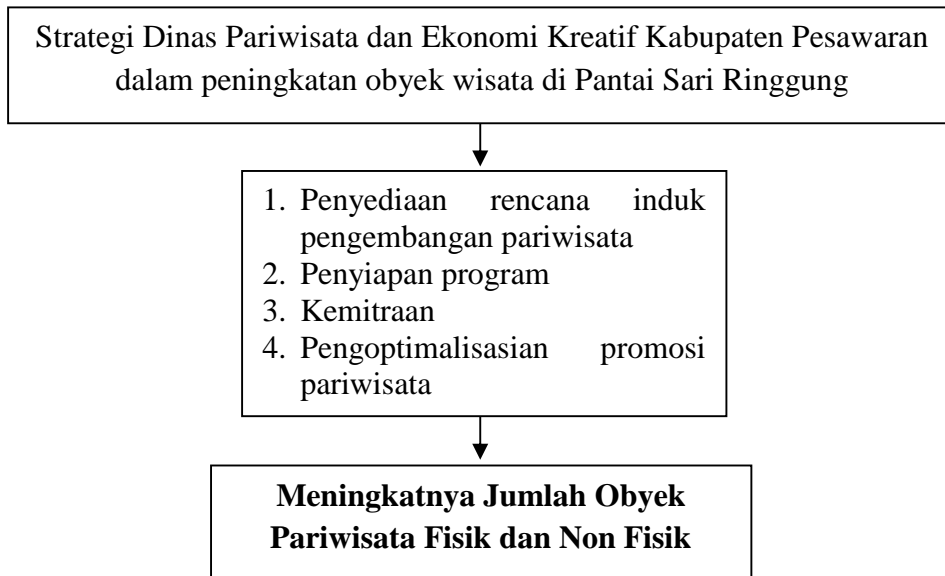
4. Pengoptimalisasian promosi pariwisata

Kegiatan promosi pariwisata merupakan usaha untuk memperkenalkan produk pariwisata, yakni segala sesuatu yang ditawarkan baik obyek dan daya tarik wisata. Kesenambungan kegiatan promosi akan semakin menarik banyak wisatawan untuk datang berkunjung ke destinasi wisata, menikmati produk pariwisata yang ditawarkan. Seperti yang sudah diketahui sebelumnya bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pantai Sari Ringgung antara lain adalah lewat festival, pameran di dalam dan luar daerah, website, media cetak dan elektronik serta pemilihan duta wisata. Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam industri pariwisata banyak memberikan manfaat bagi kegiatan promosi

pariwisata. Penyediaan website dalam rangka promosi pariwisata oleh Pemerintah Kabupaten Pesawaran merupakan bagian dari penggunaan teknologi dan informasi yang dimanfaatkan guna pengembangan pariwisata itu sendiri. Oleh karena itu, untuk mempermudah industri pariwisata maka perlu diikuti dengan pengembangan suatu teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada setiap destinasi wisata pantai khususnya Pantai Sari Ringgung yang terhubung dengan laman website yang ada. Hal ini berguna demi kelancaran promosi wisata, pemanfaatan TIK dalam industri pariwisata dapat dilakukan melalui *E- Tourism*. *E- Tourism* merupakan suatu konsep pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam pariwisata, memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada wisatawan dalam bentuk telematika, dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran pariwisata lebih mudah diakses.

Berdasarkan hasil penelitian ke-4 (keempat) strategi tersebut sudah terlaksana sesuai dengan perencanaan walaupun masih memerlukan optimalisasi dan evaluasi secara komprehensif, sudah terlaksanakannya 4 (empat) strategi tersebut dilihat dari secara keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke obyek-obyek wisata di Kabupaten Pesawaran mengalami peningkatan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara, peningkatan jumlah wisatawan dikarenakan adanya pengembangan obyek wisata baik fisik maupun non fisik, obyek wisata fisik yaitu obyek wisata yang di bangun oleh manusia sedangkan non fisik merupakan wisata yang tercipta secara alamian.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat peneliti gambarkan dalam bentuk gambar kerangka pikir seperti di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pikir

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, menurut Hancock, et.al (2006:10) penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus adalah penelitian yang dilakukan menurut obyek yang disebut sebagai kasus yang dilakukan secara seutuhnya, menyeluruh dan mendalam dengan menggunakan berbagai macam sumber data. Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penelitian studi kasus adalah penelitian yang meneliti fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya dengan menggunakan berbagai bentuk data kualitatif.

Menurut Sugiyono (2013:91), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Sedangkan alasan penulis menggunakan metode kualitatif adalah:

1. Ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena di lapangan secara mendalam
2. Masalah-masalah yang akan dipecahkan oleh penulis dapat didekati sesuai dengan substansinya
3. Data yang terkumpul dapat dijadikan bahan untuk pengembangan teori
4. Hasil analisis data yang dihasilkan dari penelitian kualitatif yang berupa konsep dan kategori dapat secara langsung untuk dijadikan kepentingan pengembangan kebijakan.

B. Fokus Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:81), fokus penelitian bertujuan untuk membatasi masalah dalam satu atau lebih variabel, sehingga dengan demikian dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum. Selain itu penentuan fokus penelitian berfungsi untuk memilih data yang relevan dan tidak relevan meskipun menarik maka tidak perlu dimasukkan ke dalam data yang sedang dikumpulkan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka fokus penelitian ini adalah strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam pengembangan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung, dengan sub fokus sebagai berikut:

1. Penyediaan rencana induk pengembangan pariwisata
2. Penyiapan program
3. Kemitraan
4. Pengoptimalisasian promosi pariwisata.

