BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Publik

1. Pengertian Administrasi Publik

Menurut Sondang P. Siagian (2008:2) mendefisikan sebagai administrasi sebagai keseluruhan proses kerjasama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangan administrasi publik menurut Soempono dalam (Thoha, 2008:44) adalah bagian dari keseluruhan lembaga-lembaga dan badan-badan pemerintah Negara sebagian dari pemerintah eksekutif baik di pusat maupun di daerah yang tugas dan kegiatannya terutama melaksanakan kebijakan pemerintah. Pandangan ini lebih menekankan peran Negara yang sangat dominan dan terpusat dalam mengelola pemerintah, meskipun pada pelaksanaannya masyarakatlah yang menjadi tujuan utama.

Menurut Nicholas Henry dalam (Keban, 2008:6) yang memberi batasan bahwa administrasi publik adalah suatu kombinasi yang kompleks antara teori dan praktek dengan tujuan mempromosikan pemahaman tentang peran pemerintah dalam hubungannya dengan masyarakat yang di perintah dan juga mendorong kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan sosial.

Sehingga dari beberapa pengertian tentang administrasi publik diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa administrasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang bekerjasama untuk menggerakkan suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan,

yang berhubungan dengan pelaksanaan suatu kebijakan tertentu dari pemerintah, dengan adanya administrasi publik yang dilakukan harapannya serangkaian proses yang dilakukan tersebut akan semakin baik, efektif dan efisien.

2. Administrasi Pembangunan

Administrasi pembangunan merupakan salah satu bagian dari administrasi publik. Administrasi pembangunan ini mempunyai fokus analisis berupa proses pembangunan yang diselenggarakan oleh suatu negara dalam rangka pencapaian tujuan dan cita-cita negara tertentu, termasuk cara ilmiah yang dipergunakan dalam pencegahan masalah, menanggapi tantangan, memanfaatkan peluang dan menyingkronkan ancaman (Siagian: 2005).

Selanjutnya (Siagian: 2005:8) menyebutkan definisi dari administrasi pembangunan yaitu "suatu usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, Negara dan pemerintah menuju modernitas dalam pembinaan bangsa".

Dari definisi tersebut dapat diketahui ide pokok dari administrasi pembangunan, yaitu (1) adanya suatu proses yang terus menerus; (2) usaha yang dilakukan dengan perencanaan; (3) orientasi pada perubahan yang signifikan dari keadaan sebelumnya; (4) memiliki arah yang lebih modern dalam artian yang luas mencakup seluruh aspek kehidupan berbangsa dan bernegara; dan (5) memiliki tujuan utama untuk membina bangsa.

Dalam tulisan lainnya, Kristiadi (2008) menyebutkan tentang administrasi pembangunan yang melihat dari tujuan administrasi pembangunan itu sendiri,

yaitu bahwa tujuan administrasi adalah untuk mengusahakan peningkatan kemampuan pemerintah untuk melayani masyarakat dengan melakukan kegiatan investasi (mengganti atau menambah aktiva tetap), dari sini administrasi pembangunan tersebut akhirnya akan dapat membantu pemerintah dalam pelaksanaan peningkatan administrasi pemerintahan.

Berdasarkan pengertian tersebut, menurut Tjokroamidjojo (1974:9-10), administrasi pembangunan memiliki ciri – ciri sebagai berikut ini :

1. Lebih memberikan perhatian terhadap lingkungan masyarakat yang berbeda – beda, terutama bagi lingkungan masyarakat negara – negara yang baru berkembang.
2. Administrasi pembangunan mempunyai peran aktif dan berkepentingan terhadap tujuan – tujuan pembangunan, baik dalam perumusan kebijaksanaannya maupun dalam pelaksanaannya yang efektif. Bahkan administrasi ikut serta mempengaruhi tujuan – tujuan pembangunan masyarakat, dan menunjang pencapaian tujuan – tujuan sosial, ekonomi, dan lain – lain yang dirumuskan kebijaksanaannya melalui proses politik.
3. Justru berorientasi pada usaha – usaha yang mendorong perubahan – perubahan ke arah yang lebih baik untuk suatu masyarakat di masa depan. Lebih berorientasi pada masa depan.
4. Lebih berorientasi pada pelaksaan tugas – tugas pembangunan dari pemerintah. Dalam hal ini adalah kemampuan untuk merumuskan kebijakan pembangunan dan pelaksanaan yang efektif yang telah disepakati bersama. Administrasi pembangunan lebih bersifat development agent.
5. Administrasi pembangunan harus mengkaitkan diri dengan substansi perumusan kebijaksanaan dan pelaksanaan tujuan pembangunan di berbagai bidang yaitu, ekonomi, sosial, budaya dan lain – lain. Dengan kata lain administrasi dari kebijaksanaan dan isi – isi program pembangunan.
6. Dalam administrasi pembangunan administrator dalam aparatur pemerintahan juga bisa merupakan badan penggerak perubahan.
7. Lebih berpendekatan pada lingkungan berorientasi pada kegiatan dan bersifat pemecahan masalah.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa administrasi pembangunan merupakan suatu proses yang dilakukan secara terus menerus oleh pemerintah demi tercapainya tujuan dengan memberikan perhatian kepada masyarakat dan lingkungan di berbagai bidang, seperti bidang ekonomi, sosial, budaya dan lain sebagainya. Dalam hal ini, Kabupaten Malang melaksanakan pembangunan khususnya di sektor pariwisata yang menjadi program pembangunan yang sangat penting, karena dengan adanya pembangunan sektor pariwisata akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah Kabupaten Malang.

3. Fungsi-Fungsi Administrasi Publik

Menurut Tjokroamidjoyo (1991) dalam Tjiptoherijanto & Manurung (2010:112), administrasi publik memiliki tiga fungsi utama.

1. Formulasi Kebijakan
   Fungsi formulasi kebijakan memiliki empat sub fungsi, yaitu analisis kebijakan, perkiraan masa depan untuk menyusun langkah-langkah alternatif, penyusunan program/strategi dan pengambilan keputusan. Konsistensi formulasi kebijakan sangat dibutuhkan dalam pencapaian tujuan masyarakat yang sejahtera.
2. Pengaturan/Pengendalian Unsur-Unsur Administrasi
3. Unsur-unsur administrasi yang perlu dikelola ialah struktur organisasi, keuangan, kepegawaian, dan sarana-sarana lain. Tugas administrasi adalah mendapatkan, menggunakan, mengendalikan keempat elemen administrasi tersebut diatas. Pengaturan/pengendalian unsur-unsur administrasi, tidak lain adalah pengelolaan internal administrasi publik atau dapat juga dikatakan sebagai pengelolaan kapasitas administrasi publik.
4. Penggunaan Dinamika Administrasi
5. Dinamika administrasi (the dynamics of administration) meliputi kepemimpinan, koordinasi, pengawasan, dan komunikasi. Jika pengaturan/pengendalian unsur-unsur administrasi lebih menekankan pada aspek organisasi dari administrasi publik, maka penggunaan dinamika administrasi menekankan pada aspek manajemen dari administrasi publik.

Berdasarkan pemaparan diatas mengenai fungsi Administrasi Publik,. Fungsi dari Administrasi Publik ialah ilmu dalam menjalankan pemerintahan untuk bahan kajian dalam melaksanakan kebijakan publik, tugas-tugas yang dijalankan oleh Administrasi Publik serta perumusan kebijakan yang terus dilakukan formulasi.

4. Ruang Lingkup Administrasi Publik

Pembahasan ruang lingkup administrasi publik, akan dijadikan sebagai ruang lingkup penelitian administrasi publik. Menurut Nicholas Henry (1995) dalam Pasolong (2012:64), dapat dilihat dari topik-topik yang dibahas selain perkembangan ilmu administrasi publik itu sendiri, antara lain :

a. Organisasi publik pada prinsipnya berkenaan dengan model-model organisasi, dan perilaku birokrasi.
b. Manajemen publik, yaitu berkenaan dengan sistem dan ilmu manajemen, evaluasi program dan produktivitas, anggaran publik, dan manajemen sumber daya manusia.
c. Implementasi yaitu menyangkut pendekatan terhadap kebijakan publik dan implementasinya, privatisasi, administrasi antar pemerintahan dan etika birokrasi.

