

PERENCANAAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA

**(Studi Tentang Rencana Strategis Pengembangan Obyek Wisata Pantai
Balekambang Desa Srigonco, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**MARIA NELSY REDA LIO
NIM.105030600111018**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
MINAT PERENCANAAN PEMBANGUNAN
MALANG
2014**

MOTTO

Melawan keterbatasan, walau sedikit kemungkinan;
Takkan menyerah untuk hadapi, hingga sedih tak mau datang lagi
(Ipang)

Persembahan

Kupersembahkan skripsi ini untuk kedua Orangtua tercinta yang tanpa mengeluh telah membesarkan dan mendidik saya sampai bisa memperoleh gelar sarjana di Perguruan Tinggi Negeri Universitas Brawijaya Malang.,

Untuk keluarga besar saya (K'shanty, Silvy, Vicy, Ma'Ursula, Ma'Lisa, Ma'Lin, tante Is, Olvi, ade Irma Dando, Frater Canisius) yang selama ini selalu memberikan dukungan dan doa untuk saya , untuk teman-teman kosan TC.12 Malang (Mba Enis, Kak Mely, Amidah, Evita, Maria, Laura, Putri, Mba Dee, Petri) yang selalu memberikan semangat, doa, dukungan dan hiburan selama saya menyelesaikan skripsi.

Untuk teman-teman Perencanaan Pembangunan Angkatan 2010 khususnya (Faqih dan Intan) makasi banyak sudah banyak berjasa selama saya mengerjakan skripsi ☺, untuk teman2 Perencanaan semuanya "saya bangga sekali bisa mengenal teman-teman semua, tidak terasa selama 4 tahun saya merantau untuk menyelesaikan pendidikan di Malang bersama kalian, saya juga melawati masa-masa menuju kedewasaan bersama kalian (dinamika perubahan usia) ☺, saya bisa mengenal teman-teman semua satu persatu dengan karakter yang berbeda-beda, dari tempat asal yang berbeda-beda juga ☺ itulah kita (Bhineka Tunggal Ika) terimakasih teman-temanku tersayang semoga kita bisa bertemu lagi dilain kesempatan, dilain waktu dan dilain keadaan yang tidak pernah bisa kita tau kapan ☺ tetap semangat ya teman-temanku (Love U)"

Untuk sahabat-sahabat ku tersayang sanca Ulfa, Opi, sanca Septian sahabat sekampus bareng, kerjain tugas, curhat, sedih, bertengkar, pokoknya kalian semua yang paling tahu saya sampai sejelek-jeleknya. Terimakasih untuk cintanya, untuk semangatnya, untuk doanya, untuk nasihatnya, gila-gilaannya, hiburannya, nyayiannya.., **(Miss U**

From this day, now dan forever more ☺)"



**"Saat pertamakali berkenalan dengan kalian,
Menatap kalian,
Mempelajari sikap kalian,
Begitu indah dan membekas di pikiranku"**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI**

Jalan. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia
Telp. +62-341-553737, 568914, 558226 ; Fax. +62-341-558227
E-mail : fia@ub.ac.id <http://www.fia.ub.ac.id>

Program Studi : • Sarjana : - Ilmu Administrasi Publik - Administrasi Pemerintahan - Perencanaan Pembangunan – Ilmu Perpustakaan, - Ilmu Administrasi Bisnis
- Perpajakan - Bisnis Internasional – Hospitality dan Pariwisata
• Magister : - Ilmu Administrasi Publik - Ilmu Administrasi Bisnis • Doktor Ilmu Administrasi

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Perencanaan Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Malang
(Studi Tentang Rencana strategis Pengembangan Obyek Wisata
Pantai Balekambang, Desa Srigonco, Kecamatan Bantur,
Kabupaten Malang)

Disusun oleh : Maria Nelsy Reda Lio

NIM : 105030600111018

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Publik

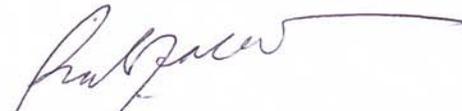
Program Studi : Perencanaan Pembangunan

Malang, 22 Juli 2014

Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota


Dr. Choirul Saleh, M.Si

NIP. 19600112 198701 1 001


Drs. Siswidyanto, MS

NIP. 19600717 198601 1 002

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu

Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 14 Agustus 2014

Jam : 08.00 – 09.00

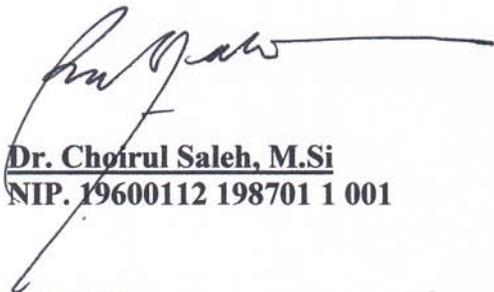
Skripsi atas nama : Maria Nelsy Reda Lio

Judul : Perencanaan Strategi Pengembangan Pariwisata (Studi
Tentang Rencana Strategis Pengembangan Obyek
Wisata Pantai Balekambang, Desa Srigonco, Kecamatan
Bantur, Kabupaten Malang)

dan Dinyatakan Lulus

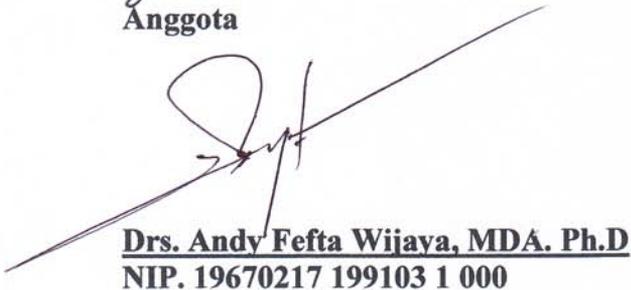
MAJELIS PENGUJI

Ketua



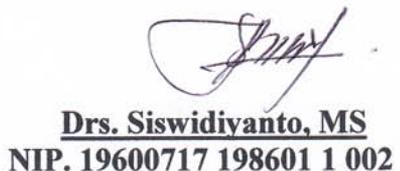
Dr. Choirul Saleh, M.Si
NIP. 19600112 198701 1 001

Anggota



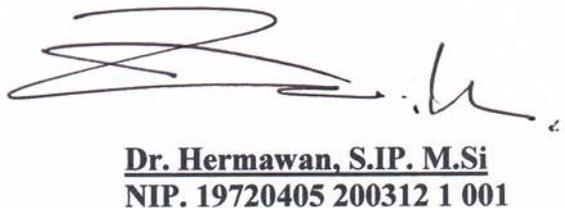
Dr. Andy Fefta Wijaya, MDA. Ph.D
NIP. 19670217 199103 1 000

Anggota



Dr. Siswidiyanto, MS
NIP. 19600717 198601 1 002

Anggota



Dr. Hermawan, S.IP. M.Si
NIP. 19720405 200312 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 22 Juli 2014



Maria Nelsy Reda Lio

RINGKASAN

Maria Nelsy Reda Lio. 2014. **Perencanaan Strategi Pengembangan Pariwisata (Studi tentang Rencana Strategis Pengembangan Obyek wisata Pantai Balekambang, Desa Srigonco, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang)**, Dr. Choirul Saleh, M.Si, Drs. Siswidiyanto, MS, 170 Hal + xvii

Kabupaten Malang memiliki potensi Pariwisata yang sangat besar untuk dikembangkan, salah satunya adalah obyek wisata Pantai Balekambang yang memiliki karakteristik alam serta karakteristik budaya Upacara Labuhan dan Upacara Jalanidhipuja. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Perencanaan strategi pengembangan pariwisata dengan studi tentang rencana strategi pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Fokus pada penelitian ini adalah perencanaan strategi yang telah dilakukan untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang, sinkronisasi antara dokumen perencanaan yaitu Rencana Strategis dan Rencana Kerja serta faktor pendukung serta penghambat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan teknik Analisis SWOT yang terdiri dari (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang paling berpengaruh dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dapat memberikan gambaran bagi Organisasi untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa perencanaan strategi pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang sudah cukup optimal menyangkut pengembangan mengoptimalkan obyek dan daya tarik wisata, peningkatan sumberdaya manusia, peran serta masyarakat dan peran swasta namun masih ada yang perencanaan yang belum optimal yaitu menyangkut penyediaan sarana (penginapan dan *flying fox*, kafe dan restoran) dan prasarana (Air bersih dan infrastruktur jalan) serta pemasaran/promosi. Hal ini dikarenakan status kepemilikan lahan di obyek wisata Pantai Balekambang belum sepenuhnya milik Pemerintah sehingga kegiatan pengembangan menjadi terhambat. Selanjutnya untuk Program dan kegiatan sudah ada dalam dokumen Rencana Strategis dan Rencana Kerja semuanya dapat direalisasikan dengan maksimal. Dari uraian faktor pendukung dan penghambat, maka peneliti memberikan rekomendasi dengan menggunakan teori-teori perencanaan strategi dan pengembangan pariwisata. Dengan demikian dapat memberikan masukan bagi Pemerintah untuk mengoptimalkan pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

Kata kunci : Perencanaan Strategi, Pariwisata, Balekambang

SUMMARY

Maria Nelsy Reda Lio, 2014. **Planning of Tourism Development Strategy (Study on Strategic Plan On the Development of Balekambang Beach Tourism Object, Srigonco Village, Bantur District, Malang Regency)**, Dr. Choirul Saleh, M.Si, Drs. Siswidyanto, MS, 170 Page + xvii.

Malang Regency has promising potencies in tourism to be developed, one of the potencies is Balekambang Beach which has a unique natural characteristic and cultural characteristic such as Labuhan Ceremony and Jalanidhipuja. The objective of this study is to know, to describe, and to analyze the planning of the tourism development strategy by study on development strategy plan of Balekambang Beach. Focus of this study is strategy planning that has been done to Balekambang Beach development, synchronization between planning document that is Strategic Planning and Action Plan, also the supporting factor and inhibiting factor in developing Balekambang Beach.

The method used in this study is descriptive with qualitative approach and using SWOT technique which consists of *Strength, Weakness, Opportunities, and Threat* to know the most significant strength, weakness, opportunity and threat in Balekambang Beach development. By knowing them, it can gives a view to minimize the weakness and threat by optimizing opportunity and strength.

The result of this study shows that development strategy planning of Balekambang Beach is optimal enough regarding the object and attractions development, human resources, role of people and role of private sector. However, there are still some things need to be optimized such as provision of facilities (inn and *flying fox*, café, and restaurant) and infrastructure (water and road) as well as the marketing/promotion. This caused by the tenure in the Balekambang Beach tourism object is not fully owned by government so that the development activities inhibited. Moreover, the program and activity stipulated in Strategic Plan and Action Plan can be realized with the maximum. Regarding this explanation of inhibiting and supporting factor, researcher gives some recommendation by using theories of strategic planning and tourism development. Thus, this study can gives input for the government in executing actions to develop Balekambang Beach tourism object.

Keywords : Strategy Planning, Tourism, Balekambang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yesus dan Bunda Maria atas berkat penyertaan dan penyelenggaraan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Perencanaan Strategi Pengembangan Pariwisata (Studi Tentang Rencana Strategis Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang, Desa Srigonco, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang). Skripsi ini diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik, minat Perencanaan Pembangunan pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Sehubungan dengan telah selesainya skripsi ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi memberikan dukungan, semangat, doa dan motivasi kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan, semangat, doa dan motivasi dari semua pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan yang berharga ini, penulis ingin mengucapkan Terimakasih kepada :

1. Kepada Orangtua yang telah memberikan doa, dukungan serta cinta kasih dalam memotivasi penulis

2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
3. Bapak Dr. Choirul Saleh, M.Si selaku dosen pembimbing utama sekaligus Ketua Jurusan Administrasi Publik yang dengan sabar telah membimbing dan mengarahkan penulis
4. Bapak Drs. Siswidiyanto, MS selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membimbing dan mengarahkan penulis
5. Bapak Dr. Hermawan, S.IP, M.Si selaku Ketua Koordinator Minat Perencanaan Pembangunan
6. Seluruh pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang
7. Bapak Suryono selaku Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang
8. Ibu Farid Habibah selaku Kepala Seksi Perencanaan dan Leger Dinas Bina Marga Kabupaten Malang
9. Bapak Hernawan selaku Kepala Desa Srigonco
10. Kepada teman-teman Program Perencanaan Pembangunan khususnya Sanca Septian, Sanca Ulfa, Opi, Faqih, Firdha, Trias, Ema dan teman-teman lain yang selalu mendukung dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik

yang membangun sangat diharapkan sehingga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi pihak lain yang membutuhkan.

Malang, Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

MOTTO	i
PERSEMBAHAN	ii
TANDA PERSETUJUAN	iv
TANDA PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Publik.....	12
B. Administrasi Pembangunan	13
C. Perencanaan	15
1. Definisi Perencanaan	15
2. Jenis-jenis Perencanaan	17
3. Pendekatan Perencanaan.....	18
4. Tahapan –tahapan Perencanaan	20
5. Perencanaan Strategis	21
D. Pengembangan Pariwisata	31
1. Pengertian Pariwisata	31
2. Jenis dan Macam Pariwisata	33
3. Obyek dan Daya Tarik Pariwisata.....	37
4. Sarana dan Prasarana Pariwisata	39
5. Sumberdaya Pariwisata.....	42
6. Pengembangan Pariwisata	45
7. Fungsi Pengembangan Pariwisata	46
8. Dampak Pengembangan Pariwisata	48
E. Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja) Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD).....	50

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	56
B. Fokus Penelitian.....	57
C. Lokasi dan Situs Penelitian.....	59
D. Jenis dan Sumber Data	61
E. Teknik Pengumpulan Data	62
F. Instrumen Penelitian.....	64
G. Analisis Data.....	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Kondisi Lokasi Penelitian.....	72
1. Gambaran Umum Kabupaten Malang	72
a. Kondisi Geografis.....	72
b. Keadaan Demografi.....	74
c. Potensi Kabupaten Malang dalam Bidang Pariwisata.....	75
2. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang	78
a. Tugas Pokok dan Fungsi.....	78
b. Visi dan Misi	80
c. Tujuan	81
d. Sasaran	82
e. Program Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang.....	83
f. Struktur Organisasi.....	86
3. Gambaran Umum Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang (PD. Jasa Yasa).....	87
a. Tugas Pokok dan Fungsi.....	89
b. Visi.....	89
c. Misi.....	89
d. Tujuan	90
e. Sasaran	90
f. Struktur Organisasi.....	91
4. Gambaran Umum Pantai Balekambang	92
B. Penyajian Data	93
1. Perencanaan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang	93
A. Memprakarsai dan Menyepakati Proses Perencanaan Strategis	93
1. Mengoptimalkan Obyek dan Daya Tarik Wisata	93
2. Peningkatan Sumberdaya Manusia.....	95
3. Penyediaan Sarana dan Prasarana.....	98
4. Pemasaran/Promosi.....	104
5. Peran Serta Masyarakat.....	107

6. Kerjasama Pihak Swasta	111
B. Memperjelas Mandat Organisasi.....	112
C. Memperjelas Misi dan Nilai-nilai Organisasi	114
D. Menilai Lingkungan Eksternal.....	116
E. Menilai Lingkungan Internal	117
2. Sinkronisasi antara Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang	118
3. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang	131
a. Faktor Pendukung.....	132
1. Pendukung Internal.....	132
2. Pendukung Eksternal	134
b. Faktor Penghambat.....	137
1. Penghambat Internal	137
2. Penghambat Eksternal.....	141
C. Analisis Data.....	143
1. Perencanaan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang	143
A. Memprakarsai dan Menyepakati Proses Perencanaan Strategis	143
1. Mengoptimalkan Obyek dan Daya Tarik Wisata	144
2. Peningkatan Sumberdaya Manusia.....	146
3. Penyediaan Sarana dan Prasarana.....	147
4. Pemasaran/Promosi.....	148
5. Peran Serta Masyarakat.....	149
6. Kerjasama Pihak Swasta	151
B. Memperjelas Mandat Organisasi.....	152
C. Memperjelas Misi dan Nilai-nilai Organisasi	153
D. Menilai Lingkungan Eksternal.....	154
E. Menilai Lingkungan Internal	155
2. Sinkronisasi antara Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang	156
3. Analisis SWOT Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang.....	158

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	168
B. Saran	170

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

NO	Judul	Halaman
1.	Jumlah Pengunjung Unit-unit Usaha Perusahaan Daerah Jasa Yasa Bulan Januari-Agustus Tahun 2012-2013.....	5
2.	Matrik SWOT.....	69
3.	Perkembangan Kependudukan Tahun 2006-2010.....	74
4.	Jumlah Pegawai Menurut Jenjang Pendidikan.....	97
5.	Sarana dan Prasarana Obyek Wisata Pantai Balekambang.....	100
6.	Rencana Program, Kegiatan, Indikator Kinerja, Kelompok Sasaran dan Pendanaan Indikatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.....	120
7.	Rekapitulasi Hasil Pelaksanaan Renja Tahun 2013	122
8.	Jumlah Pengunjung Unit-unit Usaha Perusahaan Daerah Jasa Yasa Bulan Januari-Agustus Tahun 2012-2013.....	125
9.	Pencapaian Kinerja dalam Pengembangan Pariwisata	130
10.	Jumlah Pengunjung Unit-unit Usaha Perusahaan Daerah Jasa Yasa Bulan Januari-Agustus Tahun 2012-2013.....	136
11.	Analisis SWOT.....	160

DAFTAR GAMBAR

No Judul	Halaman
1. Elemen Manajemen Strategik	27
2. Alur Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.....	50
3. Peta Pariwisata Kabupaten Malang	78
4. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang	86
5. Struktur Organisasi Perusahaan Daerah Jasa Yasa	91
6. Obyek Wisata Pantai Balekambang	92
7. Pura Artamadjati di Pulau Ismoyo	95
8. Kegiatan Seminar Majapahit Travel Fair	98
9. Sarana dan Prasarana	101
10. Akses jalan dari PDAM Unit Bantur Menuju Pantai Balekambang.....	104
11. Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang	106
12. Souvenir dari Kerang.....	109
13. Upacara Larung Sesaji.....	111
14. Upacara Jalanidhipuja.....	111
15. Aquase dan Decofresh.....	112
16. Kegiatan Seminar Majapahit Travel Fair	127
17. Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang	129
18. Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang	137
19. Kondisi Jalan Rusak	140

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Administrasi publik adalah suatu kombinasi yang kompleks antara teori dan praktik, dengan tujuan mempromosi pemahaman terhadap pemerintah dalam hubungannya dengan masyarakat yang diperintah, dan juga mendorong kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan sosial (Henry) dalam Pasolong (2011:8). Kebijakan Publik yang dimaksud harus berdasarkan pada kebutuhan masyarakat dengan harapan, agar pembangunan dapat terwujud. Pembangunan merupakan bagian dari administrasi publik. Menurut Siagian (2005:78) Administrasi Pembangunan adalah suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh suatu Bangsa, Negara dan Pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan Bangsa (*nation-building*). Dalam menjalankan rangkaian kegiatan pembangunan, keterlibatan masyarakat sangat diperlukan untuk mendukung tugas pemerintah dalam mewujudkan tujuan yang akan dicapai.

Tugas Pemerintah Pusat maupun Daerah merupakan suatu dasar untuk menjalankan Pembangunan Nasional. Pada era otonomi daerah, terjadi pelimpahan kewenangan dari Pemerintah Pusat ke Pemerintah Daerah dalam menjalankan kegiatan pembangunan. Sesuai dengan UU No.32 tahun 2004 (Otonomi Daerah) pasal 1 ayat 5, menjelaskan Otonomi Daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan Pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan

Peraturan Perundang-undangan. Hal ini merupakan peluang bagi Pemerintah Kabupaten/Kota untuk dapat merencanakan dan mengelolah pembangunan di Daerahnya termasuk dalam mengelolah sumber-sumber keuangan untuk membiayai pelaksanaan kegiatan Otonomi Daerah.

Kabupaten Malang sebagai bagian dari Daerah Otonom, memiliki hak dalam mencari sumber-sumber keuangan untuk peningkatan perekonomian sebagai salah satu sumber pemasukan bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Sumber keuangan dapat diperoleh dengan menggali potensi-potensi yang ada di Kabupaten Malang, salah satunya adalah memanfaatkan potensi di sektor Kepariwisata. UU Kepariwisata No 10 tahun 2009 menjelaskan, bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Oleh karena itu, pariwisata harus terus dikembangkan untuk mendukung kegiatan wisata dan memenuhi kebutuhan wisatawan.

Menurut pendapat Musanef (1995:1) pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan dengan menyediakan sarana dan prasarana, barang dan jasa serta fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. Keberhasilan dalam pengembangan sektor pariwisata juga memiliki pengaruh terhadap upaya peningkatan pendapatan daerah. Kontribusi pendapatan dari sektor pariwisata dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan pembangunan dengan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada di daerah. Pengembangan pariwisata harus diimbangi dengan

penyediaan sarana dan prasarana yang memadai untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Menurut Yoeti (1997:35) tujuan pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut :

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

Pada tahun 2013, Indonesia mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada bulan Desember 2013 sebesar 860,7 ribu naik 12,22% dibandingkan dengan bulan Desember 2012. Ini membuktikan bahwa perkembangan pariwisata Indonesia kemajuannya sangat pesat, sehingga banyak wisatawan asing yang mau melakukan kunjungan ke Indonesia. Dampak positif yang dihasilkan dari meningkatnya kunjungan wisatawan asing ke Indonesia adalah peningkatan penerimaan Devisa Negara. Perkembangan kunjungan wisman yang terjadi, sekiranya diimbangi dengan fasilitas penunjang sektor pariwisata (Abe, 2013).

Pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Kabupaten Malang seperti yang sudah dijelaskan didalam Rencana strategis (RENSTRA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2011-2015 adalah melalui pengadaan paket wisata, pengembangan jalur wisata, pengadaan sarana dan prasarana penunjang pariwisata, seperti pengadaan hotel dan penginapan serta peningkatan aksesibilitas dengan meningkatkan kondisi jalan dan penyediaan sarana transportasi menuju obyek wisata. Hal ini diperkuat dengan adanya Rencana Pembangunan Jangka

Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2010-2015 Kabupaten Malang, dimana arah kebijakan yang telah ditetapkan yaitu “Percepatan pembangunan infrastruktur untuk memacu perkembangan sektor pertanian, industri, perdagangan dan pariwisata dalam rangka peningkatan kesejahteraan rakyat dan daya saing daerah”. Untuk mengaplikasikan tema pembangunan, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang merumuskan kebijakan dan program sesuai dengan kewenangan, tugas pokok dan fungsinya. Dalam pengembangan sektor pariwisata, maka membutuhkan suatu perencanaan yang tepat. Perencanaan adalah suatu proses yang berkesinambungan yang mencakup keputusan-keputusan atau pilihan-pilihan sebagai alternatif penggunaan sumberdaya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu pada masa yang akan datang, Conyers dan Hills dikutip oleh Arsyad (1999:19) dalam Tarigan (2012:5). Perencanaan yang sudah ada dalam Rencana Strategis, akan tertuang dalam Rencana Kerja (RENJA) yang merupakan sebuah dokumen perencanaan yang memuat program atau kegiatan yang diperlukan untuk mencapai sasaran pembangunan, dalam bentuk kerangka regulasi dan kerangka anggaran (UU No.54 Tahun 2010 Tentang Tahapan, Tentang Tata Cara Penyusunan, Pengendalian, dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan Daerah)

Perencanaan memiliki hubungan dengan tujuan dan sasaran yang akan dicapai, maka untuk merealisasikan secara terarah dan terstruktur diperlukan suatu perencanaan strategi. Olsen dan Eadje dalam Bryson (2007:4) mendefinisikan perencanaan strategi sebagai upaya yang didisiplinkan untuk membuat keputusan dan tindakan penting yang membentuk dan memandu bagaimana menjadi

organisasi, apa yang dikerjakan organisasi dan mengapa organisasi mengerjakan hal tersebut. Melalui perencanaan strategi dapat mengarahkan dan memberikan gambaran bagi organisasi Pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang dalam melakukan kegiatan pengembangan pariwisata.

Kabupaten Malang secara administrasi merupakan bagian dari Provinsi Jawa Timur, memiliki potensi pariwisata yang beragam mulai dari wisata alam, wisata agro, wisata pantai dan wisata tirta, serta di dukung dengan udara yang sejuk dan nyaman untuk dikunjungi. Potensi sumberdaya pariwisata yang sangat menonjol di Kabupaten Malang adalah wisata pantai. Dari beberapa obyek wisata pantai yang ada, terdapat 2 obyek wisata pantai yang dikelola langsung oleh pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu Pantai Balekambang di Bantur dan Pantai Nglyep di Donomulyo (Rina, 2014). Hal ini dapat dilihat dari data jumlah pengunjung masing-masing obyek wisata, seperti yang tertera dalam tabel 1 berikut ini :

Tabel. 1 Jumlah Pengunjung Unit-unit Usaha Perusahaan Daerah Jasa Yasa Bulan Januari – Agustus Tahun 2012-2013

No	Bulan	Pantai Balekambang		Pantai Nglyep		Pemandian Dewisri	
		2012	2013	2012	2013	2012	2013
1	Januari	42.266	54.089	674	1.248	2.270	1.371
2	Februari	11.273	11.486	605	504	1.781	803
3	Maret	11.821	19.889	448	543	2.228	1.765
4	April	18.047	14.542	621	443	2.850	1.455
5	Mei	19.598	24.115	529	541	3.051	1.755
6	Juni	19.878	28.388	488	584	2.545	1.710
7	Juli	23.591	13.708	367	419	1.531	788
8	Agustus	72.183	93.532	1.212	1629	1.497	2.147
Jumlah		218.657	259.749	4944	5.911	17.753	11.794

Sumber : Perusahaan Daerah Jasa Yasa, 2013

Tergambar dengan jelas Pantai Balekambang adalah salah satu potensi pariwisata andalan. Hal ini dapat dilihat dari data jumlah pengunjung. Peningkatan yang signifikan setiap bulannya tampak mulai dari bulan Januari sampai bulan Agustus selama dua (2) tahun terakhir 2012-2013. Jumlah kunjungan wisatawan tertinggi pada bulan Agustus 2013 dengan total 93.532 pengunjung. Ini merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk terus menambah jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Malang. Untuk mendukung pengembangan Pantai Balekambang, perlu dibangun sarana dan prasarana yang memadai sesuai dengan standar pelayanan kepariwisataan dengan memanfaatkan keindahan alam, agar dapat menarik wisatawan untuk lebih banyak berkunjung. Menurut Suwanto (2004:19) umumnya daya tarik suatu obyek wisata berdasarkan pada :

- a. Adanya sumberdaya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih;
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya;
- c. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka;
- d. Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir;
- e. Obyek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya;
- f. Obyek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

Pantai Balekambang merupakan obyek wisata terbaik karena ramai dikunjungi oleh wisatawan, yang terletak di Desa Srigonco, Kecamatan Bantur, sekitar 65 Km dari arah selatan Kota Malang. Dengan suguhan yang menarik yaitu upacara adat suroan serta jalanidhipuja yang merupakan tradisi masyarakat setempat dan bernilai jual tinggi. Daya tarik lain yang dimiliki yaitu sebuah pura

megah yang berada di Pulau Ismoyo. Selain itu terdapat dua (2) pulau lainnya yaitu pulau Anoman dan Pulau Wisanggeni (Andi, 2014).

Pantai Balekambang merupakan obyek wisata yang produktif dan berpeluang untuk dikembangkan saat ini. Menurut Rencana Strategis (RENSTRA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2011-2015 menjelaskan, bahwa potensi ekonomi pariwisata relatif besar dan menjanjikan lapangan usaha dan lapangan kerja. Penerimaan devisa dari sektor pariwisata sangat menguntungkan bagi masyarakat dan pemerintah daerah untuk jangka panjang. Namun dalam pengembangan pariwisata pantai Balekambang masih terdapat permasalahan-permasalahan yang dihadapi. Permasalahan yang ditemukan antara lain :

1. Sarana dan prasarana transportasi untuk menjangkau obyek wisata masih mengalami kesulitan terutama kondisi jalan yang rusak;
 2. Kurangnya keterpaduan perencanaan antar obyek wisata;
 3. Promosi tentang keunikan obyek wisata sangat terbatas;
 4. Sarana dan prasarana penunjang atraksi wisata masih terbatas;
 5. Sarana dan prasarana penginapan terbatas;
- (Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang)

Dari permasalahan-permasalahan yang dikemukakan memerlukan suatu solusi yang tepat agar dalam pengembangannya sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan dalam memanfaatkan potensi kekayaan alam. Apabila pengelolaan dan upaya promosinya masih terdapat permasalahan, maka akan berdampak negatif yaitu mengurangi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Hal tersebut dapat merugikan masyarakat maupun pemerintah karena salah satu pendapatan daerah berasal dari sektor pariwisata. Jumlah wisatawan berkurang maka pendapatan daerah juga akan berkurang.

Paparan perencanaan strategi, diharapkan dapat digunakan untuk mengatasi berbagai persoalan yang telah dikemukakan. Dengan memfokuskan pada identifikasi masalah serta isu-isu strategis yang berkembang maka akan diketahui lebih jelas mengenai apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan pengembangan Pantai Balekambang. Dari gambaran yang diperoleh, diharapkan mampu mengarahkan pengelolaan dan mengoptimalkan perencanaan sehingga, penanganan dapat tepat sasaran untuk memajukan potensi dan kekayaan pariwisata Kabupaten Malang. Untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang sesuai dengan Visi, Misi yang ada pada Rencana strategis (RENSTRA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Perencanaan Strategi Pengembangan Pariwisata (Studi Tentang Rencana Strategis Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang, Desa Srigonco, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang)”**.

B. Rumusan Masalah :

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan pada latar belakang maka penulis ingin mengetahui :

1. Bagaimanakah Perencanaan Strategi pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang yang ada di Kabupaten Malang?
2. Bagaimanakah sinkronisasi antara Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang?

3. Apa sajakah yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Perencanaan Strategi pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang yang ada di Kabupaten Malang;
2. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis sinkronisasi antara Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA) Dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Malang;
3. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Akademis

- a. Sebagai bahan kajian dalam Administrasi Publik, mengenai pengembangan potensi pariwisata;

- b. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat didalam menunjang penerapan Ilmu Perencanaan Pariwisata khususnya bagi Minat Perencanaan Pembangunan dan bagi penulis sendiri;
- c. Sebagai bahan referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai usaha promosi untuk obyek wisata Pantai Balekambang kepada masyarakat;
- b. Sebagai bahan masukan bagi Pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang dalam upaya pengembangan potensi pariwisata;
- c. Sebagai latihan untuk menerapkan teori yang telah diperoleh pada bangku perkuliahan terutama dalam menganalisis dan memberikan alternatif solusi terhadap suatu permasalahan yang terjadi;
- d. Memberikan gambaran bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan obyek wisata pantai Balekambang.

E. Sistematika Penulisan

Pembahasan yang sistematis akan memudahkan pemahaman. Penulisan penelitian ini terbagi kedalam beberapa sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, bagaimana perencanaan strategis dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Malang. Selain itu ada rumusan masalah, tujuan dan kontribusi penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang teori-teori yang melandasi penulisan yang berkaitan dengan judul untuk memberikan solusi atas permasalahan yang ada.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, instrument penelitian dan analisis data. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif yang akan menggambarkan suatu permasalahan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menyajikan deskripsi wilayah penelitian dan mengemukakan data yang diperoleh dari lokasi peneliti, penyajian data, gambaran umum lokasi penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang bermanfaat atas adanya permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Publik

Administrasi Publik menurut Chandler dan Plano dalam Hakim (2011:20) adalah “proses sumber daya dan personel publik yang dikoordinasi dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola (*manage*) keputusan-keputusan dalam kebijakan publik”. Sebagai suatu disiplin ilmu, administrasi publik bertujuan memecahkan masalah-masalah publik perbaikan atau penyempurnaan, terutama di bidang organisasi, sumberdaya manusia dan keuangan. Implementasi keputusan dalam kebijakan publik salah satunya dapat dilakukan dengan pemberian pelayanan kepada publik.