Keempat strategi tersebut dilaksanakan di semua obyek wisata baik fisik maupun non fisik yang ada di Kabupaten Pesawaran tidak hanya untuk obyek wisata Pantai Sari Ringgung saja. Sedangkan upaya untuk meningkatkan obyek wisatadi Pantai Sari Ringgung dilakukan dalam beberapa cara antara lain:

1. Mengembangkan pemandangan alam

Pemandangan alam merupakan suatu keadaan atau situasi yang terlihat oleh mata dengan nyata dengan bermacam-macam kondisi dengan memiliki suatu keunikan, keaslian dan kelangkaan.

2. Fasilitas

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang disediakan oleh obyek wisata, fasilitas ini terdiri dari MCK, tempat ibadah, tempat parkir, pos keamanan dan kesehatan, tempat makan dan minum, tempat bermain dan istirahat serta tempat cinderamata

3. Atraksi wisata

Atraksi wisata atau *tourism resources* merupakan sesuatu yang ada di obyek wisata atau tujuan wisata sehingga mengandung daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat obyek wisata.

4. Toko cendemata

Toko cinderamata merupakan hal yang menjadi nilai tambah suatu objek wisata jika suatu objek wisata memiliki toko cinderamata atau tempat penjual oleh-oleh khas daerah atau ciri khas obyek tersebut maka hal tersebut dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatnya obyek wisata hal itu dikarenakan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

5. Akseibilitas

Aksesibilitas merupakan derajat kemudahan dicapai oleh orang terhadap suatu obyek dan pelayanan ataupun lingkungan, dalam penelitian ini dinilai berdasarkan jawaban responden yang meliputi jarak tempuh, kondisi jalan, dan kendaraan menuju obyek.

6. Keamanan

Keamanan dalam penelitian ini adalah seorang wisatawan yang terbebas dari segala bahaya, keamanan dalam penelitian ini dilihat dari lingkungan, kegiatan ekonomi dan akses jalan menuju obyek wisata.

C. Sumber Data

Menurut Noor (2011:81), data artinya sesuatu yang diketahui dan diartikan sebagai informasi yang diterima tentang suatu kenyataan atau fenomena empiris, wujudnya dapat merupakan seperangkat ukuran (kuantitatif, berupa angka-angka) atau berupa ungkapan kata-kata (verbal) atau kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data hasil penelitian yang didapatkan melalui dua sumber data, yaitu data primer dan sekunder.

1. Sumber data primer

Data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Cara pengambilan data primer melalui wawancara, wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumber data, wawancara yang penulis lakukan dengan teknik wawancara berstruktur. Wawancara berstruktur dengan cara menggunakan panduan wawancara

sehingga informasi yang diperoleh tidak menyimpang dan mampu menjawab permasalahan peneliti.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data yang dipergunakan untuk mendukung data primer yang diperoleh melalui studi pustaka yang berasal dari buku-buku, penelitian lapangan, maupun dokumen-dokumen yang berkaitan dengan obyek penelitian. Berbagai dokumen dihasilkan melalui obyek penelitian yang merupakan data sekunder guna mendukung dan memperkuat data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil-jurnal, hasil-hasil penelitian terdahulu, dokumen-dokumen tentang komposisi penduduk, obyek pariwisata baik yang sudah di kelola maupun yang akan dan belum di kelola oleh Pemerintah Kabupaten Pesawaran.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang akurat mungkin mengenai variabel yang akan dikaji, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengamati terhadap fenomena yang diteliti, melalui teknik ini diharapkan akan mendapatkan gambaran yang lebih lengkap dan menyeluruh mengenai obyek yang diamati, karena peneliti dalam hal ini akan mengadakan pengamatan langsung. Untuk model pengamatan yang digunakan adalah observasi tak berperan (*participant observation*) di mana peneliti dalam mengadakan pengamatan tidak melakukan peran apapun pelaksanaan strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten

Pesawaran dalam peningkatan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung, *participant observation* dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara mendalam tentang strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam peningkatan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung.

2. Wawancara

Wawancara bersifat terbuka dan luwes yang dilakukan dalam suasana yang informal dan akrab, pertanyaan yang dilontarkan tidak kaku dan terlalu terstruktur, sehingga dapat dilakukan wawancara ulang dengan sumber yang sama jika diperlukan. Menurut Blaike, Gilham, Kahn dan Cannell (dalam Sarosa, 2012:45), aspek dalam wawancara dalam penelitian kualitatif adalah:

- a. Wawancara dilaksanakan oleh peneliti berdasarkan pada apa yang diungkapkan oleh partisipan dalam wawancara
- b. Wawancara bersifat lebih personal daripada kuesioner, wawancara memerlukan kedekatan yang lebih mendalam antara peneliti dan partisipan yang diwawancarai
- c. Peneliti memiliki kesempatan untuk menelusuri lebih jauh suatu topik dengan mengajukan pertanyaan tambahan
- d. Peneliti bekerja langsung dan berhadapan dengan partisipan
- e. Wawancara biasanya lebih mudah bagi partisipan daripada mengisi kuesioner survey, terutama jika yang ditanyakan adalah opini dan persepsi pribadi
- f. Wawancara memakan banyak waktu dan sumber daya lainnya

g. Peneliti sebagai pewawancara adalah instrument penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh melalui informan, lembaga pemerintahan, lembaga swasta maupun narasumber lainnya berupa dokumen-dokumen yang dianggap penting dan mendukung dalam penelitian ini.

4. Penelitian Pustaka

Adapun data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil bacaan buku-buku, koran, majalah, internet dan sumber bacaan lainnya yang erat relevansinya dengan masalah yang sedang diteliti.