Ruang lingkup atau cakupan administrasi negara sangat kompleks tergantung perkembangan kebutuhan dan dinamika masalah yang dihadapi masyarakat. Dengan adanya ruang lingkup administrasi, maka akan mempermudah dalam proses pelaksanaan Administrasi Publik. Selanjutnya ruang lingkup administrasi publik terbagi menjadi empat komponen (Dimock & Dimock, 1992 dalam Pasolong (2012:64), yaitu :

a) Apa yang dilakukan pemerintah : pengaruh kebijakan dan tindakan-tindakan politis, dasar-dasar, wewenang, lingkungan kerja pemerintah, penentuan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan administratif yang bersifat ke dalam, dan rencana-rencana.

b) Bagaimana pemerintah mengatur organisasi, personalia, dan pembiayaan usaha-usahanya; struktur administrasi dari segi formalnya.
c) Bagaimana para administrator mewujudkan kerjasama (teamwork).
d) Aliran dan proses administrasi dalam pelaksanaan, dengan titik berat pada pemimpin, tuntutan, koordinasi, pelimpahan wewenang, hubungan pusat dengan bagian-bagian pengawasan, moril, hubungan masyarakat dan sebagainya.
e) Bagaimana pemerintah tetap bertanggung jawab, baik mengenai pengawasan dalam badan-badan eksekutif sendiri, dan yang lebih penting lagi mengenai pengawasan oleh badan-badan eksekutif sendiri, dan yang lebih penting lagi mengenai pengawasan oleh badan-badan perwakilan rakyat, badan-badan yudikatif, dan berbagai badan lainnya.

Berdasarkan dari uraian diatas tentang ruang lingkup administrasi publik, maka dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup administrasi publik adalah suatu cakupan administrasi publik yang kompleks tergantung perkembangan kebutuhan dan dinamika masalah yang dihadapi masyarakat. Dengan adanya ruang lingkup administrasi, maka akan mempermudah dalam proses pelaksanaan Administrasi Publik.

B. Teori Strategi

1. Pengertian Strategi

Berbagai cara yang dibutuhkan oleh sebuah organisasi untuk mengatasi tantangan yang dihadapi karena adanya faktor yaitu factor eksternal dan internal, maka organisasi perlu menggunakancara-cara yang tepat untuk mengantisipasinya agar tujuan organisasi tercapai. Cara yang digunakan oleh organisasi dapat disebut sebagai strategi. Konsep strategi pada umumnya selalu dikaitkan dengan perang karena peranglah yang seringkali menggunakan term atau istilah strategi dalam rangka menggunakan peperangan (*the war*) atau

pertempuran (*the battle*). Istilah strategi pada mulanya bersumber dari kalangan militer dan secara popular sering dinyatakan sebagai kiat jenderal untuk memenangkan peperangan.strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah berarti sebuah cara atau siasat perang untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan (Daryanto, 1997:560). Dewasa ini istilah strategi pun mulai berkembang sebagai sebuah pengorganisasian secara melembaga dalam suatu organisasi dalam mencapai tujuannya sebab dalam arti sesungguhnya manajemen puncak memang terlibat dalam satu bentuk peperangan (Siagian, 2002:15).

Peranan strategi dalam mencapai tujuan organisasi sangat penting. Strategi yang baik akan menambah kemampuan organisasi dalam mencapai tujuannya. Mengintip pendapat beberapa ahli, bahwa strategi dapat didefinisikan dalam beberapa pengertian (Salusu, 2002:99-100) :

a. Shirley

Mengungkapkan bahwa strategi merupakan peluang ekstern, kendala-kendala ekstern, kapabilitas intern dan nilai-nilai perorangan dari pejabat teras.

b. Hax dan Majluf

Strategi merupakan suatu pola keputusan yang konsisten menyatu dan integral dimana mampu menentukan dan menampilkan tujuan organisasi dalam artian sasaran jangka panjang, program bertindak dan alokasi sumber daya.

Telah banyak definisi mengenai strategi oleh beberapa ahli yang intinya bahwa strategi merupakan suatu alat yang digunakan untuk pencapaian tujuan. Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi mencerminkan bagaimana organisasi atau pemerintah dapat mencapai tujuan dan mengukur keberhasilan tujuan yang dicapai agar proses perbaikan di dalamnya tetap berkelanjutan sebagai respon dari cepatnya perubahan lingkungan.

Dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan cara untuk bertindak yang dibuat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Strategi merupakan suatu kerangka kerja fundamental dari sebuah organisasi dimana strategi dapat memberikan arahan dan tujuan bagi organisasi dan berupaya untuk beradaptasi terhadap tuntutan perubahan lingkungan berdasarkan pertimbangan yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi atau pemerintah melalui hubungan efektif dengan lingkungan. Strategi sebagai proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, dalam strategi ini disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Strategi bukan hanya dilakukan untuk kepala atau atasan saja melainkan strategi dilaksanakan oleh setiap orang pada setiap tingkat, bukan hanya oleh pejabat tinggi, karena strategi tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya kerjasama.

2. Pengertian Perencanaan Strategis

Strategi merupakan alat penghubung antara visi, misi, tujuan, sasaran dan arah kebijakan pembangunan. Maka dari itu sebelum membuat rencana strategis, maka diperlukan perencanaan terlebih dahulu. Perencanaan Strategis disebut juga perencanaan jangka panjang, perencanaan strategis adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan kejelasan arah dan tujuan suatu organisasi. Dalam perencanaan tersebut dilakukan analisis masalah, identifikasi potensi pemecahan masalah, dan menyusun program atau kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut LAN Modul 1 (2007:6) rencana strategis merupakan suatu alat manajemen yang bertujuan membantu organisasi membuat rencana masa depan. Rencana strategi dapat dilihat sebagai formulasi secara menyeluruh yang menjelaskan bagaimana usaha-usaha dilakukan untuk mencapai tujuan melalui penerapan strategi-strategi yang dipilih.

Dapat disimpulkan bahwa rencana strategis adalah rencana spesifik mengenai bagaimana untuk mencapai kea rah masa depan yang akan diambil. Sedangkan perencanaan strategis adalah proses memutuskan program-program yang akan dilaksanakan oleh organisasi dan perkiraan jumlah sumber daya yang akan dialokasikan ke setiap program jangka panjang selama beberapa tahun kedepan. Hasil dari proses perencanaan strategi berupa dokumen yang dinamakan *strategic plan* yang berisi informasi tentang program-program beberapa tahun yang akan datang.

3. Syarat- Syarat Strategi

Orientasi strategi adalah bertumpu padan implikasinya di dalam kehidupan sehari-hari. Agar penyusunan strategi dapat berjalan sangat tepat sasaran dan dapat diimplementasikan secara efektif, Siagian (2002:102-103) menjelaskan ada 3 hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi, yaitu:

a. Strategi yang dirumuskan harus mampu di satu pihak memperoleh manfaat dari berbagai peluang yang diperkirakan akan timbul dan di pihak lain memperkecil dampak berbagai factor yang sifatnya negatif atau bahkan berupa ancaman bagi organisasi dan kelangsungannya.
b. Strategi harus memperhitungkan secara realistis kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan berbagai daya, sarana, prasarana, dan dana yang diperlukan untuk mengoperasionalkan strategi tersebut.
c. Strategi yang telah ditentukan dioperasionalkan secara teliti. Tolok ukur tepat tidaknya suatu strategi bukan terlihat pada proses perumusan saja, akan tetapi juga mencangkup pada operasional atau pelaksanaannya.

Jadi agar strategi berjalan dengan lancer dan tepat sasaran, strategi harus bias melihat kenyataan yang ada dan teliti dalam menjalankan strategi agar terhindar dari hambatan-hambatan dalam menjalankan suatu misi pemerintah dan tercipta strategi yang optimal. Pada penyusunan strategi pada sebuah organisasi harus memenuhi syarat-syarat yang diperlukan agar strategi bias berjalan optimal dan dapat menunjang keberlangsungan hidup organisasi.

4. Komponen penetapan strategi

Menurut Salusu (2002:23) komponen yang harus dikenali dan diperhatikan dalam menetapkan strategi adalah sebagai berikut:

a. Tipe dan struktur organisasi

Setiap organisasi memiliki kepribadian yang khas. Tipe dan struktur yang dipilih untuk digunakan harus dikaitkan dengan kepribadian yang dimaksud. Secara tradisional, tipe dan struktur yang paling banyak digunakan adalah tipe yang hierarki atau pyramid. Tipe demikian cocok untuk organisasi besar, kompleks dan kultur organisasi membenarkan berlakunya jarak kekuasaan dan oleh Karena itu memerlukan berbagai lapisan kewenangan.

b. Gaya Manajerial

Para teoretisi dan praktisi yang mendalami teori kepemipinan dan gaya manajerial dalam mengelola organisasi yang besar dan kompleks menekan beberapa hal. Pertama; kepemimpinanyang efektif adalah kepemimpinan yang tituasional. Kedua; gaya manajerial yang tepat ditentukan oleh tingkat kedewasaan atau kematangan para anggota organisasi (pengetahuan, pendidikan, mental, intelektual maupun secara emosional). Ketiga; peranan manajerial apa yang diharapkan dalam organisasi (simbol organisasi atau pemrakarsa visi kedepan bagi organisasi tersebut).

c. Kompleksitas lingkungan

Merupakan kenyataan pula bahwa setiap organisasi menghadapi kondisi lingkungan yang berbeda-beda dimana cenderung bersifat dinamis. Gerakan yang sangat dinamis tersebut tentunya berpengaruh terhadap cara kelola organisasi, termasuk dalam merumuskan dan menetapkan strategi.

d. Hakikat berbagai masalah yang dihadapi

Jika dikatakan bahwa strategi merupakan keputusan dasar yang diambil oleh manajemen puncak, salah satu implikasi pernyataan tersebut ialah bahwa manajemen puncak, harus merupakan orang-orang yang cekatan memecahkan masalah, terlepas apakah masalah itu rumit dan mempunyai dampak kuat untuk jangka panjang atau relative sederhana dan dengan dampak yang tidak kuat dan hanya bersifat jangka pendek atau sedang. Yang jelas ialah bahwa pendekatan dan teknik yang digunakan untuk memecahkan masalah harus berhasil mencabut akar permasalahan dan tidak sekedar mengobati gejala-gejalanya saja. Tentunya diperlukan kemampuan melakukan analisis informasi sehingga analisis yang dilakukan tampak bernagai alternative yang mungkin di tempuh. Guna pelaksanaannya berjalan sukses tentunya dibutuhkan dukungan berbagai pihak yang bekerja di dalamnya.