Administrasi publik berusaha melembagakan praktik-praktik manajemen agar sesuai dengan nilai efektivitas, efisiensi dan pemenuhan kebutuhan masyarakat secara lebih baik. Oleh karena itu David H. Rosenbloom dalam Pasolong (2011:8) menjelaskan bahwa “administrasi publik merupakan pemanfaatan teori-teori dan proses manajemen, politik dan hukum untuk memenuhi keinginan pemerintah dibidang legislatif, eksekutif, dalam rangka fungsi-fungsi pengaturan dan pelayanan terhadap masyarakat secara keseluruhan atau sebagian”. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan dapat disimpulkan bahwa administrasi merupakan suatu bentuk pelayanan yang diberikan Pemerintah kepada masyarakat. Bentuk pelayanan dapat ditunjukkan melalui suatu

kebijakan maupun aturan tertentu. Dengan demikian tujuan hidup masyarakat dapat tercapai.

Adminstasi publik sebagai *administration by public* atau administrasi oleh publik (Hakim 2011:22). Istilah ini merupakan suatu konsep yang berorientasi kepada pemberdayaan masyarakat, lebih mengutamakan kemandirian dan kemampuan masyarakat karena pemerintah memberikan kesempatan untuk itu. Dalam hal ini, kegiatan pemerintah berupaya memfasilitasi masyarakat agar mampu mengatur hidupnya tanpa harus sepenuhnya tergantung terus-menerus kepada pemerintah. Akibatnya masyarakat dapat memiliki tingkat partisipasi yang tinggi. Mulai dari penentuan kebutuhan, sampai pada pelaksanaan dan penilaian hasil. Sementara, pemerintah lebih berperan sebagai fasilitator, dan dapat memfokuskan diri pada urusan-urusan kenegaraan yang bersifat strategis.

B. Administrasi Pembangunan

Administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan daripada keputusan-keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Siagian, 1979:2). Keputusan yang telah ditetapkan, berangkat dari sebuah permasalahan maupun tantangan yang dihadapi. Oleh karenanya, membutuhkan fokus yang tepat untuk menghadapi permasalahan pembangunan. Melalui administrasi pembangunan dapat memberikan gambaran dalam pemecahan masalah yang dihadapi oleh suatu Negara.

Selain itu, menurut Bintoro dalam Hakim (2011:40) menjelaskan bahwa administrasi merupakan proses pengendalian usaha (administrasi) oleh Negara/Pemerintah untuk merealisasi pertumbuhan yang direncanakan kearah suatu keadaan yang dianggap lebih baik dan kemajuan di dalam berbagai aspek kehidupan Bangsa. Penyelenggaraan pembangunan harus mencakup berbagai aspek kehidupan baik sosial, ekonomi maupun politik. Dalam hal ini kegiatan pembangunan tidak hanya diselenggarakan oleh pemerintah saja tetapi sekiranya masyarakat harus turut serta, sehingga proses pembangunan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

Administrasi publik juga merupakan bagian dari administrasi pembangunan yang bertujuan untuk melakukan perubahan. Hal sesuai dengan pendapat administrasi pembangunan menurut Siagian (2005:78) mendefinisikan administrasi pembangunan sebagai suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, negara dan pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation-building*). Melalui berbagai usaha yang dilakukan untuk mewujudkan pembangunan maka, melalui administrasi pembangunan dapat menjawab berbagai macam persoalan yang dihadapi. Menurut Edward W.Weider dalam Hakim (2011:39) lebih spesifik merumuskan administrasi pembangunan sebagai berikut :

“Development administration is defined as as administrative development and the administration of development programmes. For the administration of the development, it is necessary that the administrative machinery it self should be improved and developed to enable a well coordinated and multi functional approach towards solving national problem on development ”

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Edward W. Weider menjelaskan bahwa administrasi pembangunan sebagai suatu pengembangan yang administratif dan administrasi dalam program pengembangan. Karena administrasi menyangkut pengembangan, perlu bahwa perangkat yang administratif sendiri harus ditingkatkan dan dikembangkan agar memungkinkan dalam mengkoordinasi dan melakukan pendekatan multi-fungsional kearah pemecahan masalah nasional pada dalam pembangunan. Oleh karena itu administrasi pembangunan dapat memberikan suatu manfaat dalam pemecahan permasalahan yang sedang dihadapi. Hal ini didukung dengan pendapat Siagian (2009:151) “dominannya pembangunan dan fungsi pemerintah dalam keseluruhan kegiatan penyelenggaraan pembangunan nasional, maka pembangunan administrasi mutlak perlu dilakukan”.

C. Perencanaan

1. Definisi Perencanaan

Perencanaan dapat diartikan sebagai sebuah proses dalam pengambilan keputusan. Hal ini diperkuat oleh pendapat yang dikemukakan oleh Moekijat dalam Tarigan, (2012:4) yang menjelaskan perencanaan sebagai :

1. “Perencanaan adalah hal memilih dan menghubungkan fakta-fakta serta hal membuat dan menggunakan dugaan-dugaan mengenai masa yang akan datang dalam hal menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang akan diusulkan, yang dianggap perlu untuk mencapai hasil-hasil yang diinginkan”;
2. “Perencanaan adalah suatu usaha untuk membuat suatu rencana tindakan, artinya menentukan apa yang dilakukan, siapa yang melakukan, dan dimana hal itu akan dilakukan”;

3. “Perencanaan adalah penentuan suatu arah tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan”;
4. “Perencanaan adalah suatu penentuan sebelumnya dari tujuan-tujuan yang diinginkan dan bagaimana tujuan tersebut harus dicapai”.

Oleh karena itu, dari berbagai perumusan di atas dapat disimpulkan bahwa, inti dari perencanaan adalah bagaimana menetapkan tujuan dan merumuskan langkah-langkah untuk mencapai tujuan. Dengan memperhatikan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya, dapat memberikan arah dan gambaran untuk menentukan suatu tindakan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang akan datang. Berbagai dugaan yang disimpulkan dari perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya, dapat merekomendasikan suatu tindakan atau usaha menuju kearah yang lebih baik.

UU No 25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional pasal 1 ayat 1 menjelaskan bahwa perencanaan adalah suatu proses untuk menentukan tindakan masa depan yang tepat, melalui urutan pilihan, dengan memperhitungkan sumberdaya yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan yang dimaksud memiliki kaitan dengan optimalisasi komponen yang tersedia. Komponen yang dimaksud terdiri dari tindakan, urutan pilihan dan sumberdaya. Melalui suatu pemanfaatan yang optimal sekiranya komponen tersebut dapat saling melengkapi antara satu sama lain. Berbeda dengan definisi perencanaan yang dikemukakan oleh Bintoro (1985:12) “perencanaan adalah penentuan tujuan yang akan dicapai atau yang dilakukan, bagaimana, bilamana dan oleh siapa” dari pendapat yang dikemukakan dapat diambil kesimpulan bahwa perencanaan merupakan suatu strategi yang dapat digunakan dalam

mencapai tujuan, sehingga dalam pelaksanaannya dapat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Pendapat lain yang dikemukakan Conyers & Hills yang dikutip oleh Arsyad (1999:19) dalam Tarigan (2012:5), Perencanaan adalah “Suatu proses yang berkesinambungan yang mencakup keputusan-keputusan atau pilihan-pilihan berbagai alternatif penggunaan sumberdaya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu pada masa yang akan datang”. Berdasarkan definisi tersebut menurutnya ada empat elemen dasar perencanaan, yaitu :

- a. Merencanakan berarti memilih;
Melalui perencanaan dapat dipilih berbagai macam strategi/cara yang akan digunakan untuk membuat suatu rencana.
- b. Perencanaan merupakan alat pengalokasian sumberdaya;
Sumberdaya merupakan aktor yang sangat berperan dalam pembuatan perencanaan. Dengan memilih sumberdaya yang tepat maka dapat menjadi sarana perantara dalam membuat perencanaan.
- c. Perencanaan merupakan alat untuk mencapai tujuan;
Suatu kegiatan apabila diawali dengan suatu perencanaan maka akan membuka jalan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.
- d. Perencanaan berorientasi ke masa depan;
Perencanaan memiliki kaitan dengan tujuan yang akan dicapai. Tujuan tersebut tidak hanya sebatas untuk tujuan sesaat. Melalui suatu perencanaan yang baik maka akan diperoleh capaian masa depan.

2. Jenis-jenis Perencanaan

a. Perencanaan Berdasarkan Jangka Waktu Rencana

Berdasarkan jangka waktu rencana, perencanaan dapat dibagi kedalam tiga bentuk. Menurut Bintoro (1985:69-71) perencanaan pembangunan juga dapat dilihat pembedaanya dari segi jangka waktu rencana yaitu perencanaan jangka panjang (*long term plan*), perencanaan jangka menengah (*medium term plan*) dan perencanaan jangka pendek (*short term plan*) :

1. Perencanaan Jangka Panjang (*long term plan*)

Perencanaan jangka panjang meliputi jangka waktu sepuluh tahun keatas. Perencanaan jangka panjang memiliki dua macam sifat (1) perencanaan jangka panjang yang bersifat studi perkiraan atau proyeksi keadaan masa depan dengan jangka waktu yang cukup panjang. Penelaahan tentang kecenderungan-kecenderungan jangka panjang berdasar variabel-variabel ekonomi maupun kondisi-kondisi lainnya dalam masyarakat. Perencanaan seperti ini dapat dilakukan apabila terdapat peralatan analisa yang cukup, data statistik serta informasi lain yang relatif lengkap serta kelakuan kehidupan ekonomi yang relatif pasti (2) bentuk yang kedua dari perencanaan jangka panjang adalah suatu perencanaan kebijaksanaan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan-tujuan perkembangan dalam masyarakat yang bersifat fundamental dan struktural dalam jangka panjang. Perencanaan seperti ini misalnya adalah terdapat di Malaysia, dan juga di Indonesia dengan Garis-garis Besar Haluan Negara (dengan pola dan arah pembangunan jangka panjangnya).

2. Perencanaan Jangka Menengah (*medium term plan*)

Perencanaan jangka menengah meliputi jangka waktu antara 3 sampai 8 tahun. Perencanaan jangka menengah akan lebih baik bila dikaitkan dengan perspektif ataupun kebijaksanaan rencana jangka panjang. Dalam perencanaan jangka menengah sering dilakukan pembagian dalam tahap-tahap. Tahap tersebut misalnya yang 5 tahun dibagi menjadi 2 dan 3 tahun.

3. Perencanaan jangka pendek (*short term plan*)

Perencanaan jangka pendek memiliki jangka waktunya antara setengah sampai dengan dua tahun. Mengenai perencanaan jangka pendek terdapat dua macam rencana (1) rencananya memang jangka pendek yaitu setengah, satu atau dua tahun. Rencana jangka pendek seringkali dilakukan untuk menanggulangi keadaan yang bersifat mendesak misalnya keadaan sehabis perang, keadaan masih dalam situasi labil, penanggulangan krisis ekonomi bahkan misalnya terjadi bencana alam hebat (2) bentuk lain dari rencana jangka pendek adalah rencana tahunan (*annual plan*). Rencana tahunan ini adalah suatu rencana jangka pendek sebagai penerjemahan daripada rencana jangka menengah supaya lebih bersifat konkrit, spesifik dan operasional. Oleh karena itu juga sering disebut sebagai perencanaan operasional tahunan (*annual plan*).

3. Pendekatan Perencanaan

Pendekatan Perencanaan Pembangunan Daerah yang dijelaskan dalam PERMENDAGRI No.54 tahun 2010 (pasal 6) tentang Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 8 tahun 2008 tentang Tahapan, Tatacara Penyusunan,

Pengendalian, dan Evaluasi pelaksanaan rencana pembangunan daerah adalah teknokratis, partisipatif, *top-down* dan *bottom-up* :

- a. Teknokratis, adalah pendekatan yang menggunakan metode dan kerangka berpikir ilmiah untuk mencapai tujuan dan sasaran pembangunan daerah. Metode dan kerangka berpikir ilmiah merupakan proses keilmuan untuk memperoleh pengetahuan secara sistematis terkait perencanaan pembangunan berdasarkan bukti fisik, data dan informasi yang akurat serta dapat dipertanggung jawabkan;
- b. Partisipatif, pendekatan ini dilaksanakan dengan melibatkan semua pemangku kepentingan (*stakeholders*) dengan mempertimbangkan :
 1. Relevansi pemangku kepentingan yang dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan, di setiap tahapan penyusunan dokumen perencanaan pembangunan daerah;
 2. Kesetaraan antara pemangku kepentingan dari unsur pemerintahan dan non pemerintahan dalam pengambilan keputusan;
 3. Adanya transparansi dan akuntabilitas dalam proses perencanaan serta melibatkan media massa;
 4. Keterwakilan seluruh segmen masyarakat, termasuk kelompok masyarakat rentan termarjinalkan dan pengarusutamaan gender;
 5. Terciptanya rasa memiliki terhadap dokumen perencanaan pembangunan daerah, dan
 6. Terciptanya konsensus atau kesepakatan pada semua tahapan penting pengambilan keputusan, seperti perumusan prioritas isu dan permasalahan, perumusan tujuan strategi, kebijakan dan program prioritas.
- c. Politis, merupakan pendekatan melalui program-program pembangunan yang ditawarkan masing-masing calon kepala daerah dan wakil kepala daerah terpilih pada saat kampanye, yang disusun kedalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) melalui :
 - a. Penerjemahan yang tepat dan sistematis atas visi, misi, dan program kepala daerah dan wakil kepala daerah kedalam tujuan, strategi, kebijakan, dan program pembangunan daerah selama masa jabatan;
 - b. Konsultasi pertimbangan dari landasan hukum, teknis penyusunan, sinkronisasi dan sinergi pencapaian sasaran pembangunan nasional dan pembangunan daerah; dan
 - c. Pembahasan dengan DPRD dan konsultasi dengan pemerintah untuk penetapan produk hukum yang mengikat semua pemangku kepentingan.
- d. *Top-down* dan *Bottom-up*, hasilnya diselaraskan melalui musyawarah yang dilaksanakan mulai dari desa, kecamatan, kabupaten/kota, provinsi dan nasional, sehingga tercipta sinkronisasi dan sinergi pencapaian sasaran rencana pembangunan nasional dan rencana pembangunan daerah.

4. Tahapan-tahapan Perencanaan

Perencanaan sangat dibutuhkan dalam penyelenggaraan pembangunan. Dalam proses pembuatan suatu perencanaan diperlukan tahap-tahap khusus untuk memulainya. Tahapan tersebut terdiri dari tahapan penyusunan rencana, penyusunan program rencana, pelaksanaan rencana, pengawasan atas pelaksanaan, sampai pada tahapan terakhir yaitu evaluasi perencanaan. Dengan melewati tahapan perencanaan maka, dapat memberikan gambaran baru yang lebih efektif untuk pembuatan perencanaan selanjutnya. Adapun tahapan- tahapan perencanaan seperti yang dikemukakan oleh Bintoro (1985:57-60) antara lain sebagai berikut :

a. Penyusunan rencana

Penyusunan rencana terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut :

1. Tinjauan keadaan. Tinjauan keadaan atau *review* ini dapat berupa tinjauan sebelum memulai suatu rencana (*review before take off*) atau suatu tinjauan tentang pelaksanaan rencana sebelumnya (*review of performance*). Melalui *review* yang dilakukan, maka dapat mengetahui masalah-masalah maupun hambatan-hambatan yang masih dihadapi serta potensi yang masih bisa untuk dikembangkan;
2. Perkiraan masa yang akan dilalui rencana. Dalam hal ini membutuhkan data-data statistik, berbagai hasil penelitian dan teknik-teknik proyeksi. Mekanisme informasi untuk mengetahui kecenderungan-kecenderungan perspektif masa depan;
3. Penetapan tujuan rencana (*plan object*) dan pemilihan cara-cara pencapaian tujuan rencana tersebut. Dalam hal ini seringkali nilai-nilai politik, sosial masyarakat, memainkan peran yang cukup penting. Secara teknis ini didasarkan pada tinjauan keadaan dan perkiraan tentang masa yang akan dilalui rencana. Dilihat dalam suatu kerangka yang lebih luas berdasar asas konsistensi dan prioritas;
4. Identifikasi kebijaksanaan dan/atau kegiatan usaha yang perlu dilakukan dalam rencana. Suatu kebijaksanaan atau *policy* mungkin perlu didukung oleh program-program pembangunan sehingga melalau program pembangunan tersebut sasaran yang akan dicapai terlihat lebih jelas;
5. Tahap terakhir adalah tahapan persetujuan rencana. Pada tahap ini diusahakan penyerasian dengan perencanaan pembiayaan secara umum dari program-program perencanaan yang akan dilakukan.

- b. **Penyusunan program rencana**
Dalam tahap ini dilakukan perumusan yang lebih terperinci mengenai tujuan atau sasaran dalam jangka waktu tertentu, suatu perincian jadwal kegiatan, jumlah dan jadwal pembiayaan serta penentuan lembaga atau kerjasama antar lembaga mana saja yang akan melakukan program-program pembagunan.
- c. **Pelaksanaan rencana**
Dalam hal ini perlu dibedakan antara tahap eksplorasi, tahap konstruksi dan tahap operasi. Tahap pelaksanaan operasi perlu dipertimbangkan kegiatan-kegiatan pemeliharaan. Kebijakan-kebijaksanaan juga perlu diikuti implikasi pelaksanaannya, bahkan secara terus menerus memerlukan penyesuaian;
- d. **Pengawasan atas pelaksanaan**
Pada tahap ini tujuan dari pengawasan adalah :
 - 1. Mengusahakan supaya pelaksanaan rencana berjalan sesuai dengan rencananya;
 - 2. Apabila terdapat penyimpangan maka perlu diketahui seberapa jauh penyimpangan tersebut dan apa penyebabnya;
 - 3. Dilakukannya tindakan korektif terhadap adanya penyimpangan-penyimpangan.
- e. **Dalam proses perencanaan perlu juga dilakukan evaluasi.**
Evaluasi dapat membantu kegiatan pengawasan. Evaluasi juga dilakukan sebagai pendukung tahap penyusunan rencana yaitu evaluasi tentang situasi sebelum rencana dimulai dan evaluasi tentang pelaksanaan rencana sebelumnya. Dari hasil-hasil evaluasi dapat dilakukan perbaikan terhadap perencanaan selanjutnya atau penyesuaian yang perlu dilakukan dalam pelaksanaan (perencanaan) itu sendiri.

5. Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis merupakan bagian dari proses perencanaan. Oleh karena itu lebih ditekankan kepada pemilihan strategi yang akan digunakan dalam suatu organisasi baik Organisasi Publik maupun Organisasi Bisnis. Ketepatan dalam memilih strategi yang digunakan turut menentukan keberhasilan dari organisasi dan tujuan yang akan dicapai.

a. Definisi Perencanaan Strategis

Menurut Olsen dan Eadge dalam Bryson (2007:4-5), mendefinisikan perencanaan strategis sebagai upaya yang didisiplinkan untuk membuat keputusan

dan tindakan penting yang membentuk dan memandu, bagaimana menjadi organisasi (atau entitas lainnya), apa yang dikerjakan organisasi (atau entitas lainnya), dan mengapa organisasi (atau entitas lainnya) mengerjakan hal seperti itu. Melalui perencanaan strategi maka, suatu organisasi dapat memperoleh strategi-strategi baru yang akan digunakan dalam memenuhi tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam abad ini, sebagian besar pekerjaan dalam perencanaan strategis memfokuskan kepada organisasi yang bertujuan meraih laba seperti organisasi bisnis. Namun seiring dengan perkembangan jaman, perencanaan strategis juga dapat digunakan pada organisasi publik. Perencanaan strategis dalam sektor publik terutama diterapkan untuk tujuan militer dan praktik penyelenggaraan Negara (*statecraft*) dalam skala yang besar (Quin, 1980; Bracker, 1980) dalam Bryson (2007:5), secara khusus perencanaan strategis dapat diterapkan kepada :

1. Lembaga Publik, Departemen, atau Divisi Penting dalam organisasi;
2. Pemerintahan Umum, seperti Pemerintahan *city, country*, atau Negara Bagian;
3. Organisasi nirlaba yang pada dasarnya memberikan pelayanan;
4. Fungsi khusus yang menjembatani batasan-batasan organisasi dan Pemerintah, seperti transportasi, kesehatan, atau pendidikan;
5. Seluruh komunitas, kawasan Perkotaan atau Metropolitan, Daerah,
6. atau Negara Bagian.

b. Manfaat Perencanaan Strategis

Dalam sebuah perencanaan, perencanaan strategis memiliki manfaat yang cukup besar bagi organisasi publik. Melalui perencanaan strategis dapat membuat organisasi publik lebih efektif dalam melakukan suatu tindakan. Seperti dijelaskan oleh beberapa penulis Steiner, dkk dalam Bryson (2007:12-13), berkeyakinan bahwa perencanaan strategis dapat membantu suatu organisasi yakni sebagai :

1. Berpikir secara strategis dan mengembangkan strategi-strategi yang efektif;
Berpikir strategis berarti berpikir secara keseluruhan dengan mempelajari suatu kondisi yang nyata. Dengan mengembangkan tindakan yang strategis, maka situasi permasalahan yang dihadapi, dapat diatasi.
2. Memperjelas arah masa depan;
Untuk mengetahui arah masa depan, perlu untuk meninjau kembali tujuan-tujuan yang telah dicapai sebelumnya dan tujuan-tujuan yang belum tercapai. Sehingga suatu organisasi dapat mengetahui kelemahan yang harus di perbaiki dan kekuatan yang harus dipertahankan.
3. Menciptakan prioritas;
Setelah memperjelas arah masa depan, maka harus menciptakan prioritas yang akan membuat suatu organisasi lebih fokus terhadap tujuan yang akan dicapai dengan memahami isu-isu strategis yang sedang berkembang.
4. Membuat keputusan sekarang dan mengingat konsekuensi masa depan;
Keputusan yang telah diambil sekarang sebaiknya telah memperhitungkan konsekuensi yang akan ditemukan di masa yang akan datang, sehingga dapat meminimalisir kemungkinan buruk yang akan dihadapi oleh organisasi
5. Mengembangkan landasan yang koheren dan kokoh bagi pembuatan keputusan;
Dalam mengambil sebuah keputusan, harus memahami latar belakang dari situasi yang mau diatasi. Dengan adanya alasan yang kuat, dapat membentuk suatu pemikiran yang kuat bagi pembuat keputusan, agar dapat mengembangkan strategi yang akan dicapai, dengan mempertimbangkan tujuan maupun sasaran yang telah ditentukan sebelumnya.
6. Menggunakan keeluasaan yang maksimum dalam bidang-bidang yang berada di bawah kontrol organisasi;
Keeluasaan yang dimaksudkan adalah dalam menjalankan kebijakan yang telah ditetapkan dari atas kebawah. Koordinasi dengan menciptakan suatu komunikasi yang baik antara pusat dan daerah akan memudahkan kontrol dalam pengembangan suatu organisasi.
7. Membuat keputusan yang melintasi tingkat dan fungsi;
Dalam membuat suatu keputusan, sebelumnya perlu untuk memahami hal-hal apa saja yang dibutuhkan oleh suatu organisasi. Berdasarkan pemahaman yang ada, maka keputusan yang akan diambil akan mengarah kepada pemenuhan kebutuhan organisasi dalam menjalankan arah maupun kebijakan yang telah ditentukan.
8. Memecahkan masalah utama organisasi;
masalah akan melemahkan kinerja dari organisasi. Masalah dapat ditemukan didalam organisasi (*internal*) oleh individu maupun kelompok, maupun dari luar organisasi (*ekstrenal*) seperti perubahan lingkungan seiring dengan perkembangan dunia.
9. Memperbaiki kinerja organisasi;

Kinerja dari suatu organisasi sangat menentukan keberhasilan organisasi. Dengan memperhatikan kualitas sumberdaya manusia dalam organisasi yang merupakan alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sumberdaya manusia yang dimaksud adalah mampu bersaing dengan mengandalkan kemampuan yang dimiliki. Sumberdaya yang kompetitif akan memberikan pengaruh yang positif dan menjadikan organisasi lebih memiliki karakter.

10. Menangani keadaan yang berubah dengan cepat secara efektif;
Lingkungan organisasi yang cenderung berubah karena pengaruh ekonomi, sosial, politik maupun teknologi, akan menguji kesiapan organisasi. Apabila suatu organisasi tidak cepat tanggap dengan perubahan lingkungan, maka sulit untuk bersaing di masa sekarang dan masa yang akan datang.
11. Membangun kerja kelompok dan keahlian;
Keahlian merupakan prioritas dari organisasi. Seseorang yang profesional akan membawa organisasi kedalam suatu perubahan kearah yang lebih baik. Organisasi merupakan kumpulan orang-orang yang memiliki tujuan yang sama. Oleh karena itu kerjasama antar kelompok yang ada didalam suatu organisasi perlu diciptakan untuk mempertahankan eksistensi di masa yang akan datang.

c. Tahapan Perencanaan Strategis

Seperti yang telah diketahui, dalam pembuatan perencanaan strategis harus melewati beberapa tahapan. Tujuannya adalah agar perencanaan strategi yang dibuat lebih bermanfaat dalam memaksimalkan suatu perencanaan. Adapun tahapan perencanaan strategis yang harus diperhatikan seperti yang dikemukakan oleh Bryson (2007:55-70) adalah sebagai berikut :

1. Memprakarsai dan menyepakati proses perencanaan strategis;
Tujuan langkah pertama adalah menegosiasikan kesepakatan dengan orang-orang penting (*decision makers*) atau pembentuk opini (*opinion leaders*) internal (dan mungkin eksternal) tentang seluruh upaya perencanaan strategis dan langkah perencanaan yang terpenting. Salah satu tugas pemrakarsa adalah menetapkan secara tepat siapa saja yang tergolong orang-orang penting pembuat keputusan. Tugas berikutnya adalah menetapkan orang kelompok, unit, atau organisasi manakah yang harus dilibatkan dalam perencanaan.
2. Memperjelas mandat organisasi;
Mandat formal dan informal yang ditempatkan pada organisasi adalah "keharusan" yang dihadapi organisasi

3. Memperjelas Misi dan Nilai-nilai Organisasi;
Bagi perusahaan atau lembaga pemerintah, atau bagi organisasi nirlaba, hal ini berarti organisasi harus berusaha memenuhi kebutuhan sosial dan politik yang dapat diidentifikasi. Namun menetapkan misi lebih dari sekedar mempertegas keberadaan organisasi. Memperjelas maksud dapat mengurangi banyak sekali konflik yang tidak perlu dalam suatu organisasi dan dapat membantu menyalurkan diskusi dan aktivitas secara produktif.
4. Menilai lingkungan Eksternal;
Tim perencanaan harus mengeksplorasi lingkungan di luar organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi. Sebenarnya, faktor “di dalam” merupakan faktor yang dikontrol oleh organisasi dan faktor “di luar” adalah faktor yang tidak terkontrol oleh organisasi (Peffer dan Salancik, 1978)
5. Menilai Lingkungan Internal;
Untuk mengenali kekuatan dan kelemahan internal, organisasi dapat memantau sumber daya (*inputs*), strategi sekarang (*process*) dan kinerja (*outputs*).
6. Mengidentifikasi Isu strategis yang dihadapi organisasi;
Secara khas, perencanaan itu merupakan masalah yang sangat penting bahwa isu-isu strategis dihadapi dengan cara terbaik dan efektif jika organisasi ingin mempertahankan kelangsungan hidup dan berhasil baik. Organisasi yang tidak menanggapi isu strategis dapat menghadapi akibat yang tak diinginkan dari ancaman, peluang yang lenyap, atau keduanya.
7. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu;
Strategi di definisikan sebagai pola tujuan, kebijakan, program, bagaimana organisasi, apa yang dikerjakan organisasi, mengapa organisasi harus mengerjakan hal itu. Strategi dapat berbeda-beda karena tingkat, fungsi dan kerangka waktu.
8. Menciptakan visi organisasi yang efektif untuk masa depan;
Langkah terakhir dalam proses perencanaan, organisasi mengembangkan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya organisasi itu sehingga berhasil mengimplementasikan strateginya dan mencapai seluruh potensinya.

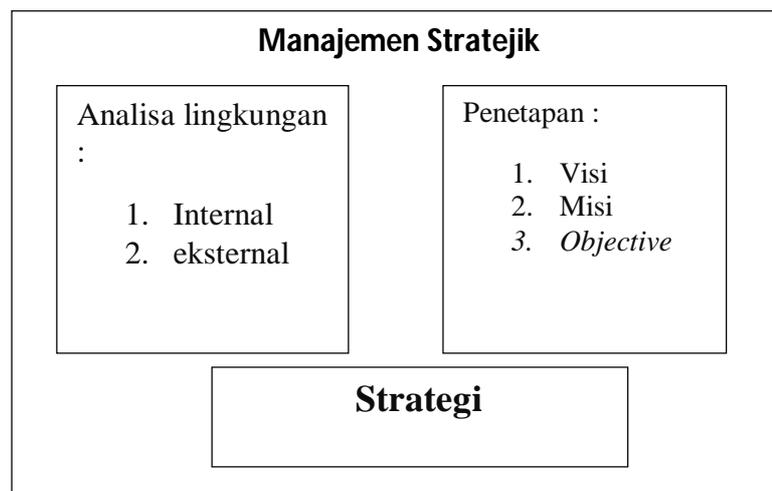
d. Manajemen Strategis

Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya (David, 2006:5). Seperti yang tersirat dalam definisi, manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan

organisasi. Istilah manajemen strategis dalam buku teks digunakan secara bergantian dengan istilah perencanaan strategis. Menurut Dirgantoro (2007:9) manajemen strategis sendiri memiliki banyak definisi lain, beberapa diantaranya adalah :

1. Suatu proses berkesinambungan yang membuat organisasi secara keseluruhan dapat *match* dengan lingkungannya, atau dengan kata lain, organisasi secara keseluruhan dapat selalu responsif terhadap perubahan-perubahan didalam lingkungannya baik yang bersifat internal maupun eksternal.
2. Kombinasi ilmu dan seni untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan yang bersifat *cros-fungsional* yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.
3. Usaha untuk mengembangkan kekuatan yang ada di perusahaan untuk menggunakan atau menangkap peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai dengan misi yang ditentukan

Dari beragam definisi dari inovasi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen strategis adalah sebuah proses yang dilakukan untuk dapat menangkap peluang-peluang ada disekitar organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut David (2006:6) Tujuan manajemen strategis adalah untuk mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang ; perencanaan jangka panjang, sebaliknya mencoba untuk mengoptimalkan tren sekarang untuk masa yang akan datang. Secara garis besar, terdapat tiga elemen besar yang membentuk manajemen strategis seperti yang terdapat dalam gambar 2 :



Gambar. 1 Elemen Majemen Stratejik
 Sumber: Dirgantoro Crown (2007: 10)

Model manajemen strategis dibentuk untuk memberikan suatu kerangka berpikir yang mudah di dalam memahami bagaimana manajemen strategis bekerja. Model tersebut dibentuk melalui tiga elemen dasar manajemen strategis, yaitu analisis lingkungan, penetapan visi; misi dan *objective* serta strategi sebagai elemen terakhir. Ketiga elemen dasar tersebut ditambah dengan komponen-komponen yang lain akan membentuk kerangka tersebut. Berikut adalah penjelasan masing-masing komponen manajemen strategis :

1. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan dilakukan dengan tujuan utama adalah untuk melihat kemungkinan-kemungkinan peluang yang bisa muncul serta kemungkinan-kemungkinan ancaman yang bisa terjadi yang diakibatkan oleh adanya perubahan-perubahan, yang terjadi baik pada tingkat lingkungan bisnis/industri maupun lingkungan internal organisasi. Analisis juga bisa dilakukan dengan melihat kekuatan maupun kelemahan yang ada didalam internal organisasi untuk melihat

seberapa besar organisasi dapat memanfaatkan peluang yang ada atau mengantisipasi ancaman atau tantangan yang muncul.