E. Informan Penelitian

Menurut Moleong (2011:6), penelitian kualitatif pada umumnya mengambil jumlah informan yang lebih kecil dibandingkan dengan bentuk penelitian lainnya. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu atau perorangan. Untuk memperoleh informasi yang diharapkan, peneliti terlebih dahulu menentukan informan yang akan dimintai informasi pada penelitian kualitatif tidak ada informan acak tetapi bertujuan (*purposive*). Berdasarkan penjelasan tersebut maka persyaratan yang akan menjadi informan dalam penelitian ini adalah:

1. Informan mengetahui pelaksanaan strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam peningkatan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung

2. Informan terlibat aktif dalam pelaksanaan strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam peningkatan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung.

Berdasarkan hal tersebut maka informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran
2. Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata
3. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata
4. Staf Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran
5. Pengelola Wisata Pantai Sari Ringgung.

F. Teknik Pengolahan Data

Setelah data diperoleh dari lapangan terkumpul maka tahap berikutnya ialah mengolah data tersebut. Adapun teknik yang digunakan dalam pengolahan data sebagaimana yang disebutkan oleh Moleong (2011:172), meliputi:

1. Editing

Editing yaitu teknik mengolah data dengan cara meneliti kembali data yang berhasil diperoleh dalam rangka menjamin validitasnya serta dapat segera diproses lebih lanjut. Tahap editing yang telah dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini menyajikan hasil wawancara dan observasi berupa kalimat-kalimat yang kurang baku disajikan dengan menggunakan kalimat baku dan bahasa yang mudah dipahami.

2. Interpretasi

Interpretasi merupakan upaya untuk memperoleh arti dan makna yang lebih mendalam dan luas terhadap hasil penelitian yang sedang dilakukan.

Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan cara meninjau hasil penelitian secara kritis dengan teori yang relevan dan informasi akurat yang diperoleh di lapangan.

G. Teknik Analisis Data

Berdasarkan penjelasan Mulyana (2013:113), teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif (*interactive model of analysis*) yang terdiri dari tiga komponen analisis berupa:

1. Reduksi data (*reduction data*), yakni data yang diperoleh dilokasi penelitian/data lapangan yang dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terinci. Laporan lapangan akan direduksi, dirangkum, dipilih hal pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting kemudian dicari tema atau polanya reduksi data berlangsung secara terus menerus selama proses penelitian berlangsung
2. Sajian data (*data display*), yakni memudahkan bagi penulis untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian
3. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*), yakni melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung yaitu sejak awal memasuki lokasi penelitian dan selama proses pengumpulan data. Penulis berusaha untuk menganalisis data yang dikumpulkan dengan cara mencari pola, tema, hubungan persamaan hal-hal yang sering muncul dan lain sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan yang masih bersifat tentatif, akan tetapi dengan bertambahnya data melalui proses verifikasi secara terus menerus dan setiap kesimpulan senantiasa dilakukan verifikasi selama berlangsungnya penelitian.

H. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif standard tersebut dinamakan keabsahan data menurut Guba dan Lincoln, (dalam Moleong, 2013:182), mengemukakan bahwa untuk menetapkan keabsahan data kualitatif tersebut diperlukan teknik pemeriksaan berupa:

1. Derajat kepercayaan yang fungsinya untuk melaksanakan penyelidikan, sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai dan menunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang diteliti, derajat kepercayaan dapat dicapai lewat ketekunan pengamatan, perpanjangan partisipasi, melakukan triangulasi, memperbanyak referensi dan mengkaji kasus negatif
2. Keteralihan merupakan validitas eksternal didasarkan pada konteks empiris setting penelitian, yaitu tentang yang diterima peneliti dan yang cermat, rinci, tebal atau mendalam serta adanya kesamaan konteks antara pengirim dan penerima
3. Ketergantungan dilakukan untuk memeriksa akurasi pengumpulan dan analisis data, agar derajat reliabilitas dapat tercapai maka diperlukan pemeriksaan yang cermat terhadap seluruh komponen dan proses penelitian serta hasil penelitiannya
4. Kepastian yaitu obyektivitas yang berdasarkan pada tradisi penelitian kualitatif, derajat ini juga dapat dicapai melalui pemeriksaan (*audit*) yang cermat terhadap seluruh komponen dan proses penelitian serta hasil penelitian.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Pesawaran

Kabupaten Pesawaran terbentuk melalui proses dan tahapan yang cukup panjang, diawali dari aspirasi masyarakat, kemudian kajian kelayakan, pertimbangan kelangsungan hidup kabupaten induk dan kabupaten pemekaran. Persyaratan administrasi, teknis dan fisik akhirnya dinyatakan layak untuk dikembangkan menjadi kabupaten tersendiri. Legalitas berdirinya Kabupaten Pesawaran dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2007 tentang Pembentukan Kabupaten Pesawaran di Provinsi Lampung yang secara yuridis formal wilayah Kabupaten Pesawaran terdiri dari 7 (tujuh) kecamatan, yaitu Tegineneng, Negeri Katon, Gedong Tataan, Way Lima, Kedondong, Padang Cermin dan Punduh Pidada. Terbagi atas 130 desa dengan ibukotanya di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran memiliki luas wilayah $\pm 2.243,51 \text{ Km}^2$.

Aspirasi keinginan berdirinya Kabupaten Pesawaran telah ada sejak tahun 1967, terutama masyarakat yang berdomisili di wilayah belahan barat Kabupaten Lampung Selatan. Kehendak untuk menjadikan wilayah otonom muncul kembali sejak bergulirnya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999, yang memberi peluang pemekaran pemerintahan daerah dalam rangka

mendekatkan rentang kendalipemerintahan terhadap masyarakat dalam pelayanan publik untuk peningkatankesejahteraan masyarakat. Sebagai gambaran bahwa letak geografis wilayah Kabupaten Lampung Selatandiputus oleh wilayah Kota Bandar Lampung, rentang kendalinya begitu jauh.