5. Manfaat Strategi

Strategi ditetapkan oleh suatu organisasi pemerintah dan non pemerintah sebagai kelanjutan dari perencanaan kegiatan yang dilakukan. Penentuan strategi ini tentunya tidak terlepas dari rantai kegiatan yang akan dicapai pada masa yang akan datang. Strategi pada umumnya merupakan perhitungan mengenai rangkaian kebijaksanaan secara ilmiah. Secara implisit Sodang (2002:206-209) mengungkapkan manfaat dari penetapan strategi pada organisasi antara lain:

1. Memperjelas makna dan hakikat suatu perencanaan melalui identifikasi rincian yang lebih spesifik tentang bagaimana organisasi harus mengelola bidang-bidang yang ada di masa mendatang.

2. Merupakan langkah-langkah atau cara yang efektif untuk implementasinya kegiatan dalam rangka penetapan sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.
3. Sebagai penuntun atau rambu-rambu dan arahan pelaksanaan kegiatan di berbagai bidang
4. Dapat mengetahui secara konkret dan jelas tentang berbagai cara untuk mencapai sasaran atau tujuan serta prioritas pembangunan pada bidang tersebut berdasarkan kemampuan yang dimiliki
5. Sebagai rangkaian dari proses pengambilan keputusan dalam menyelesaikan berbagai macam permasalahan
6. Mempermudah koordinasi bagi semua pihak agar mempunyai partisipasi dan presepsi yang sama tentang bentuk serta sifat interaksi, interdependensi dan interelasi yang harus tetap tumbuh dan terpelihara dalam mengelola jalannya roda organisasi, sehingga akan tetapi mengurangi atau bahkan menghilangkan kemungkinan timbulnya konflik antara berbagai pihak yang terkait. Dengan demikian strategi dapat berjalan sesuai dengan yang telah ditetapkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan penggunaan strategi yang tepat, nantinya diharapkan akan membantu suatu organisasi atau kelompok atau pemerintah dengan masyarakat untuk lebih sistematis, logis dan rasional dalam pencapaian tujuannya. Karena aktivitas formulasi strategi akan mempertinggi kemampuan organisasi dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi, dan lebih peka terhadap ancaman yang datang dari luar organisasi.

C. Pengembangan Pariwisata

1. Definisi Pariwisata

Secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu maupun dalam kurun waktu tertentu yang telah direncanakan. Dimana suatu perjalanan tersebut di selenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula, yang memiliki perencanaan dan tidak mempunyai maksud untuk mencari nafkah di

tempat yang dikunjunginya tersebut, tetapi semata-mata hanya untuk menikmati kegiatan rekreasi yang sedang dilakukannya untuk memenuhi keinginan sendiri maupun keinginan yang beraneka ragam. Menurut pitana dan diarta (2009:45-46), Pariwisata merupakan konsep yang sangat multidimensional layaknya pengertian wisatawan. Tidak bias dihindari bahwa beberapa pengertian pariwisata di pakai oleh para praktisi dengan tujuan dan prespektif yang berbeda sesuai tujuan yang ingin dicapai. Selain itu, pengertian pariwisata juga dikemukakan oleh Prof Salah Wahab dalam Suwena dan Widyatmaja (2010:15) yaitu :

> Pariwisata itu merupakan suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri (di luar negeri), meliputi pendiaman orang-orang daerah lain (daerah tertentu), suatu Negara atau benua untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya ia memperoleh pekerjaan.

Meskipun ada variasi batasan, ada beberapa komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata (khususnya pariwisata internasional). Menurut Pitana dan Diarta (2009:45-46), batasan tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Traveler, yaitu orang yang melakukan perjalanan antara dua atau lebih lokalitas
b. Visitors, yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan, dan tujuan perjalanannya bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan.
c. Tourist, yaitu bagian dari visitors yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24 jam) di daerah yang dikunjungi (WTO, 1995).

Sesuai dengan pendapat yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pariwisata merupakan suatu perjalanan berupa kunjungan yang dilakukan oleh satu orang maupun lebih dengan meninggalkan tempat semula ke tempat lain tidak dengan tujuan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi , tetapi semata-mata hanya untuk berekreasi.

2. Promosi Pariwisata

a. Pengertian Promosi Pariwisata

Dalam kegiatan kepariwisataan dibutuhkan adanya promosi tempat tujuan wisata oleh daerah-daerah yang memiliki banyak potensi tempat tujuan wisata oleh daerah-daerah yang memiliki banyak potensi di tanah air. Potensi tersebut dapat berupa keindahan alam yang meninjol, keistimewaan yang dimiliki, kekayaan budaya yang unik, situs tempat yang bersejarah, even pesta budaya dan keagamaan, serta potensi pusat-pusat kegiatan ekonomi, perdagangan dan investasi yang unik tidak dimiliki oleh lokalitas alternative lainnya. Pengertian promosi menurut mells (1995) dalam Sulthony (2014:112), yaitu *Promotion is defined ascommunication designed to send marketing related messages to a selected target audience*s". Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa promosi didefinisikan sebagai suatu desain komunikasi untuk mengirimkan suatu pesan yang ingin disampaikan kepasar sasaran yang telah dipilih.

Kegiatan promosi dapat dilakukan secara berkesinambungan melalui beberapa media yang di anggap efektif dapat menjangkau pasar, baik berupa media cetak maupun media elektronik. Menurut Sunaryo (2013:177) Promosi

(Promotion) merupakan bagian dari proses pemasaran yag termasuk salah satu aspek dalam bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran pada dasarnya merupakan koordinasi interaksi dari empat komponen, yang sering disebut dengan 4p, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi distribusi), dan *promotion* (promosi). Aktivitas promosi kepariwisataan secara prinsip merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi penyelenggara pariwisata (destinasi). Kegiatan promosi dilakukan untuk berusaha mempengaruhi khalayak atau pasar wisatawan yang merupakan tumpuan atau sasaran dari penjualan produk wisatanya. Tahap promosi pariwisata biasanya diawali dengan melakukan analisis pasar yang kegiatannya meliputi paling tidak tahapan-tahapan aktivitas. Menurut Sunaryo, 2013:177 beberapa tahapan-tahapan dalam aktivitas promosi yaitu sebagai berikut :

a. Penetapan tujuan promosi kepariwisataan
b. Menetapkan beberapa statmen alternatif berkaitan dengan perbedaan strategi bauran promosi kepariwisataan yang memungkinkan untuk mencapai tujuan
c. Tahap tadi harus mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya : menganalisis seluruh kemungkinan metode promosi pariwisata yang tersedia, biaya yang tersedia, posisi kompetitif destinasi dan produk wisata yang ada, evaluasi dari program promosi wisata sebelumnya, sikap dan perilaku wisatawan terhadap produk wisata yang akan dijual, serta asumsi mengenai kegiatan promosi apa yang paling efektif.

d. Membuat solusi dalam bentuk serangkaian tujuan promosi pariwisata yang terukur dengan perhitungan target audiens/ pasar yang spesifik, hal pokok yang akan dikomunikasikan, tugas dan tanggungjawab, dan periode waktu yang dipergunakan untuk promosi.
e. Penilaian dari rencana promosi wisata agar sesuai dengan anggaran yang tersedia, sumber daya manusia yang ada, dan waktu yang diperlakukan.
f. Jika perlu, tujuan promosi wisata dan alternatif pencapaiannya bias ditinjau kembali. (Sunaryo, 2013:177)

3. Macam dan Jenis Pariwisata

Indonesia memiliki berbagai macam dan jenis wisata yang dapat disesuaikan dengan minat maupun kebutuhan para wisatawan. Kegiatan wisata yang dapat dilakukan memiliki tujuan tertentu yang mendatangkan berbagai manfaat tersendiri bagi masing-masing wisatawan yang datang. Menurut Suwena dan Widyatmaja (2010:16-21) Kepariwisataan tidak menggejala sebagai bentuk tunggal. Istilah umum ini sifatnya yang menggambarkan bebrapa jenis perjalanan dan penginapan sesuai dengan motivasi yang mendasari kepergian tersebut. Orang melakukan perjalanan untuk memperoleh berbagai tujuan dan memuaskan bermacam-macam keinginan. Di samping itu, untuk keperluan perencanaan dan pengembangan pariwisata dengan jenis pariwisata lainnya, sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan akan dapat berwujud seperti yang diharapkan dari kepariwisataan itu. Menurut