Menurut David (2006:13) Peluang dan ancaman eksternal mengacu pada ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum serta tren kompetisi dan kejadian yang secara signifikan dapat menguntungkan atau membahayakan organisasi di masa depan. Peluang dan ancaman tersebut berada diluar kendali organisasi sehingga disebut eksternal. Sedangkan kekuatan dan kelemahan internal adalah aktivitas organisasi yang dapat dikontrol yang dijalankan dengan sangat baik atau sangat buruk. Mereka muncul dalam aktivitas manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi produksi, penelitian dan sistem informasi didalam sebuah organisasi. Faktor internal dapat ditentukan melalui berbagai cara, termasuk menghitung rasio, mengukur kinerja, serta membandingkannya terhadap periode sebelumnya dan rata-rata industri.

2. Menetapkan visi, misi, dan *objective*

Menetapkan visi dimaksudkan untuk memberikan arah tentang akan menjadi apa atau seperti apa organisasi atau perusahaan di masa yang akan mendatang, atau secara lebih ringkas suatu pandangan kedepan tentang perusahaan. Misi lebih spesifik dibandingkan visi. Misi akan lebih spesifik menekankan tentang produk yang diproduksi, pasar yang dilayani, dan hal-hal lain yang secara spesifik berhubungan langsung dengan tujuan organisasi. Sedangkan *objective*, lebih kepada

penetapan target secara spesifik dan sedapat mungkin terukur, yang ingin dicapai oleh perusahaan untuk jangka waktu tertentu.

3. Strategi

Dalam proses manajemen strategi ini, terdapat tiga tahapan yang pertama formulasi strategi, yang kedua implementasi strategi dan yang ketiga adalah pengendalian strategi (Dirgantoro, 2007:13). Pada tahap formulasi strategi lebih ditekankan pada aktivitas utama yakni menyiapkan strategi alternatif, pemilihan strategi serta menetapkan strategi yang akan digunakan. Formulasi strategi juga menyangkut bagaimana mengembangkan visi, misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan strategi serta memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan (David, 2006:7). Formulasi strategi menentukan keunggulan kompetitif jangka panjang. Untuk kondisi baik dan buruk, keputusan strategis memiliki konsekuensi di berbagai bagian fungsional dan efek jangka panjang terhadap organisasi.

Pada tahapan berikutnya, yakni tahapan implementasi strategi lebih merupakan tahapan dimana strategi yang telah diformulasikan tersebut kemudian diimplementasikan. Pada tahap implementasi ini beberapa aktivitas atau cakupan kegiatan yang dilakukan antara lain mensyaratkan organisasi untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya

sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan. Implementasi strategi seringkali disebut tahap pelaksanaan dalam manajemen strategis. melaksanakan strategi berarti memobilisasi karyawan dan manajer untuk menempatkan strategi kedalam tindakan. Keberhasilan dari implementasi strategi tergantung dari bagaimana manajer mampu memotivasi para karyawannya.

Tahapan yang terakhir adalah tahap pengendalian strategi atau tahap evaluasi strategi yang merupakan tahap final dalam proses manajemen strategis. tahapan ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana efektifitas dari implementasi strategi. Menurut David (2006:8) Evaluasi strategi merupakan alat utama yang digunakan manajer untuk mengetahui apakah strategi yang dilakukan telah berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Semua strategi dapat dimodifikasi di masa mendatang karena adanya perubahan lingkungan eksternal maupun internal. Terdapat tiga aktivitas dasar dalam evaluasi strategi, yang pertama meninjau ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi pada saat ini, yang kedua mengukur kinerja, dan yang terakhir adalah mengambil tindakan korektif. Evaluasi dibutuhkan karena kesuksesan hari ini tidak menjamin kesuksesan di hari esok.

D. Pengembangan Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Dalam perkembangannya, pariwisata memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap berbagai aspek termasuk didalamnya adalah aspek ekonomi sebagai pendukung perekonomian bangsa. Pariwisata menjadi suatu hal yang tidak terlepas dari aspek kehidupan manusia. Menurut *Institute of Tourism in Britain* (sekarang *Tourism Society in Britain*) dalam Kusmayadi (2000:5) mendefinisikan pariwisata sebagai:

“Kepergian orang-orang untuk sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal mereka dan tempat bekerja sehari-hari, serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat-tempat tujuan tersebut; ini mencakup kepergian untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan sehari atau darmawisata”.

Kunjungan yang dilakukan oleh orang-orang disuatu tempat tertentu/tempat yang diutujui, merupakan salah satu upaya untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan dan kepentingan. Menurut Fandeli (1995) dalam Soebagyo (2012:154) mengemukakan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Obyek dan daya tarik wisata merupakan salah satu unsur yang menjadi tolak ukur seseorang dalam memutuskan keberadaannya disuatu tempat. Oleh karena itu, orang-orang akan melakukan kunjungan disuatu tempat dimana pariwisata berkembang. Menurut UU No.10 tahun 2009 pasal 1 ayat 2 menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Tempat yang memiliki daya tarik khusus seperti wisata alam dan wisata buatan,

akan mempengaruhi wisatawan untuk meluangkan waktu yang lebih banyak lagi untuk menikmati keindahan yang disajikan.

Pengertian pariwisata terus berkembang berdasarkan pemahaman masing-masing. Pengertian pariwisata dapat dilihat berdasarkan tiga unsur yaitu (*Man, Space, Time*). Oleh karena itu dari ketiga unsur tersebut maka, Wahab dalam Yoeti (1990:106) merumuskan pengertian pariwisata sebagai berikut:

“A purposeful human activity that serves as a link between people either within one same country or beyond the geographical limits or states. It involves the temporary displacement of people to another region, country or continent for the satisfaction of varied needs other than exercising a remunerated function.

For the concerned tourism is an industry whose “products” are consumed on the spot forming “invisible-export”. The benefit accruing therefrom can be witnessed in the economic, cultural and social life of its community”.

Menurutnya, suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (diluar negeri), meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain (daerah tertentu, suatu negara atau benua) untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beranekaragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap. Bagi suatu negara yang menganggap pariwisata sebagai suatu industri yang menghasilkan produk yang dikonsumsi di tempat tujuan, maka ini dapat dianggap sebagai suatu eksport yang tidak kentara (*invisible-exports*) dan manfaat yang diperoleh dapat berpengaruh positif dalam perekonomian, kebudayaan dan kehidupan masyarakat.

2. Jenis dan Macam Pariwisata

Untuk keperluan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, perlu dibedakan antara pariwisata yang satu dengan jenis pariwisata lainnya, karena dengan demikian akan dapat ditentukan kebijaksanaan apa yang perlu mendukung, sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan dapat berwujud seperti yang diharapkan dari kepariwisataan itu (Yoeti, 1990:110-116).

a. Menurut Letak Geografis, dimana kegiatan pariwisata berkembang:

Kegiatan pariwisata dapat berkembang di daerah sesuai dengan potensi yang ada. Potensi pariwisata juga berkembang di tingkat Lokal, tingkat Regional, tingkat Nasional bahkan ke tingkat Internasional. Dengan berkembangnya pariwisata dari tingkat Lokal sampai tingkat Internasional maka, akan memberikan semakin banyak pilihan yang akan ditawarkan kepada wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata. Adapun pembagian pariwisata menurut letak geografis yaitu terdiri dari :

1. Pariwisata Lokal (*Local Tourism*);
Pariwisata Lokal, yang dimaksudkan dengan jenis pariwisata semacam ini adalah pariwisata setempat, yang mempunyai ruang lingkup relatif sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya, kepariwisataan kota Bandung atau kepariwisataan di Daerah DKI Jakarta saja.
2. Pariwisata Regional (*Regional Tourism*);
Pariwisata Regional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu tempat atau daerah yang ruang lingkungannya lebih luas bila dibandingkan dengan “*local tourism*”, tetapi lebih sempit jika dibandingkan dengan “kepariwisataan nasional” (*national tourism*). Contohnya, kepariwisataan Sumatera Utara, Bali, dan lain-lain.
3. Kepariwisataan Nasional (*National Tourism*);
 - a. Kepariwisataan dalam arti sempit.
Kepariwisataan dalam arti sempit yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang dalam wilayah suatu negara. Pengertian ini sinonim dengan pengertian “pariwisata dalam negeri” atau *domestic tourism*, di mana titik beratnya orang yang melakukan perjalanan wisata adalah warga negara sendiri dan orang-orang asing yang berdomisili di negara tersebut.

b. Kepariwisata Nasional dalam arti luas

Kepariwisata dalam arti luas yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang dalam suatu wilayah suatu negara, selain kegiatan “*domestic tourism*” di mana di dalamnya termasuk “*in bound tourism*” dan “*out going tourism*”.

Jadi disini, selain adanya lalu lintas wisatawan di dalam negeri sendiri, juga ada lalu lintas wisatawan dari luar negeri, maupun dari dalam negeri ke luar negeri.

4. *Regional- International Tourism*;

Merupakan kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misalnya, kepariwisataan ASEAN, Timur Tengah, Asia Selatan, Eropa Barat, dan lain-lain.

5. *International Tourism*

Internasional tourism Pengertian ini sinonim dengan kepariwisataan dunia (*world tourism*), yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di seluruh negara di dunia, termasuk di dalamnya, selain “*regional-international tourism*” juga kegiatan “*national tourism*”.

b. Menurut Pengaruhnya Terhadap Neraca Pembayaran.

Pariwisata memiliki pengaruh terhadap perekonomian suatu Negara. Kontribusi dari sektor pariwisata terhadap devisa Negara dapat menghasilkan dua pengaruh yaitu peningkatan atau penurunan devisa Negara. Apabila jumlah pengunjung atau wisatawan dalam suatu Negara terus meningkat maka devisa Negara akan semakin meningkat sebaliknya apabila jumlah pengunjung atau wisatawan suatu negara menurun maka devisa suatu Negara akan menurun. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran maka, dapat dibagi atas dua jenis penting, yaitu:

1. *In Tourism* atau Pariwisata Aktif

Pariwisata aktif yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu. Disebut sebagai pariwisata aktif, karena dengan masuknya wisatawan asing tersebut, berarti dapat memasukan devisa bagi negara yang dikunjungi yang dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran yang dikunjungi wisatawan tersebut. Bila ditinjau dari segi pemasukkan devisa maka jenis pariwisata ini harus mendapat perhatian pertama untuk dikembangkan, karena sifatnya yang “*quick yielding*” tersebut.

2. *Out-going Tourism* atau Pariwisata Pasif

Pariwisata pasif yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara sendiri bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan. Disebut sebagai pariwisata pasif, karena ditinjau dari segi pemasukkan devisa negara, kegiatan ini merugikan negara asal wisatawan, karena uang yang seharusnya dibelanjakan di dalam negeri dibawa keluar negeri dan tidak ada arti ekonominya bagi negara sendiri. Karena itu jarang suatu negara berkeinginan untuk mengembangkan pariwisata semacam ini.

c. Menurut Alasan/Tujuan Perjalanan

Wisatawan dapat melakukan kegiatan wisata tidak hanya ketika waktu luang. Secara tidak langsung kegiatan juga dapat dilakukan untuk kegiatan yang bermanfaat seperti kegiatan pendidikan dan kegiatan bisnis. Dengan memilih lokasi yang tepat sesuai dengan kebutuhan dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi para pengunjung. Jenis pariwisata menurut alasan dan tujuan perjalanan terdiri dari :

1. *Business Tourism*

Business Tourism merupakan jenis pariwisata di mana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar, *convention*, symposium, musyawarah kerja.

2. *Vocational Tourism*

Vocational tourism merupakan jenis pariwisata di mana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti atau pakansi.

3. *Educational Tourism*

Educational tourism merupakan jenis pariwisata di mana pengunjung atau orang melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu bidang ilmu pengetahuan. Termasuk ke dalamnya adalah dharmawisata (*study-tour*).

d. Menurut Saat atau Waktu Berkunjung

Kegiatan pariwisata ini dilakukan ketika ada acara atau kegiatan khusus yang diselenggarakan di suatu daerah seperti kegiatan olah raga. Adapun alasan lain yang dilakukan wisatawan ketika berkunjung pada saat tertentu

adalah karena adanya *even* atau tradisi budaya yang sering diadakan di suatu tempat wisata seperti acara galungan di Bali. Jenis pariwisata menurut saat atau waktu berkunjung terdiri dari :

1. *Seasonal Tourism*

Seasonal tourism yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah *Summer Tourism* atau *Winter Tourism*, yang biasanya ditandai dengan kegiatan olahraga.

2. *Occasional Tourism*

Occasional tourism yaitu jenis pariwisata di mana perjalanan wisatanya dihubungkan dengan kejadian (*occasion*) maupun suatu events, seperti misalnya: Galungan dan Kuningan di Bali, Sekaten di Yogya atau Panjang Jimat di Cirebon, Cherry Blossom Festival di Tokyo atau Washington, pesta air negara-negara yang beragama Hindu (India, Burma, Mungthai, Kamboja, Hongkong atau Singapore).

e. Pembagian Menurut Objeknya

Pembagian pariwisata menurut objeknya tergantung dari kebutuhan wisatawan. Pembagian menurut objeknya terdiri dari kebutuhan seperti menikmati wisata budaya, wisata kesehatan, wisata perdagangan, wisata olahraga, wisata politik dan wisata sosial. Berikut adalah pembagian pariwisata menurut objeknya :

1. *Cultural Tourism*

Cultural tourism atau pariwisata budaya merupakan jenis pariwisata, di mana motivasi orang-orang untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni-budaya suatu tempat atau daerah. Jadi objek kunjungannya adalah warisan nenek moyang benda-benda kuno. Sering perjalanan wisata semacam ini dengan kesempatan untuk mengambil bagian dalam suatu kegiatan kebudayaan itu sendiri di tempat yang dikunjunginya.

2. *Recuperational Tourism*

Recuperational tourism biasanya disebut-sebut sebagai pariwisata kesehatan. Tujuan daripada orang-orang untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan sesuatu penyakit, seperti mandi di sumber air panas, mandi lumpur seperti yang banyak dijumpai di Eropa atau mandi susu, mandi kopi di Jepang yang katanya dapat membuat orang menjadi awet muda.

3. *Commercial Tourism*

Commercial tourism disebut juga sebagai pariwisata perdagangan, karena perjalanan wisata ini dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional atau internasional, dimana sering diadakan kegiatan *Expo. Fair, Exhibition* dan lain-lain.

4. *Sport Tourism*

Sport tourism biasanya sering disebut dengan istilah pariwisata olahraga. Yang dimaksud dengan jenis pariwisata ini adalah perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di sesuatu tempat atau Negara tertentu, seperti Olympiade, *All England*, pertandingan Tinju atau sepak bola. Atau ikut berpartisipasi dalam kegiatan itu sendiri.

5. *Political Tourism*

Political term biasanya disebut sebagai pariwisata politik, yaitu suatu perjalanan yang tujuannya untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa yang berhubungan dengan kegiatan suatu Negara, apakah ulang tahun atau peringatan hari tertentu, seperti Hari Angkatan Perang Indonesia, Parade 1 Mei Tiongkok atau 1 Oktober di Rusia.

6. *Social Tourism*

Social term atau Pariwisata sosial jangan hendaknya diasosiasikan sebagai suatu pariwisata yang berdiri sendiri. Pengertian ini hanya dilihat dari segi penyelenggaraan saja yang tidak menekankan untuk mencari keuntungan, seperti misalnya *Studi Tour, Picnic* atau *Youth Tourism* yang sekarang kita kenal dengan Pariwisata Remaja.

7. *Religion Tourism*

Religion tourism atau pariwisata religi yaitu jenis pariwisata dimana tujuan perjalanan yang dilakukan adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan, seperti kunjungan ke Lourdes bagi orang yang beragama Kristen di Jawa Tengah, ikut Haji Umroh bagi orang Islam atau Upacara Agama Hindu Bali di Sakenan, Bali.

3. Obyek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata yang disebut juga objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Sesuai dengan UU kepariwisataan No.10 tahun 2009 menjelaskan bahwa daya tarik merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran dan tujuan kunjungan wisatawan. Potensi wisata yang menarik pada suatu

daerah merupakan suatu kekhasan yang perlu dipertahankan dan dikembangkan kearah yang lebih baik sehingga dapat menjadi peluang untuk masa yang akan datang. Membangun suatu objek wisata harus dirancang sedemikian rupa berdasarkan kriteria tertentu (Suwanto 2004:19). Oleh karena itu menurutnya umumnya daya tarik suatu objek wisata berdasarkan pada :

- a. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih;
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya;
- c. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka;
- d. Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir;
- e. Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya;
- f. Objek 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.

Berdasarkan kriteria diatas semua hal yang dimaksud merupakan suatu komponen yang perlu diperhatikan dalam pengembangan kepariwisataan. Kelengkapan dari segala fasilitas yang disediakan kiranya masih perlu diperhatikan sebagai usaha menciptakan rasa aman bagi para wisatawan, sehingga mereka betah untuk lebih lama tinggal di daerah wisata yang menjadi tujuan mereka. Dengan demikian akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi para pengunjung atau wisatawan

Obyek wisata dan atraksi wisata budaya merupakan potensi pendukung bagi setiap daerah yang dinyatakan sebagai daerah tujuan wisata. Dengan adanya atraksi wisata akan memberikan suatu nilai jual yang tinggi kepada para wisatawan. Dengan demikian dapat dijadikan sebagai salah satu kegiatan untuk pengembangan pariwisata. Menurut Yoeti (1990:164) yang penting diperhatikan

dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar ia dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dalam macam-macam pasar harus memenuhi tiga syarat, yaitu :

- a. Daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai “*something to see*”. Artinya, tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh orang lain. Dengan perkataan lain daerah tersebut harus mempunyai daya tarik yang khusus, disamping itu ia harus mempunyai pula atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai “*entertainments*” bila orang datang ke sana.
- b. Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to do*”. Artinya di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau amusements yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- c. Di daerah tersebut mempunyai “*something to buy*” untuk memenuhi kebutuhan wisatawan untuk berbelanja souvenir.

4. Sarana dan Prasarana Pariwisata

Sarana dan prasarana pariwisata sangat mendukung untuk kegiatan pengembangan. Dengan adanya penyediaan sarana dan prasarana yang memadai maka akan turut mendukung berkembangnya pariwisata di suatu daerah. Oleh karena itu Yoeti (1985:12-14) membagi sarana prasarana pariwisata dalam tiga kelompok, yaitu:

a. Sarana Pokok Pariwisata

Sarana pokok pariwisata merupakan suatu kebutuhan wisatawan yang harus disediakan oleh Perusahaan. Sarana pokok pariwisata adalah perusahaan yang kelangsungan hidupnya tergantung pada wisatawan. Perusahaan yang dimaksud adalah :

1. Perusahaan yang mempersiapkan dan merencanakan pelayanan wisatawan, seperti travel agent, tourism bus;
2. Perusahaan yang memberi pelayanan di tempat tujuan wisata seperti hotel, losmen, wisma, pondok wisata dan restoran.

b. Sarana Perlengkapan Pariwisata

Sarana perlengkapan pariwisata adalah semua fasilitas yang fungsinya dapat melengkapi sarana pokok kepariwisataan. Sarana perlengkapan kepariwisataan merupakan sesuatu yang disediakan pemerintah dan dapat dinikmati oleh wisatawan sebagai pilihan alternatif pendukung. Sarana perlengkapan pariwisata meliputi:

1. Sarana rekreasi, meliputi : taman bunga, taman hiburan;
2. Sarana olahraga: kolam renang, lapangan tenis;
3. Sarana ketangkasan, meliputi permainan bola slodok;

c. Sarana Pengunjung Pariwisata

Sarana pengunjung pariwisata adalah perusahaan yang menunjang sarana perlengkapan atau sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan betah tinggal di suatu tempat, tetapi fungsinya lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjunginya, termasuk dalam kelompok ini ialah toko souvenir dan pedagang cinderamata.

Berdasarkan pengelompokan diatas maka dapat diketahui sarana dan prasarana apa saja yang dibutuhkan dalam pengembangan daerah wisata. Dengan penyediaan sarana dan prasarana yang lengkap maka akan memenuhi

berbagai kebutuhan wisatawan. Hal ini merupakan bagian dari upaya yang perlu dilakukan untuk mendukung pemasaran pariwisata. Oleh karena itu, pemasaran dapat dilakukan melalui penyediaan jasa pelayanan. Sesuai dengan UU kepariwisataan No.10 tahun 2009 huruf I menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan “usaha jasa informasi pariwisata” adalah usaha yang menyediakan data, berita, *feature*, foto, video, dan hasil penelitian mengenai kepariwisataan yang disebarakan dalam bentuk bahan cetak dan/atau elektronik.

Melalui informasi yang telah diperoleh wisatawan memiliki kaitannya dengan kegiatan pemasaran. Menurut Spillane (1989:116) usaha –usaha pemasaran perlu dilakukan untuk menarik pembeli, mengingat dalam dunia pariwisata persaingan sudah terlaalu tajam. Bagi produk pariwisata yang baru, pemasaran perlu dilakukan untuk memperkenalkan produk tersebut. Sebelum melakukan pemasaran yang harus diperhatikan adalah kualitas dari pariwisata yang mau dikembangkan, salah satunya dengan mendukung penyediaan sarana dan prasarana. Oleh karena itu Wahab dalam Yoeti (1990:179-181) memisahkan pengertian antara sarana dan prasarana, menurutnya :

“sarana kepariwisataan adalah semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan, tetapi hidup dan kehidupannya tidak selamanya tergantung pada wisatawan sedangkan prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam”.

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa keberadaan sarana dan prasarana pariwisata saling melengkapi. Sarana pariwisata merupakan suatu bentuk pemenuhan kebutuhan wisatawan yang disediakan oleh perusahaan seperti penginapan, travel, losmen. Sebagai bagian pelengkap sarana maka diperlukan prasarana seperti contoh agar sarana pengangkutan dapat berfungsi, maka diperlukan prasarana penghubung seperti jalan maupun jembatan. Infrastruktur merupakan bagian dari prasarana kepariwisataan yang merupakan semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam. Dengan adanya sarana yang lengkap, maka akan memberikan efek terhadap suatu obyek wisata dengan peningkatan jumlah pengunjung.

5. Sumberdaya Pariwisata

Menurut Pitana dan Diatra (2009:68-76) sumberdaya merupakan atribut alam yang bersifat netral sampai ada campur tangan manusia dari luar untuk mengubahnya agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia itu. Dengan menjamah sumberdaya alam sesuai dengan standar kebutuhan wisatawan melalui penyediaan sarana dan prasarana maka semakin menarik wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut. Sumberdaya yang terkait dengan pengembangan pariwisata umumnya berupa sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sumberdaya budaya, sumberdaya minat khusus yaitu:

a. Sumberdaya Alam

Elemen dari sumberdaya, misalnya air, pepohonan, udara, hamparan pegunungan, pantai, bentang alam, dan sebagiannya, tidak akan menjadi sumberdaya yang berguna bagi pariwisata kecuali semua elemen tersebut dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan manusia. Menurut Damanik dan Weber dalam Pitana dan Diatra (2009 : 70) sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata alam adalah:

1. Keajaiban dan keindahan alam;
2. Keragaman flora;
3. Keragaman fauna;
4. Kehidupan satwa liar;
5. Vegetasi alam;
6. Ekosistem yang belum pernah terjamah manusia;
7. Rekreasi perairan;
8. Lintas alam (*tracking*, rafting, dan lain-lain);
9. Objek megalitik;
10. Suhu dan kelembapan udara yang nyaman;
11. Curah hujan yang normal

b. Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia diakui sebagai salah satu komponen vital dalam pembangunan pariwisata. Hampir setiap tahap elemen pariwisata memerlukan sumberdaya manusia untuk menggerakkannya. Berkaitan dengan sumberdaya manusia dalam pariwisata, McIntosh, et al., dalam Pitana dan Diatra (2009:72) memberikan gambaran atas berbagai peluang karir dalam industri pariwisata yang memanfaatkan dan digerakkan oleh sumber daya manusia, seperti di bidang transportasi, akomodasi pelayanan makanan dan minuman (F&D), shopping, travel, dan sebagiannya.

c. Sumberdaya Budaya

Budaya sangat penting perannya dalam pariwisata. Salah satu hal yang menyebabkan orang ingin melakukan perjalanan wisata adalah adanya keinginan untuk melihat cara hidup dan budaya orang lain di belahan dunia lain serta keinginan untuk mempelajari budaya orang lain tersebut. Industri pariwisata mengakui peran budaya sebagai faktor penarik mempromosikan karakteristik budaya dari destinasi. Sumberdaya budaya di mungkinkan untuk menjadi faktor utama yang menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisatanya (Pitana & Diatra 2009 :74).

Sumberdaya budaya yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Bangunan bersejarah, situs, monument, museum, galeri seni, situs budaya kuno dan sebagiannya;
2. Seni dan patung kontemporer, arsitektur kecil, tekstil, pusat kerajinan tangan dan seni, pusat desain, studio artis, industri film dan penerbit, dan sebagiannya;
3. Seni pertunjukan, drama, sendratari, lagu daerah, teater jalanan, eksibisi foto, festival dan even khusus lainnya;
4. Peninggalan keagamaan seperti pura, candi, masjid, situs dan sejenisnya;
5. Kegiatan dan cara hidup masyarakat lokal, sistem pendidikan, sanggar, teknologi tradisonal, cara kerja, dan sistem kehidupan setempat;
6. Perjalanan (*tracking*) ke tempat bersejarah menggunakan alat transportasi unik (berkuda,dokar,cikar dan sebagiannya);
7. Mencoba kuliner (masakan) setempat. Melihat persiapan, cara membuat, menyajikan, dan menyantapnya merupakan atraksi budaya yang menarik bagi wisatawan.

Pariwisata budaya memberikan kesempatan kontak pribadi secara langsung dengan masyarakat lokal dan kepada individu yang memiliki pengetahuan khusus tentang obyek wisata. Tujuannya adalah memahami

makna suatu budaya dibandingkan dengan sekedar mendeskripsikan atau melihat daftar fakta yang ada mengenai suatu budaya (Pitana dan Diarta 2009:75).

d. Sumberdaya pariwisata minat khusus

Salah satu penyebab terjadinya segmentasi atau spesialisasi pasar pariwisata adalah karena adanya kecenderungan wisatawan dengan minat khusus baik dalam jumlah wisatawan maupun area minatnya. Hal ini sangat berbeda dari jenis pariwisata tradisional, karena calon wisatawan memilih sebuah destinasi wisata tertentu sehingga mereka dapat menikmati minat khusus dan spesifik yang diminati. Pariwisata dengan minat khusus ini diperkirakan akan menjadi *trend* perkembangan pariwisata kedepan sebab calon wisatawan telah menginginkan jenis pariwisata yang fokus, yang mampu memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan (Pitana & Diatra 2009:76).

6. Pengembangan Pariwisata

Menurut Musanef (1995:1) bahwa : “pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan sarana dan prasarana, barang dan jasa fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan”. Oleh karena itu, dengan penyediaan sarana dan prasarana akan memudahkan aktivitas para wisatawan selama berkunjung ke suatu tempat wisata. Hal ini didukung dengan pendapat yang dikemukakan oleh Samsuridjal (1997:31) “lebih dari sarana hiburan sebenarnya pariwisata dan hal-hal yang

berhubungan dengannya merupakan salah satu sumber devisa bagi Negara”, menurutnya salah satu contoh adalah obyek-obyek wisata biasanya menarik pajak pada setiap pengunjung dalam bentuk karcis. Dengan masuknya wisatawan asing maka akan meningkatkan devisa Negara.

Pengembangan pariwisata merupakan upaya yang harus dilakukan sehingga kualitas pariwisata dapat meningkat. Sesuai dengan UU Kepariwisataan No.10 pasal 7 huruf d menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan meliputi kelembagaan kepariwisataan. Dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan kelembagaan kepariwisataan, antara lain pengembangan organisasi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, dan masyarakat, pengembangan sumber daya manusia, regulasi, serta mekanisme operasional di bidang kepariwisataan. Salah satu upaya pengembangan pariwisata melalui kelembagaan akan menghasilkan suatu perubahan kearah yang lebih baik. Hal ini didukung dengan tujuan dilakukannya pengembangan pariwisata menurut (Yoeti, 1997:35) adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan Negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri sampingan lainnya;
- b. Memperkenalkan dan mendayagunakan kehidupan alam dan Kebudayaan Indonesia;
- c. Meningkatkan persaudaraan/persahabatan Nasional dan Internasional.

7. Fungsi Pengembangan Pariwisata

Dalam rangka pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan pemanfaatan kawasan strategis yang ada di suatu daerah. Menurut UU

Kepariwisataan No.10 tahun 2009 pasal 1 ayat 10 menjelaskan bahwa kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumberdaya alam, daya dukung lingkungan hidup serta pertahanan dan keamanan. Pariwisata yang akan dikembangkan disuatu daerah adalah yang memiliki potensi. Berdasarkan potensi yang telah ada maka perlu untuk tetapkan dipertahankan dan dikembangkan untuk menarik wisatawan.

Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh samsuridjal (1997:65) “keberhasilan pengembangan pariwisata Indonesia lebih sering dikaitkan dengan jumlah kunjungan wisatawan asing”. Semakin banyak kunjungan wisatawan asing ke Indonesia maka akan mempengaruhi terhadap peningkatan penerimaan devisa. Fungsi pengembangan pariwisata di suatu daerah seperti dijelaskan oleh Joyosuharto (1995) dalam Soebagyo (2012:154) yang menyebutkan bahwa pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi yaitu:

a. Menggalakkan ekonomi;

Fungsi menggalakkan ekonomi dalam arti akan memberikan keuntungan dari penerimaan devisa suatu Negara. Melalui pengembangan pariwisata secara tidak langsung memberikan dampak positif yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian.

b. Memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup;

Melalui pemanfaatan potensi alam yang dimiliki oleh suatu Negara maka akan menciptakan nilai dan karakteristik tersendiri. Potensi alam yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan seperti pegunungan, pantai maupun air terjun.

c. Memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa.

Masyarakat merupakan sasaran dari kegiatan pembangunan. Salah satu kegiatan pembangunan dapat dilakukan melalui pengembangan potensi pariwisata. Dengan adanya pengembangan pariwisata maka diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga, rasa cinta terhadap tanah air dan bangsa semakin tinggi karena melalui pengembangan pariwisata dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat.