Rentang kendali dengan jarak tempuh rata-rata dari 7 (tujuh) kecamatan yang adadi wilayah Pesawaran ke Kalianda Ibu Kota Lampung Selatan adalah 97 Km, dengan waktu tempuh 2 (dua) jam. Sementara setelah pemekaran jarak tempuh keGedong Tataan sebagai Ibu Kota Kabupaten Pesawaran hanya 28 Km, dengan waktu tempuh 30 menit. Adapun kondisi Kabupaten Peasawaran saat sekarang jika dilihat dari aspek teknis, 7 (tujuh) indikator hasil observasi team teknis DPOD Departemen DalamNegeri RI Tahun 2007 sebagai berikut:

1. Penduduk

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pesawaran tahun 2016, penduduk Kabupaten Pesawaran menurut hasil proyeksi pada tahun 2015 berjumlah 420.014 jiwa yang tercatat pada 100.074 rumah tangga, terdiri dari 218.408 penduduk laki-laki dan 201.606 penduduk perempuan.

2. Kemampuan Ekonomi

PDRB perkapita Kabupaten Pesawaran pada tahun 2016 ke atas Harga Berlaku sebesar Rp. 2.057.779.000 dan PDRB perkapita atas Harga Konstan sebesar RP.1.454.834.000 sedangkan laju pertumbuhan ekonomi rata-rata selama 5 (lima) tahun terakhir sebesar 4.20%.

3. Potensi daerah

Berbagai potensi yang dapat mendukung aktivitas perekonomian dan pembangunan Kabupaten Pesawaran, baik sarana dan prasarana fisik pendukung, infrastruktur maupun fasilitas penunjang lainnya, yang tersebar di 7 (tujuh) kecamatan, sebagai berikut:

- a. Perbankan 6 (enam) unit, bukan bank 80 unit, kelompok pertokoan berjumlah 1.827 unit
- b. Fasilitas perdagangan berupa pasar sebanyak 23
- c. Fasilitas pendidikan terdiri dari 310 unit SD, 41 unit SMP, dan 17 unit SMA
- d. Fasilitas kesehatan 40 unit dan tenaga medis sebanyak 193 orang
- e. Jumlah rumah tangga sebanyak 84.407 rumah tangga
- f. Pemilik kendaraan roda empat sebanyak 690 orang
- g. Jumlah pelanggan telepon sebanyak 3.111 pelanggan, listrik sebanyak 43.644 pelanggan, sedangkan jumlah kantor pos sebanyak 6 unit
- h. Industri pariwisata, berupa hotel sebanyak 20 unit, rumah makan/restoran sebanyak 190 unit dan objek wisata 53 tempat
- i. Panjang jalan yang menghubungkan wilayah 7 (tujuh) kecamatan adalah 1.007 Km, jarak rata-rata ke pusat pemerintahan adalah 28 Km, dengan waktu tempuh 30 menit
- j. Jumlah pekerja berpendidikan minimal SMA sebanyak 95.683 orang, sedangkan jumlah pencari kerja sebesar 8.056 orang, total jumlah pekerja adalah 159.477 orang

- k. Jumlah penduduk yang bekerja sebagai PNS adalah 3.428 orang
- l. Jumlah gedung pemerintahan yang sudah ada sebanyak 385 unit, dengan lahan seluas 107,7 Ha.

Kabupaten Pesawaran mempunyai batas-batas wilayah:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kalirejo, Kecamatan Bangunrejo, Kecamatan Bumiratu Nuban dan Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah
2. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Natar Lampung Selatan, Kecamatan Kemiling dan Kecamatan Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung
3. Sebelah selatan berbatasan dengan teluk lampung, Kecamatan Kelumbayan dan Kecamatan Cukuh Balak Kabupaten Tanggamus
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Pardasuka, Kecamatan Ambarawa, Kecamatan Gadingrejo dan Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Tanggamus.

B. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran

1. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran

Visi dapat diartikan sebagai cara pandang jauh ke depan kemana instansi pemerintah harus dibawa agar dapat eksis, antisipatif, inovatif. Visi adalah suatu gambaran yang menantang tentang keadaan masa depan yang diinginkan

oleh instansi Pemerintah. Melihat pertimbangan tersebut Visi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran adalah:

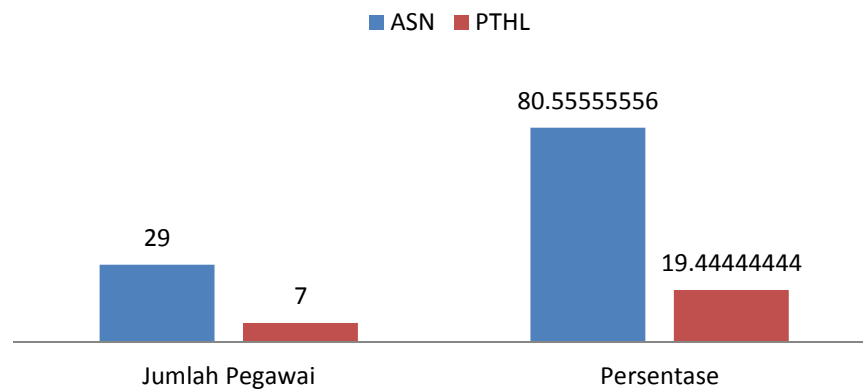
“Bersama Masyarakat Pesawaran Mewujudkan Cita-Cita Luhur Kabupaten Pesawaran yang Maju, Makmur dan Sejahtera”.

Upaya mewujudkan visi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran, maka ditetapkanlah Misi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran yang menggambarkan hal yang seharusnya terlaksana, sehingga hal yang abstrak akan terlihat pada misi akan lebih nyata.

- a. Mewujudkan sumber daya manusia Kabupaten Pesawaran yang unggul dan berdaya kreatif
- b. Optimalisasi sumber daya alam untuk kesejahteraan masyarakat.