Suwena dan Widyatmaja (2010:16) sebenarnya pariwisata sebagai suatu gejala, terwujud dalam beberapa bentuk antara lain:

a. Menurut letak geografis, di mana kegiatan pariwisata berkembang di bedakan menjadi :
   1. Pariwisata local (*local tourism*) yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkupnya lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja.
   2. Pariwisata regional (*regional tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat regional dalam lingkungan nasional dan dapat pula regional dalam ruang ligkup internasional.
   3. Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu Negara, di mana para pesertanya tidak saja terdiri dari warganya sendiri tetapi juga orang asing yang terdiam di Negara tersebut.
   4. Pariwisata regional-internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga Negara dalam wilayah tersebut.
   5. Pariwisata internasional (*international tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di banyak Negara di dunia.

b. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran
   1. Pariwisata aktif (*in bound tourism*)myaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu Negara tertentu.
   2. Pariwisata pasif (*out-going tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga Negara sendiri bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan.

c. Menurut alas an/tujuan perjalanan
   1. *Business tourism* yaitu jenis pariwisata di mana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar dan lain-lain.
   2. *Vocational tourism* yaitu jenis pariwisata di mana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti, dan lain-lain.
   3. *Educational tourism* yaitu jenis pariwisata di mana pengunjung atau orang melakukan perjalanan untuk tujuan belajar atau mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan. Contohnya : darmawisata (*study tour*).

4. *Familiarzation tourism* yaitu suatu perjalanan anjangsana yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.
5. *Scientific tourism* yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh suatu bidang ilmu pengetahuan.
6. *Special mission tourism* yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud khusus, misalnya misi kesenian, dan misi lainnya.
7. *Hunting tourism* yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata-mata.

d. Menurut saat atau waktu berkunjung
   1. *Seasonal tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Contoh : *Summer tourism, winter tourism,* dan lain-lain.
   2. *Occasional tourism* yaitu jenis pariwisata di mana perjalanan wisatawan dihubungkan dengan kejadian (occasion) maupun suatu even. Misalnya, Sekaten di Yokyakarta, Nyepi di Bali, dan lain-lain.

e. Menurut objeknya
   1. *Cultural tourism* yaitu jenis pariwisata di mana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni dan budaya suatu tempat atau daerah.
   2. *Recuperational tourism* yaitu jenis pariwisata di mana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan penyakit, seperti mandi di sumber air panas, mandi lumpur, dan lain-lain.
   3. *Commercial tourism* yaitu jenis pariwisata di mana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan di kaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional dan internasional.
   4. *Sport tourism* yaitu jenis pariwisata di mana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk melihat atau menyaksikan pesta olah raga di suatu tempat atau Negara tertentu.
   5. *Political tourism* yaitu jenis pariwisata di mana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu Negara.
   6. *Social tourism* yaitu jenis pariwisata di mana dari segi penyelenggaraannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan, misalnya *study tour*, piknik dan lain-lain.

7. *Religion tourism* yaitu jenis pariwisata di mana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan, seperti upacara Bali Krama di Besakih, Haji umroh bagi agama islam, dan lain-lain.

f. Menurut jumlah orang yang melakukan pekerjaan
   1. *Individual tourism* yaitu seorang wisatawan atau satu keluarga yang melakukan perjalanan secara bersama.
   2. *Family Group* yaitu suatu perjalanan wisata yang di lakukan oleh rombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
   3. *Group tourism* yaitu jenis pariwisata di mana yang melakukan perjalanan wisata itu terdiri dari banyak orang yang tergabung dalam satu rombongan yang biasa di organisasi oleh sekolah, organisasi, atau tour *operator/travel agent.*

g. Menurut alat pengangkutan yang digunakan
   1. *Land tourism* yaitu jenis pariwisata yang dalam kegiatannya menggunakan transportasi darat, seperti bus, taxi dan kereta api.
   2. *Sea tourism* yaitu kegiatan pariwisata yang menggunakan angkutan laut untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata.
   3. *Air tourism* yaitu jenis pariwisata yang menggunakan angkutan udara dari suatu daerah ke daerah tujuan wisata.

h. Menurut umur yang melakukan perjalanan
   1. *Youth tourism* yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan bagi para remaja yang suka melakukan perjalanan wisata dengan harga relative murah.
   2. *Adult tourism* yaitu jenis pariwisata yang diikuti oleh orang-orang yang berusia lanjut. Biasanya orang yang melakukan perjalanan adalah para pensiunan.

i. Menurut jenis kelamin
   1. *Masculine tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya hanya diikuti oleh kaum pria saja, seperti *safari hunting adventure*.
   2. *Feminime tourism* yaitu jenis pariwisata yang hanya diikuti oleh kaum wanita saja, seperti rombongan untuk menyaksikan demonstrasi masak.

j. Menurut harga dan tingkatan sosial
   1. *Delux tourism* yaitu perjalanan wisata yang menggunakan fasilitas standar mewah, baik alat angkutan, hotel, maupun atraksinya.

2. *Middle class tourism* yaitu jenis perjalanan wisata yang dipertemukan bagi mereka yang menginginkan fasilitas dengan harga tidak terlalu mahal, tetapi tidak terlalu jelek pelayanannya.
3. *Social tourism* yaitu perjalanan wisata yang penyelenggaraannya dilakukan secara bersama dengan biaya yang diperhitungkan semurah mungkin dengan fasilitas cukup memadai selama dalam perjalanan.

4. Pengembangan Pariwisata

Kepariwisataan pada masa ini, memiliki pengaruh yang besar bagi pertumbuhan suatu Negara. Baik bagi pembangunan maupun bagi perekonomian. Untuk itu, sangat perlu diadakannya suatu pengembangan pariwisata, sebagai salah satu usaha mewujudkan perubahan serta peningkatan pariwisata di Indonesia. Suatu pengembangan diharapkan mampu menjadikan pariwisata Indonesia kea rah yang lebih baik. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan pengembangan yaitu:

> "Pengembangan adalah setiap usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi, mempengaruhi sikap atau menambah kecakapan. Dengan kata lain, pengembangan adalah setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk mengubah perilaku, yaitu perilaku yang berdiri dari pengetahuan, kecakapan dan sikap". (Moekijat, 1991: 8)

Jadi pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan pengetahuan, pendidikan, kecakapan, serta ketrampilan dan inovasi seseorang atau kelompok untuk menunjang pelaksanaan tugasnya menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, pengembangan dalam segi pariwisata dilaksanakan dengan tujuan dapat membuat pariwisata menjadi lebih baik, dan memberikan manfaat baik bagi Negara maupun masyarakat. Yang dimaksud

dengan pengembangan pariwisata menurut Mill (2000: 167) adalah ‘perubahan atau peningkatan yang ada kepada tingkat yang lebih baik bagi wisatawan maupun komunitas tuan rumah dengan pengembangan infrastruktur dan menyediakan fasilitas rekreasi, wisatawan dan penduduk setempat saling diuntungkan”.

Ada beberap manfaat pengembangan pariwisata nasional yang diutarakan oleh Suwantoro (1997:26-27) dalam bukunya Dasar-Dasar Pariwisata, antara lain:

a. Bidang ideologi, pembangunan dan pariwisata sebagai wahana efektif untuk menumpuk dan menanamkan rasa cinta tanah air, semangat pengembangan yang didasari nilai-nilai perjuangan 1945. Pariwisata dalam negeri dengan kegiatan saling mengunjungi akan lebih mengenalkan daerah satu dengan daerah yang lain sebagai sarana membina dan memupuk persatuan dan kesatuan bangsa.
b. Bidang ekonomi, meningkatkan kesempatan pembangunan pariwisata dapat membuka lapangan kerja dan lapangan berusaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik pada waktu sebelum dan sesudah berlangsungnya kegiatan kepariwisataan tersebut.
c. Meningkatkan devisa, sektor pariwisata mempunyai peluang besar untuk mendapatkan devisa. Hal ini dapat dilihat dengan semakin meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Sebagai penghasil devisa yang diandalkan, pembangunan pariwisata dapat mendukung kelanjutan pembangunan nasional.
d. Meningkatkan penerimaan devisa, pajak langsung, yaitu pajak penjualan dan penghasilan dari perusahaan pariwisata serta pajak dari wisatawan yang menggunakan fasilitas umum. Pajak tak langsung: yaitu bea masuk dan bea cukai penghasilan barang dan jasa.
e. Meningkatkan dan meratakan pendapatan rakyat, belanja wisatawan di daerah tujuan wisata akan meningkatkan pendapatan dan pemerataan pada masyarakat setempat baik secara langsung maupun tidak langsung melalui dampak berganda (multiflier effect).
f. Meningkatkan ekspor, dengan semakin banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjungan berarti akan ikut memperkenalkan barang-barang produksi dalam negeri yang dinikmati, wisatawan kemudian akan membuka peluang untuk ekspor.

g. Menunjang pembangunan daerah, pembangunan pariwisata cenderung untuk tidak terpusat di kota, melainkan ke daerah pedalaman dan pantai yang bebas dari kebisingan kota. Dengan demikian sektor pariwisata amat berperan dalam menunjang pembangunan daerah.