8. Dampak Pengembangan Pariwisata

Dampak pengembangan pariwisata menurut Pitana dan Gayatri (2005) dalam (Christin Debora Nggauk, 2011,online). Pariwisata sebagai suatu kegiatan secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa dampak terhadap masyarakat setempat. Dampak pariwisata terhadap masyarakat dan daerah tujuan wisata mencakup dampak terhadap sosial-ekonomi, dampak terhadap sosial-budaya, dan dampak terhadap lingkungan.

a. Dampak terhadap sosial dan ekonomi

Dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal dapat dikategorikan menjadi delapan kelompok besar (Cohen, 1984 dalam Pitana dan Gayatri, 2005), yaitu: dampak terhadap penerimaan devisa, dampak terhadap pendapatan masyarakat, dampak terhadap kesempatan kerja, dampak

terhadap harga-harga, dampak terhadap distribusi manfaat atau keuntungan, dampak terhadap kepemilikan dan kontrol, dampak terhadap pembangunan pada umumnya, dampak terhadap pendapatan pemerintah. Pembangunan pariwisata pada suatu daerah mampu memberikan dampak positif diantaranya: peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan penerimaan devisa, peningkatan kesempatan kerja dan peluang usaha, peningkatan pendapatan pemerintah dari pajak dan keuntungan badan usaha milik pemerintah, dan sebagainya. Selain dampak positif terdapat juga dampak negatif dari pembangunan pariwisata, diantaranya: semakin memburuknya kesenjangan pendapatan antar kelompok masyarakat, memburuknya kesenjangan antar daerah, hilangnya kontrol masyarakat lokal terhadap sumber daya ekonomi, munculnya neo-kolonialisme, dan sebagainya.

b. Dampak terhadap sosial dan budaya

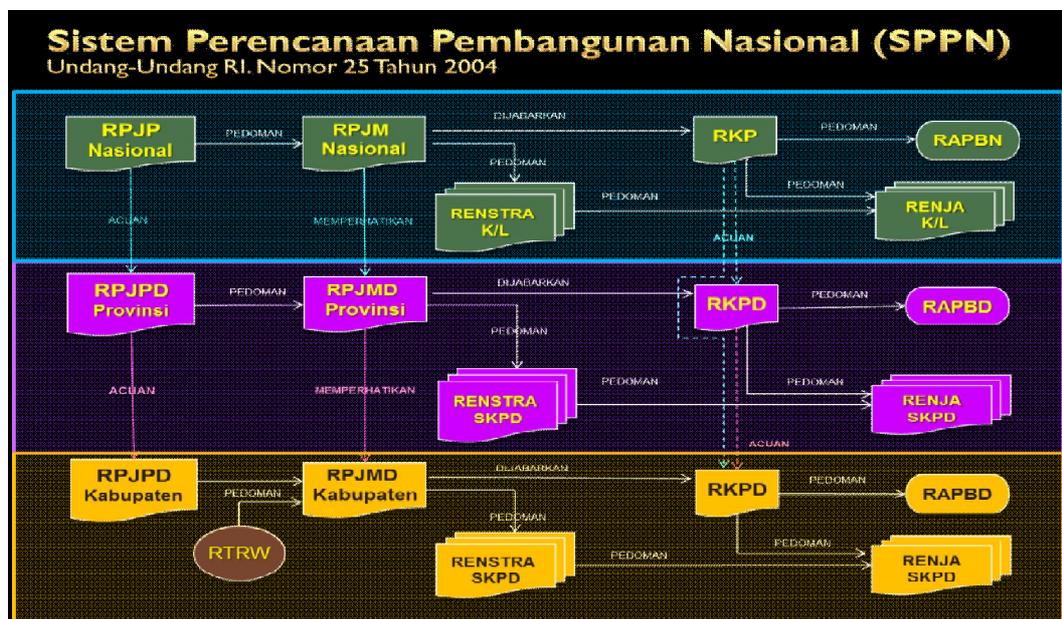
Pizam dan Milman (1984) dalam (Pitana dan Gayatri, 2005) mengklasifikasikan dampak pariwisata terhadap sosial-budaya menjadi enam, yaitu: dampak terhadap aspek demografis (jumlah penduduk, umur, perubahan piramida kependudukan), dampak terhadap mata pencaharian (perubahan pekerjaan, distribusi pekerjaan), dampak terhadap aspek budaya (tradisi, keagamaan, bahasa), dampak terhadap transformasi norma (nilai, norma, peranan seks), dampak terhadap modifikasi pola konsumsi (infrastruktur, komoditas) dan dampak terhadap lingkungan (polusi, kemacetan lalu lintas). Sifat dan bentuk dari dampak sosial-budaya dipengaruhi oleh berbagai faktor. Pitana (1999) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang ikut menentukan dampak sosial-budaya tersebut antara lain: jumlah wisatawan (baik absolut maupun relatif terhadap jumlah penduduk lokal), objek dominan yang menjadi sajian wisata dan kebutuhan wisatawan terkait dengan sajian tersebut, sifat-sifat atraksi wisata yang disajikan (apakah alam, situs arkeologi, budaya kemasyarakatan, dan lainnya), struktur dan fungsi dari organisasi kepariwisataan di daerah tujuan wisata, perbedaan tingkat ekonomi dan perbedaan kebudayaan antara wisatawan dengan masyarakat lokal dan laju atau kecepatan pertumbuhan pariwisata

c. Dampak terhadap lingkungan

Dampak pengembangan pariwisata menurut Yoeti (2008), antara lain: pembuangan sampah sembarangan (selain menyebabkan bau tidak sedap, juga membuat tanaman disekitarnya mati); pembuangan limbah hotel, restoran, dan rumah sakit yang merusak air sungai, danau atau laut; kerusakan terumbu karang sebagai akibat nelayan tidak lagi memiliki pantai untuk mencari ikan, karena pantai telah dikaveling untuk membangun hotel dan restoran. Akibatnya para nelayan membom terumbu karang dan pada akhirnya tidak ada lagi daya tarik pantai; perambahan hutan dan perusakan sumber-sumber hayati yang tidak terkendali sehingga menyebabkan hilangnya daya tarik wisata alam.

E. Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja) Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD)

Menurut Undang-undang No.25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional menjelaskan tentang tata cara perencanaan pembangunan yang akan menghasilkan rencana-rencana pembangunan yang terdiri dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) yaitu dokumen perencanaan untuk 20 tahun, Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMD) untuk periode 5 tahun, Rencana Strategi Satuan Kerja Perangkat Daerah (Renstra SKPD) yang merupakan dokumen perencanaan Satuan Kerja Perangkat Daerah untuk periode 5 tahun. Hal ini dapat ditunjukkan dengan alur sistem Perencanaan Pembangunan Nasional seperti yang terlihat pada gambar berikut :



Gambar. 2 Alur Perencanaan Pembangunan Nasional
Sumber : UU No. 25 Tahun 2009

Dalam sistem Perencanaan Pembangunan Nasional mengamanatkan agar sistem perencanaan dapat berjalan beriringan sehingga dapat terpadu antara

Perencanaan Pembangunan Nasional secara umum sampai pada Perencanaan Pembangunan Daerah secara khusus. Dengan demikian, pembangunan dapat berjalan secara efektif sesuai dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Berpedoman pada dokumen Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional maka ditetapkanlah Rencana Pembangunan Jangka Menengah daerah yang terdiri dari dokumen Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja).

Renstra dan Renja merupakan dua dokumen penting yang dimiliki oleh SKPD. Renstra merupakan dokumen yang memuat rencana strategis SKPD selama lima tahun, sedangkan Renja merupakan dokumen yang memuat rencana kerja SKPD yang disusun satu tahun sekali. Peraturan Menteri Dalam Negeri No 54 tahun 2010 merupakan dasar dari penyusunan Renstra maupun Renja sebagai pelaksanaan Peraturan Pemerintah No.8 Tahun 2008 yang memuat tentang Tahapan, Tata Cara Penyusunan, Pengendalian, dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan Daerah.

1. Rencana Strategis Satuan Kerja Perangkat Daerah (Renstra SKPD)

Sesuai dengan pasal 1 ayat 13 menjelaskan bahwa Rencana strategis SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) adalah dokumen perencanaan SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) untuk periode 5 (lima) tahunan. Dokumen Rencana strategis yang dibuat oleh Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata harus sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya dan berpedoman pada dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Malang yang telah ditetapkan. Adapun tahapan perumusan rancangan Rencana Strategi SKPD yaitu :

a. Persiapan penyusunan Renstra SKPD

Persiapan penyusunan Renstra SKPD terdiri dari perumusan rancangan dan penyajian rancangan. Untuk tahapan perumusan rancangan berpedoman pada hasil penelaahan dari rencana yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan demikian dapat digunakan sebagai referensi untuk penyajian rancangan Renstra SKPD berdasarkan informasi maupun gambaran yang diperoleh dari rencana yang telah dilakukan sebelumnya, maupun rencana yang dirancang untuk kemudian hari.

b. Penyusunan rancangan Renstra SKPD

Berdasarkan PERMENDAGRI No.54 tahun 2010 pasal 94 ayat (2) menjelaskan bahwa rancangan Renstra SKPD yang telah disusun, dibahas dengan seluruh unit kerja dilingkungan SKPD untuk dibahas bersama dengan pemangku kepentingan sesuai dengan kebutuhan dalam forum SKPD. Dengan adanya keterlibatan para pemangku kepentingan dapat saling bertukar pendapat mengenai program dan kegiatan yang akan dijalankan.

c. Penyusunan rancangan akhir Renstra SKPD

Penyusunan rancangan akhir merupakan upaya yang dilakukan untuk mempertegas tujuan dan sasaran dalam pembangunan. Hal ini juga dapat dilihat berdasarkan visi dan misi yang telah ditetapkan. Dengan demikian setiap SKPD dapat menjalankan perannya masing-masing sesuai dengan tugas pokok dan fungsi yang telah ditetapkan.

d. Penetapan Renstra SKPD

Renstra SKPD akan ditetapkan setelah penyusunan akhir dilakukan. Pada tahapan penetapan Renstra SKPD akan disahkan program dan kegiatan maupun tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Dengan demikian upaya pembangunan akan lebih terarah karena berpedoman pada Renstra SKPD yang sudah ditetapkan.

2. Rencana Kerja (Renja)

Sesuai dengan pasal 1 ayat 22 menjelaskan bahwa Rencana kerja adalah dokumen perencanaan yang membuat program atau kegiatan yang diperlukan untuk mencapai sasaran pembangunan, dalam bentuk kerangka regulasi dan kerangka anggaran. Semua program dan kegiatan yang telah ditetapkan harus terpadu dengan perencanaan. Melalui dokumen rencana kerja dapat memberikan arahan untuk pencapaian strategi yang telah ditetapkan. Perumusan renja SKPD bertujuan untuk memberikan gambaran tupoksi dari masing-masing tiap SKPD dalam masa kerjanya. Rencana kerja SKPD berisi tentang program dan kegiatan, lokasi kegiatan, indikator kinerja, kelompok sasaran, pagu indikatif dan prakiraan maju. Adapun proses perumusan Renja SKPD terdiri dari :

a. Persiapan Penyusunan Rencana Kerja SKPD

Persiapan penyusunan Renja dilakukan agar proses penyusunan dapat terlaksana dengan sistematis. Tahapan persiapan meliputi pembentukan tim penyusunan RKPD dan Renja SKPD, orientasi mengenai RKPD dengan Renja SKPD, serta penyiapan data dan

informasi. Pengolahan data dan informasi memiliki tujuan agar setiap kegiatan yang telah direncanakan dapat lebih terarah. Melalui data dan informasi yang tersedia kemudian dapat diolah untuk menjadi bahan masukan. Dengan demikian dapat memberikan gambaran bagi Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) tentang hasil dari kegiatan yang telah dilakukan.

b. Penyusunan Rencana Kerja SKPD

Penyusunan rancangan SKPD dapat dilakukan dengan Dengan menelaah kembali hasil evaluasi Renja di tahun sebelumnya merupakan hal yang diperlukan untuk penyusunan Renja di tahun berikutnya. Berdasarkan hasil evaluasi maka dapat digunakan untuk menyempurnakan langkah-langkah kegiatan pembangunan. Dengan demikian dapat memberikan solusi dalam menyelesaikan masalah pembangunan sehingga visi dari suatu SKPD dapat terwujud

c. Pelaksanaan Rencana Kerja SKPD

Melalui perumusan kegiatan prioritas maka proses perumusan Renja akan lebih terarah. Program dan kegiatan yang diprioritaskan dapat menjadi acuan untuk mewujudkan pembangunan daerah. Dalam pelaksanaan Renja SKPD dapat dilakukan dengan penyesuaian program , target dan capaian kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing SKPD. Dengan demikian program dan kegiatan yang telah ditetapkan dalam Renja SKPD dapat sesuai dengan apa yang telah

direncanakan. Setiap program memiliki target capaian masing-masing sesuai dengan harapan yang ditetapkan oleh masing-masing SKPD.

d. Penetapan Rencana Kerja SKPD

Renja SKPD akan digunakan sebagai pedoman sehingga pembangunan lebih terarah. Tahapan Penetapan Renja dilakukan untuk menyetujui program dan kegiatan yang sudah ditetapkan. Rancangan Renja SKPD merupakan hasil penyempurnaan dari perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu instrumen atau alat perlu dipersiapkan dalam melakukan penelitian untuk mengatasi berbagai macam persoalan-persoalan dan kemungkinan yang akan ditemukan. Berangkat dari timbulnya suatu persoalan maka melalui metode yang tepat dapat memberikan solusi terhadap pemecahan suatu masalah. Dengan metode penelitian dapat memberikan gambaran dan arah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Menurut Ali dalam Cholid (2012:2) metode penelitian adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan/mempersoalkan mengenai cara-cara melaksanakan penelitian (yaitu meliputi kegiatan-kegiatan mencari, mencatat, merumuskan, menganalisis, sampai menyusun laporannya) berdasarkan fakta-fakta atau gejala-gejala secara ilmiah. Oleh karena itu melalui hasil penelitian yang telah dilakukan maka, akan memberikan gambaran bagi peneliti untuk memecahkan persoalan dari permasalahan yang ditemukan dalam penelitian.

A. Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan jenis metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Corbin (2013:5) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode yang yang dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu di balik fenomena yang sedikit pun belum

diketahui. Oleh karena itu, melalui penelitian tentang perencanaan strategi pengembangan pariwisata maka, akan memperoleh pemahaman mengenai kejadian/fenomena yang diteliti. Melalui metode kualitatif peneliti juga akan memperoleh temuan-temuan yang di bahas dalam fokus masalah.

B. Fokus Penelitian

Dalam melakukan penelitian kualitatif, membutuhkan suatu fokus untuk melihat situasi dan kondisi nyata di lapangan. Fokus penelitian memiliki tujuan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih rinci dan terarah. Oleh sebab itu dalam suatu penelitian, peneliti perlu memberikan batasan. Menurut pendapat (Sugiyono, 2013:285) pembatasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus, yang berisi pokok masalah yang bersifat umum. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan Strategi pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Malang. Dalam hal ini peneliti dapat mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis berdasarkan Rencana strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang tahun 2011-2015 mengenai program, kegiatan serta upaya yang dilakukan yang berkaitan dengan :
 - a. Mengoptimalkan Obyek dan Daya Tarik Wisata;
 - b. Peningkatan Sumberdaya Manusia;
 - c. Penyediaan Sarana dan Prasarana;

- d. Pemasaran/promosi;
 - e. Peran serta Masyarakat;
 - f. Kerjasama Pihak Swasta.
2. Sinkronisasi antara Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang.

Dalam hal ini peneliti telah menganalisis sinkronisasi antara dokumen Renstra tahun 2011-2015 mengenai (tujuan, sasaran dan program/kegiatan yang ditetapkan) dengan dokumen Renja tahun 2013 mengenai (target kinerja capaian program/kegiatan, realisasi capaian program/kegiatan s/d tahun 2013 dan tingkat capaian realisasi target renstra).

3. Faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang, terdiri dari :

a. Faktor pendukung :

1. Internal;

Internal yang dimaksud adalah faktor-faktor pendukung yang berasal dari dalam organisasi/instansi-instansi yang terkait dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang

2. Eksternal;

Eksternal yang dimaksud adalah faktor-faktor pendukung yang berasal dari luar organisasi/instansi-instansi yang turut berperan dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang seperti masyarakat Desa Srigonco maupun keterlibatan dari pihak diluar instansi Pemerintah yaitu pihak swasta.

b. Faktor Penghambat :

1. Internal;

Internal yang dimaksudkan adalah faktor-faktor penghambat yang berasal dari dalam organisasi/instansi-instansi pemerintah yaitu masalah-masalah yang dihadapi organisasi dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang seperti contoh masalah anggaran.

2. Eksternal

Eksternal yang dimaksudkan adalah faktor-faktor penghambat yang berasal dari luar organisasi/instansi pemerintah yaitu masalah yang berasal dari masyarakat yang menjadi penghambat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana seorang peneliti melakukan penelitian dengan memperoleh informasi dan data-data yang valid, akurat yang benar-benar diperlukan untuk kegiatan penelitian dari obyek yang diteliti. Dalam hal ini terdapat juga situs penelitian yang merupakan tempat dimana peneliti memperoleh informasi dan data sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan, oleh karena itu situs yang digunakan dalam penelitian adalah :

1. Kantor Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Malang;
Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Malang merupakan bagian dari instansi Pemerintah yang berwenang dalam melakukan Perencanaan.
2. Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang;
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan instansi Pemerintah yang memiliki tugas untuk membuat program-program atau kegiatan pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang seperti yang tertera dalam dokumen Rencana strategis dan Rencana kerja. Dengan demikian peneliti dapat mengetahui informasi mengenai pengembangan obyek wisata pantai Balekambang.
3. Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang;
Perusahaan Daerah Jasa Yasa merupakan salah satu perusahaan yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Malang yang diberikan kewenangan untuk mengelolah obyek wisata Pantai Balekambang. Oleh karena itu, melalui Perusahaan Daerah Jasa Yasa maka peneliti dapat mengetahui pengelolaan yang telah dilakukan untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.
4. Dinas Bina Marga Kabupaten Malang;
Dinas Bina Marga merupakan bagian dari instansi pemerintah yang memiliki kewenangan sebagai pelaksana teknis dalam kegiatan pembangunan Infrastruktur. Melalui Dinas Bina Marga peneliti dapat memperoleh informasi mengenai pembangunan infrastruktur jalan yang

merupakan bagian dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

5. Obyek wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang;

Dalam hal memilih situs penelitian obyek wisata pantai Balekambang karena ditinjau dari kualitas dan keadaanya sangat berpotensi untuk pengembangan pariwisata baik tingkat nasional maupun daerah. Pantai Balekambang memberikan kontribusi besar terhadap pemerintah daerah bidang ekonomi. rencana pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang harus melihat potensi yang ada di lingkungan sendiri maupun lingkungan dari luar.

D. Jenis Data dan Sumber Data

Sumber data merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2006:129). Sumber data yang diperoleh peneliti salah satunya berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan. Menurut Sugiyono, (2013:308) bila dilihat dari sumber datanya , maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Oleh karena itu jenis data digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Untuk memperoleh data primer maka peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan beberapa narasumber yaitu :

- a. Kepala Bidang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang antara lain Kepala Bidang Obyek wisata, Kepala Bidang perencanaan evaluasi dan pelaporan dan Kepala Seksi lingkungan usaha.
 - b. Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang
 - c. Kepala Seksi Perencanaan dan Leger Dinas Bina Marga Kabupaten Malang
 - d. Masyarakat yang terdiri dari Kepala Desa Srigonco, wisatawan pengunjung dan pedagang *souvenir* di obyek wisata Pantai Balekambang.
2. Data Sekunder

Merupakan sumber yang *tidak langsung* memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dokumen yang digunakan seperti Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), akan diperoleh dari kantor BAPPEDA Kabupaten Malang, Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan sumber yang sangat penting dalam melakukan suatu penelitian. Oleh karena itu peneliti harus menggunakan teknik yang tepat. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Wawancara (*interview*)

Menurut Arikunto (2006:155) wawancara (*interview*) adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari yang terwawancara/narasumber. Melalui wawancara peneliti akan memperoleh informasi-informasi mengenai hal yang diteliti. Informasi yang diperoleh peneliti adalah dengan melakukan wawancara terhadap beberapa narasumber yaitu :

- a. Peneliti melakukan wawancara di Kantor Dinas kebudayaan dan Pariwisata dengan beberapa narasumber antara lain Kepala Bidang obyek wisata, Kepala Bidang perencanaan evaluasi dan pelaporan dan Kepala Seksi lingkungan usaha.
- b. Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang
- c. Kepala Seksi Perencanaan dan Leger Dinas Bina Marga Kabupaten Malang
- d. Masyarakat yang terdiri dari Kepala Desa Srigonco, wisatawan pengunjung dan pedagang *souvenir* di obyek wisata Pantai Balekambang.

2. Pengamatan (*observasi*)

Menurut Nasirin (2009:43) menjelaskan bahwa pengumpulan data dengan menggunakan metode pengamatan adalah merupakan sebuah pengumpulan data yang mengharuskan peneliti untuk dapat terjun langsung ke lapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan langsung dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa,

tujuan dan perasaan. Observasi yang dilakukan peneliti berangkat dari informasi yang diperoleh dari narasumber mengenai pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang kemudian mengamati kondisi yang ada dilapangan dan setelah itu mendeskripsikan peristiwa yang di temukan dilapangan dengan mensinkronkan dengan hasil wawancara.

3. Dokumentasi

Salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitan kualitatif adalah dokumentasi. Oleh karena itu, peneliti menggunakan dokumentasi dari beberapa sumber yaitu informasi mengenai pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang melalui internet, dokumen Rencana Strategis dan Rencana Kerja, peraturan hukum seperti UU, Permendagri, buku-buku dan catatan yang berhubungan dengan perencanaan strategi pengembangan pariwisata.

F. Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono 2013:305) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif, yang menjadi alat atau instrument penelitian adalah peneliti itu sendiri . Dengan menggunakan seluruh pikiran untuk menganalisis permasalahan yang ada dilapangan, oleh karena itu seorang peneliti harus benar-benar siap karena ia bertindak sebagai alat. Sebagai bagian dari instrument penelitian maka peneliti akan menggunakan beberapa instrument sebagai pendukung penelitian. Menurut Arikunto (2006:134) Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan

tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Instrumen penunjang yang dimaksud, terdiri dari :

1. Pedoman wawancara (*interview guide*) yang digunakan sebagai kerangka dasar dalam melakukan wawancara;
2. Catatan lapangan, digunakan dalam rangka pengumpulan data di lapangan;
3. Alat perekam (*tape recorder*), sebagai alat bantu merekam hasil-hasil wawancara dengan narasumber terkait dengan penelitian.
4. Alat tulis menulis untuk membantu dalam pencatatan hal-hal penting.

G. Analisa Data

Berdasarkan sumber data yang diperoleh akan membantu peneliti dalam menganalisis data mengenai Perencanaan Strategi Pengembangan Obyek wisata Pantai Balekambang. Perencanaan strategi berkaitan dengan pencarian kesesuaian yang terbaik dan paling menguntungkan antara organisasi dan lingkungannya yang didasarkan pada pemahaman yang mendalam mengenai keduanya. Menurut Bryson (2007:55-70) dalam membuat perencanaan strategis harus melalui beberapa tahapan yang harus diperhatikan yaitu :

1. Memprakarsai dan menyepakati proses perencanaan strategis
2. Memperjelas mandat organisasi
3. Memperjelas Misi dan nilai-nilai organisasi
4. Menilai lingkungan eksternal
5. Menilai lingkungan internal
6. Mengidentifikasi isu strategis
7. Merumuskan strategi untuk mengelolah isu-isu
8. Menciptakan visi organisasi yang efektif dimasa depan

Berdasarkan tahapan perencanaan strategi yang dikemukakan oleh Bryson maka tahapan yang digunakan untuk menganalisis perencanaan strategi pengembangan obyek wisata pantai Balekambang adalah sebagai berikut :

1. Memprakarsai dan menyepakati proses perencanaan strategis

Hal ini berkaitan dengan orang yang terlibat dalam pembuatan keputusan seperti Dinas Kebudayaan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang, Masyarakat Desa Srigonco dan Perusahaan Swasta.

2. Memperjelas mandat organisasi

Hal ini berkaitan dengan keharusan yang dihadapi organisasi. Untuk memperjelas mandat tersebut maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata membuat Program untuk Pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang dalam menacapai visi dan tujuan yang telah ditetapkan.

3. Memperjelas Misi dan nilai-nilai organisasi

Melalui misi yang ditetapkan maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata membuat langkah-langkah untuk mencapai program pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

4. Menilai lingkungan eksternal

Penilaian lingkungan eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang terdiri dari peluang dan ancaman.

5. Menilai lingkungan internal

Penilaian lingkungan internal dinas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Untuk tahapan menganalisis tahap (4) menilai lingkungan internal dan tahap (5) menilai lingkungan eksternal maka, peneliti menggunakan metode analisis SWOT. Melalui metode tersebut dapat digunakan untuk kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang berasal dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal organisasi. Metode analisis SWOT merupakan alat yang dapat digunakan dalam perencanaan strataegis. Menurut Jogiyanto (2005:46) dalam (Riadi,2013), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. Berikut adalah beberapa cara melakukan analisis SWOT menurut Hunger dan Thomas (2003:194) sebagai berikut :

1. Melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal yang paling penting, kemudian menunjukkan faktor mana saja yang merupakan kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T);
2. Setelah faktor-faktor teridentifikasi, maka dilakukan pembobotan serta ranking. Penentuan bobot yang diberikan untuk faktor-faktor dalam tabel faktor internal dan faktor eksternal dan disesuaikan jika perlu sehingga jumlah total pada kolom bobot Internal faktor dan Eksternal faktor tersebut mencapai angka 1,00.;

3. Selanjutnya dengan memasukan kolom peringkat (ranking) , dimana rating ini ditentukan dengan rating mulai dari angka 1 (dibawah rata-rata), 2 (rata-rata), 3 (diatas rata-rata) dan 4 (sangat baik,) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.
4. Kalikan bobot dengan peringkat untuk menghasilkan jumlah pada kolom skor;
5. Kemudian menganalisis dan menentukan keputusan strategis kedalam matrik SWOT setelah itu diberikan soulsi yang harus dilakukan.

Berpedoman dari beberapa cara untuk melakukan analisis SWOT seperti yang dikemukakan oleh Hunger & Thomas maka peneliti menggunakan salah satu cara yaitu identifikasi faktor internal dan eksternal yang paling penting, kemudian menunjukkan faktor mana saja yang merupakan kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T). Dari hasil identifikasi faktor internal dan eksternal maka akan dituangkan kedalam Matriks analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity dan Threat*) seperti yang tertera pada tabel berikut :

Tabel. 2 Matrik SWOT

<p>faktor internal</p> <p>faktor eksternal</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <p>Daftar semua kekuatan yang dimiliki antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata 2. Peningkatan sumberdaya manusia 3. Penyediaan sarana dan prasarana 4. Pemasaran/promosi 5. sinkronisasi antara Rencana Strategis dan Rencana Kerja 	<p>WEAKNESS (W)</p> <p>Daftar semua kelemahan yang dimiliki merupakan:</p> <p>Faktor penghambat yang berasal dari dalam organisasi yaitu</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan dana untuk pelaksanaan kegiatan 2. Kurangnya keterpaduan antar perencanaan
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <p>Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peran Masyarakat 2. Kerjasama pihak swasta 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan Upaya Pemasaran/promosi 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan Kelembagaan Pariwisata; 2. Memperbaiki Kondisi Sarana dan Prasarana
<p>THREATS (T)</p> <p>Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi merupakan :</p> <p>Faktor penghambat yang berasal dari luar organisasi yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Status kepemilikan lahan belum pasti 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyelesaikan permasalahan kepemilikan lahan lahan dengan pihak terkait (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, PD. Jasa Yasa dan masyarakat Perhutani) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diskusi untuk mencapai kesepakatan bersama antar Lembaga pihak Pembina (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) dan pihak pengelola (PD.Jasa Yasa)

Kuncoro (2006:52)

Dari hasil matrik analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity dan Threat*) dapat dilakukan penentuan strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Adapun strategi yang dihasilkan antara lain :

- a. Strategi SO (*Strength, Opportunity*) yaitu gunakan semua kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Kekuatan yang dimaksud berasal dari faktor pendukung internal yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sedangkan peluang yang dimaksud berasal dari faktor pendukung eksternal. Adapun strategi SO meningkatkan upaya pemasaran/promosi.
- b. Strategi WO (*Weaknes, Opportunity*) yaitu atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang. Kelemahan dimaksud berasal dari faktor penghambat internal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sedangkan peluang yang dimaksud berasal dari faktor pendukung eksternal. Adapun strategi SO yang dihasilkan yaitu mengoptimalkan kelembagaan pariwisata dan memperbaiki kondisi sarana dan prasarana
- c. Strategi ST (*Strength, Threat*) yaitu gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman. Kekuatan yang dimaksud berasal dari faktor pendukung internal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sedangkan ancaman yang dimaksud berasal dari faktor penghambat eksternal organisasi. Adapun strategi ST yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu menyelesaikan permasalahan kepemilikan lahan dengan pihak terkait yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa yasa dan masyarakat perhutani.
- d. Strategi WT (*Weaknes, Threat*) yaitu tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman. Kelemahan yang dimaksud yang berasal dari faktor penghambat internal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sedangkan

ancaman yang dimaksud berasal dari dari faktor penghambat eksternal. Adapun strategi SO yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah diskusi untuk mencapai kesepakatan bersama antar lembaga yaitu pihak (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang) dan pihak pengelola (Perusahaan Daerah Jasa Yasa).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Kondisi Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Malang

a. Kondisi Geografis

Kabupaten Malang terletak pada wilayah dataran tinggi dengan koordinat antara $112^{\circ}17' 10,90''$ - $112^{\circ}57'00,00''$ Bujur Timur, $7^{\circ}44'55,11''$ - $8^{\circ}26'35,45''$ Lintang Selatan. Luas wilayah Kabupaten Malang adalah $3.534,86 \text{ km}^2$ atau 354.486 ha pada urutan luas terbesar kedua setelah Kabupaten Banyuwangi dari 38 Kabupaten/Kota di wilayah Provinsi Jawa Timur, terdiri dari 33 Kecamatan, 12 Kelurahan, 378 Desa, 3.217 Rukun Warga (RW) dan 14.718 Rukun Tetangga (RT), yang tersebar pada wilayah perkotaan dan perdesaan dan terletak antara 0-2000 m dari permukaan laut.

Wilayah datar sebagian besar terletak di Kecamatan Bululawang, Gondanglegi, Tajinan, Turen, Kepanjen, Pagelaran, Dampit, Sumberpucung, Kromengan, Pagak, Kalipare, Donomulyo, Bantur, Ngajum, Gedangan. Wilayah bergelombang terletak di Sumbermajung Wetan, Wagir dan Wonosari. Daerah terjal perbukitan sebagian besar di Kecamatan Pujon, Jabung, Wagak, Ampelgading dan Tirtoyudo. Secara Administrasi Wilayah Kabupaten Malang berbatasan dengan :

1. Sebelah Utara : Kabupaten Pasuruan, Probolinggo, Mojokerto dan Jombang
2. Sebelah Timur : Kabupaten Lumajang
3. Sebelah Barat : Kabupaten Blitar
4. Lingkar dalam : Kota Malang dan Kota Batu

Kondisi topografis Kabupaten Malang merupakan dataran tinggi yang dikelilingi oleh beberapa gunung dan dataran rendah atau daerah lembah pada ketinggian 250-500 meter dari permukaan laut yang terletak di bagian tengah wilayah Kabupaten Malang. Daerah dataran tinggi merupakan daerah perbukitan kapur (Gunung Kendeng) di bagian Selatan pada ketinggian 0-650 meter dari permukaan laut, daerah lereng Tengger Semeru di bagian Timur membujur dari Utara ke Selatan pada ketinggian 500-3600 meter dari permukaan laut. Terdapat 9 gunung dan 1 pegunungan yang menyebar merata di sebelah Utara, Timur, Selatan dan Barat Wilayah Kabupaten Malang : G. Kelud (1.731 m), G. Kawi (2.651 m), G. Panderman (2.040 m), G. Anjasmoro (2.277 m), G. Welirang (2.156 m), G. Arjuno (3.339 m), G. Bromo (2.329 m), G. Batok (2.868 m), G. Semeru (3.676 m), Pegunungan Kendeng (600 m). dengan kondisi topografi yang ada mengindikasikan potensi hutan yang besar, memiliki sumber air yang cukup mengalir sepanjang tahun melalui sungai-sungainya untuk mengalir lahan pertanian.