2. Sumber Daya Manusi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran

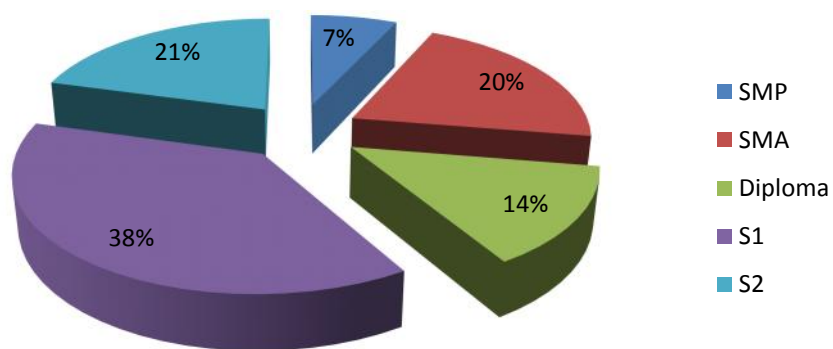
Jumlah pegawai Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran sebanyak 36 orang terdiri dari ASN berjumlah 29 orang dan pegawai honorer berjumlah 7 orang. Sumber Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dapat dideskripsikan berdasarkan status kepegawaiannya dapat dilihat pada grafik sebagai berikut ini.



Gambar 2. Grafik Status Pegawai

Sumber: Data Sekunder 2017 (diolah)

Berdasarkan Grafik di atas dapat diketahui bahwa pegawai Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran rata-rata berstatus sebagai PNS yaitu berjumlah 29 orang sebanyak (80.55%) dan Pegawai Tetap Harian Lepas (PTHL) sebanyak 7 orang sebanyak (19.44%). Sedangkan jenjang pendidikan pegawai Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dapat dideskripsikan melalui grafik sebagai berikut:



Gambar 3. Grafik Pendidikan Pegawai

Sumber: Data Sekunder 2017 (diolah)

Berdasarkan grafik jenjang pendidikan tersebut dapat diketahui bahwa jenjang pendidikan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran terdiri dari Strata dua sebanyak 7 orang (21%), Strata satu sebanyak 11 orang (38%), Diploma sebanyak 4 orang (14%), SMA sebanyak 6 orang (20%) dan SMP sebanyak 1 orang (7%).

3. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran

Tugas dan fungsi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran mempunyai tugas:

a. Kepala Dinas

- 1) Kepala Dinas mempunyai tugas membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan di Bidang Pariwisata yang menjadi kewenangan daerah
- 2) Untuk melaksanakan tugas Kepala Dinas menyelenggarakan fungsi:
 - a) Perumusan kebijakan penyelenggaraan urusan pemerintah Bidang Pariwisata
 - b) Pelaksanaan kebijakan penyelenggaraan urusan pemerintah Bidang Pariwisata
 - c) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan kebijakan penyelenggaraan urusan pemerintahan di Bidang Pariwisata
 - d) Pelaksanaan administrasi dinas urusan pemerintahan di Bidang Pariwisata.

b. Sekretariat

- 1) Sekretariat dipimpin oleh seorang Sekretaris yang merupakan unsur staf yang berada dibawah dan bertanggung jawab Kepala Dinas
- 2) Sekretariat mempunyai tugas menyelenggarakan pelaksanaan kegiatan ketatausahaan meliputi administrasi umum, kepegawaian, surat menyurat, penyusunan program kegiatan dan pelaporan serta perencanaan dan keuangan
- 3) Untuk melaksanakan tugas Sekretariat menyelenggarakan fungsi:
 - a) Perumusan kebijakan teknis administrasi umum, kepegawaian, keuangan, perencanaan evaluasi dan pelaporan
 - b) Pemberian dukungan atas penyelenggaraan urusan administrasi umum, kepegawaian, perencanaan dan pengelolaan keuangan dan aset
 - c) Pembinaan, pengordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan lingkup Dinas Pariwisata. Dalam melaksanakan tugas Sekretariat di bantu oleh:
 - (1) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
 - (2) Sub Bagian Program, Evaluasi dan Pelaporan
 - (3) Sub Bagian keuangan

c. Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata

- 1) Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepala Dinas

- 2) Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata mempunyai tugas menghimpun, mengordinasikan dan merumuskan kebijakan teknis serta melaksanakan kegiatan Pengembangan Destinasi Pariwisata.
- 3) Untuk melaksanakan tugas Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata mempunyai fungsi:
 - a) Pelaksanaan kebijakan teknis bidang
 - b) Pelaksanaan program dan kegiatan bidang
 - c) Pelaksanaan pembinaan, pengordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan dalam lingkup bidang
 - d) Pelaksanaan evaluasi program dan kegiatan dalam lingkup bidang. Dalam melaksanakan tugas Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata di bantu oleh :
 - (1) Seksi Obyek Daya Tarik Wisata
 - (2) Seksi Pengembangan Infrastruktur dan Ekosistem Pariwisata
 - (3) Seksi Tata Kelola Destinasi dan Pemberdayaan Masyarakat

d. Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata

- 1) Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas
- 2) Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas menghimpun, mengordinasikan dan merumuskan kebijakan teknis serta melaksanakan kegiatan Pemasaran Pariwisata