Sedangkan dalam rangka upaya pengembangan pariwisata, menurut (Musanef, 1995:176) ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain:

a. Nilai-nilai agama, adat istiadat, pandangan, dan nilai hidup dalam masyarakat.
b. Kemampuan mendorong dan peningkatan dan pengembangan kehidupan ekonomi, sosial dan budaya.
c. Kelestarian usaha itu sendiri.

5. Objek dan Daya Tarik Wisata

Objek dan daya tarik pariwisata merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan pariwisata. Daya tarik wisata menjadi faktor yang digunakan untuk menarik minat wisatawan datang ke daerah wisata. Salah satunya dari pernyataan (Suwantoro, 1997:19) bahwa "daya tarik wisata juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata." Sepakat dengan pengertian tentang daya tarik wisata dari UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan dalam Pasal 1 (ayat 5) menyebutkan bahwa "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."

Ada beberapa klasifikasi dari daya tarik wisata, yang dibedakan baik berdasarkan jenis maupun berdasarkan temanya. Seperti yang dituliskan oleh Sunaryo (2013:25-27) dalam bukunya Kebijakan Pembangunan Destinasi

Pariwisata, mengklasifikasikan Daya Tarik Pariwisata berdasarkan temanya, yaitu:

b. Daya Tarik Wisata Alam
   Daya tarik wisata yang dikembangkan lebih banyak berbasis pada anugerah keindahan dan keunikan yang tersedia di alam. Seperti: pantai, laut, danau, gunung, hutan, sungai, air terjun, dan sebagainya.
c. Daya Tarik Wisata Budaya
   Daya tarik wisata yang dikebangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya (situs/*heritage*) maupun nilai budaya yang masih hidup (*the live culture*) dalam kehidupan di suatu masyarakat, yang dapat berupa : upacara/ ritual, adat-istiadat, seni pertunjukan, dan lain-lain.
d. Daya Tarik Wisata Minat Khusus
   Daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik, seperti: pengamatan satwa tertentu (*birds watching*), memancing (*fishing*), berbelanja, dan aktivitas-aktivitas wisata minat khusus lainnya yang biasanya terkait dengan hobi atau kegemaran seorang wisatawan.

6. Sarana dan Prasarana Pariwisata

Pariwisata tidak akan berkembang dengan maksimal, bila tidak ada sarana dan prasarana sebagai pendukungnya. Adanya sarana dan prasarana yang memadai dalam suatu objek pariwisata dapat memberikan nilai lebih bagi objek pariwisata tersebut. Sehingga sarana dan prasarana disekitar objek pariwisata memiliki fungsi yang sangat penting, terutama dalam usaha pengembangan tempat pariwisata.

a) Sarana Pariwisata

Sarana kepariwisataan adalah fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung

maupun tidak langsung. Menurut Suwantoro (1997:22), yang dimaksud dengan sarana pariwisata yaitu :

> Merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta para pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap, semua objek wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan

Menurut (Yoeti, 1982: 184) membedakan sarana pariwisata menjadi beberapa jenis, diantaranya:

1) Sarana Pokok Pariwisata
   Adalah fasilitas minimal yang harus terdapat pada suatu daerah tujuan wisata. Terdiri dari: hotel atau penginapan dan rumah makan.
2) Saran Pelengkap Pariwisata
   Adalah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sehingga fungsi sarana pelengkap ini dapat membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah tujuan wisata. Adapun termasuk dalam sarana ini adalah sarana tempat ibadah dan olahraga.
3) Sarana Penunjang Pariwisata
   Adalah sarana yang diperlukan untuk menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya ke tempat yang dikunjungi. Misalnya *souvenir*.

b) Prasarana Pariwisata

Menurut (Suwantoro, 1997: 21) menjelaskan prasarana pariwisata yaitu 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 lain sebagainya. Pendapat lain dari (Yoeti, 1996: 189) yang dimaksud dengan prasarana :

Adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya, dimana dibagi menjadi:

1) Prasarana Ekonomi
   Meliputi prasarana sistem perbankan, telekomunikasi, listrik dan sumber air.
2) Prasarana Sosial
   Meliputi pelayanan kesehatan, petugas yang langsung melayani wisatawan, dan faktor keamanan.
   Pengelompokan prasarana pariwisata juga dilakukan oleh Lothar

A. Kreck dalam (Yoeti, 2006: 18), yang membagi prasarana pariwisata dalam dua (2) kelompok, yaitu:

1) Prasarana Perekonomian
   a. Pengangkutan
      Adalah pengangkutan yang dapat membawa wisatawan dari daerah atau negara dimana ia tingga, ke daerah atau Negara yang merupakan daerah tujuan wisata. Seperti pesawat udara, kapal laut, kereta api, bus dan taxi.
   b. Prasarana Komunikasi
      Termasuk ke dalam kelompok ini adalah telepon, TV, surat kabar, dan lain-lain.
   c. Kelompok yang *Utilities*
      Termasuk dalam kelompok ini adalah penerangan listrik, persediaan air dan listrik.
   d. Sistem Perbankan
      Dengan adanya pelayanan bank, wisatawan mendapat jaminan untuk dengan mudah menerima atau mengirim dari dan luar dimana tempat mereka tinggal.

2) Prasarana Sosial

a. Pelayanan Kesehatan
   Seperti tersedianya rumah sakit, klinik kesehatan, dan dokter yang menjamin pelayanan.
b. Factor Keamanan
   Jaminan keamanan di daerah tujuan wisata dapat meningkatkan rasa nyaman bagi para wisatawan.

7. Prinsip dan Tujuan Penyelenggaraan Pariwisata

Prinsip penyelenggaraan pariwisata dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dalam BAB III Pasal 5, antara lain:

a. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
b. Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan local;
c. Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
d. Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;
e. Memberdayakan masyarakat setempat;
f. Menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistematik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan;
g. Mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan memperkukuh keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Tujuan penyelenggaraan kepariwisataan dalam BAB II Pasal 4, bahwa kepariwisataan bertujuan untuk:

a) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
b) Meningkatkan kesejahteraan rakyat;
c) Menghapus kemiskinan;
d) Mengatasi pengangguran;
e) Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
f) Memajukan kebudayaan;
g) Mengangkat citra bangsa;

h) Memupuk rasa cinta tanah air;
i) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan
j) Mempererat persahabatan antar bangsa.

8. Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Pariwisata

Seperti yang telah dijelaskan tentang Analisis SWOT diatas, terdapat dua faktor yang harus diperhatikan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal, yang dalam penelitian ini berarti faktor internal dan faktor eksternal dari destinasi pariwisata. Lingkungan internal menurut (David, 2009:176-177) menekankan bahwa,

> Lingkungan ini terkait dengan kekuatan (Strenghts) dan kelemahan (weaknesses) yang dimiliki suatu organisasi, perusahaan atau objek pengembangan dalam area fungsionalnya masing-masing, sebab tidak ada bisnis yang sama kuatnya atau sama lemahnya. Sehingga setiap perusahaan dan organisasi memiliki kekuatan atau variable-variabel penting yang berbeda-beda.

Tekait dengan faktor lingkungan destinasi pariwisata, Pitana dan Diarta (2009:130-131) menyatakan ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam pengembangan destinasi pariwisata, yaitu:

a) Atraksi Destinasi
   Merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam destinasi dan lingkungan di dalamnya, bias berupa atraksi alam seperti pantai, pegunungan, iklim, atraksi buatan seperti tamana, resort, atraksi budaya seperti teatrikal, drama, festival dan atraksi sosial.
b) Fasilitas Destinasi
   Merupakan elemen dalam destinasi yang memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan. Fasilitas pokok destinasi bias berupa akomodasi, layanan informasi, keamanan, kesehatan, komunikasi, took dan lainnya.
c) Aksebilitas
   Merupakan tingkat mudah dan sulitnya wisatawan menjangkau destinasi yang diinginkan, termasuk di dalamnya menyangkut teknologi transportasi dan infrastuktur transportasi.
d) Imej/ Pencitraan (*image*)

Merupakan factor motivasi atau pendorong yang kuat bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, seperti pengelolaan destinasi, kepercayaan wisatawan terhadap pelayanan yang akan diterima, di daerah tujuan wisata dan sebagainya. Selain itu, Imej juga tidak selalu berdasarkan pengalaman atau fakta, akan tetapi juga dibentuk sedeikian rupa hingga menjadi faktor motivasi, seperti halnya melalui aktivitas promosi yang dilakukan, maupun melalui pengemasan destinasi pariwisata itu sendiri sehingga dapat menarik minat wisatawannya.

e) Harga
Merupakan jumlah keseluruhan dari biaya-biaya selama melakukan perjalanan wisata, mencangkup akomodasi, makanan, minuman dan keterjangkauan fasilitas wisata yang ada di dalam kawasan wisata.