Kondisi topografis pegunungan dan perbukitan menjadikan wilayah Kabupaten Malang sebagai daerah yang sejuk dan banyak diminati sebagai tempat tinggal dan tempat peristirahatan. Suhu udara rata-rata berkisar antara 19,1°C

hingga 26,6°C. Kelembapan udara rata-rata berkisar 71°C hingga 89°C dan curah hujan rata-rata berkisar antara 2 mm hingga 780 mm.

Struktur pegunungan lahan meliputi : permukiman/kawasan terbangun 22,5%; industri 0,2%; sawah 13%; pertanian lahan kering 23,8%; perkebunan 6%; hutan 28,6%; rawa/waduk 0,2%; tambak kolam 0,1%; padang rumput/tanah kosong 0,3%; tanah tandus/tanah rusak 1,5%; tambang galian 0,3%; lain-lain 3,2%.

b. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk Kabupaten Malang sebanyak 2.419.889 jiwa. Jumlah tersebut terdiri dari laki-laki 1.230.461 jiwa (50,8%) dan perempuan 1.189.426 jiwa (49,2%). Tingkat pertumbuhan rata-rata 5 tahun terakhir 0,4% dan tingkat kepadatan sebesar 685 jiwa/km². Perkembangan jumlah penduduk di Kabupaten Malang 5 tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel. 3 Perkembangan Kependudukan Tahun 2006-2010

Uraian	Satuan	2006	2007	2008	2009	2010
Luas Wilayah	km ²	3.535	3.535	3.535	3.535	3.535
Jumlah Penduduk	Jiwa	2.419.822	2.401.624	2.413.779	2.419.887	2.443.609
Jumlah laki-laki	Jiwa	1.218.739	1.221.001	1.227.297	1.230.461	1.233.691
Jumlah perempuan	Jiwa	1.201.083	1.180.623	1.186.482	1.189.426	1.191.309
Pertumbuhan Penduduk	%	1	-0,75	0,51	0,25	0,21
Kepadatan Penduduk	jw/km ²	688	679	683	685	686

Sumber : RPJMD Kabupaten Malang tahun 2010-2015

Kabupaten Malang dengan luas wilayah sekitar 3.535 km², mengalami peningkatan jumlah penduduk setiap tahun. Seperti yang tergambar pada tabel perkembangan kependudukan Kabupaten Malang mulai dari tahun 2006-2010.

Dari data diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk dalam 5 tahun rata-rata sebesar 0,5%.

c. Potensi Kabupaten Malang Dalam Bidang Pariwisata

Secara umum, Kabupaten Malang dikenal sebagai daerah tujuan wisata utama di Jawa Timur. Hal ini menimbulkan ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata yang ada di Kabupaten Malang. Secara garis besar, terdapat obyek-obyek wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi diantaranya adalah :

a. Wisata Alam

Beberapa wisata alam yang potensial untuk dikembangkan di Kabupaten Malang antara lain:

1. Air terjun Coban Rondo, terletak di Kecamatan Pujon;
2. Air terjun Grojokan Sewu, terletak di Kecamatan Pujon;
3. Air terjun Coban Pelangi, terletak di Kecamatan Poncokusumo;
4. Pantai Ngliyep, terletak di Kecamatan Donomulyo;
5. Pantai Pasir Panjang, terletak di Kecamatan Donomulyo;
6. Pantai Nglurung , terletak di Kecamatan Donomulyo;
7. Pantai Jonggringsaloko, terletak di Kecamatan Donomulyo;
8. Pantai Bantol, terletak di Kecamatan Donomulyo;
9. Pantai Modangan, terletak di Kecamatan Donomulyo;
10. Pantai Kondang Iwak, terletak di Kecamatan Donomulyo;
11. Pantai Kondang Bandung, terletak di Kecamatan Donomulyo;
12. Pantai Balekambang, terletak di Kecamatan Bantur;

13. Pantai Kondang Merak, terletak di Kecamatan Bantur;
14. Pantai Nganteb terletak di Kecamatan Gedangan;
15. Pantai Bajul Mati, terletak di Kecamatan Gedangan;
16. Pantai Wonogoro, terletak di Kecamatan Gedangan;
17. Pantai Sendang Biru, terletak di Kecamatan Sumbermanjing Wetan;
18. Pantai Goa Cina, terletak di Kecamatan Sumbermanjing Wetan;
19. Pantai Sendiki, terletak di Kecamatan Sumbermanjing Wetan;
20. Pantai Tambaksari, terletak di Kecamatan Sumbermanjing Wetan;
21. Pantai Tamban Indah, terletak di Kecamatan Sumbermanjing Wetan;
22. Pantai Lenggaksono, terletak di Kecamatan Tirtoyudo;
23. Pantai Wediawu, terletak di Kecamatan Tirtuyudo;
24. Pantai Sipelot, terletak di Kecamatan Tirtoyudo;
25. Pantai Licin, terletak di Kecamatan Ampel Gading;
26. Taman Nasional Bromo-Tengger-Semeru;

b. Wisata Buatan

Selain memiliki wisata alam, Kabupaten Malang juga memiliki wisata buatan yaitu :

- a. Wendit Water Park, terletak di Kecamatan Pakis;
- b. Taman Rekreasi Sengkaling, terletak di Kecamatan Dau;
- c. Bendungan Sutami-Lahor, terletak di Kecamatan Sumber Pucung;
- d. Bendungan Selorejo, terletak di Kecamatan Ngantang;
- e. Songgoriti, terletak di Kota Batu;
- f. Pemandian Dewi Sri, terletak di Kecamatan Pujon;

- g. Pemandian Kendedes, terletak di Kecamatan Singosari;
 - h. Pemandian Sumber Waras, terletak di Kecamatan Singosari;
 - i. Pemandian Metro, terletak di Kecamatan Kepanjen;
 - j. Museum Zoology Frather Vianney, terletak di Kecamatan Dau;
 - k. Museum RSJ, terletak di Kecamatan Lawang;
- c. Wisata Budaya

Kabupaten Malang juga memiliki wisata budaya yang merupakan warisan atau peninggalan dari kebudayaan masyarakat dahulu, wisata budaya tersebut antara lain :

- a. Padhepokan Seni Mangun Dharmo, terletak di Kecamatan Tumpang;
- b. Padhepokan Seni Asmoro Bangun, terletak di Kecamatan Pakisaji;
- c. Sanggar Seni Mudra Ganesha, terletak di Kecamatan Turen;
- d. Bihaaru Bahri 'Asali Fadlairir Rahma, terletak di Kecamatan Turen;
- e. Pesarean Gunung Kawi, terletak di Kecamatan Wonosari;
- f. Kraton Gunung Kawi, terletak di Kecamatan Wonosari;
- g. Astana Karaeng Galesong, terletak di Kecamatan Ngantang;
- h. Candi Singosari dan Arca Dwarapla, terletak di Kecamatan Singosari;
- i. Stupa Sumberawan, terletak di Kecamatan Singosari;
- j. Candi Jago, terletak di Kecamatan Tumpang;
- k. Candi Badut, terletak di Kecamatan Dau;
- l. Candi Songgoriti, terletak di Kecamatan Pujon.
- m. Songgoriti, terletak di Kecamatan Pujon.



Gambar. 3 Peta Pariwisata Kabupaten Malang
 Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, 2014

2. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang

a. Tugas Pokok dan Fungsi

Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dibentuk berdasarkan PERDA (Peraturan Daerah) No.11 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. Dalam pembangunan kepariwisataan Dinas kebudayaan dan pariwisata berperan penting sebagai penyelenggara pembangunan kepariwisataan yang terintegrasi dalam pembangunan daerah

Dalam mengaplikasikan kewenangannya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan unsur pelaksana Otonomi Daerah di bidang Kebudayaan dan Pariwisata serta mempunyai peran sebagai Pembina, mempunyai tugas dan fungsinya sebagai berikut :

1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas :
 - a. Melaksanakan urusan pemerintahan bidang kebudayaan dan pariwisata berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantu;
 - b. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan bidang tugasnya.
2. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana di atas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai fungsi :
 - a. Pengumpulan, pengelolaan dan pengendalian data yang berbentuk data base serta analisis data untuk penyusunan program kegiatan;
 - b. Perencanaan strategis pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata;
 - c. Perumusan kebijakan teknis bidang Kebudayaan dan Pariwisata;
 - d. Penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan umum bidang Kebudayaan dan Pariwisata;
 - e. Pembinaan dan pelaksanaan tugas bidang Kebudayaan dan Pariwisata;
 - f. Pelaksanaan, pengawasan, pengendalian serta evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan bidang Kebudayaan dan Pariwisata;
 - g. Pelaksanaan standar pelayanan minimal yang wajib dilaksanakan di bidang Kebudayaan dan Pariwisata;

- h. Penyelenggaraan kesekretariatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata;
- i. Pembinaan UPTD;
- j. Pengkoordinasian, integrasi dan sinkronisasi kegiatan di lingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata;
- k. Pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan bidang seni budaya dan pariwisata;
- l. Pembinaan kepada masyarakat tentang kebudayaan dan pariwisata;
- m. Pelaksanaan kerjasama dengan lembaga pemerintah dan lembaga lainnya;
- n. Peningkatan pengembangan apresiasi seni budaya;
- o. Pembinaan pengembangan obyek wisata, pentas seni budaya, rekreasi dan aneka hiburan.

b. Visi dan Misi

Dinas Kebudayaan dan pariwisata sebagai unsur pelaksana otonomi daerah di bidang Kebudayaan dan Pariwisata, berdasarkan rumusan Visi Bupati tahun 2011-2015 maka menetapkan visinya yaitu :

“TERWUJUDNYA KEPARIWISATAAN KABUPATEN MALANG YANG BERBASIS MASYARAKAT”.

Dalam mewujudkan Visi guna memberikan arah dan tujuan ingin dicapai dan mendirikan fokus terhadap program yang dilaksanakan maupun untuk menumbuhkan partisipasi semua pihak, maka Misi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata antara lain :

1. Membangun jati diri dan citra kepariwisataan Kabupaten Malang yang berbasis Masyarakat;
2. Mendorong perkembangan kepariwisataan Kabupaten Malang yang berkualitas dan memiliki daya saing melalui :
 - a. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata berdasarkan kearifan lokal;
 - b. Membangun sarana dan prasarana dalam keselarasan dan keharmonisan lingkungan;
 - c. Mewujudkan kualitas pelayanan yang baik pada masyarakat;
 - d. Mengoptimalkan saran informasi dan menyelenggarakan promosi yang lebih berkualitas.
3. Meningkatkan peran serta masyarakat

c. Tujuan

Berdasarkan Visi Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2011-2015 maka ditetapkan tujuan sebagai berikut :

1. Meningkatnya dukungan untuk mewujudkan citra kepariwisataan Kabupaten Malang yang berbasis masyarakat;
2. Meningkatkan pemahaman masyarakat atas nilai-nilai budaya daerah;
3. Meningkatnya peran serta masyarakat dan dukungan Pemerintah Daerah dalam pengelolaan kekayaan budaya dan pengelolaan keragaman budaya;

4. Meningkatkan pengembangan destinasi wisata melalui pengembangan aksesibilitas, produk wisata, kelompok sadar wisata dan pembentukan desa wisata;
5. Meningkatkan jumlah masyarakat Kabupaten Malang yang melek/faham pariwisata melalui promosi dan informasi yang berkualitas;
6. Meningkatkan pembinaan usaha pariwisata dan usaha jasa.

d. Sasaran

Adapun sasaran yang ditetapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang :

1. Terwujudnya citra kepariwisataan Kabupaten Malang yang paham atas nilai-nilai budaya daerah;
2. Terwujudnya masyarakat Kabupaten Malang yang paham atas nilai-nilai budaya daerah;
3. Terwujudnya peran aktif masyarakat dan dukungan pemerintah daerah dalam pengelolaan kekayaan budaya dan pengelolaan keragaman budaya;
4. Terwujudnya pengembangan destinasi pariwisata yang optimal;
5. Terwujudnya masyarakat Kabupaten Malang yang melek/paham pariwisata;
6. Tersedianya usaha sarana pariwisata dan usaha jasa pariwisata yang memadai;

e. Program Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang

Sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya, adapun program yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang dalam melayani dan membina masyarakat di bidang kebudayaan dan pariwisata antara lain :

1. Program Pengembangan Kebudayaan
 - a. Pengiriman Duta seni Budaya ke Tingkat Provinsi dalam penerimaan penghargaan;
 - b. Monitoring dan pemberian honor kepada Juru pelihara candi/situs bersejarah;
 - c. Pendataan kesenian dan budaya lokal sebagai informasi sejarah purbakala di Kabupaten Malang;
 - d. Pergelaran seni budaya Kirab Budaya agung yang dirangkaikan dengan HUT Kabupaten Malang serta mengikuti pergelaran seni budaya tingkat nasional di Jembrana Bali;
2. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata
 - a. Terbentuknya forum industri pariwisata (FIP);
 - b. Andanya pembinaan Duta Wisata Untuk mengikuti pemilihan Raka-Raki tingkat Provinsi Jawa Timur;
 - c. Terselenggaranya kegiatan kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS);
 - d. Mengikuti Majalah Trafel Fair tingkat internasional di Surabaya;
 - e. Mengikuti Gebyar Wisata Nusantara tingkat Nasional di Jakarta;
3. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata

- a. Terselenggaranya Operasional Taman Wisata Air Wendit sehingga dapat meningkatkan PAD melalui sektor pariwisata;
 - b. Terselenggaranya upacara-upacara religi seperti Petik laut di Pantai Sendangbiru, upacara Jalndhipuja di pantai Balekambang dan upacara Suran di Gunung Kawi;
 - c. Terselenggaranya Event Bupati Cup kasembon Rafting di Kec. Kasembon dan pembangunan 2 (dua) UNIT KIOS DI Rest Area Gubuklakah di Kec. Poncokusumo.
4. Program Peningkatan Kapasitas Sumberdaya Aparatur
 5. Program Pengembangan Kemitraan

Tujuan dari program pengembangan kemitraan adalah untuk dapat meningkatkan peran serta masyarakat dalam mengembangkan Daerah Tujuan Wisata dengan cara melibatkan masyarakat sekitar obyek wisata atau program kemitraan, dengan kegiatan sebagai berikut :

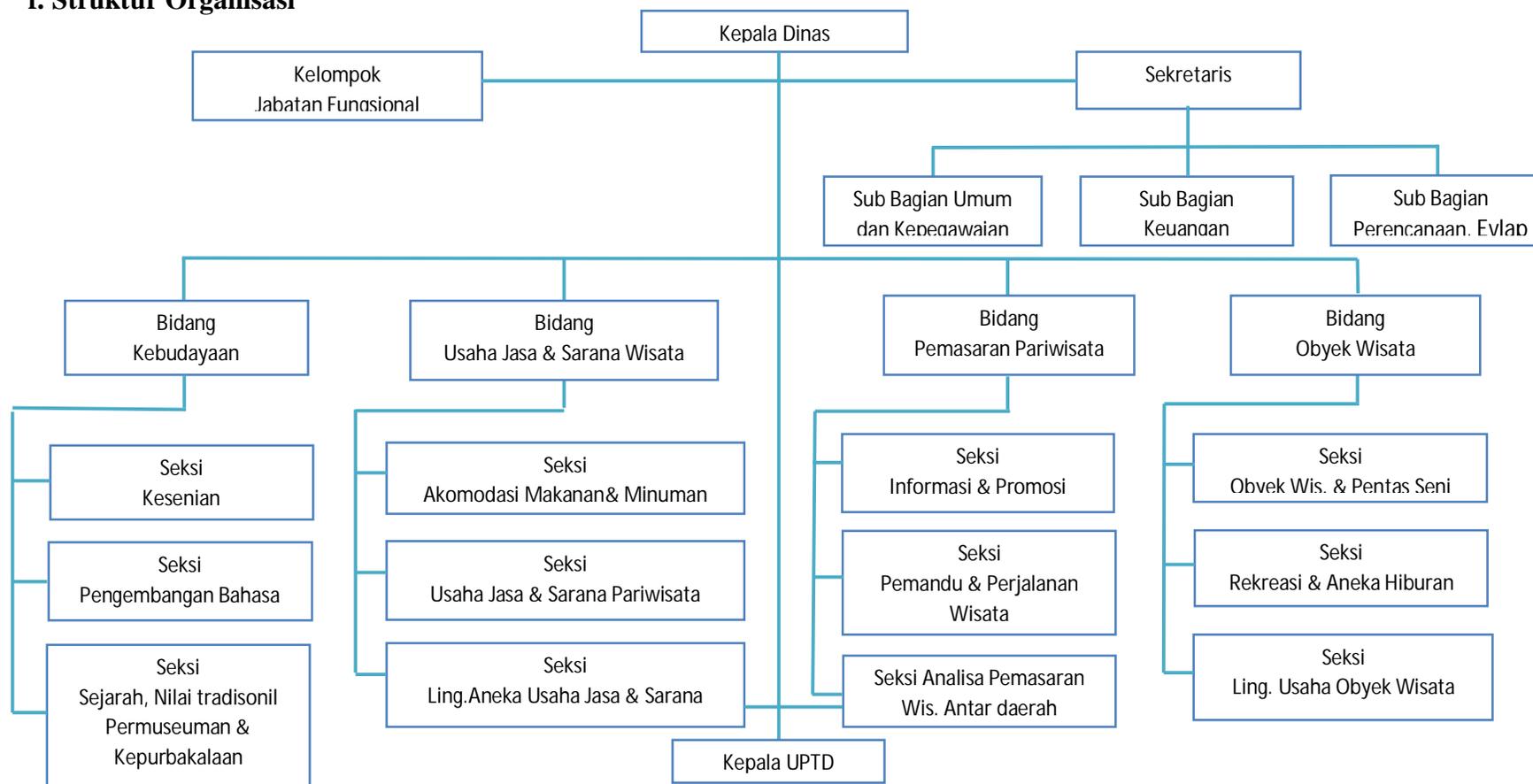
- a. Terlaksananya pembinaan SDM di bidang Kepariwisata;
- b. Terlaksananya pendataan Usaha Akomodasi makanan dan Minuman;
- c. Terbentuknya Asosiasi pengusaha Akomodasi Makanan dan Minuman (PHRI, di Kabupaten Malang).

Program pengembangan pariwisata bertujuan meningkatkan pemasaran obyek dan daya tarik wisata, melestarikan alam dan seni budaya dalam mendukung pariwisata Kabupaten Malang dan meningkatkan sumber daya manusia dalam

mengembangkan kepariwisataan. Kegiatan yang dilakukan antara lain sebagai berikut :

1. Sasaran meningkatkan obyek dan daya tarik wisata, melalui kegiatan :
 - a. Peningkatan promosi wisata di Kabupaten Malang di tingkat nasional dan internasional melalui pembuatan brosur, leaflet dan *guide book*;
 - b. Pemantauan usaha jasa dan sarana pariwisata Kabupaten Malang;
 - c. Mengikuti pameran TMII di Jakarta;
 - d. Mengikuti Pameran MTF di Surabaya;
 - e. Mengikuti pameran di Nusa Dua Bali;
 - f. Pameran pariwisata dan peluang investasi wisata di luar negeri.
2. Sasaran melestarikan alam dan seni budaya dalam mendukung pariwisata Kabupaten Malang, melalui kegiatan :
 - a. Penyelenggaraan event wisata/upacara tradisional di obyek wisata Kabupaten Malang
3. Sasaran meningkatkan sumber daya manusia dalam mengembangkan kepariwisataan Kabupaten Malang, dengan kegiatan :
 - a. Pembinaan manajemen SDM pariwisata;
 - b. Pemilihan Jaka Raka sebagai duta wisata Kabupaten Malang

f. Struktur Organisasi



Gambar. 4 Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang
 Sumber : Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang Tahun 2011-2015

3. Gambaran Umum Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang (PD. Jasa Yasa)

Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang merupakan salah satu perusahaan yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat II Kabupaten Malang. Beberapa perusahaan daerah yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat II Kabupaten Malang selain Perusahaan Daerah Jasa Yasa antara lain Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dan Badan Pinjaman Pasar (BPP) yang mana tergabung dalam Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten Daerah Tingkat II Kabupaten Malang.

Pada awal mulanya Daerah Tingkat II Kabupaten Malang hanya mempunyai sebuah Perusahaan Daerah yaitu Apotik Kabupaten yang didirikan pada bulan Juli 1969. Kemudian sesuai dengan pengembangannya maka pada tanggal 29 Agustus 1973 didirikan Perusahaan Daerah Jasa Yasa yang disahkan melalui Peraturan Daerah (PERDA) Nomor XI tahun 1973. Perusahaan Daerah Jasa Yasa tersebut memiliki 9 unit usaha, antara lain :

- a. Unit Apotik Kabupaten;
- b. Unit Pemandian Air Panas dan Penginapan;
- c. Unit Pemandian Dewi Sri;
- d. Unit Pemandian Metro;
- e. Unit Pesanggrahan Ngliyep;
- f. Unit Percetakan;
- g. Unit Saluran Air Minum Lawang;
- h. Unit Saluran Air Minum Batu;

i. Unit Saluran Air Minum Kepanjen.

Berdasarkan pada Keputusan Kepala Daerah Tingkat II Kabupaten Malang pada tanggal 1 Juni 1981, Unit Saluran Air Minum berdiri sendiri dan berganti nama menjadi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Selanjutnya berdasarkan Surat Keputusan Kepala Daerah Kabupaten Malang NO. IX Tahun 1985 Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang mendapat tambahan unit usaha, antara lain :

- a. Unit Usaha Balekambang;
- b. Unit Usaha Pemandian Sumber Waras.

Perusahaan Daerah Jasa Yasa merupakan perusahaan milik Pemerintah Daerah Kabupaten Malang. perusahaan Daerah Jasa Yasa mengelolah obyek-obyek wisata di Kabupaten Malang. Sumberdaya Alam di Kabupaten Malang memiliki prospek yang baik untuk dijadikan sebagai sumber pendapatan. Pada tahun 2000 dibuka kantor penerangan pariwisata yang disebut Tourist Informasi Sistem (TIS) untuk memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai tempat-tempat wisata di Kota Malang.

TIS berada dibawah pengawasan Direksi Usaha Pada Bagian Promosi dan Pengenalan serta memiliki beberapa tujuan :

1. Penyediaan brosur-brosur tempat dan obyek wisata di wilayah malang dan sekitarnya;
2. Memberikan pelayananan berbagai macam informasi tentang tempat-tempat wisata sekaligus jalur-jalur untuk menuju obyek-obyek wisata yang akan dikunjungi;

3. Memperkenalkan dan mempromosikan daya tarik wisata yang ada di wilayah Malang dan sekitarnya terutama terhadap unit-unit wisata terutama dibawah pengelolaan PD Jasa Yasa;
4. Melakukan kerjasama dengan travel-travel yang ada di Malang;
5. Menunjang Program Pemerintah untuk memajukan bidang kepariwisataan.

Sebagai salah satu Perusahaan Daerah milik Pemerintah Daerah, Perusahaan Daerah Jasa Yasa memiliki Tugas Pokok dan Fungsi :

a. Tugas Pokok dan Fungsi

Tugas pokok perusahaan daerah adalah menyelenggarakan pengelolaan terhadap suatu kesatuan produksi usaha untuk peningkatan pelayanan kepada masyarakat dalam bentuk jasa. Untuk melaksanakan tugas pokoknya, Perusahaan Daerah mempunyai fungsi :

1. Memberikan Jasa;
2. Menyediakan jasa pelayanan yang lebih baik di bidang usaha kepada masyarakat;
3. Meningkatkan pendapatan bagi Pemerintah Daerah;

b. Visi

Adapun Visi yang dimiliki oleh Perusahaan yaitu : Menjadikan Jasa Yasa sebagai Perusahaan Daerah yang Mandiri, Produktif dan Berdaya Saing

c. Misi

Secara terus menerus melakukan perbaikan (*continual improvement*) di semua bidang dan unit, hingga terciptanya kemandirian perusahaan, yang

didukung oleh kinerja dan produktifitas optimal dengan memahami permintaan pelanggan serta memberikan pelayanan terbaik yang efisien dan efektif sehingga menghasilkan produk yang bermutu dan berdaya saing.

Unsur-unsur yang termasuk dalam Misi Perusahaan antara lain :

1. Perbaikan secara terus menerus;
2. Kemandirian perusahaan dan produktifitas yang optimal;
3. Kepuasan pelanggan dan masyarakat pada umumnya adalah tujuan utama untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan;

d. Tujuan

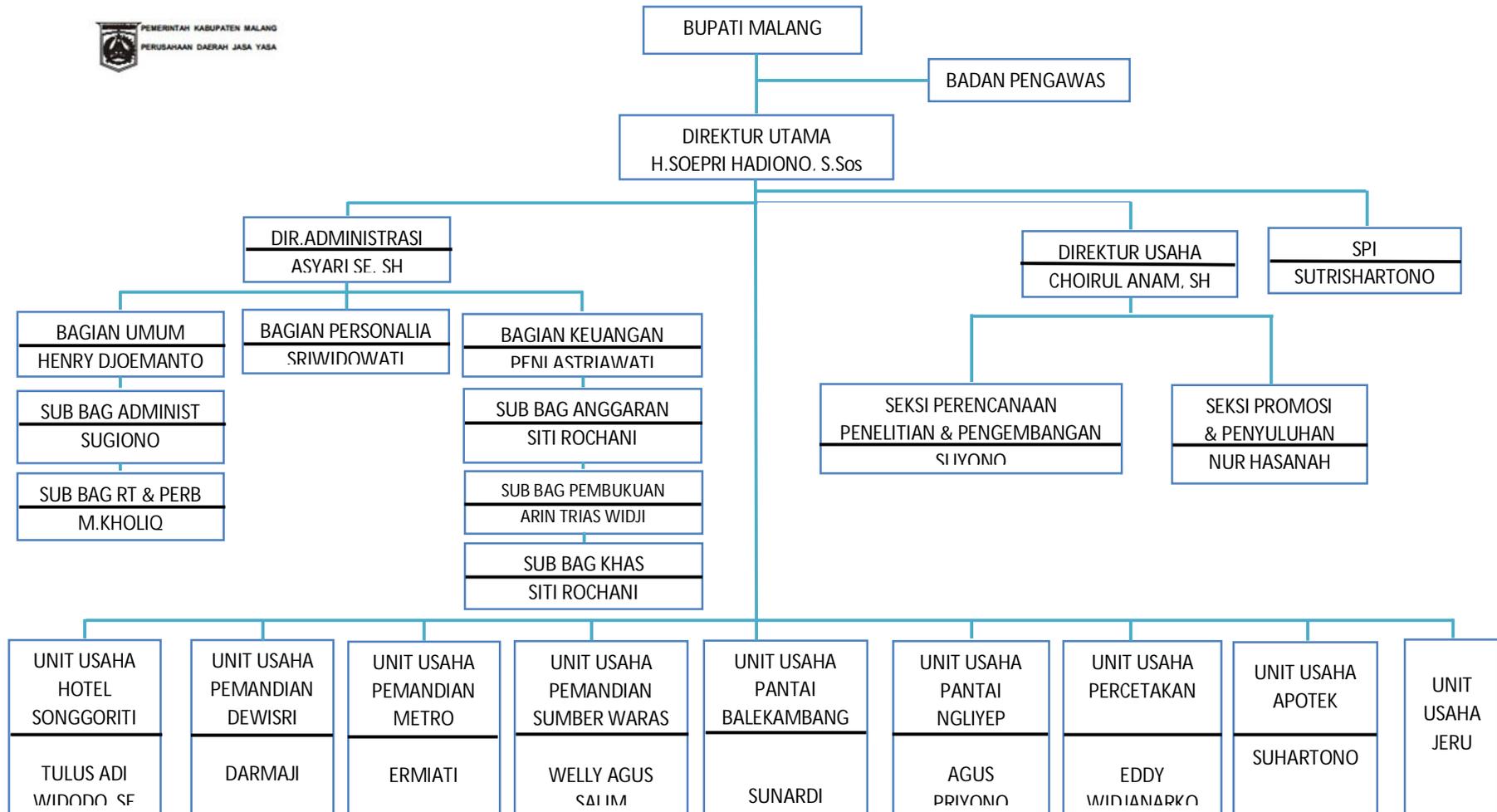
Tujuan dari Perusahaan Daerah Jasa Yasa antara lain :

1. Memberi Jasa;
2. Memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat;
3. Meningkatkan pendapatan bagi Pemerintah Daerah;

e. Sasaran

1. Melakukan konsolidasi dengan stakeholder terutama untuk memberikan kepastian kelangsungan usaha;
2. Konsolidasi Keuangan;
3. Peningkatan SDM;
4. Pemeliharaan dan peningkatan sarana;
5. Memperjelas status kepemilikan asset perusahaan agar dapat dipergunakan sebagai penghasil revenue atau pendapatan.

f. Struktur Organisasi



Gambar. 5 Struktur Organisasi dan Tata Kerja PD. Jasa Yasa
 Sumber : PD.Jasayasakabmalang (online)

4. Gambaran Umum Pantai Balekambang

a. Profil Obyek Wisata Pantai Balekambang

Pantai Wisata Balekambang terletak di Desa Srigonco Kecamatan Bantur Kabupaten Malang. Jarak yang ditempuh dari Kota Malang sekitar 56 km ke arah selatan. Acara ritual Labuhan atau disebut juga Larung sesaji yang bertepatan pada bulan Suro sering diadakan di Pantai wisata Balekambang. Hal ini merupakan peluang untuk mempromosikan dan mengenalkan suatu produk kepada masyarakat khususnya wisatawan asing maupun wisatawan domestik.

Pantai Balekambang selain memiliki keindahan alam yang menarik juga terdapat nilai budaya yang merupakan ritual kepercayaan masyarakat daerah sekitarnya (Desa Srigonco) yaitu tradisi upacara labuhan/larung sesaji suran dilaksanakan oleh masyarakat setempat dengan tujuan memohon berkah kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk keselamatan dan kesejahteraan serta kebahagiaan lahir batin masyarakat sekitarnya. Simbol dari upacara tersebut yaitu penyembelihan kambing sebagai sesaji. Selain itu, adanya upacara Hindu yaitu Jalanidhipujua yang sering dilaksanakan di pura Ismoyo.