- 3) Untuk melaksanakan tugas Kepala Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata menyelenggarakan fungsi:
 - a) Pelaksanaan kebijakan teknis bidang
 - b) Pelaksanaan program dan kegiatan bidang
 - c) Pelaksanaan pembinaan, pengordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan dalam lingkup bidang
 - d) Pelaksanaan evaluasi program dan kegiatan dalam lingkup bidang. Dalam melaksanakan tugas Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata di bantu oleh:
 - (1) Seksi Strategi Pemasaran Pariwisata
 - (2) Seksi Pengembangan Komunikasi Pemasaran
 - (3) Seksi Pengembangan Segmen Pasar Pariwisata
- e. Bidang Pengembangan Kelembagaan Pariwisata
 - 1) Bidang Pengembangan Kelembagaan Pariwisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas
 - 2) Bidang Pengembangan Kelembagaan Pariwisata mempunyai tugas menghimpun, mengordinasikan dan merumuskan kebijakan teknis serta melaksanakan kegiatan Pengembangan Kelembagaan Pariwisata
 - 3) Untuk melaksanakan tugas Kepala Bidang Pengembangan Kelembagaan Pariwisata mempunyai fungsi:
 - (1) Pelaksanaan kebijakan teknis bidang

- (2) Pelaksanaan program dan kegiatan bidang
- (3) Pelaksanaan pembinaan, pengordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan dalam lingkup bidang;
- (4) Pelaksanaan evaluasi program dan kegiatan dalam lingkup bidang. Dalam melaksanakan tugas Bidang Pengembangan Kelembagaan Pariwisata dibantu oleh:
 - (1) Seksi Hubungan Kelembagaan Pariwisata
 - (2) Seksi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata
 - (3) Seksi Penelitian dan Pengembangan kebijakan kepariwisataan

f. Bidang Pengembangan Industri Pariwisata

- 1) Bidang Pengembangan Industri Pariwisata dipimpin oleh Kepala Bidang yang berada dibawah dan bertanggung jawab Kepada Kepala Dinas
- 2) Bidang Pengembangan Industri Pariwisata mempunyai tugas menghimpun, pengordinasikan dan merumuskan kebijakan teknis serta melaksanakan kegiatan Industri Pariwisata
- 3) Untuk melaksanakan tugas Kepala Bidang Pengembangan Industri Pariwisata mempunyai fungsi:
 - a) Pelaksanaan kebijakan teknis bidang
 - b) Pelaksanaan program dan kegiatan bidang
 - c) Pelaksanaan pembinaan, pengordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan dalam lingkup bidang

- d) Pelaksanaan evaluasi program dan kegiatan dalam lingkup bidang. Dalam melaksanakan tugas Bidang Pengembangan Industri Pariwisata dibantu oleh:
- (1) Seksi Kemitraan Usaha Pariwisata
 - (2) Seksi Standar Usaha Pariwisata
 - (3) Seksi Investasi Usaha Pariwisata.

C. Potensi Pariwisata di Kabupaten Pesawaran

Dalam rangka pengembangan pariwisata dengan potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Pesawaran, diantaranya wisata pantai, wisata alam, wisata pulau, Pemerintah Kabupaten Pesawaran tetap menggandeng pihak swasta dan stakeholder lainnya, hal mendasar yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Pesawaran dalam mewujudkan Bumi Wisata 2019 yaitu dengan penyediaan infrastruktur dasar berupa pembangunan jalan sebagai akses dalam mengembangkan potensi pariwisata di Kabupaten Pesawaran, men-jamin rasa aman dan nyaman kepada wisatawan, serta memberdayakan masyarakat lokal untuk mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran.

Tahun 2016 dan 2017 Pemerintah Kabupaten Pesawaran telah mendapatkan progm PNPM Mandiri Pariwisata dari kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif dalam rangka pengembangan Desa Wisata, yaitu Desa Sukajaya Lempasing Kecamatan Padang Cermin pengembangan pariwisata dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten diantaranya Pemberdayaan Kelompok Usaha Sablon, Usaha Keripik, Usaha Terasi, pembelian dua buah kapalperahu untuk

transportasi antar pulau, pembuatan gerai untuk penjualan makanan di tempat wisata, serta peningkatan sarana dan prasarana budaya untuk pentas seni di Tempat Hiburaan Wisata.

Dalam rangka pengembangan pariwisata Kabupaten Pesawaran juga melakukan pembinaan terhadap musisi dan pencarian bakat dalam bidang musik dan telah membentuk Pesawaran band. Prestasi bidang pariwisata yang diraih oleh Kabupaten Pesawaran diantaranya juara 1 Lomba Mekhanai Tingkat Provinsi Lampung Tahun 2011, Juara II Lomba Mulie Tingkat provinsi lampung Tahun 2011, Juara III Lomba Tari Kreasi Tingkat Provinsi Lampung Tahun 2011, Juara I Lomba Nyanyi lagu POP Daerah Lampung Kategori pria Tingkat Provinsi Lampung Tahun 2012, Juara Mulie Mekhanai kategori Persahabatan dalam Lomba Mulie Mekhanai Tingkat Provinsi Lampung Tahun 2012, Juara III pameran Pembangunan Lampung Fair Tahun 2012. Pemanfaatan dan pengembangan pariwisata di kabupaten Pesawaran beserta obyek-obyeknya dapat dilakukan sesuai dengan potensi yang ada, jenis-jenis wisata tersebut antara lain:

1. Wisata Bahari, berupa pantai dan laut
2. Wisata Tirta, berupa sungai dan air terjun
3. Wisata Agro, berupa perkebunan kelapa sawit, kopi, karet, budidaya kerang mutiara dan ikan kerapu
4. Wisata Gunung, berupa gunung dan pegunungan
5. Wisata Alam, berupa flora dan fauna di Taman Hutan Rakyat (TAHURA)

6. Wisata minat khusus, berupa *snorkeling* (menyelam di permukaan air), *diving* (menyelam di bawah permukaan air) dan *mountain bike* (lomba balap sepeda gunung)
7. Wisata Budaya, berupa arsitektur bangunan/rumah adat, peninggalan sejarah dan adat, peninggalan sejarah dan adat istiadat Lampung.