Selain dari faktor lingkungan internal yang telah dijelaskan, factor lingkungan eksternal pun memiliki variable-variabel penting yang bertujuan untuk menawarkan respond hubungannya terhadap suatu keputusan strategis, terutama dalam analisis SWOT. Menurut (David, 2009:120) lingkungan luar (eksternal) dibagi menjadi beberapa kategori luas, yaitu: kekuatan ekonomi, sosial, budaya, demografi lingkungan, politik, pemerintah dan hokum, teknologi, serta dari kompetitifnya (daya saing).

D. Kesejahteraan Masyarakat

1. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat

Semua manusia pasti mendambakan hidup dalam kondisi yang layak dari segi jasmani maupun rohani. Hal tersebut tentu menjadikan perhatian besar bagi pemerintah di suatu negara, seperti halnya di Indonesia. Sering kita membaca dan mendengarkan kalimat pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 pada alinea 4: “Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum,

mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, maka disusunlah kemerdekaan kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Indonesia, yang terbentuk dalam suatu susunan Negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasar kepada Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia, dan Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan /perwakilan, serta dengan mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia". Melalui kalimat tersebut dapat diketahui bahwa Indonesia memiliki tujuan yang sangat spesifik, salah satunya adalah memajukan kesejahteraan umum.

Menurut Arthur Durham kesejahteraan sosial dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan terorganisir dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan dari segi sosial melalui pemberian bantuan kepada orang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan di dalam beberapa bidang kehidupan keluarga dan anak, kesehatan, penyesuaian sosial, waktu senggang, standar-standar kehidupan dan hubungan-hubungan sosial (Sumarnonugroho, 1993). Sedangkan Sumarnonugroho dalam Lendriyono (2007) menjelaskan bahwa kesejahteraan berarti mencakup beberapa hal, diantaranya: aman sentosa, makmur, atau selamat (terlepas dari segala macam gangguan, kesukaran, dan sebagainya).

Menurut Undang-Undang Nomor 11 tahun 2009, kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga

negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, kesejahteraan sosial memiliki beberapa pengertian yang berbeda-beda walaupun substansinya sama. Kesejahteraan sosial pada intinya mengacu kepada tiga konsep, yaitu:

a. Kondisi kehidupan atau keadaan sejahtera, yakni terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah dan sosial.
b. Institusi, arena atau bidang kegiatan yang melibatkan lembaga kesejahteraan sosial dan berbagai profesi kemanusiaan yang menyelenggarakan usaha kesejahteraan dan pelayanan sosial.
c. Aktifitas, yakni kegiatan-kegiatan atau usaha yang terorganisir untuk mencapai kodisi sejahtera.

2. Indikator Kesejahteraan

Menurut Sukirno (1985), kesejahteraan merupakan susuatu yang bersifat obyektif dimana setiap orang mempunyai pedoman, tujuan dan csara hidup yang berbeda pula terhadap faktor-faktor yang menentukan tingkat kesejahteraan. Aspek kesejahteraan yang begitu luas dan kompleks sehingga tidak memungkinkan untuk menyajikan data yang mampu mengukur semua segi kesejahteraan. Oleh karena itu indikator yang digunakan di dalam penelitian ini hanya menyangkut kesejahteraan yang dapat diukur saja berdasarkan indikator yag digunakan BPS. Indikator-indikator yang digunakan BPS dalam SUSENAS, diantaranya:

a. Pendapatan rumah tangga
b. Pengeluaran rumah tangga
c. Keadaan tempat tinggal
d. Fasilitas tempat tinggal
e. Kesehatan anggota rumah tangga
f. Kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan
g. Kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan
h. Kemudahan mendapatkan alat transportasi

i. Kehidupan beragama
j. Rasa aman dari gangguan kejahatan
k. Kemudahan dalam melakukan kegiatan olahraga

Menurut Biro Pusat Statistik Indonesia (2014) menjelaskan bahwa guna melihat tingkat kesejahteraan rumah tangga suatu wilayah ada beberapa indikator yang dapat dijadikan ukuran, antara lain:

a. Kependudukan
b. Kesehatan dan gizi
c. Pendidikan
d. Ketenagakerjaan
e. Taraf dan pola konsumsi
f. Perumahan dan lingkungan
g. Kemiskinan
h. Sosial

Indikator Keluarga Sejahtera pada dasarnya berawal dari pokok pikiran yang terkandung dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1992 yang dimuat dalam (bkkbn.jatim.go.id) disertai asumsi bahwa kesejahteraan merupakan variabel komposit yang terdiri dari berbagai indikator yang spesifik dan operasional. Karena indikator yang diplih akan digunakan oleh kader di desa, yang pada umumnya tingkat pendidikanya relatif rendah, untuk mengukur derajat kesejahteraan para anggotanya dan sekaligus sebagai pegangan untuk melakukan intervensi, maka indikator tersebut selain harus memiliki validitas yang tinggi, juga dirancang sedemikian rupa sehingga cukup sederhana dan secara operaional dapat dipahami dan dilakukan oleh masyarakat di desa.

Berdasar pada pemikiran di atas, maka indikator dan kriteria keluarga sejahtera yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

a. Keluarga Pra Sejahtera

Adalah keluarga yang belum dapat memenuhi salah satu atau lebih dari 5 kebutuhan dasarnya (*basic needs*), sebagai keluarga Sejahtera I, seperti:

1) Kebutuhan akan pengajaran agama
2) Pangan
3) Papan
4) Sandang
5) Kesehatan

b. Keluarga Sejahtera Tahap I

Adalah keluarga yang telah dapat memenuhi kebutuhan dasarnya secara minimal, yaitu:

1) Melaksanakan ibadah menurut agama oleh masing-masing anggota keluarga
2) Pada umumnya seluruh anggota keluarga makan 2 (dua) kali sehari atau lebih
3) Seluruh anggota keluarga memiliki pakaian yang berbeda untuk di rumah, bekerja/sekolah dan bepergian.
4) Bagian yang terluas dari lantai rumah bukan dari tanah
5) Bila anak sakit atau pasangan usia subur ingin ber KB dibawa ke sarana/petugas kesehatan

c. Keluarga Sejahtera Tahap II

Yaitu keluarga-keluarga yang di samping telah dapat memenuhi kebutuhan kriteria Keluarga Sejahtera I, harus pula memenuhi syarat sosial psikologi, yaitu:

1) Anggota keluarga melaksanakan ibadah secara teratur
2) Paling kurang, sekali seminggu keluarga emnyediakan daging/ikan/telur sebagai lauk pauk
3) Seluruh anggota keluarga memperoleh paling kurang satu stel pakaian baru per tahun
4) Luas lantai rumah paling kurang delapan meter persegi tiap penghuni rumah
5) Seluruh anggota keluarga dalam 3 bulan terakhir dalam keadaan sehat

6) Paling kurang 1 (satu) orang anggota keluarga yang berumur 15 tahun keatas mempunyai penghasilan tetap
7) Seluruh anggota keluarga yang berumur 10-60 tahun bisa membaca tulisan latin
8) Saluruh anak berusia 5-15 tahun bersekolah pada saat ini
9) Bila anak hidup 2 atau lebih, keluarga yang masih pasangan usia subur memakai kontrasepsi (kecuali sedang hamil)

d. Keluarga Sejahtera Tahap III

Yaitu keluarga yang memenuhi sysrat keluarga sejahtera tahap I dan tahap II serta memenuhi syarat pengembangan keluarga, yaitu:

1) Mempunyai upaya untuk meningkatkan pengetahuan agama
2) Sebagian dari penghasilan keluarga dapat disisihkan untuk tabungan keluarga
3) Biasanya makan bersama paling kurang sekali sehari dan kesempatan itu dimanfaatkan untuk berkomunikasi antar anggota keluarga
4) Ikut serta dalam kegiatan masyarakat di lingkungan tempat tinggalnya
5) Mengadakan rekreasi bersama diluar rumah paling kurang 1 kali dalam 6 bulan
6) Dapat memperoleh berita dari surat kabar/TV/majalah
7) Anggota keluarga mampu menggunakan sarana transportasi yang sesuai dengan kondisi daerah setempat

e. Keluarga Sejahtera Tahap III Plus

Keluarga yang dapat memenuhi kriteria Keluarga Sejahtera Tahap I samapai III dan dapat pula memenuhi kriteria berikut sebagai pengembangan keluarganya, yaitu:

1) Secara teratur atau pada waktu tertentu dengan sukarela memberikan sumbangan bagi kegiatan sosial masyarakat dalam bentuk materiil
2) Kepala keluarga atau anggota keluarga aktif sebagai pengurus perkumpulan/yayasan/institusi masyarakat. Aktif sebagai pengurus organisasi kemasyarakatan.