Gambar. 6 obyek wisata Pantai Balekambang
Sumber : dokumentasi peneliti, 2014

B. Penyajian Data

1. Perencanaan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang

A. Memprakarsai dan menyepakati proses perencanaan strategis

Dalam pengembangan obyek wisata pantai Balekambang adanya keterlibatan antara orang-orang penting pembuat keputusan diantaranya Lembaga Dinas Kebudayaan dan Pariwisata selaku Pembina, Perusahaan Daerah Jasa Yasa selaku Pengelola, Dinas Bina Marga, swasta dan masyarakat. Potensi obyek wisata Pantai Balekambang sangat perlu untuk tetap dipertahankan dan dikembangkan untuk menjadi sektor pariwisata unggulan di Kabupaten Malang. Pantai Balekambang merupakan obyek wisata alam yang dapat dijadikan sebagai obyek wisata pilihan untuk dinikmati oleh masyarakat. Oleh karena itu, adapun strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mengembangkan obyek wisata pantai Balekambang dalam hal :

1. Mengoptimalkan Obyek dan Daya Tarik Wisata

Obyek wisata dan atraksi wisata budaya merupakan potensi pendukung bagi setiap daerah yang dinyatakan sebagai daerah tujuan wisata. Obyek wisata Pantai Balekambang termasuk dalam program pengembangan destinasi Pariwisata sesuai dengan Rencana strategis tahun 2011-2015. Dengan sasaran yang telah ditetapkan yaitu terwujudnya pengembangan destinasi wisata yang optimal dan upaya yang dilakukan adalah pengembangan obyek pariwisata unggulan. untuk menjadi daerah tujuan wisata optimalisasi terhadap obyek wisata Pantai Balekambang perlu untuk dilakukan oleh karena itu kebersihan menjadi salah satu hal penting untuk menjaga daya tarik pariwisata. Hal ini didukung dengan

pernyataan yang dikemukakan oleh Ibu Lani Masruro (Kepala Bidang Obyek wisata) :

“obyek wisata balekambang sangat terkenal oleh karena itu kami sangat memperhatikan perawatannya sehingga daya tariknya lebih optimal. Hal yang kami lakukan adalah memberikan himbauan kepada masyarakat seperti aturan yang ada di Pura Ismoyo untuk tidak melakukan hal-hal yang tidak diijinkan seperti mencorat-coret atau mengotori area Pura” (wawancara dilakukan pada tanggal 6 Mei 2014, jam 09.00 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang).

Dari pernyataan yang telah dikemukakan, dapat diketahui bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan berpedoman pada Rencana Strategis tahun 2011-2015 upaya yang dilakukan adalah turut menjaga obyek wisata pantai Balekambang yang mempunyai tradisi budaya dan agama, dengan memberikan himbauan berupa peraturan untuk menjaga kesucian Pura Agama Hindu. Maksudnya dengan menjaga kebersihan adalah agar daya tarik wisata obyek wisata dari segi kebersihan tetap terjaga. Di obyek wisata Pantai Balekambang selain memiliki keindahan alam, juga memiliki tradisi budaya dan tradisi keagamaan yang sering dilakukan oleh masyarakat sekitar. Tradisi Agama Adalah upacara Jalanidhipuja yang dilakukan oleh masyarakat yang beragama Hindu (Persatuan Hindu Indonesia) dan tradisi Budaya yaitu Upacara Labuhan yang merupakan upacara tradisional masyarakat Desa Srigonco. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik yang dimiliki oleh obyek wisata pantai Balekambang masih terdapat unsur-unsur budaya maupun keagamaan yang dapat menarik perhatian wisatawan. Terdapat Pura Ismoyo yang merupakan tempat berlangsungnya ritual keagamaan Hindu yaitu Jalanidhipuja. Berikut adalah gambar pura Ismoyo yang terdapat di obyek wisata Pantai Balekambang :



Gambar. 7 Pura Artamadjati di Pulau Ismoyo
Sumber : dokumentasi peneliti, 2014

Pura merupakan tempat ibadah yang sangat disucikan oleh Masyarakat yang beragama Hindu, namun bagi para wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Balekambang bisa untuk mengunjungi Pura tersebut. Untuk menjaga kesakralan dari Pura, masyarakat Hindu telah membuat himbauan yaitu pertama, bagi kaum perempuan yang sedang cuntaka atau datang bulan dilarang untuk masuk ke areal Pura. Kedua, dilarang berpacaran dan melakukan tindakan tidak senonoh. Ketiga, dilarang corat-coret di sekitar areal pura dan yang keempat, masyarakat diajak untuk menjaga kebersihan dan kesucian di areal sekitar Pura.

2. Peningkatan Sumberdaya Manusia

Sumberdaya Manusia merupakan salah satu potensi yang perlu dikembangkan agar eksistensi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tetap bisa dipertahankan. Dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang juga dibutuhkan sumberdaya manusia yang terampil dalam bidang pariwisata. Oleh karena itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki beberapa program pendukung yang tertuang dalam Rencana strategis tahun 2011-2015 salah satunya adalah program peningkatan kapasitas sumberdaya aparatur melalui kegiatan

pendidikan dan pelatihan formal. Upaya peningkatan sumberdaya manusia didukung pernyataan yang dikemukakan oleh Bapak M. Djayusman (Kepala Seksi Lingkungan Usaha Obyek Wisata) :

“salah satu *support* kami untuk mempersiapkan sumberdaya yang berkualitas ya kami mengirimkan pegawai-pegawai kami untuk mengikuti kegiatan seminar-seminar salah satunya kegiatan seminar MTF (Majapahit Travel Fair) di Surabaya. Dari situ kami mendapat pengetahuan maupun informasi yang banyak tentang bagaimana membangun pariwisata yang maju, bagaimana memanfaatkan peluang-peluang yang ada, dan bagaimana masyarakat bertindak sebagai *sapta pesona* baik dari pihak balekambang sendiri, pedagang kaki lima, maupun dari dinas pariwisata sendiri, saling melengkapi sesuai dengan tugas kami masing-masing” (wawancara dilakukan pada tanggal 6 Mei 2014, jam 08.30 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang).

Dari pernyataan yang telah dikemukakan, dapat diketahui bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang dengan berpedoman pada Rencana Satrategis tahun 2011-2015 telah dalam mempersiapkan sumberdaya manusianya, dalam mendukung pengembangan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Malang secara umum termasuk dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Upaya pengembangan sumberdaya manusia menjadi salah satu hal penting dalam mendukung keberhasilan. Sumberdaya Manusia Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat dilihat melalui Jumlah Pegawai Menurut Jenjang Pendidikan, yang ada pada tabel berikut :

Tabel. 4 Jumlah Pegawai Menurut Jenjang Pendidikan

NO	Pendidikan	Jumlah
1	2	3
1	Pasca Sarjana (S2)	10
2	Sarjana (S1)	15
3	Diploma/Sarmud	3
4	SLTA/SMU	8
5	SLTP/Sederajat	2
Jumlah		38

Sumber : Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang 2011-2015

Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda mulai dari tingkat SLTP sampai tingkat Pasca Sarjana. Berdasarkan tabel Jumlah Pegawai Menurut Jenjang Pendidikan maka dapat disimpulkan bahwa sumberdaya manusia pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, merupakan penggerak secara operasional untuk pengembangan pariwisata. Oleh karena itu dipersiapkan untuk mengikuti pelatihan dan pendidikan secara formal mengenai Kepariwisataaan. Adapun salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang dalam meningkatkan sumberdaya manusia dengan mengikuti seminar MTF (Majapahit Travel Fair) tingkat Provinsi Jawa Timur di Surabaya, dengan seminar tersebut dapat memperoleh pengetahuan tentang pengembangan pariwisata, seperti pada gambar berikut :



Gambar. 8 Kegiatan Seminar Majapahit Travel Fair
Sumber : www.easjavatraveler.com, 2014

3. Penyediaan Sarana dan Prasarana

Pengembangan Sarana dan prasarana merupakan salah satu upaya yang harus dilakukan untuk mendukung kegiatan pengembangan pariwisata di Kabupaten Malang. dengan tujuan yang telah ditetapkan didalam Rencana Strategis tahun 2011-2015 yaitu meningkatkan pembinaan usaha sarana pariwisata dan usaha jasa pariwisata Adapun sarana dan prasarana yang disediakan oleh Pemerintah untuk mendukung pengembangan di obyek wisata Balekambang menjadi daerah tujuan wisata seperti yang dikemukakan oleh Bapak M. Djayusman (Kepala Seksi Lingkungan Usaha Obyek wisata) adalah :

“untuk pengembangan obyek wisata pantai Balekambang tahun ini (2014), kami mendapat sumbangan sarana dan prasarana pariwisata dari Pemerintah Provinsi berupa penambahan fasilitas seperti tempat Karaoke. Fasilitas tersebut sudah ada, cuma belum diresmikan oleh Bupati , tinggal tunggu waktu. yaa secepat mungkin akan diresmikan” (wawancara dilakukan pada tanggal 5 Mei 2014, jam 09.00 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang).

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Dinas Kebudayaan dan Provinsi Jawa timur memberikan dukungan untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Salah satu dukungan bentuk dukungan adalah dengan menambah fasilitas hiburan seperti karaoke. Penyediaan

sarana dan prasarana di obyek wisata Balekambang tidak hanya dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi. Perusahaan daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang selaku pengelola obyek wisata Pantai Balekambang juga, telah menyediakan sarana dan prasarana dalam mendukung kegiatan pengembangan. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Suryono (Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa) sebagai pengelola :

“fasilitas yang kami sediakan disana ada penginapan, kantor informasi, posko keamanan, Musholla, MCK umum, lahan parkir yang luas, gardu pemantauan atau pos pemantauan untuk tingkat keamanan orang yang mandi dilaut , terus kemudian ada pendopo, gardu payung, *Jogging Track*, kios makanan, cinderamata dan pakaian, *flying fox*, *camping ground*.” (wawancara dilakukan pada tanggal 6 Mei 2014, jam 10.11 di Kantor Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang)

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa Pemerintah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Perusahaan Daerah Jasa Yasa selaku pengelola Pantai Balekambang, telah menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh para wisatawan untuk upaya pengembangan. Adapun sarana dan prasarana yang terdapat di obyek wisata Pantai Balekambang, secara lebih rinci dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel. 5 Sarana dan Prasarana Obyek Wisata Pantai Balekambang

No	Sarana	No	Prasarana
1.	Penginapan	1.	Kantor Informasi
2.	<i>Flying Fox</i>	2.	Posko keamanan
3.	<i>Camping Ground</i>	3.	Tempat Ibadah (Musholla)
		4.	MCK umum
		5.	Lahan Parkir
		6.	Gardu Pemantauan
		7.	Pendopo
		8.	Jogging track
		9.	kios makanan
		10.	Kios pakaian dan cinderamata

Sumber : data diolah peneliti, 2014

Berdasarkan uraian pada tabel. 5 dapat diketahui bahwa sarana dan prasarana yang terdapat di obyek wisata balekambang cukup memadai. Dengan adanya fasilitas sarana dan prasarana akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Beberapa sarana dan prasarana di obyek wisata Pantai Balekambang dapat ditunjukkan dengan hasil survey oleh peneliti berupa dokumentasi pada tanggal 29 Mei 2014 :



Gambar. 9 Sarana dan Prasarana
Sumber: dokumentasi peneliti, 2014

Dari dokumentasi dapat diketahui bahwa Sarana dan prasarana yang disediakan oleh Pemerintah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten maupun Perusahaan Daerah Jasa Yasa, merupakan potensi pendukung untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Dengan adanya sarana dan prasarana yang lengkap maka akan memberikan keuntungan bagi wisatawan. Dengan demikian kebutuhan wisatawan dapat terpenuhi melalui ketersediaan sarana dan prasarana penunjang. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil wawancara dengan Enis dari Ngantang yang merupakan salah satu pengunjung obyek wisata Pantai Balekambang :

“sarana yang ada di pantai balekambang ini sudah banyak penambahan mba, dan saya rasa penambahan sarananya sangat cepat. Saya terakhir berkunjung ke balekambang itu tahun 2008 dan cuma ada 1 toilet saja. Sekarang kunjungan saya di tahun 2014 sudah banyak perubahan mba, bahkan disetiap warung makan sudah ada disediakan toilet juga, jadi kita gak perlu ngantri lagi mba” (wawancara dilakukan pada tanggal 29 Mei 2014 jam 11.30 di obyek wisata Pantai Balekambang).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung obyek wisata Pantai Balekambang, dapat disimpulkan bahwa sarana dan prasarana yang disediakan oleh Pemerintah mengalami peningkatan. Sehingga memberikan kemudahan bagi para pengunjung. Contoh sarana dan prasarana yang mengalami peningkatan salah satunya adalah toilet. Dengan demikian para pengunjung dapat memanfaatkan toilet yang telah disediakan sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Selain sarana toilet, sarana pendukung lainnya seperti jalan menuju obyek wisata Pantai Balekambang, perlu untuk disediakan. Dengan adanya akses jalan, akan memberikan kemudahan bagi wisatawan yang mau berkunjung ke obyek wisata Pantai Balekambang. Oleh karena itu, pemerintah perlu juga menyediakan akses jalan yang baik bagi wisatawan. Untuk penyediaan akses jalan, Dinas Bina Marga memiliki kewenangan sebagai pelaksana teknis. Seperti yang dikemukakan oleh ibu Farid Habibah (Kepala Seksi Perencanaan dan Leger) :

“Untuk penyediaan akses jalan menuju obyek wisata Pantai balekambang yang kami tangani mulai dari Bantur ke Balekambang. tetapi gak semua akses jalan dalam kondisi baik ya mba. Ditahun 2013 kami tangani untuk perbaikan jalan pake dana APBD. Itupun masih kurang dananya. Kalau soal pembangunan jalan di lokasi balekambang, kami belum mau untuk membangun karena disana masih ada lahan milik perhutani. Sebenarnya hal itu yang membuat kami bingung juga, jadi disini istilahnya berbeda kepentingan dalam pengelolaan hak pengelolah untuk dibenarkan saja masih susah” (wawancara dilakukan pada tanggal 2 juni 2014 jam 09.00 di Kantor Dinas Bina Marga Kabupaten Malang).

Dari pendapat yang dikemukakan diketahui bahwa Dinas Bina Marga selaku pelaksana teknis telah menyediakan akses jalan menuju obyek wisata Pantai Balekambang. Namun dalam perjalanannya masih ada kendala yang dihadapi karena status kepemilikan lahan di Pantai Balekambang belum pasti dan masih terbengkalai dengan masyarakat perhutani. Dinas Bina Marga hanya memiliki kuasa untuk menangani akses jalan dari Bantur Ke Desa Srigonco, sedangkan untuk pembangunan jalan dikawasan obyek wisata Pantai Balekambang, bukan menjadi tanggung jawab Dinas Bina Marga karena status kepemilikan lahan masih milik masyarakat perhutani (Perhimpunan Buruh dan Tani). Kondisi jalan menuju obyek wisata Pantai Balekambang masih dalam keadaan rusak. Hal ini dapat ditunjukkan dengan dokumentasi peneliti pada tanggal 29 Mei 2014 :



Gambar. 10 Akses Jalan dari PDAM unit Bantur Menuju Pantai Balekambang
Sumber : dokumentasi peneliti, 2014

Dari dokumentasi dapat diketahui bahwa penyediaan akses jalan oleh Dinas Bina Marga Kabupaten Malang masih ada yang rusak. Salah satu contoh adalah akses jalan dari PDAM unit Bantur menuju obyek wisata Pantai Balekambang masih dalam kondisi rusak dan berlubang. Untuk perbaikan akses jalan membutuhkan biaya yang sangat besar. Dinas Bina Marga belum bisa menangani semua jalan yang rusak. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dana yang dimiliki untuk perbaikan jalan.

4. Pemasaran/promosi

Salah satu strategi pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang adalah melalui pemasaran/promosi. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan obyek-obyek wisata yang ada di Kabupaten Malang secara umum dan Pantai Balekambang secara khususnya. Salah satu tujuan yang ditetapkan dalam Rencana strategis tahun 2011-2015 adalah meningkatkan pemasaran pariwisata. Adapun Pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang dikemukakan oleh Ibu Lani Masruro (Kepala Bidang Obyek Wisata) :

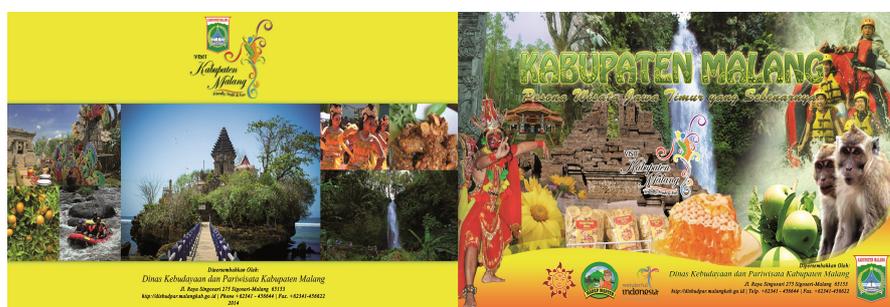
“pemasaran dan promosi yang dilakukan dari Kami yaitu melalui sosialisasi, jadi kami menitip materi-materi maupun brosur pada travel untuk program sifatnya mempromosikan pariwisata Kabupaten Malang. Jadi Dinas Pariwisata melibatkan pihak travel dan pihak lain yang mempunyai kepedulian terhadap pengembangan pariwisata di Kabupaten Malang” (wawancara pada tanggal 5 Mei 2014, jam 9.15 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata).

Berdasarkan hasil wawancara dapat ditarik kesimpulan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah melakukan kegiatan pemasaran/promosi. Salah satu contohnya adalah dengan penyediaan brosur-brosur. Selain itu adapun strategi yang dilakukan untuk pemasaran dan promosi obyek wisata Pantai Balekambang seperti yang tertuang dalam Rencana strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang 2011-2015 yaitu melalui program pengembangan destinasi wisata dengan sasaran yaitu terwujudnya pengembangan destinasi wisata yang optimal. Hal ini didukung dengan penjelasan dari ibu Sriyanti Andayani (Kasubag.Perencanaan, evaluasi dan pelaporan) :

“dalam melakukan promosi terdapat program pengembangan destinasi pariwisata salah satunya mengangkat potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Malang. Dari program tersebut kegiatan yang dilakukan adalah pengembangan jenis dan paket wisata unggulan salah satunya pembinaan pengelolaan obyek wisata dengan tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke pantai Balekambang, Sendang biru, Gunung kawi. Nah, didalam program tersebut pantai Balekambang juga sudah termasuk kedalam pengembangan pariwisata kabupaten Malang” (wawancara pada tanggal 5 Mei 2014, jam 10.05 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata).

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa pemerintah telah memiliki program khusus mengenai pengembangan jenis dan paket wisata unggulan untuk Pantai Balekambang. Program tersebut merupakan gambaran dari upaya dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mempertahankan

dan memperkenalkan obyek wisata pantai Balekambang kepada masyarakat. Selain itu terdapat program pengembangan pemasaran pariwisata seperti yang tertuang dalam Rencana strategis tahun 2011-2015. Hal ini diperkuat dengan adanya pengadaan buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Buku tersebut berisi informasi yang akan diberikan kepada wisatawan tentang obyek-obyek wisata yang ada di Kabupaten Malang termasuk didalamnya obyek wisata Pantai Balekambang :



Gambar. 11 Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2014

Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang selaku pengelola obyek wisata Pantai Balekambang juga memiliki upaya untuk melakukan pemasaran/promosi. Upaya tersebut bertujuan untuk memberikan informasi kepada wisatawan. Semakin banyak informasi yang diterima maka akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata Pantai Balekambang. berikut adalah upaya yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Jasa Yasa, yang dikemukakan oleh Bapak Suryono (Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa) :

“untuk kegiatan promosi kami melakukan kerjasama dengan travel, media cetak, media elektronik seperti jtv, Batu tv, Malang Tv, hotel, rumah makan, dinas pariwisata, kami juga memiliki website PD.Jasayasakabmalang.go.id. kami sudah online melalui pemerintah Kabupaten Malang yang menjadi pendukung untuk

pemasaran wisata Budaya di pantai Balekambang dengan event-event Maulud dan Jalanidhipuja, mba. Jadi seperti itu pemasaran yang sudah kami lakukan sejauh ini” (wawancara dilakukan pada tanggal 12 Mei 2014, jam 10.03 di kantor Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang).

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang juga telah melakukan kegiatan promosi untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang, lewat media elektronik dengan mempublikasikan secara online lewat website resmi Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang (jasayasamalangkab.go.id). Usaha promosi juga dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan Malang TV, Batu TV, jtv. Namun berdasarkan hasil survei tanggal 29 Mei 2014, wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Balekambang lebih dominan wisatawan lokal. Hal ini menunjukkan bahwa upaya promosi yang telah dilakukan perlu untuk lebih ditingkatkan lagi.

5. Peran serta Masyarakat

Masyarakat merupakan sasaran utama dari kegiatan pembangunan. Oleh karena itu Peran serta masyarakat juga dibutuhkan untuk mendukung pembangunan termasuk dalam pengembangan pariwisata. berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan dalam Rencana strategis tahun 2011-2015 yaitu meningkatkan peran serta masyarakat dan dukungan pemerintah daerah dalam pengelolaan kekayaan budaya dan keragaman budaya. Adapun peran masyarakat dalam pengembangan obyek wisata Balekambang yang dikemukakan oleh Ibu Lani Masruro (Kepala Bidang Obyek wisata) :

“kalau ditanya seberapa penting peran serta masyarakat dalam pengembangan obyek wisata Balekambang menurut saya peran serta masyarakat sangat penting yaa terutama masyarakat Desa Srigonco, karena mereka yang merasakan hasilnya, mereka yang

lebih mengetahui kondisi belekambang seperti apa, kadang mereka juga turut menjaga keberadaan obyek wisata itu” (wawancara pada tanggal 5 Mei 2014, jam 11.12 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, pemerintah juga membutuhkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Melalui keterlibatan masyarakat dapat memberikan informasi kepada Pemerintah mengenai apa saja yang masih dibutuhkan untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Selain itu masyarakat juga turut serta dalam menjaga kelestarian obyek wisata Pantai Balekambang. Masyarakat Desa Srigonco juga merasakan dampak positif dari pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Hal ini didukung dengan pendapat yang dikemukakan Bapak Suryono (Kepala bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa) selaku Pengelola Obyek Wisata Balekambang:

“masyarakat sendiri dengan adanya pengembangan pantai wisata Balekambang dengan Jumlah pengunjung kurang lebih 400.000 per tahun dengan ini sudah memberi kontribusi untuk masyarakat terhadap pembukaan lapangan kerja, dalam artinya seperti ini, kami juga memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berjualan disekitar pantai wisata balekambang mulai dari pedagang kaki lima yang juga menjual hasil kebun mereka seperti pisang, salak, durian, rambutan, dan lain-lain. Kemudian ada juga warung-warung makanan, membuka usaha kecil-kecilan seperti tambal ban, atau berjualan *souvenir* ” (wawancara dilakukan pada tanggal 12 Mei 2014 jam 09.45 di Kantor Perusahaan Daerah Jasa Yasa).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, Pemerintah dan masyarakat saling melengkapi. Dalam arti, Pemerintah membutuhkan dukungan dan keterlibatan masyarakat untuk memperoleh informasi dan secara tidak langsung, masyarakat juga merasakan dampak positif dari kegiatan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah melalui penyediaan lapangan pekerjaan. Hal ini

di dukung dengan pernyataan Bapak Agus yang merupakan seorang pedagang souvenir yang terbuat dari kerang :

“saya berjualan disini sudah lama mba, ada sekitar 10 tahunanlah, saya juga merasa bersyukur karena souvenir saya sudah bisa saya pasarkan sampai ke luar jawa, banyak pesanan yang saya kirim ke luar mba biasanya untuk cinderamata nikahan, harganya macam-macam mulai dari harga seribuan (Rp.1000) sampe enam ribuan (Rp.6000)” (wawancara dilakukan pada tanggal 29 Mei 2014 jam 11.30 di obyek wisata Pantai Balekambang).

Dari pendapat yang dikemukakan oleh Bapak Agus, dapat ditunjukkan dengan hasil dokumentasi peneliti pada tanggal 29 Mei 2014 sebagai berikut :



Gambar. 12 Souvenir dari Kerang
Sumber : dokumentasi Peneliti, 2014

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat diketahui bahwa dampak dari adanya pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang memberikan pengaruh positif terhadap masyarakat Desa Srigonco sendiri dalam peningkatan perekonomian. Karena penjualan souvenir dari kerang sudah sampai ke luar Pulau Jawa. Souvenir diolah dengan bahan dasar adalah kerang yang kemudian direkat dengan lem cair, sehingga menghasilkan bentuk sesuai yang diinginkan, selanjutnya adalah di cat dengan berbagai macam warna.

Peran masyarakat juga dibutuhkan untuk menjaga kelestarian obyek wisata Pantai Balekambang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya keterlibatan masyarakat

dalam suatu kegiatan. Keterlibatan masyarakat Desa Srigonco untuk menjaga adalah dengan menjaga tradisi agama Hindu melalui upacara Jalanidhipuja serta tradisi budaya yaitu Upacara Labuhan. Berikut ini adalah salah satu bentuk keterlibatan masyarakat Desa Srigonco dalam upacara Labuhan seperti yang dijelaskan oleh Bapak Hernawan selaku Kepala Desa Srigonco :

“keterlibatan masyarakat Desa Srigonco terlihat dari kegiatan yang sering dilaksanakan di pantai balekambang ada dua yaitu satu suro kemudian jalanidhipuja itu langsung dikomandoi oleh saya sendiri selaku kepala desa dan upacara larung sudah dilakukan sejak kurang lebih 100 tahun yang lalu dan kalau menurut tahun jawa yang ke 107 untuk tahun ini. Kegiatan prosesnya dimulai malam 1 suro semua masyarakat sini kan melaksanakan selamatan adat kemudian setelah itu ada upacara larung sesaji yang tujuan untuk mensyukuri kepada Tuhan karena kita sudah nyaman, tenang dan sejahtera kan gitu,.itu seluruh masyarakat itu, itu ada tujuh jolen yang berupa hasil bumi kemudian yang satu kepala kambing, itu dikategorikan budaya mba, jadi seluruh masyarakat disini terlibat termasuk tokoh-tokoh di desa Srigonco untuk ritual larung itu”(wawancara dilakukan pada tanggal 29 Mei 2014, jam 11.10 di obyek wisata Balekambang)

Dari hasil wawancara diketahui bahwa masyarakat Desa Srigonco juga dilibatkan dalam pengembangan obyek wisata pantai Balekambang. Keterlibatan masyarakat terlihat dari bentuk partisipasi masyarakat Desa dalam upacara Larung sesaji. Masyarakat berusaha untuk mempertahankan tradisi yang berasal dari nenek moyang. Pesan yang dapat diangkat dari upacara larung sesaji adalah ungkapan dari rasa syukur kepada Tuhan karena masih diberi kesehatan, rejeki dan kenikmatan dalam hidup. Adapun Upacara keagamaan Hindu dan Upacara Jalanidhipuja yang telah dilakukan seperti yang terlihat pada gambar berikut :



Gambar. 13 Upacara Larung Sesaji

Sumber : Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang, 2014



Gambar. 14 Upacara Jalanidhipuja 11 Maret 2013

Sumber : jasayasamalangkab.go.id, 2014

6. Kerjasama Pihak Swasta

Kerjasama dengan pihak swasta perlu dilakukan untuk mendukung keberlanjutan dari pengembangan yang telah direncanakan oleh Pemerintah. Dengan adanya kerjasama dapat saling memberikan keuntungan. Adapun beberapa bentuk kerjasama yang dilakukan Perusahaan Daerah Jasa Yasa selaku pengelola obyek wisata pantai Balekambang dengan pihak swasta seperti yang dijelaskan oleh Bapak Suryono selaku (Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa)

“kerjasama kami lakukan dengan pihak swasta seperti produk minuman mineral aquase, telkomsel, produk rokok, minuman, makanan. Kalau untuk kerjasama jangka panjangnya dengan perusahaan air mineral dan telkomsel, ada juga kerjasama jangka panjang dengan perusahaan cat Decofresh untuk pemeliharaan sarana dan prasarana seperti penginapan, pendopo, jembatan, dan lain-lainnya” (wawancara dilakukan pada tanggal

13 Mei 2014 jam 09.00 di Kantor Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang)

Dari pendapat yang dikemukakan Bapak Suryono dapat ditunjukkan dengan hasil dokumentasi peneliti pada tanggal 29 Mei 2014 sebagai berikut :



Gambar. 15 Aquase dan Decofresh
Sumber : dokumentasi peneliti, 2014

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat diketahui bahwa pemerintah telah mengikutsertakan pihak swasta untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Salah satu keterlibatan pihak swasta yaitu perusahaan cat decofresh untuk pemeliharaan sarana dan prasarana yang telah disediakan. Adapun tujuan dari perawatan sarana dan prasarana adalah memberikan kenyamanan bagi para wisatawan yang ingin menikmati keindahan Pantai Wisata Balekambang dengan sarana penunjang yang dapat memenuhi kebutuhan.

B. Memperjelas Mandat organisasi

Visi termasuk mandat yang ditetapkan berdasarkan PERDA (Peraturan Daerah) No.11 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. Oleh karena itu berdasarkan rumusan Visi Dinas Kebudayaan dan pariwisata sebagai seperti yang tertuang dalam Renstra tahun 2011-2015 yaitu “Terwujudnya Kepariwisata Kabupaten Malang yang Berbasis Masyarakat”. Tujuan yang ditetapkan sebagai berikut :

1. Meningkatnya dukungan untuk mewujudkan citra kepariwisataan Kabupaten Malang yang berbasis masyarakat;
2. Meningkatkan pemahaman masyarakat atas nilai-nilai budaya daerah;
3. Meningkatnya peran serta masyarakat dan dukungan Pemerintah Daerah dalam pengelolaan kekayaan budaya dan pengelolaan keragaman budaya;
4. Meningkatkan pengembangan destinasi wisata melalui pengembangan aksesibilitas, produk wisata, kelompok sadar wisata dan pembentukan desa wisata;
5. Meningkatkan jumlah masyarakat Kabupaten Malang yang melek/faham pariwisata melalui promosi dan informasi yang berkualitas;
6. Meningkatkan pembinaan usaha pariwisata dan usaha jasa.

Adapun sasaran yang ditetapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang :

- a. Terwujudnya citra kepariwisataan Kabupaten Malang yang paham atas nilai-nilai budaya daerah;
- b. Terwujudnya masyarakat Kabupaten Malang yang paham atas nilai-nilai budaya daerah;
- c. Terwujudnya peran aktif masyarakat dan dukungan pemerintah daerah dalam pengelolaan kekayaan budaya dan pengelolaan keragaman budaya;
- d. Terwujudnya pengembangan destinasi pariwisata yang optimal;

- e. Terwujudnya masyarakat Kabupaten Malang yang melek/paham pariwisata;
- f. Tersedianya usaha sarana pariwisata dan usaha jasa pariwisata yang memadai;

Berdasarkan visi, tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan maka upaya yang dilakukan oleh Pemerintah seperti yang dijelaskan oleh Bapak M.Djayusman (Kepala Seksi Lingkungan Usaha Obyek Wisata) :

“dari visi yang sudah ada, itu merupakan bagian yang harus kami capai sebagai SKPD yang memberikan pelayanan di bidang kebudayaan dan pariwisata. kan, salah satu tujuan yang kami tetapkan adalah meningkatkan peran serta masyarakat. jadi yang menjadi target kami adalah masyarakat desa srigonco yang diwakili kepala desanya, yang kami libatkan pengembangan balekambang khususnya dalam musrendes mba” (wawancara dilakukan pada tanggal 5 Mei 2014, jam 10.00 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dalam memperjelas visi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata maka Pemerintah telah melibatkan masyarakat Desa Srigonco dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melibatkan kepala Desa Srigonco dalam kegiatan Musyawarah Perencanaan Pembangunan Daerah tingkat desa. Melalui kegiatan yang dilakukan maka partisipasi masyarakat dapat dikembangkan untuk mewujudkan visi yang telah ditetapkan.