D. Gambaran Umum Pantai Sari Ringgung Kabupaten Pesawaran

Secara administratif Pantai Sari Ringgung (PSR) masuk dalam wilayah Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran, tepatnya di Desa Sidodadi, pantai ini terletak di sebelah barat Pantai Mutun. Secara astronomi, Pantai Sari Ringgung terletak pada koordinat $5^{\circ}30'53.97''S$, $105^{\circ}15'47.66''E$. Pantai Sari Ringgung (PSR) juga menjadi salah satu wisata bahari yang banyak diminati oleh wisatawan nusantara, pantai yang indah dengan ombak yang tidak besar serta pasirnya yang putih merupakan daya tarik wisata bagi wisatawan yang ingin melakukan aktivitas wisata pantai seperti berenang, bersantai, dan berfoto. Untuk melengkapi aktivitas wisata yang dapat dilakukan di pantai ini, pengelola telah melengkapi dengan berbagai permainan air bahkan sengaja diadakan peralatan water boom (semacam seluncuran air dengan berbagai model).

Pantai Sari Ringgung (PSR) menyediakan beberapa fasilitas kepada para pengunjung, fasilitas objek wisata Pantai Sari Ringgung (PSR) adalah sebagai berikut:

1. Fasilitas olah raga
 - a. Volley pantai
 - b. Futsal pantai
 - c. Bumi perkemahan.
2. Fasilitas arena bermain
 - a. Kano
 - b. Banana boar
 - c. Jetski
 - d. Snokling
 - e. Tong air tumpah
 - f. Pondokan.
3. Fasilitas gedung serbaguna
 - a. Caffe boat
 - b. Beach cafe
 - c. Moutain view.

Keunikan dari Pantai Sari Ringgung adalah adanya pasir timbul yang berada tidak jauh dari bibir pantai, walaupun pencapaiannya harus menggunakan perahu namun hanya memerlukan waktu 15 menit pada lokasi ini telah dibangun beberapa fasilitas pendukung yang tujuannya untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan mulai dari menyediakan perahu dan menyediakan jaket pelampung bagi semua penumpang perahu yang berkunjung ke pulau. Atraksi wisata lainnya adalah pulau Tegal, pulau ini terletak tidak jauh dari dermaga Pantai Sari Ringgung dan hanya membutuhkan waktu 20 menit untuk

mencapainya dengan menggunakan perahu yang disediakan. Pulau ini dihuni oleh masyarakat keturunan jawa serang yang tetap mempertahankan budaya kesehariannya. Kehidupannya masih bersahabat dengan alam sebagai salah satu bentuk kearifan lokalnya aktivitas wisata bahari yang biasa dilakukan di sekitar pulau ini berupa *snorkeling*, *diving*, dan memancing dan berbaur dengan masyarakat yang ada. Selain itu dari pinggir pantai wisatawan dapat menyaksikan desa terapung yaitu se-kelompok masyarakat yang bertempat tinggal dan mendirikan rumahnya di atas air laut, mereka adalah masyarakat asli yang ada di wilayah ini dengan mata pencaharian utamanya sebagai nelayan. Wisatawan dapat juga melihat prasarana pendukung nyaberupa masjid terapung.



Gambar 4. Kawasan Pantai Sari Ringgung dengan Latar Desa Terapung

Sumber: Dokumentasi Peneliti Tahun 2017

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran dalam mengembangkan obyek wisata di Pantai Sari Ringgung dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) yang di susun oleh Pemerintah Daerah sudah sesuai dengan kebutuhan pengembangan obyek pariwisata hal itu terlihat dari RIPPDA yang dibuat sudah mengedepankan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat yang berlandaskan pada pelestarian lingkungan alam dan budaya, pengembangan ekonomi kerakyatan, peningkatan kinerja pembangunan pariwisata dan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), pelaksanaan RIPPDA mampu mengembangkan obyek wisata sebesar 40% sebelum ada RIPPDA pengembangan obyek wisata di Kabupaten Pesawaran hanya mencapai 13%
2. Penyiapan program pengembangan pariwisata bahari yang terdiri dari penyiapan program aksesibilitas pariwisata, penyiapan program kawasan konservasi laut, persiapan program peningkatan kualitas SDM pengelola pariwisata khususnya pariwisata bahari, efektifitas anggaran untuk membangun pariwisata bahari, semua sudah dilakukan persiapan tinggal

dilakukan optimalisasi dalam pelaksanaan mengingat masih ada beberapa program yang kurang berjalan optimal misalnya peningkatan kualitas SDM pengelola pariwisata hal itu terlihat dari kurangnya kegiatan pelatihan untuk pemandu obyek wisata bahari yang diakibatkan oleh sedikitnya jumlah instruktur serta kurangnya anggaran yang disediakan oleh pemerintah daerah dalam mengembangkan obyek pariwisata sehingga berdampak pada kualitas sarana dan prasarana (akomodasi) yang masih belum sesuai dengan keinginan pengunjung atau wisatawan, pelaksanaan program-program tersebut mampu mengembangkan obyek pariwisata sebesar 25% yang terlihat dari meningkatnya jumlah pengunjung di semua obyek wisata baik alam maupun non alam, di mana sebelum adanya program pengembangan obyek wisata di Kabupaten Pesawaran hanya sebesar 9%

3. Pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah melakukan kerjasama dengan berbagai pihak mulai dari swasta sampai dengan masyarakat kerjasama dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan usaha ekonomi kreatif, melakukan kontrol dan koordinasi dengan pihak swasta dalam pelestarian terumbu karang, merehabilitasi terumbu karang yang sudah rusak, strategi kerjasama yang dilakukan pemerintah daerah dengan pihak swasta dan masyarakat mampu mengembangkan obyek pariwisata sebesar 40% pengembangan tersebut meningkat signifikan di bandingkan sebelum dilakukan kerjasama dimana hanya sekitar 15% obyek pariwisata yang mampu dikembangkan

4. Peningkatan promosi dan pemasaran pariwisata telah dilakukan, seperti memasarkan dan mempromosikan obyek wisata supaya dapat dikenal oleh para wisatawan antara lain melalui kerjasama dengan biro perjalanan, memasang baliho, booklet, melakukan sosialisasi atau iklan melalui media elektronik serta pemilihan duta wisata setiap 1 (satu) tahun sekali, promosi yang dilakukan baik oleh pemerintah daerah maupun oleh pihak swasta mampu meningkatkan jumlah wisatawan di mana jumlah wisatawan tahun 2017 meningkat sebesar 682.997 dibandingkan tahun 2016 sebesar 626.918.

B. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas maka dapat diberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah diharapkan dapat menambah anggaran untuk pengembangan pariwisata sehingga kebutuhan wisatawan baik mancanegara maupun domestik dapat terpenuhi mulai dari fasilitas/akomodasi, sarana dan prasarana serta aksesibilitas
2. Instruktur untuk meningkatkan kualitas SDM pengelola obyek wisata dan masyarakat sekitar daerah tujuan wisata untuk pengembangan usaha mikro dan ekonomi kerakyatan harus lebih ditingkatkan lagi baik secara kualitas maupun kuantitas
3. Diperlukan inovasi seperti promosi melalui media sosial dan kreatifitas dalam melakukan promosi pariwisata sehingga berbagai keunggulan wisata dapat ditonjolkan dan mampu menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata yang ada di Kabupaten Pesawaran

4. Perlunya membina komunikasi efektif seperti melakukan evaluasi yang berkesinambungan antara pihak-pihak yang berkaitan dibidang kepariwisataan khususnya pelaku usaha pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, Ni Luh Henny. 2014. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Penebit Graha Ilmu.
- Adi, D.K. 2011. *Peningkatan Mutu Pendidikan*. (<http://internet/Peningkatan Mutu Pendidikan><<catatanpakguru's, (diakses tanggal 05 Desember 2017 pukul 02.10 WIB).
- Bryson. 2009. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darminta, Poerwa. 2016. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Donelly, Christensen. 2006. *Policy Formulation and Administration*, Homewood Richard D. Irwin.
- Fandeli, C. 2009. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Goldworthy dan Ashley, Schendel. 2006. *Strategy Formulation: Analytical Concepts*. St. Paul, Minn: West Publishing. Pp. 84-93.
- Hamel, Gerry dan C.K. Prahalad. 2005. *Future Competension*, Jakarta: PT Binarupa Aksara (Terjemahan).
- Hatten dan Hatten F. Glueck. 2006. *Strategic Management and Business Policy*, McGraw-Hill, Inc.
- Hunger, J. David and Wheelen, Thomas L. 2013. *Strategic Management and Business Policy Achieving Sustainability. Twelfth Edition*. Pearson.
- Hancock, B. 2006. *An Introduction to Qualitative Research*. Division of General Practice University of Nottingham.
- Karyono, Hari. 2007. *Kepariwisataan*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Kusudianto, Hadinoto. 2016. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metode Penelitian dalam Bidang Kepariwisataan*, Jakarta: PT Gramedia Pusataka Utama.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.

- Mulyana, D. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muljadi. A.J. 2006. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mathieson, Alister and Goffrey Wall. 2012. *Tourism Economics, Physical and Social Impacts*, Longman Group Limited. <http://lc.bppt.go.id/iptek>. 21 Oktober 2016.
- Marrus. 2012. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksa.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ohmae, Kenichi. 2009. *Managing in a Borderless World*, *Harvard Business Review* 67, no. 3 (May - June 2009).
- Pendit, Nyoman S. 2010. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Pitana, I. Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Peter Salim dan Yeni Salim. 2015. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern Press.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia PustakaUtama
- Quinn, Patton, Michael. Terj (Budi Puspo Priyadi). 2009. *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sarosa, Samiaji. 2012. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta: Permata Puri Media.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Suyitno. 2009. *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suwantoro, Gamal. 2014. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sujali, 2009. *Pemanfaatan Potensi Obyek Wisata Wilayah Tujuan Wisata Pantai Pangandaran Untuk Pengembangan Wilayah Daerah Kabupaten Dati II*

Ciamis Propinsi Jawa Barat. Majalah Geografi Indonesia. Fakultas Geografi UGM. Yogyakarta. Nomor 4-6 (6-9) halaman 45-51.

Simond, John O. 2008. *Earthscape*. New York: McGraw- Haill Book Company.

Smith, V. 2009. *Hosts and Guests : The Antropology of Tourism*. Philadelphia : University of Pennsylvania.

Wardiyanta. 2010. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Yoeti, A, Oka. 2005. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Yusup, Pawit M. 2005. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.

<http://katadata.co.id/infografik/2016/02/17/pariwisata-andalan-penghasil-devisa>

Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan

Undang Nomor 33 Tahun 2007 tanteng Pembentukan Kabupaten Pesawaran di Provinsi Lampung

Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 6 Tahun 2007 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Provinsi Lampung Tahun 2005-2025

Peraturan Gubernur Nomor 6 tahun 2014 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Provinsi Lampung Tahun 2015-2019

Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Provinsi Lampung

Peraturan Daerah Kabupaten Pesewaran Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah Kabupaten, Sekretariat Dewan Perwakilan Raktar Daerah Kabupaten Pesawaran dan Staf Ahli Bupati Pesawaran

Peraturan Bupati Nomor 25 Tahun 2016 tentang Penetapan Kawasan Perdesaan Berbasis Wisata Bahari dan Warisan Budaya di Kabupaten Pesawaran

Peraturan Bupati Nomor 13 Tahun 2016 tentang Penetapan Kawasan Perdesaan Berbasis Wisata Pantai, Kuliner dan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Pesawaran