Melalui penjelasan di atas dapat diketahui apa saja indikator-indikator dari keluarga sejahtera. Indikator-indikator tersebut dapat digunakan sebagai

ukuran bagi masyarakat yang kurang sejahtera sehingga pemerintah dapat mengklasifikasikan dan memberikan bantuan kepada keluarga yang kurang sejahtera.

E. Penelitian Terdahulu

1. Galih Larasati, 2015, **Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai** (Studi Terhadap Pengembangan Obyek Wisata Pantai Klayar Kabupaten Pacitan). Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa strategi pengembangan pariwisata di obyek wisata Pantai Klayar melalui ekowisata, yaitu antara lain melakukan zoonasi, pengembangan ODTW, pengembangan obyek dan daya tarik pariwisata dengan menambahkan fasilitas sarana dan prasarana pendukung bagi wisatawan,meningkatkan promosi wisata, peran serta masyarakat dalam tercapainya pengembangan pariwisata di obyek wisata pantai klayar dan partisipasi pihak swasta. Dalam pelaksanaannya strategi yang telah dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan masih belum optimal. Hal tersebut disebabkan oleh adanya beberapa kekurangan sehingga membutuhkan perhatian lebih lanjut yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Pacitan melalui Dinas Kebudayaan Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan agar strategi yang dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan.
2. Aprelia Dyah Damayanti, 2014, **Strategi *Pro–Growth* dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Klayar Sebagai Destinasi Pariwisata Unggulan Kabupaten Pacitan** (Studi Pada dinas

Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pacitan) Hasil panelitian yang di peroleh tentang Strategi *Pro-Growth* pada pantai Klayar yaitu pengembangan obyek dan daya Tarik wisata melalui ekowisata, penigkatan sarana dan prasarana ekonomi, social dan aksebilitas. Peningkatan promosi dan pemasran pariwisata, peningkatan kerjasama dengan swasta serta meningkatkan peran aktif masyarakat dala upaya pengembangan Pantai Klayar. Strategi alternatif di peroleh dengan analisis lingkungan internal-eksternal, dengan Matriks IE menghasilkan strategi umum (*grand strategy*) yaitu pengembangan melalui peningkatan fasilitas dan produk, peningkatan teknologi pariwisata serta melalui peningkatan fasilitas dan produk, peningkatan teknologi pariwisata serta melalui *joint venture.*

3. Gandes Wahyuningsih Noviyanti, 2014, **Pengembangan Desa Wisata Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dan Pemerintah Desa** (Studi di Desa Wisata Gunung Kawi, Desa Wonosari, Kabupaten Malang). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan yang dilakukan dalam mengembangkan wisata yag ada di Desa Wonosari meliputi pengembangan sarana dan prasarana, pengembangan perencanaan produk wisata, promosi dan pemasaran wisata, serta peran dan tanggung jawab pemerintah. Keempat bentuk pengembangan ini dilakukan untuk mendukung dari beberapa potensi yang dimiliki desa wisata, seperti adanya obyek wisata ritual, tradisi, kesenian dan produk makanan unggulan agar dapat berkembang dengan

baik sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berwisata. Pengembangan dari desa wisata memberikan manfaat terutama dalam perekonomian yaitu membuka kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama yang bekerja di bidang jasa, serta dapat meningkatkan pendapatan Pemerintah Desa dan membantu pembangunan desa. Kendala yang dihadapi dalam pengembangan desa wisata meliputi pengembangan internal yang meliputi status kepemilikan tanah atau tanah tumpeng karang, kurangnya pembinaan terhadap pramuwisata, serta kurangnya bantuan dana dari pemerintah. Sedangkan kendala eksternal adalah kurangnya bentuk kerjasama dengan desa tetangga.

4. Zhila Hasnatul Layli, 2014, **Strategi Local Economy Development Dalam Program Minapolitan** (Studi Pada Desa Wajak Kecamatan Wajak Kabupaten Malang). Hasil atas pencapaian strategi local economy development yaitu: setelah dibuatkan Mina mendong, pendapatan bertambah. Program Minapolitan di Desa Wajak bertujuan untuk memandirikan masyarakat local dengan potensi daerah yang dimiliki yang mana outputnya adalah meningkatkan pendapatan masyarakat, menyejahterakan masyarakat dan mengurangi jumlah kemiskinan. Program Minapolitan di Desa Wajak dalam penerapannya sudah mampu menjadi tumpuan mata pencaharian masyarakat desa wajak. Faktor yang mendukung *local Economy Development* dalam program Minapolitan di desa Wajak Kecamatan Wajak Kabupaten

Malang, yaitu: sumber daya manusia, keamanan, kurangnya modal dan kurang optimalnya teknologi.

5. Wira Nofia Puspitasari, 2015, **Strategi Promosi Pariwisata Kota Malang** (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Malang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Promosi pariwisata meliputi kegiatan dan program, kerjasama promosi, serta anggaran yang dibutuhkan. Ketiga hal tersebut saling berkaitan satu sama lain dan promosi pariwisata sendiri tidak dapat berjalan baik apabila salah satu dari komponen strategi tersebut tidak ada. Factor penghambat dan pendukung jika dilihat dari teori implementasi, secara struktur birokrasi sudah memiliki landasan yang tepat. Namun, disisi lain disposisi dan sumberdaya masih kurang serta pemberdayaan peluang apabila dilihat dari pemasaran juga masih belum maksimal. Dilihat melalui SWOT pada intinya membutuhkan kesadaran serta kommitmen masing-masing aktor. Beberapa rekomendasi yang diberikan ialah peningkatan kesadaran serta komunikasi, peningkatan wisata belanja, dan perbaikan objek daya Tarik wisata.
6. Dendi Herlambang Yudha Prawira, 2015, **Perencanaan Pengembangan Taman Hiburan Pantai Kenjeran Dalam Meningkatkan Pendapatan Retribusi Pariwisata Kota Surabaya** (Studi pada Unit Pelayanan Teknis Dinas Taman Hiburan Pantai Kenjeran). Hasil penelitian ini adalah THP Kenjeran dalam pengembangan belum berjalan secara maksimal dan perlu pembenahan

dalam segi sarana prasarana dan promosi wisata. Dalam segi pendapatan, THP Kenjeran cenderung mengalami peningkatan dalam 3 (tahun) terakhir dan kontribusinya terhadap Pendapatan membuktikan bahwa THP kenjeran memiliki potensi yang bagus kedepannya tetapi masih perlu memaksimalkan pengembangan potensi yang dimilikinya. Factor pendukung dalam pengembangan THP Kenjeran diantaranya adalah Biaya tiket masuk yang murah, adanya UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Letak Geografis, dan jarak tempuh yang tidak terlalu jauh. Factor yang menghambat yaitu Kurangnya penertiban bagi PKL yang berjualan disana, belum tersedianya angkutan khusus, dan Citra buruk THP kenjeran dikalangan masyarakat.

7. Adi Setia Budi, 2015, **Pembangunan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah** (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang). Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan pembangunan sector pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah di Kabupaten Lumajang masih belum memberikan dampak yang besar kontribusi sector pariwisata terhadap pendapatan asli daerah, karena belum dilakukan secara optimal. Berdasarkan data, Kabupaten Lumajang memiliki potensi obyek wisata yang besar baik yang sudah dikelola maupun yang belum dikelola oleh pemerintah. Sarana dan prasarana masih belum memadai. Terbatasnya anggaran dana, belum mendukungnya sumber daya manusia dalam menjalankan

pembangunan pariwisata. Maka dari itu perlu ditingkatkan lagi usaha-usaha yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang dalam mewujudkan pembangunan pariwisata diantaranya meningkatkan sosialisasi promosi wisata untuk menarik kunjungan wisatawan, peningkatan fasilitas berupa sarana dan prasarana di tempat wisata, peningkatan obyek dan daya Tarik wisata. Serta peningkatan peran stakeholders dengan mengajak masyarakat berperan aktif dalam kelompok sadar wisata dan melakukan bimbingan dan pelatihan dalam rangka mengurangi angka pengangguran.

8. Iffa Sofiana, 2012, **Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Prespektif Local Genius** (Studi Pada Objek Wisata Telaga Ngebel di Kabupaten Ponorogo). Dari hasil penelitian ini diperoleh: (1)Kabupaten Ponorogo mempunyai potensi pariwisata alam, budaya, minat khusus, dan buatan. (2)Strategi yang dipilih dan dilaksanakan Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam mengembangkan potensi wisata Telaga Ngebel juga memperhatika Local Genius yang ada di tempat wisata tersebut. Dalam pelaksanaannya tidak hanya pemerintah yang berperan dalam pengembangan potensi wisata tersebut tetapi masyarakat juga ikut dalam pengembangannya. (3)Pemerintah berperan dalam penyediaan sarana prasarana, peningkayan promosi wisata dan pengembangan obyek dan daya Tarik wisata.