C. Memperjelas Misi dan Nilai-nilai Organisasi

Misi merupakan langkah yang dicapai dalam organisasi maka guna memberikan arah dan tujuan ingin dicapai dan mendirikan fokus terhadap

program yang dilaksanakan maupun untuk menumbuhkan partisipasi semua pihak, maka Misi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata antara lain :

1. Membangun jati diri dan citra kepariwisataan Kabupaten Malang yang berbasis Masyarakat;
2. Mendorong perkembangan kepariwisataan Kabupaten Malang yang berkualitas dan memiliki daya saing melalui :
 - a. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata berdasarkan kearifan lokal;
 - b. Membangun sarana dan prasarana dalam keselarasan dan keharmonisan lingkungan;
 - c. Mewujudkan kualitas pelayanan yang baik pada masyarakat;
 - d. Mengoptimalkan saran informasi dan menyelenggarakan promosi yang lebih berkualitas.
3. Meningkatkan peran serta masyarakat

Dari rumusan Visi dan Misi yang telah ditetapkan, dapat dijadikan sebagai pedoman bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk melakukan pengembangan pariwisata. Hal ini didukung dengan pendapat yang dikemukakan oleh ibu Lani Masruro (Kepala Bidang Obyek Wisata) bahwa :

“misi yang paling kami fokuskan untuk pengembangan obyek wisata pantai balekambang yaitu meningkatkan peran serta masyarakat sangat kami butuhkan khususnya masyarakat Desa Srigonco karena mereka yang merasakan dampak dari pembangunan, mereka juga merupakan masyarakat adat yang turut mengembangkan nilai budaya larung dan tradisi agama jalanidhipuja” (wawancara dilakukan pada tanggal 6 Mei 2014, jam 11.00 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang).

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa, dengan berpedoman pada Misi yang telah ditetapkan dalam Renstra 2011-2015, Pemerintah berupaya untuk melibatkan masyarakat Desa Srignonco dalam melakukan pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Salah satu keterlibatan masyarakat adalah dalam mempertahankan tradisi budaya labuhan dan jalanidhipuja. Dengan adanya keterlibatan masyarakat maka arah pembangunan dan Visi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang yaitu “Mewujudkan Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Malang yang Berbasis Masyarakat” dapat terwujud.

D. Menilai Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar organisasi yang terdiri dari ancaman dan peluang. Dalam pengembangan obyek wisata pantai Balekambang masih terdapat hambatan-hambatan berupa ancaman yang berasal dari lingkungan diluar Organisasi yaitu status kepemilikan lahan yang belum pasti. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak M.Djayusman (Kepala Seksi Lingkungan Usaha Obyek Wisata) :

“sebenarnya pengembangan Balekambang yang membuat kami terhambat adalah kepemilikan lahan mba, masyarakat perhutani masih mempertahankan kalo itu hak mereka” (wawancara dilakukan pada tanggal 14 Mei 2014, jam 10.00 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupten Malang)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang yang bertujuan agar mendukung penegembangan pariwisata Kabupaten Malang tidak didukung

dengan status kepemilikan lahan. Hal ini menyebabkan pemerintah menghadapi kendala untuk mengembangkan obyek wisata Pantai Balekambang.

Adapun beberapa peluang yang bisa dimanfaatkan dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang yaitu memiliki karakteristik alam dan budaya, partisipasi masyarakat yang sangat tinggi, kerjasama yang terjalin dengan pihak swasta dan menjadi kota tujuan pariwisata. Hal ini didukung dengan pernyataan yang dikemukakan oleh ibu Lani Masruro (Kepala Bidang Obyek wisata) :

“kabupaten malang merupakan salah satu kota tujuan pariwisata. eksistensi dari pantai Balekambang sudah tidak kami ragukan lagi mba, karena para wisatawan sudah banyak yang mengenal Balekambang” (wawancara dilakukan pada tanggal 14 Mei 2014, jam 11.00 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang).

E. Menilai Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan faktor yang berasal dari dalam organisasi yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Oleh karena itu kekuatan yang dimiliki yaitu pertama, adanya lembaga atau organisasi yang terlibat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa Yasa dan Dinas Bina Marga Kabupaten Malang. Kedua, memiliki program pengembangan pariwisata yang sudah tertuang dalam Rencana strategis tahun 2011-2015 dan Rencana kerja tahun 2013 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang yaitu Program peningkatan kapasitas sumberdaya aparatur, Pengembangan destinasi pariwisata serta program pengembangan dan pemasaran pariwisata.

Adapun kelemahan yang yang berasal dari dalam organisasi baik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa Yasa dan

Dinas Bina Marga Kabupaten Malang yaitu terbatasnya dana untuk pelaksanaan kegiatan dan sulit untuk mensinergikan program antar lembaga. Hal ini didukung dengan pendapat yang dikemukakan oleh ibu Sri Andayani selaku (Kepala Bidang Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan) :

“hambatan yang paling kami rasakan adalah anggaran yang kurang, terkadang nominal yang kami ajukan tidak memenuhi malah nominal yang kami peroleh dibawahnya mba, jadi apa yang kami upayakan untuk pengembangan sarana dan prasarana belum bisa maksimal” (wawancara dilakukan pada tanggal 14 Mei 2014 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang).

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa salah satu penghambat dalam pengembangan sarana dan prasarana di obyek wisata Pantai Balekambang adalah anggaran. Sehingga upaya pengembangan yang dilakukan belum maksimal. Padahal sarana dan prasarana merupakan komponen yang sangat berpengaruh dalam mendukung pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

2. Sinkronisasi antara Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang

Menurut PERMENDAGRI No.54 Tahun 2010, Rencana Strategis (Renstra) merupakan dokumen perencanaan SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) untuk Periode 5 tahunan (2011-2015) yang berisi tentang perencanaan maupun program dan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam kurun waktu 5 tahun. Sedangkan Rencana Kerja merupakan dokumen perencanaan tahunan yang memuat program dalam bentuk kerangka regulasi maupun kerangka anggaran.

Untuk mengetahui sinkronisasi dengan berpedoman pada Rencana strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang tahun 2011-2015 melakukan analisis mengenai tujuan, sasaran, program/kegiatan yang telah ditetapkan serta aplikasinya pada dokumen Rencana kerja mengenai target kinerja capaian program/kegiatan, realisasi capaian program/kegiatan s/d tahun 2013 dan tingkat capaian realisasi target renstra. Hal ini dapat ditunjukkan dengan :

- a. Tabel. 6 Rencana Program, Kegiatan, Indikator Kinerja, Kelompok Sasaran dan Pendanaan Indikatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata;
- b. Tabel. 7 Rekapitulasi Hasil Evaluasi Pelaksanaan Renja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang;
- c. Tabel. 8 Pencapaian Kinerja dalam Pengembangan Pariwisata

Tabel .6

Rencana Program, Kegiatan, Indikator Kinerja, Kelompok Sasaran dan Pendanaan Indikatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

NO	Tujuan	Sasaran	Indikator Sasaran	Kode	Program dan Kegiatan	Indikator Kinerja Program (Outcome) dan Kegiatan (output)	Data Capaian pada Awal Perencanaan
	1	2	3	4	5	6	7
1	Meningkatkan Pengembangan Destinasi Pariwisata	Pengembangan Desntinasi Pariwisata	Pengelola Obyek-obyek wisata		a. Pengembangan Jenis dan Paket Wisata Unggulan	a. Terlaksananya Upacara Adat di Balekambang, Sendang Biru, Gunung Kawi dan Upacara Karo Masyarakat Tengger	6%
2	Meningkatkan Pengembangan Kemitraan	Pengembangan Kemitraan	Pengusaha Jasa dan sarana Wisata		a. Pengembangan SDM dan Profesionalisme Bidang Pariwisata	a. Terlaksananya Sosialisasi dan Pembinaan Usaha Jasa dan sarana Wisata	2%
3	Meningkatkan Pemasaran Pariwisata	Pemasaran Pariwisata	Promosi Bidang Kebudayaan dan Pariwisata		Pelaksanaan Promosi Pariwisata di dalam dan di Luar Negeri Pengembangan Statistik Kepariwisataan	a. Terlaksananya Pameran-pameran di Dalam Negeri; b. Tersedianya Data Statistik Kepariwisataan	4.1%

Sumber : Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang tahun 2011-2015

Target Kinerja Program dan Kerangka Pendanaan												Unit Kerja Penanggung jawab	Lokasi
Tahun 1		Tahun 2		Tahun 3		Tahun 4		Tahun 5		Kondisi Kinerja pada akhir Rencana SKPD			
Target	Rp	Target	Rp	Target	Rp	Target	Rp	Target	Rp	Target	Rp		
4%	8.131	4%	11.191	6%	12.168	6%	13.247	6%	14.444	26%	59.181		
4%	126	9%	153	8%	166	10%	181	6%	198	37%	824		
0.2%	295	2.5%	356	6.3%	387	10%	421	17%	459	36%	1.918		

Sumber : Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang tahun 2011-2015

			01	Kegiatan Pendidikan dan Pelatihan Formal	Outcome : Meningkatnya kualitas SDM PNS Output : Tersedianya PNS yang sudah mengikuti diklat formal	24 orang	8 orang	8 orang	8 orang	100%	8 orang	24 orang	100%
2	01	05		Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata									
			01	Pengadaan Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Outcome : Meningkatnya informasi wisatawan Output : Tersedianya buku profil Disbudpar	500 buku	0	500	500	100%	0	500	100%

Sumber : Rencana Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, 2013

Berdasarkan uraian tabel. 6 tentang Rencana Program, Kegiatan, Indikator Kinerja, Kelompok Sasaran dan Pendanaan Indikatif Dinas Kebudayaan Pariwisata, tabel.7 tentang rekapitulasi hasil evaluasi pelaksanaan Rencana Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang tahun 2013 maka untuk mengetahui sinkronisasi antara dokumen Rencana strategis tahun 2011-2015 dengan dokumen Rencana Kerja tahun 2013 maka indikator yang dilihat berdasarkan tujuan, sasaran, program, target kinerja capaian program (Renstra SKPD 2011 s/d tahun 2015), realisasi capaian program/kegiatan s/d tahun 2013 dan tingkat capaian realisasi target renstra. Berdasarkan indikator yang telah ditetapkan maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Program Pengembangan Destinasi

Dengan berpedoman pada dokumen Rencana strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang tahun 2011-2015 maka telah ditetapkannya tujuan yaitu meningkatkan pengembangan destinasi pariwisata dan sasaran pengembangan destinasi pariwisata. Berdasarkan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan maka program dan kegiatan yang dilakukan pada tahun 2013 adalah program pengembangan destinasi dengan kegiatannya adalah pengembangan jenis dan paket wisata unggulan (Sendang Biru, Balekambang, Gunung Kawi dan Karo Tengger). *Outcome* dari kegiatan adalah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan *Output* tersedianya jenis dan paket wisata unggulan. Target kinerja capaian program (Renstra SKPD 2011 s/d Tahun 2015) adalah 12 kegiatan dengan realisasi capaian program dan kegiatan s/d tahun 2013 sebanyak 12 kegiatan dan tingkat capaian realisasi target renstra 100%. Hal ini menunjukkan bahwa

pelaksanaan program pengembangan di tahun 2013 berjalan dengan baik . Dengan adanya program pengembangan destinasi memiliki pengaruh positif terhadap kunjungan wisatawan ke Obyek wisata Pantai Balekambang. Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh ibu Sri Andayani (Kepala Bidang Perencanaan Evaluasi dan Pelaporan) :

“program pengembangan destinasi merupakan salah satu strategi kami untuk pengembangan wisata unggulan mba. Balekambang termasuk pariwisata andalan kabupaten malang. jadi kami terus berupaya memaksimalkan program destinasi supaya obyek wisata yang menjadi unggulan kami tetap hidup” (wawancara dilakukan pada tanggal 27 Mei 2014 jam 10.49 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang)

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang sangat berupaya untuk pengembangan obyek wisata unggulan. Salah satu obyek wisata unggulan di Kabupten Malang adalah Pantai Balekambang. *Outcome* dari program pengembangan destinasi adalah meningkatnya wisatawan. Hal ini dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel. 8 Jumlah Pengunjung Unit-unit Usaha Perusahaan Daerah Jasa Yasa Bulan Januari – Agustus Tahun 2012-2013

No	Bulan	Pantai Balekambang		Pantai Ngliyep		Pemandian Dewisri	
		2012	2013	2012	2013	2012	2013
1	Januari	42.266	54.089	674	1.248	2.270	1.371
2	Februari	11.273	11.486	605	504	1.781	803
3	Maret	11.821	19.889	448	543	2.228	1.765
4	April	18.047	14.542	621	443	2.850	1.455
5	Mei	19.598	24.115	529	541	3.051	1.755
6	Juni	19.878	28.388	488	584	2.545	1.710
7	Juli	23.591	13.708	367	419	1.531	788
8	Agustus	72.183	93.532	1.212	1629	1.497	2.147
Jumlah		218.657	259.749	4944	5.911	17.753	11.794

Sumber : Perusahaan Daerah Jasa Yasa 2013

Melalui program pengembangan destinasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata Pantai Balekambang terus meningkat dari tahun 2012 ke tahun 2013. Berdasarkan uraian tabel.7 diperoleh data Jumlah Pengunjung ke obyek wisata Pantai Balekambang yang mengalami peningkatan dari tahun 2012 sebanyak 218.657 pengunjung dan tahun 2013 meningkat 259.749 pengunjung.

b. Program Peningkatan Kapasitas Sumberdaya Aparatur

Dengan berpedoman pada dokumen Rencana strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang tahun 2011-2015 maka telah ditetapkan tujuan yaitu meningkatkan pengembangan kemitraan dan sasaran pengembangan pengembangan kemitraan. Berdasarkan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan maka program dan kegiatan yang dilakukan pada tahun 2013 adalah program peningkatan kapasitas sumberdaya aparatur dengan kegiatannya adalah pengembangan sumberdaya manusia dan profesionalisme bidang pariwisata. *Outcome* dari kegiatan adalah meningkatkan kualitas sumberdaya manusia Pegawai Negeri Sipil. *Output* tersedianya Pegawai Negeri yang sudah mengikuti diklat formal. Target Kinerja Capaian Program (Renstra SKPD 2011 s/d Tahun 2015) adalah 24 orang dengan realisasi capaian program dan kegiatan s/d tahun 2013 sebanyak 24 orang dan tingkat capaian realisasi target renstra 100%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program peningkatan kapasitas sumberdaya aparatur di tahun 2013 berjalan dengan baik.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki kewajiban dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat di bidang Kepariwisata. Untuk mengoptimalkan

peningkatan sumberdaya manusia dibidang pariwisata maka, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengikuti pelatihan formal, seperti yang terlihat pada gambar berikut :



Gambar. 16 Kegiatan Seminar Majapahit Travel Fair
Sumber : www.easjavatraveler.com, 2014

Dengan adanya sumberdaya manusia yang terlatih maka dapat meningkatkan kinerja dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. Kegiatan yang dilakukan adalah pendidikan dan pelatihan formal. Salah satu bentuk kegiatan yang telah dilakukan adalah dengan mengikuti kegiatan Seminar MTF (Majapahit Travel Fair) tingkat Provinsi Jawa Timur di Surabaya. Melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan maka kapasitas sumberdaya aparatur bisa terus meningkat.

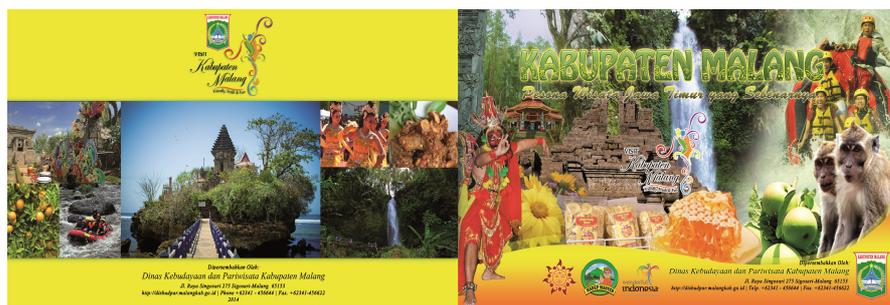
c. Program Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata

Dengan berpedoman pada dokumen Rencana strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang tahun 2011-2015 maka telah ditetapkannya tujuan yaitu meningkatkan pemasaran pariwisata dan sasaran pemasaran pariwisata. Berdasarkan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan maka program dan kegiatan yang dilakukan pada tahun 2013 adalah program peningkatan kapasitas sumberdaya aparatur dengan kegiatannya adalah pengembangan dan pemasaran pariwisata. *Outcome* dari kegiatan adalah meningkatnya informasi wisatawan. *Output* tersedianya buku profil disbupdar. Target Kinerja Capaian Program

(Renstra SKPD 2011 s/d Tahun 2015) adalah 500 buku dengan realisasi capaian program dan kegiatan s/d tahun 2013 sebanyak 500 buku dan tingkat capaian realisasi target renstra 100%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program pengembangan dan pemasaran pariwisata di tahun 2013 berjalan dengan baik dan didukung dengan hasil wawancara dengan ibu Sriyanti Andayani (Kasubag.Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan) :

“semua program harus berjalan karena sebagai dasar untuk pelaksanaan kegiatan walaupun kegiatannya sesekali berubah menyesuaikan dengan bidang masing-masing. Misalkan tahun ini di bidang pemasaran, mereka melaksanakan tata cara usaha jasa wisata programnya tetap namun kegiatannya yang bisa berubah setiap saat” (wawancara dilakukan pada tanggal 27 Mei 2014, jam 10.33 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang)

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa program kegiatan yang ada pada dokumen Rencana Strategis yang pelaksanaannya ada pada dokumen Rencana Kerja sudah berjalan walaupun kegiatannya berubah-ubah. Kendala yang dialami dalam melaksanakan program kegiatan tidak begitu berat. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang baik dalam hal pelaksanaan program kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya. *Output* dari program pengembangan dan pemasaran pariwisata adalah tersedianya buku profil Disbudpar seperti yang terlihat pada gambar berikut :



Gambar. 17 Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang
Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2014

Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang berisi tentang informasi mengenai obyek-obyek wisata yang ada di Kabupaten Malang termasuk obyek wisata Pantai Balekambang. Hal ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran pariwisata. Dengan adanya buku profil pariwisata maka dapat memberikan pedoman bagi wisatawan. Melalui informasi yang diperoleh, akan memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mengetahui obyek-obyek wisata di Kabupaten Malang.

Berdasarkan Rekapitulasi Hasil Evaluasi Pelaksanaan Renja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang Tahun 2013 menunjukkan bahwa semua program dapat berjalan sesuai dengan yang di rencanakan. Program tersebut antara lain program peningkatan kapasitas sumberdaya aparatur, program pengembangan destinasi serta program pengembangan dan pemasaran pariwisata. Adapun salah satu program yaitu program pengembangan destinasi dapat dilihat melalui capaian kinerja dalam pengembangan pariwisata. Selanjutnya untuk mengetahui Pencapaian Kinerja Pengembangan Pariwisata, dapat ditunjukkan pada tabel.8 berikut ini :

Tabel. 9 Pencapaian Kinerja Dalam Pengembangan Pariwisata

No	Indikator	IKU	Target Renstra SKPD				Realisasi Capaian		Proyeksi		Catatan Analisis
			Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	
1.	Meningkatnya efektivitas promosi wisata	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah wisatawan domestik 	2.034.970	2.144.334	2.358.767	2.594.644	100%	100%	100%	100%	Adanya partisipasi aktif dan kerjasama dari pelaku pariwisata dan PEMDA
		<ul style="list-style-type: none"> Jumlah wisatawan mancanegara 	9.318	33.226	49.839	75.874	100%	100%	100%	100%	Sumber dana DAU

Indikator Penilaian :

0% - 59% = Kurang

60%-85% = Cukup

86%-100% = Baik

101% keatas = Baik Sekali

Sumber : Rencana Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, 2013

Untuk mengukur kinerja dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, maka dapat dilihat melalui Pencapaian Kinerja dalam pengembangan Pariwisata, yang meliputi :

1. Indikator : Meningkatnya efektivitas Promosi Wisata
2. Indikator Utama (IKU) :Jumlah wisatawan Domestik dan Mancanegara

Realisasi capaian tahun 2011 dan tahun 2012 adalah 100% dengan proyeksi tahun 2013 dan tahun 2014 100%. Prosentase Pencapaian Kinerja Dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Malang mencapai 100%, apabila dikaitkan dengan indikator penilaian maka Pencapaian Kinerja dalam Pengembangan Pariwisata dikatakan Baik. Dengan catatan analisis jumlah wisatawan domestik yaitu adanya partisipasi aktif dan kerjasama dari pelaku pariwisata dan Pemerintah Daerah (PEMDA) dan catatan analisis jumlah wisatawan mancanegara berasal dari Dana Alokasi Umum (DAU).

3. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang

Dalam melakukan pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang terdapat dukungan (Faktor Pendukung) dan hambatan (Faktor Penghambat) yang dialami oleh Pemerintah. Kendala dan hambatan dapat berasal dari dalam (internal) maupun yang berasal dari luar (eksternal). Adapun faktor pendukung dan penghambat yaitu sebagai berikut :

a. Faktor pendukung

1. Pendukung Internal

Dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang terdapat beberapa faktor Pendukung secara internal, yang merupakan pendukung yang berasal dari dalam organisasi. Faktor Pendukung Internal terdiri dari :

a. Adanya lembaga atau organisasi yang terlibat dalam pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang

Lembaga yang dimaksud antara lain Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki Struktur Organisasi yang jelas. Mulai dari Kepala Dinas, Kelompok Jabatan Fungsional, Sekretaris (Sub Bagian Umum dan Kepegawaian, Sub Bagian Keuangan Sub Bgaian Perencanaan, Evlap), Bidang Kebudayaan, Bidang Usaha Jasa & Sarana Wisata, Bidang Pemasaran Pariwisata, Bidang obyek wisata. Struktur organisasi Dinas Kebudayaan Pariwisata terlihat dengan pembagian masing-masing bidang yang kemudian akan bekerja sesuai dengan Tugas Pokok dan Fungsinya. Selanjutnya lembaga yang berwenang adalah Perusahaan Daerah Jasa Yasa yang merupakan pengelola obyek wisata Pantai Balekambang dan Dinas Bina Marga Kabupaten Malang. Untuk pengelolaan seperti yang dikemukakan oleh Bapak Suryono selaku Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang :

“kalau dari pengelolaanya kami juga belum mendapatkan permasalahan yang serius, kerana obyek wisata pantai Balekambang merupakan wisata alam yaitu sesuatu yang sudah ada tinggal dinikmati saja, tidak seperti wisata buatan. Jadi kami cukup menyiapkan sarana dan prasarana penunjang” (wawancara dilakukan pada tanggal 9 Mei 2014, jam 10.11 di Kanator Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang).

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa pihak Pengelola yaitu Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang tidak mengalami kesulitan dalam pengembangannya, karena Pantai Balekambang merupakan obyek wisata alam. Hal ini dapat menjadi pendukung dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Melalui Perusahaan Daerah Jasa Yasa memberikan dukungan sarana dan prasarana untuk kegiatan pengembangan. Dengan adanya kelembagaan atau organisasi yang terlibat yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang dan Perusahaan Daerah Jasa Yasa maka, dapat memberikan kemudahan dalam melakukan pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

b. Memiliki Program Pengembangan Pariwisata

Institusi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki Program yang berkaitan dengan Pengembangan pariwisata. Secara khususnya untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Terdapat beberapa program seperti yang tertuang dalam Renja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2013. Program-program tersebut terdiri dari :

1. Program : Pengembangan Destinasi
Kegiatan : Pengembangan Jenis dan Paket Wisata Unggulan
(Sendang Biru, Balekambang, Gunung Kawi dan Karo Tengger)
2. Program : Peningkatan Kapasitas Sumberdaya Aparatur
Kegiatan : Pendidikan dan Pelatihan Formal

3. Program : Pengembangan Pemasaran Pariwisata
Kegiatan : Pengadaan Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Program peningkatan kapasitas sumberdaya aparatur dilakukan melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan formal. Program tersebut bertujuan untuk peningkatan kapasitas sumberdaya manusia agar bisa memperoleh pengetahuan dalam pengelolaan pariwisata. Selanjutnya adalah program pengembangan destinasi. Kegiatannya adalah pengembangan jenis dan paket wisata unggulan termasuk obyek wisata Pantai Balekambang. Untuk program pengembangan dan pemasaran pariwisata kegiatan yang dilakukan adalah melalui pengadaan Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

2. Pendukung Eksternal

Dalam mengembangkan pariwisata terdapat beberapa faktor pendukung secara eksternal dalam pengembangannya. Oleh karena itu, yang dimaksud dengan faktor pendukung eksternal adalah kondisi dari lingkungan yang berasal dari luar Organisasi. Faktor Pendukung Eksternal terdiri dari :

a. Obyek Wisata Pantai Balekambang memiliki Karakteristik alam dan Budaya

Dapat dilihat dari karakteristik alami yang ada di Pantai Wisata Balekambang. Terdapat tiga pulau yang terpisah yaitu pulau Anoman, pulau Wisanggeni dan dimana salah satunya terdapat bangunan pura Artamadjadi yang dihubungkan dengan jembatan, pulau tersebut disebut dengan pulau Ismoyo. Sering dilaksanakan upacara Labuhan yang merupakan tradisi masyarakat Desa

Srignonco dan upacara Jalanidhipuja atau ritual keagamaan untuk pemeluk agama Hindu. hal ini akan memberikan nilai tambah sebagai pendukung dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

b. Partisipasi Masyarakat sangat Tinggi

Masyarakat merupakan sasaran dari pembangunan. Partisipasi masyarakat dapat dilihat melalui suatu kegiatan yang dilakukan. Bentuk partisipasi Masyarakat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang sangat tinggi. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Bapak Hernawan selaku Kepala Desa Srignonco pada tanggal 29 Mei 2014 :

“masyarakat Desa Srignonco sangat antusias dalam upacara Larung, semua masyarakat Desa terlibat menjadi panitia kegiatan mulai dari acara selamatan desa sampai pada upacara Labuan (upacara pemberian sesaji)”(wawancara dilakukan pada tanggal 29 Mei 2014 jam 11.10 di Obyek Wisata Pantai Balekambang)

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Srignonco sangat berupaya dalam menjaga dan mempertahankan tradisi Budaya melalui upacara Labuhan. Masyarakat Desa Srignonco memberi dukungan terhadap berlangsungnya Upacara Labuhan dengan menjadi keterlibatan menjadi panitia mulai dari upacara selamatan desa sampai pada upacara Labuhan. Selain sumberdaya manusia Dinas Kebudayaan dan Pariwisata perlu untuk dipersiapkan untuk mengembangkan Pantai Balekambang, keterlibatan masyarakat juga sangat penting untuk membantu pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

c. Kerjasama yang terjalin dengan Pihak Swasta

Dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang Pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang maupun Perusahaan Daerah

Jasa Yasa Kabupaten Malang, telah melakukan kerjasama dengan Pihak Swasta. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya oleh Bapak Suryono selaku Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa bahwa bentuk kerjasama yaitu kerjasama jangka panjang dengan perusahaan Aquase, Decofresh dan Telkomsel untuk jaringan komunikasi. Tujuan dari kerjasama yang dilakukan adalah untuk memelihara sarana dan prasarana yang ada di Pantai Balekambang dan juga sekaligus mempromosikan obyek wisata Pantai Balekambang.

d. Menjadi Kota Tujuan Pariwisata

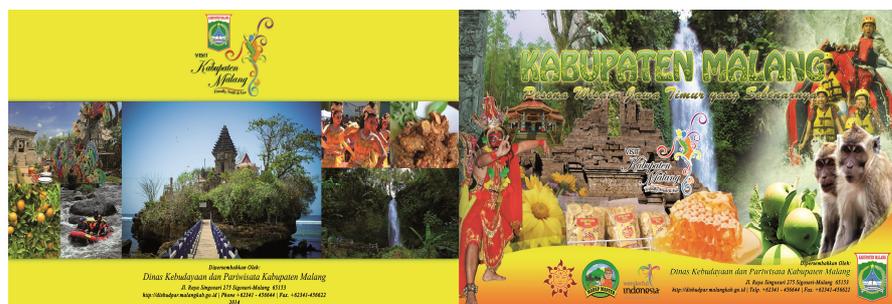
Kabupaten Malang merupakan salah satu kota tujuan pariwisata. Hal ini diperkuat dengan jumlah kunjungan obyek wisata Pantai Balekambang yang mengalami peningkatan selama dua tahun terakhir 2012-2013. Dapat ditunjukkan dengan data Jumlah Pengunjung ke obyek wisata Pantai Balekambang yang mengalami peningkatan dari tahun 2012 sebanyak 218.657 pengunjung dan tahun 2013 meningkat 259.749 pengunjung, seperti yang sudah tertera pada sebagai berikut :

Tabel. 10 Jumlah Pengunjung Unit-unit Usaha Perusahaan Daerah Jasa Yasa Bulan Januari – Agustus Tahun 2012-2013

No	Bulan	Pantai Balekambang		Pantai Ngliyep		Pemandian Dewisri	
		2012	2013	2012	2013	2012	2013
1	Januari	42.266	54.089	674	1.248	2.270	1.371
2	Februari	11.273	11.486	605	504	1.781	803
3	Maret	11.821	19.889	448	543	2.228	1.765
4	April	18.047	14.542	621	443	2.850	1.455
5	Mei	19.598	24.115	529	541	3.051	1.755
6	Juni	19.878	28.388	488	584	2.545	1.710
7	Juli	23.591	13.708	367	419	1.531	788
8	Agustus	72.183	93.532	1.212	1629	1.497	2.147
Jumlah		218.657	259.749	4944	5.911	17.753	11.794

Sumber : Perusahaan Daerah Jasa Yasa 2013

Berdasarkan uraian tabel.8 dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung di obyek wisata terus mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa obyek wisata Pantai Balekambang merupakan potensi yang dapat dijadikan sebagai pendukung menjadi Kota tujuan Pariwisata. Kemudian penyediaan brosur maupun buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang yang didalamnya menjelaskan berbagai macam potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Malang secara umumnya.



Gambar. 18 Buku Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang
Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2014

b. Faktor penghambat

Dalam mengembangkan pariwisata khususnya obyek wisata Pantai Balekambang, masih terdapat kendala-kendala yang dihadapi. Dengan mendeskripsikan hambatan yang dihadapi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, kemudian akan digunakan sebagai acuan dan gambaran untuk perumusan strategi. Beberapa kendala yang dihadapi adalah :

1. Penghambat Internal

a. Keterbatasan Dana Untuk Pelaksanaan Kegiatan

Upaya dalam pengembangan pariwisata khususnya obyek wisata Pantai Balekambang terdapat beberapa hambatan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Kabupaten Malang, seperti yang dikemukakan oleh Ibu Lani Masruro (Kepala Bidang Obyek Wisata) :

“kendala dalam pengembangan obyek wisata Balekambang ya masih terbatasnya dana. Namanya juga pengembangan apalagi kami juga memiliki kegiatan khusus untuk pengembangan. Dan untuk melaksanakan kegiatan tersebut kami membutuhkan dana misalkan untuk pengadaan sarana dan prasarana. Apalagi bukan cuma obyek wisata pantai Balekambang saja yang kami kembangkan tetapi masih obyek wisata lain juga perlu kami kembangkan yang merupakan tanggung jawab kami” (wawancara dilakukan pada tanggal 5 Mei 2014, jam 11.12 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang).