   Kesimpulan yang dapat diambil ialah keberhasilan pariwisata di kabupaten Ponorogo didukung karena besarnya potensi alam dan

budaya. Secara garis besar ada 4 potensi pariwisata di Kabupaten Ponorogo antara lain potensi wisata alam, potensi wisata budaya, potensi wisata minat khusus dan potensi wisata buatan. Dalam strategi pengembangan wisata Telaga Ngebel secara tepat dapat meningkatkan jumlah pengusaha pariwisata, jumlah wisatawan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Bersama serta meningkatkan pendapatan asli daerah.

9. Nudya Risma Rahmadaniari, 2012, **Pembangunan Sektor Pariwisata Dan Dampaknya Terhadap Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Sekitar** (Studi Pada Obyek Wisata Alan Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek). Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pembangunan sektor pariwisata di obyek wisata Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek meliputi pengembangan obyek dan daya Tarik wisata, pengembangan sarana dan prasarana, serta pemasaran dan promosi wisata. Adanya pembangunan pada sektor pariwisata di obyek wisata alam kecamatan Watulimo sebagian besar berdampak positif seperti terdapatnya perubahan sosial meliputi perubahan presepsi yang mengarah yang lebih maju, terjalinnya interaksi social dengan pola kerjasama yang lebih baik juga berdampak dengan perubahan ekonomi yang meliputi memberikan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan meningkatkan pendapatan asli daerah dan factor-faktor yang mempengaruhinya yaitu factor pendukung yang meliputi karakteristik

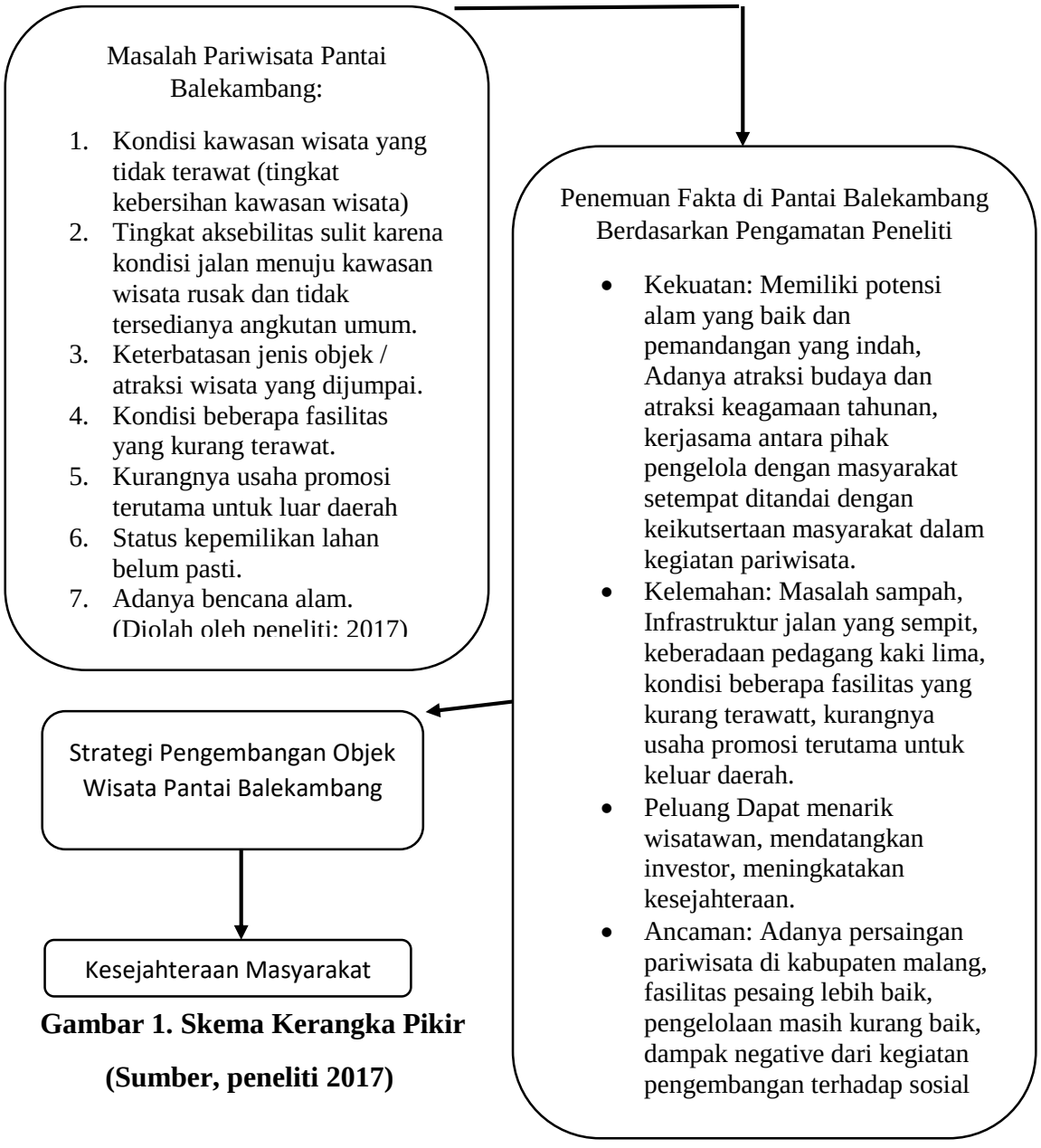
obyek dan peran serta masyarakat, sedangkan factor penghambatnya yaitu lemahnya kualitas sumberdaya manusia dan tidak adanya investor yang membantu pembangunan pariwisata di obyek wisata alam Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.

10. Hendita Yanuar Ridlo, 2012, **Strategi Pengembangan Objek Wisata Gua Lowo Sebagai Destinasi Pariwisata Unggulan Kabupaten Trenggalek** . Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi letak dan daya Tarik objek wisata Gua Lowo sangat prospektif untuk dikembangkan. Pemerintah Daerah Kabupaten Trenggalek Juga telah melakukan upaya pengembangan melalui berbagai strategi yaitu: strategi peningkatan sarana dan prasarana; pengembangan objek dan daya tarik wisata; peningkatan pemasaran dan promosi wisata; serta peningkatan peran serta masyarakat dan pihak swasta. Dari hasil identifikasi factor-faktor strategis lingkungan internal dapat diketahui kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan objek wisata Goa Lowo, sedangkan dari factor strategis lingkungan eksternal dapat diketahui peluang dan ancamannya.
11. Indria Christika, 2012, **Upaya Dinas Pariwisata Daerah Dalam Mengembangkan Potensi Wisata** (Studi Pada Kawasan Wisata Selomangleng Kelurahan Pojok Kecamatan Mojoroto Kota Kediri). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Potensi Letak Kawasan Wisata Selomangleng sangat strategis sekitar 5km dari pusat Kota Kediri, apalagi sangat dekat dengan terminal bus. Dalam segi potensi daya Tarik

wisatanya, kawasan wisata Selomangleng mempunyai keunikan atau ciri khas tersendiri yaitu perpaduan antara aspek alam, budaya, dan sejarah. Kemudian dalam segi pengunjung sangat antusias berdatangan guna menikmati pemandangan alam serta area bermain untuk anak. Upaya Dinas Pariwisata dalam mengembangkan potensi wisata Selomangleng ini adalah dengan cara menyediakan sarana dan prasarana, mengembangkan objek dan daya Tarik wisata, meningkatkan aktivitas Promosi Pariwisata, serta meningkatkan peran serta masyarakat. Upaya ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan pengunjung, serta sarana dan prasarana yang ada dapat digunakan dengan baik.

12. Odea Anggana Maitri, 2012, **Strategi *City Branding* (Pencitraan Kota) Dalam Pembentukan "Kota Wisata" Batu** (Studi Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batu). Hasil dari penelitian ini adalah strategi pembentukan *City Branding* (pencitraan kota) "Kota Wisata" Batu sebagai usaha kota Batu untuk memiliki identitas dan agar dikenal masyarakat luas sebagai Kota Batu sendiri, terlepas dari Kota Malang. Berdasarkan potensi yang dimiliki Kota Batu, maka pemerintah membentuk *City Branding* Kota Batu menjadi "Kota Wisata Batu". Langkah-langkah yang dilakukan dalam membentuk *City Branding*, yaitu: (1) *Mapping Survey*; (2) *Competitive Analysis*; (3) *Blue-print* atau cetak biru daerah yang diinginkan; (4) implementasi atau pelaksanaan grand design yang telah ditetapkan. Faktor pendukung dalam

pembentukan *city branding*"Kota Wisata" Batu adalah: (1) Terdapat kerjasama dan dukungan dari dinas-dinas lainnya; (2) masyarakat dan investor yang ikut mendukung pelaksanaan city branding Kota Batu. Sedangkan faktor penghambatnya adalah: (1) kurangnya pelatihan atau Pendidikan dan kesadaran kepariwisataan; (2) permasalahan aspek penunjang lain seperti sarana dan prasarana.



Gambar 1. Skema Kerangka Pikir

(Sumber, peneliti 2017)