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa untuk pelaksanaan kegiatan masih terkendala dengan biaya. Hal ini dikarena masih banyak obyek wisata lain yang perlu dikembangkan dan masih membutuhkan perhatian, bukan hanya obyek wisata Pantai Balekambang saja. Upaya pengembangan Pantai Balekambang terkendala karena kurangnya anggaran, sehingga tidak semua kegiatan pengembangan dapat dilakukan dengan baik termasuk dalam penyediaan sarana dan prasarana. Hal ini juga didukung dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Bapak Suryono (Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa Yasa):

“saat ini kami juga masih berupaya agar di balekambang juga ada penyediaan air bersih dan penambahan penginapan fasilitas penginapan mba. Tapi karena anggaran kami sangat terbatas jadi kami belum bisa menyelesaikannya karena anggarannya sangat terbatas” (wawancara dilakukan pada tanggal 5 Mei 2014 jam 13.00 di kantor Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang).

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa di obyek wisata Pantai Balekambang belum tersedianya air bersih dan masih terus diupayakan oleh Perusahaan Daerah Jasa Yasa. Karena minimnya anggaran jadi upaya yang dilakukan belum bisa terwujud. Dengan demikian penyediaan sarana dan

prasarana di obyek wisata Pantai Balekambang belum maksimal Adapun kendala lain yang dialami oleh Desa Srigonco yang berkaitan dengan pengembangan budaya upacara labuhan dan sarana dan prasarana seperti yang dikemukakan oleh Bapak Hernawan selaku Kepala Desa Srigonco :

“kendala yang dialami yaitu pembiayaan jadi istilahnya disuatu sisi belum ada kesinambungan biaya dari pemerintah, kita kemarin kepingin budaya larung (upacara labuhan) ini menjadi aset yang bisa dikembangkan oleh Dinas Pariwisata, tapi ya itu biayanya tidak mencukup kemudian untuk sarana dan prasarana “awalnya kita sudah ajukan untuk pengembangan sarana dan prasarana Balekambang salah satunya *flying fox*, kafe kan gitu, namun belum terealisasi semuanya mba. Mungkin Pemerintah belum memprioritaskan untuk penambahan” (wawancara dilakukan pada tanggal 29 Mei 2014, jam 11.10 di obyek wisata Pantai Balekambang).

Dapat disimpulkan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat diketahui kendala yang dialami dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang adalah masih terbatasnya anggaran. Oleh karena itu tradisi budaya Labuhan belum bisa dikembangkan untuk menjadi aset budaya yang bisa diketahui oleh masyarakat. Selain pengembangan aset budaya, sarana dan prasarana merupakan penyeimbang dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang masih membutuhkan tambahan seperti *Flying Fox*, dan Kafe. Namun belum terealisasi karena Pemerintah masih mempertimbangkan dengan kebutuhan yang lebih prioritas.

Selain *flying fox*, dan kafe, obyek wisata Pantai Balekambang membutuhkan penyediaan jalan, jembatan maupun drainase juga masih terdapat hambatan. Salah satu hambatan yang dialami oleh Dinas Bina Marga yang

dialami oleh Dinas Bina Marga seperti yang dikemukakan oleh Ibu Farid Habibah (Kepala Seksi Perencanaan dan Leger) :

“kondisi yang kecil hanya bisa dilalui oleh kendaraan kecil saja. Untuk pelebaran ruas jalan kami membutuhkan konsultan. Namun biaya yang dibutuhkan juga sangat besar mba, kalau untuk pembangunan drainase sampai saat ini belum diutamakan, otomatis air mengalir ke jalan, padahal musuh utama aspal adalah air, hal ini yang menyebabkan kondisi jalan rusak” (wawancara dilakukan pada tanggal 2 juni 2014 jam 09.00 di Kantor Dinas Bina Marga Kabupaten Malang).

Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil dokumentasi peneliti pada tanggal 29 Mei 2014 mengenai kondisi jalan menuju obyek wisata pantai Balekambang dari arah PDAM Unit Bantur menuju obyek wisata Pantai Balekambang adalah sebagai berikut :



Gambar.19 Kondisi Jalan Rusak
Sumber : dokumentasi peneliti, 2014

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat diketahui bahwa penyediaan infrastruktur jalan menuju obyek wisata Pantai Balekambang, masih terdapat hambatan yaitu belum di prioritaskan untuk pembangunan drainase dan jalan untuk menyewa konsultan membutuhkan biaya yang besar. Dengan adanya hambatan tersebut maka menyebabkan kondisi jalan yang rusak. Apabila kondisi jalan menuju obyek wisata Pantai Balekambang rusak dan sempit maka akan menciptakan ketidaknyamanan bagi para wisatawan.

b. Sulit untuk Mensinergikan Program antar Lembaga

Program pengembangan pariwisata yang sudah tertera pada dokumen Rencana Kerja dapat membantu untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Untuk mengaplikasikan programnya peran dari Perusahaan Daerah Jasa Yasa selaku pengelola juga dibutuhkan. Namun dalam perjalanannya masih ada hambatan dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang seperti yang telah dikemukakan oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Ibu Lani Masruro (Kepala Bidang Obyek Wisata) :

“kendala yang kami rasakan yaitu Dinas Pariwisata sulit untuk mensinergikan antara program yang ada di Dinas Pariwisata dengan program yang ada di Jasa Yasa, misalkan di tahun 2013 kami prioritaskan untuk pengembangan sarana prasarana di obyek wisata Pantai Balekambang, belum tentu Jasa Yasa juga menyetujuinya dan mempunyai prioritas yang sama mba” (wawancara dilakukan pada tanggal 5 Mei 2014, jam 11.12 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang).

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa yang menjadi salah satu penghambat terutama dalam hal koordinasi antar Lembaga. Karena memiliki kepentingan yang berbeda. Padahal dengan adanya komunikasi yang baik, dapat menghasilkan suatu kesepakatan bersama terhadap strategi yang akan digunakan untuk Pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

2. Penghambat Eksternal

a. Status Kepemilikan Lahan Belum Pasti

Status Kepemilikan lahan obyek wisata pantai Balekambang belum sepenuhnya milik Pemerintah. Hal ini menjadi salah satu penghambat untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang dan di dukung dengan hasil

wawancara dengan Bapak Suryono selaku Kepala Bidang Perusahaan Daerah Jasa

Yasa :

“kendala menurut kami karena belum ada status pasti mengenai kepemilikan lahan. Jadi disana itu masih terbengkalai dengan perhutani. Statusnya belum pasti jadi kami belum berani untuk menggandeng investor untuk bangun hotel, kafe, di sekitar pantai wisata Balekambang, karena status kepemilikan lahan belum sepenuhnya milik Perusahaan Daerah Jasa Yasa. Sejauh ini masih diproses mengenai status kepemilikan lahan yang pasti” (wawancara dilakukan pada tanggal 9 Mei 2014, jam 09.17 di kantor Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang).

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa status lahan di obyek wisata Pantai Balekambang masih belum diberikan sepenuhnya kepada Perusahaan Daerah Jasa Yasa. Masyarakat Perhutani masih merasa bahwa tanah di sekitar kawasan obyek wisata Pantai Balekambang merupakan tanah milik mereka. Oleh karena itu Pembangunan sarana dan prasarana masih terhambat. Dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan obyek wisata pantai Balekambang masih ditemukan hambatan baik yang berasal dari dalam maupun yang berasal dari luar. Oleh karena itu pemerintah perlu tetap memperhatikan dan meminimalisir hambatan-hambatan tersebut agar tidak menjadi masalah serius di masa depan.

C. Analisis Data

1. Perencanaan Strategi pengembangan Obyek Wisata Pantai

Balekambang :

a. Memprakarsai dan Menyepakati Proses Perencanaan Strategis;

Tujuan langkah pertama adalah menegosiasikan kesepakatan dengan orang-orang penting (*decision makers*) atau pembentuk opini (*opinion leaders*) internal (dan mungkin eksternal) tentang seluruh upaya perencanaan strategis dan langkah perencanaan yang terpenting, salah satu tugas pemrakarsa adalah menetapkan secara tepat siapa saja yang tergolong orang-orang penting pembuat keputusan (Bryson, 2005:56). Orang penting pembuat keputusan dalam upaya pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang antara lain Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang, masyarakat Desa Srigonco dan pihak swasta.

Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dibentuk berdasarkan PERDA (Peraturan Daerah) No.11 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. Dalam pembangunan kepariwisataan Dinas kebudayaan dan pariwisata berperan penting sebagai penyelenggara pembangunan kepariwisataan yang terintegrasi dalam pembangunan daerah. Menurut UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan Pemerintah Daerah. Melakukan kegiatan pariwisata merupakan keinginan dari setiap orang untuk sejenak menghilangkan kepenatan

dari aktivitas rutin. Wisata alam merupakan pilihan yang tepat untuk dinikmati. Sumberdaya pariwisata alam yang dikembangkan oleh Pemerintah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang adalah obyek wisata Pantai Balekambang. Keindahan alam dan Upacara rutin yaitu ritual Kegamaan Hindu Jalanidhipuja dan Upacara tradisional Labuhan yang sering dilakukan di Pantai Balekambang menciptakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Adapun upaya yang dilakukan oleh Pemerintah dalam mempertahankan dan mengembangkan obyek wisata pantai Balekambang yang meliputi :

1. Mengoptimalkan Obyek dan Daya Tarik Wisata

Pogram Pengembangan Destinasi Pariwisata yang terdapat dalam dokumen Rencana strategis tahun 2011-2015 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang bertujuan untuk pengembangan obyek dan daya tarik pariwisata. Hal ini didukung dengan UU No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan menjelaskan bahwa daya tarik wisata merupakan 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. Keindahan alam yang dapat dinikmati di obyek wisata Balekambang yaitu berupa pasir putih, 3 pulau yaitu pulau Anoman, Pulau Wisanggeni dan Pulau Ismoyo yang salah satunya terdapat pura dengan akses yang bisa dilalui melalui jembatan. Nilai budaya yang tersimpan di obyek wisata Pantai Balekambang yaitu Upacara Larung Sesaji dan Upacara Jalanidhipuja untuk umat yang beragama Hindu. Daya tarik dan tradisi budaya yang kental merupakan suatu modal yang dapat dibangun untuk pengembangan pariwisata

kearah yang lebih baik. Unsur yang menjadi tolak ukur timbulnya daya tarik wisata berasal dari potensi yang dimiliki oleh obyek wisata. Seperti yang dikatakan oleh Yoeti (1990:164) yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata, harus memenuhi tiga persyaratan :

1. Daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai "*something to see*". Artinya, tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh orang lain. Dengan perkataan lain daerah tersebut harus mempunyai daya tarik yang khusus, disamping itu ia harus mempunyai pula atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai "*entertainments*" bila orang datang ke sana;
2. Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah "*something to do*". Artinya di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau amusements yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama di tempat itu;
3. Di daerah tersebut mempunyai "*something to buy*" untuk memenuhi kebutuhan wisatawan untuk berbelanja souvenir.

Dari pengertian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa, obyek wisata Pantai Balekambang telah memiliki sesuatu yang disebut sebagai "*something to see*" yaitu berupa keindahan pulau Ismoyo dan karakteristik alami seperti pasir putih. Adapun tradisi budaya Labuhan dan ritual kegamaan Hindu Jalanidhipuja yang sering dilaksanakan. Kemudian yang disebut sebagai "*something to do*" yaitu penyediaan sarana dan prasarana yang cukup memadai. Selanjutnya adalah "*something to buy*" yaitu sesuatu yang dapat di beli. Di obyek wisata pantai Balekambang dapat membawa kenang-kenangan yang menandakan bahwa sudah pernah mengunjunginya. Souvenir dan pernak-pernik ciri khas pantai Balekambang dapat di peroleh melalui pedagang yang khusus berjualan

cinderamata. Oleh karena itu dengan meoptimalkan obyek dan daya tarik wisata merupakan salah satu penudkung dalam pengembangan pariwisata.

2. Peningkatan Sumberdaya Manusia

Sumberdaya Manusia diakui sebagai salah satu komponen vital dalam pembangunan pariwisata. Hampir setiap tahap elemen pariwisata memerlukan sumberdaya manusia untuk menggerakkannya (Pitana dan Diatra, 2009:72). Dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang, upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam peningkatan sumberdaya manusia adalah dengan mengirimkan pegawai untuk mengikuti pameran pariwisata. Adapun kegiatan yang telah dilakukan adalah dengan mengikuti seminar MTF (Majapahit Travel Fair) tingkat Provinsi Jawa Timur yang diselenggarakan di Surabaya. Dalam hal ini yang sumberdaya manusia sangat bermanfaat sebagai penggerak di bidang pelayanan maupun dibidang usaha dan jasa. Tujuan pembinaan sumberdaya manusia adalah meningkatkan kinerja organisasinya.

Melalui kegiatan pelatihan yang diikuti maka semakin banyak pengetahuan yang dimiliki dalam pengembangan pariwisata termasuk dalam pengembangan obyek wisata pantai Balekambang. Dengan adanya sumberdaya manusia yang terlatih maka, suatu Organisasi mampu menghadapi dan membaca situasi perubahan lingkungan baik dari segi Ekonomi, Politik maupun Teknologi sehingga selalu siap dalam menjawab tantangan dari perubahan lingkungan. Upaya Peningkatan sumberdaya Manusia melalui Program Peningkatan kapasitas sumberdaya aparatur yang telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

perlu untuk tetap dipertahankan sehingga pelayanan di bidang kepariwisataan dapat tercapai sesuai dengan yang telah direncanakan.

3. Penyediaan Sarana dan Prasarana

Dengan adanya penyediaan sarana dan prasarana yang baik, maka akan mendukung pengembangan pariwisata . Menurut Yoeti (1985:12-14) membagi sarana prasarana pariwisata kedalam tiga kelompok yaitu sarana pokok pariwisata, sarana perlengkapan pariwisata dan sarana pengunjung pariwisata. Sarana dan prasarana yang disediakan oleh Pemerintah di obyek wisata Pantai Balekambang sudah optimal untuk menunjang kepariwisataan. Beberapa sarana pokok yang ada di obyek wisata Pantai Balekambang antara lain hotel, posko informasi, warung makan, toilet infrastruktur dan jalan. Selain itu, ada pula sarana perlengkapan pariwisata yang fungsinya dapat melengkapi sarana pokok kepariwisataan terdiri dari *flying fox* dan tempat karaoke. Kemudian ada juga sarana pengunjung wisata yang fungsinya adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan uangnya atau membelajakan di tempat yang dikunjunginya. Di obyek wisata pantai Balekambang sudah terdapat toko-toko yang menjual souvenir khas dari obyek wisata Balekambang seperti souvenir yang terbuat dari kerang.

Penyediaan sarana pokok di obyek wisata pantai Balekambang khususnya untuk infrastruktur jalan masih memerlukan perbaikan. Oleh karena itu, penyediaan infrastruktur jalan belum mampu untuk mendukung pengembangan pariwisata. Dengan demikian perbaikan kualitas infrastruktur jalan perlu dilakukan untuk mendukung upaya pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

4. Pemasaran/promosi

Pemasaran dan promosi pariwisata merupakan upaya dalam pengembangan Pariwisata. Pemasaran/promosi dapat dilakukan dengan menjual sesuatu yang sudah dimiliki yaitu potensi obyek wisata Pantai Balekambang. Dengan demikian dapat diperoleh suatu keuntungan yang bersifat positif. Oleh karena itu adapun beberapa tujuan dari pengembangan pariwisata menurut Yoeti (1997:35) adalah :

1. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan Negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri sampingan lainnya.
2. Memperkenalkan dan mendayagunakan kehidupan alam dan kebudayaan Indonesia.
3. Meningkatkan persaudaraan/persahabatan nasional dan internasional

Dari tujuan Pengembangan pariwisata dapat diambil kesimpulan bahwa (1) potensi obyek wisata pantai Balekambang berpengaruh dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Srigonco. Kenyataan dilapangan menunjukkan bahwa sebagian besar yang menjual souvenir maupun warung makanan merupakan masyarakat Desa Srigonco. Selain itu, hasil kebun seperti salak dan pisang juga dijual disekitar pantai Balekambang. Hal ini memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Srigonco dalam penyediaan lapangan pekerjaan. (2) Memperkenalkan alam dan budaya Indonesia. Hal ini memiliki kaitannya dengan upaya untuk melakukan promosi. Namun pada kenyataannya, wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata pantai Balekambang lebih cenderung wisatawan domestik (wisatawan dalam negeri) sedangkan kunjungan wisatawan mancanegara (berasal dari luar negeri) masih sangat sedikit. Oleh karena itu

promosi/pemasaran yang telah dilakukan Pemerintah belum mampu untuk mendukung pengembangan pariwisata. Kenyataan tersebut menunjukkan bahwa usaha dalam melakukan kegiatan promosi masih perlu untuk lebih ditingkatkan lagi.

Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh samsuridjal (1997:65) “keberhasilan pengembangan pariwisata Indonesia lebih sering dikaitkan dengan jumlah kunjungan wisatawan asing”. Oleh karena itu kunjungan wisatawan asing perlu dilakukan dengan meningkatkan koordinasi program atau kegiatan pemasaran/promosi antar lembaga Pemerintah maupun swasta untuk memaksimalkan pemasaran/promosi. Dengan adanya koordinasi antar lembaga maka pemasaran/promosi dapat berjalan dengan baik. Tujuannya adalah keindahan pantai wisata Balekambang serta tradisi budayanya bisa dikenal oleh seluruh wisatawan baik yang di dalam negeri maupun dari luar negeri. Dengan demikian tujuan pengembangan kepariwisataan yang ke (3) yaitu meningkatkan persahabatan nasional/internasional dapat terwujud.

5. Peran serta Masyarakat

Dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang Pemerintah juga memerlukan peran dari masyarakat dalam suatu pembangunan. Menurut UU No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 5 huruf e menjelaskan bahwa “masyarakat setempat adalah masyarakat yang bertempat tinggal di dalam wilayah destinasi pariwisata dan diprioritaskan untuk mendapatkan manfaat dari penyelenggaraan kegiatan pariwisata di tempat tersebut”. Masyarakat yang dimaksudkan adalah masyarakat adat yang turut menjaga kelestarian budaya.

Peran masyarakat merupakan keterlibatan masyarakat dalam suatu kegiatan. Upaya yang telah dilakukan masyarakat setempat (Desa Srigonco) adalah dalam mempertahankan tradisi budaya Labuhan dengan upacara larung sesaji. Kegiatan yang dilakukan yaitu mulai malam 1 Suro, masyarakat mengadakan selamatan adat dan kemudian keesokan harinya berlangsungnya Upacara Larung Sesaji yang bertujuan untuk mensyukuri kepada Tuhan karena masih diberi kenikmatan untuk hidup nyaman tenang dan sejahtera. Kemudian adanya upacara Hindu yaitu Jalanidhipuja yang diselenggarakan oleh umat PHD (Persatuan Hindu Dharma Indonesia) yang berpusat di Malang dan berlangsung selama 3 sampai 4 hari. Umat Hindu melakukan ritual keagamaan di Pura Artamadjati yang ada di Pulau Ismoyo.

Keterlibatan masyarakat desa Srigonco dalam pengembangan tradisi budaya merupakan salah satu upaya dalam mewujudkan pembangunan. Sesuai dengan pendapat Siagian (2009:151) “dominannya pembangunan dan fungsi pemerintah dalam keseluruhan kegiatan penyelenggaraan pembangunan nasional, maka pembangunan administrasi mutlak perlu dilakukan”. Kegiatan pembangunan tidak hanya diselenggarakan oleh pemerintah saja tetapi masyarakat juga harus turut serta sehingga proses pembangunan dapat berjalan sesuai harapan. Masyarakat merupakan sasaran dari setiap kegiatan pembangunan termasuk dalam pembangunan pariwisata. Oleh karena itu keterlibatan masyarakat Desa Srigonco dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang perlu untuk tetap dipertahankan sehingga proses pembangunan dapat berjalan sesuai dengan harapan.

6. Kerjasama Pihak Swasta

Dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang Pemerintah juga mengikutsertakan keterlibatan pihak swasta. Sesuai dengan UU Kepariwisata No.10 pasal 7 huruf d menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan meliputi kelembagaan kepariwisataan. Dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan kelembagaan kepariwisataan, antara lain pengembangan organisasi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, dan masyarakat, pengembangan sumber daya manusia, regulasi, serta mekanisme operasional di bidang kepariwisataan. Kerjasama antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa Yasa merupakan bagian dari kelembagaan kepariwisataan.

Kerjasama untuk pengembangan obyek wisata pantai Balekambang yang terjalin antara pemerintah dan swasta telah berjalan dengan baik. Kerjasama jangka panjang dengan Perusahaan air mineral Aquase dan perusahaan cat Decofresh dapat memberikan dampak positif sekaligus dapat memberikan keuntungan jangka panjang. Tujuan dari kerjasama yang dilakukan adalah untuk pemeliharaan sarana prasarana.

Kenyamanan bagi wisatawan merupakan hal utama yang perlu untuk diciptakan. Dengan adanya kelembagaan kepariwisataan, semua aktor yang terlibat baik Pemerintah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang dan Perusahaan Daerah Jasa Yasa, pihak swasta maupun masyarakat Desa Srigonco dapat memainkan perannya masing-masing untuk mendukung pengembangan sektor kepariwisataan di Kabupaten Malang khususnya Obyek

wisata pantai Balekambang. Oleh karena itu keikutsertaan pihak swasta perlu untuk tetap dipertahankan agar pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang bisa lebih optimal.

b. Memperjelas Mandat Organisasi;

Menurut Bryson (2007:56) “mandat merupakan keharusan yang dihadapi organisasi”. Setiap organisasi diberikan mandat agar memperjelas keberadaannya. Melalui Visi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang yang tertuang dalam Renstra 2011-2015 yaitu “Terwujudnya Kepariwisata Kabupaten Malang yang Berbasis Masyarakat”. Untuk mewujudkan Visi yang telah ditetapkan memiliki maksud yaitu berdasarkan pada permintaan masyarakat. Oleh karena itu lembaga yang berwenang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata harus bekerja sesuai dengan Tugas Pokok dan Fungsinya. Salah satunya adalah dengan memberikan standar pelayanan minimal kepada Masyarakat khususnya dalam Bidang Kebudayaan dan Pariwisata.

Dengan memberikan Pelayanan kepada masyarakat di bidang kebudayaan dan pariwisata merupakan bagian dari upaya Pemerintah dalam mewujudkan pelayanan publik . Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Hakim (2011:22) administrasi publik dilihat sebagai *administration by public* atau administrasi oleh publik. Hal ini merupakan suatu konsep yang berorientasi kepada pemberdayaan masyarakat, lebih mengutamakan kemandirian dan kemampuan masyarakat karena Pemerintah memberi kesempatan untuk itu. Melalui pelayanan yang diberikan kepada masyarakat bertujuan agar pemberdayaan masyarakat dapat terwujud. Berdasarkan visi yang telah ditetapkan, maka Pemerintah melalui Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk bisa memanfaatkan potensi Pariwisata sehingga kehidupan masyarakat lebih mandiri dan tidak tergantung kepada Pemerintah.

Hal ini sejalan dengan salah satu fungsi pengembangan pariwisata seperti yang dikemukakan Joyosuharso dalam Soebagyo (2012:154) yaitu menggalakkan ekonomi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa melalui pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang telah memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Srignonco dalam peningkatan perekonomian melalui penyediaan lapangan pekerjaan. Dengan demikian masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri tanpa harus bergantung pada Pemerintah.

c. Memperjelas Misi dan Nilai-nilai Organisasi;

Misi merupakan capaian dari suatu kegiatan dan membutuhkan langkah-langkah untuk mencapainya. Menurut Bryson (2007:57) bagi Perusahaan atau Lembaga Pemerintah atau bagi Organisasi Nirlaba, hal ini berarti organisasi harus berusaha memenuhi kebutuhan sosial dan politik yang dapat diidentifikasi. Berdasarkan salah satu Misi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang Dalam Rencana Strategis tahun 2011-2015 adalah meningkatkan peran serta Masyarakat. Dalam pemenuhan Kebutuhan sosial yang menjadi sasaran utama adalah masyarakat. Hal ini berkaitan dengan dampak pengembangan pariwisata. Seperti yang dikemukakan Pizam dan Milman yang dikutip oleh Pitana dan Gayatri dalam Christin (2011,online) salah satunya adalah dampak terhadap Sosial Budaya. Klasifikasi dampak pariwisata terhadap sosial-budaya diantaranya adalah , dampak terhadap mata pencaharian (perubahan pekerjaan,

distribusi pekerjaan), dampak terhadap aspek budaya (tradisi, keagamaan, bahasa), dan dampak terhadap modifikasi pola konsumsi (infrastruktur, komoditas).

Dampak yang dirasakan masyarakat Desa srigonco berkaitan dengan mata pencaharian yaitu dengan adanya pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang, dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Usaha kecil-kecilan yang dibangun oleh masyarakat secara tidak langsung memberikan keuntungan. Dampak terhadap aspek budaya yaitu akan lebih banyak wisatawan yang mulai mengenal upacara labuhan/arung sesaji dan upacara keagamaan Hindu Jalanidhipuja. Selanjutnya adalah dampak terhadap modifikasi pola konsumsi, dampak ini lebih cenderung kearah negatif karena kondisi akses jalan menuju obyek wisata pantai Balekambang, masih mengalami kerusakan. Ketiga dampak inilah yang dirasa paling berkaitan dengan pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.

d. Menilai Lingkungan Eksternal;

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh David (2006:13) yang menyatakan bahwa peluang dan ancaman eksternal mengacu pada ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, pemerintahan, hukum serta tren kompetisi dan kejadian yang secara signifikan dapat membahayakan organisasi di masa depan. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Pemerintah dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang adalah, memiliki karakteristik alam dan budaya, partisipasi masyarakat yang sangat tinggi, kerjasama dengan pihak swasta, menjadi kota tujuan Pariwisata. Adapun ancaman yang dialami oleh Pemerintah

dalam Pengembangan Obyek Wisata Balekambang yaitu status kepemilikan lahan yang belum pasti.

Berdasarkan identifikasi peluang dan ancaman maka memerlukan suatu upaya penanganan dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman. Oleh karena itu membutuhkan suatu Perencanaan yang tepat. Perencanaan memiliki kaitan dengan Administrasi Pembangunan yaitu dalam mengambil suatu strategi atau tindakan.. Menurut Siagian (2005:78) Administrasi Pembangunan adalah suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana, yang dilakukan secara sadar oleh suatu Bangsa, Negara dan Pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation-building*). Usaha yang dapat dilakukan adalah melalui suatu kebijakan atau keputusan untuk mengatasi permasalahan. Melalui Administrasi Pembangunan, dapat diperoleh rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan dari identifikasi penilaian lingkungan eksternal yang telah dilakukan sebelumnya.

e. Menilai Lingkungan Internal

Lingkungan Internal merupakan faktor yang berasal dari dalam organisasi. Menurut Bryson (2007:63) “faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang berasal dari dalam Organisasi Publik atau Organisasi Pemerintahan”. Tugas Pemerintah yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang maupun Perusahaan Daerah Jasa Yasa berkaitan dengan pelayanan kepada masyarakat. Hal ini didukung dengan pendapat yang dikemukakan oleh Henry dalam Pasolong (2001:8) bahwa Administrasi Publik adalah suatu kombinasi yang kompleks antara teori dan praktik, dengan tujuan mempromosi pemahaman terhadap

Pemerintah dalam hubungannya dengan masyarakat yang diperintah, dan juga mendorong kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan sosial.

Oleh karena itu, identifikasi dari kekuatan dan kelemahan perlu untuk dilakukan. Adapun kekuatan dari organisasi antara lain adanya lembaga atau organisasi yang terlibat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang dan adanya program-program untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Selain itu ada juga yang termasuk dalam kelemahan organisasi antara yaitu terbatasnya dana untuk pelaksanaan Program, sulit untuk mensinergikan program antar lembaga, kurangnya Sarana dan Prasarana. Berdasarkan identifikasi lingkungan internal organisasi maka, dapat memberikan gambaran bagi Pemerintah mengenai kekuatan yang harus ditingkatkan dan kelemahan yang perlu diatasi. Sehingga kebijakan yang dihasilkan dapat memperbaiki kinerja dari suatu Lembaga atau Organisasi.

2. Sinkronisasi antara Rencana Strategis (RENSTRA) dan Rencana Kerja (RENJA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang;

Sesuai dengan PERMENDAGRI No. 54 Tahun 2010 tentang Tahapan, Tata cara Penyusunan, Pengendalian, dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan Daerah menjelaskan bahwa Rencana Strategis SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) adalah dokumen Perencanaan SKPD untuk periode 5 (lima) tahunan. Dokumen Rencana Strategis Dinas Kebudayaan Pariwisata tahun 2011-2015 berisi tentang upaya dalam mewujudkan Pembangunan selama 5 tahun

Kedepan. Dalam rangka mewujudkan pembangunan berdasarkan Visi dan Misi yang telah ditetapkan maka, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang membuat Rencana Kerja yang merupakan dokumen perencanaan tahunan yang membuat program atau kegiatan yang diperlukan untuk mencapai sasaran pembangunan, dalam bentuk kerangka regulasi dan kerangka anggaran. Untuk mewujudkan pembangunan yang berpedoman pada dokumen Rencana Kerja tahun 2013 maka diperlukan suatu strategi yang tepat.

Dalam proses manajemen strategi seperti yang dikemukakan oleh Dirgantoro (2007:13) salah satunya adalah implementasi strategi yaitu “tahap dimana strategi yang diformulasikan kemudian diimplementasikan”. Pada tahap implementasi didasarkan pada formulasi Rencana Strategis tahun 2011-2015 dan Rencana Kerja tahun 2013 maka ditetapkan program/kegiatan yang akan dilaksanakan. Dari program/kegiatan yang telah ditetapkan untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang apabila dilihat dari target kegiatan serta capaiannya sudah berjalan dengan baik dan memiliki kesesuaian dengan apa yang telah direncanakan. Program yang dimaksud terdiri dari program peningkatan kapasitas dan sumberdaya aparatur, program pengembangan destinasi dan program pemasaran dan promosi pariwisata. Berdasarkan program yang telah ditetapkan dalam maka harus tetap ditingkatkan sehingga pembangunan dapat terwujud.

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu upaya yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan pembangunan melalui kebijakan yang telah ditetapkan. Hal ini didukung dengan pendapat yang dikemukakan oleh Bintoro

dalam (Hakim, 2011: 40) menjelaskan bahwa administrasi merupakan proses pengendalian usaha (administrasi) oleh Negara/Pemerintah untuk merealisasi pertumbuhan yang direncanakan kearah suatu keadaan yang dianggap lebih baik dan kemajuan di dalam berbagai aspek kehidupan Bangsa. Berdasarkan teori yang dikemukakan dapat diambil kesimpulan bahwa upaya untuk mencapai pembangunan didasarkan pada semua program yang telah direncanakan untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. oleh karena itu perlu untuk tetap dipertahankan sehingga dapat mengarahkan ke pertumbuhan yang lebih baik dalam kehidupan bangsa.

3. Analisis SWOT Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang

Salah satu cara melakukan analisis SWOT menurut Hunger dan Thomas (2003:194) adalah dengan melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal yang paling penting, kemudian menunjukkan faktor mana saja yang merupakan kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O) dan ancaman (T). Berdasarkan uraian faktor pendukung dan penghambat maka akan diperoleh solusi dalam menyelesaikan permasalahan. Hal ini berkaitan dengan analisis lingkungan seperti yang dikemukakan oleh Dirgantoro (2007:10) “analisis bisa dilakukan dengan melihat kekuatan maupun kelemahan yang ada didalam internal organisasi untuk melihat seberapa besar organisasi dapat memanfaatkan peluang yang ada atau mengantisipasi tantangan yang muncul”. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa melalui analisis lingkungan dapat mengarahkan Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata maupun Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang untuk memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi dalam upaya pengembangan pariwisata. Berdasarkan uraian faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang maka akan menghasilkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) yaitu terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai berikut :

1. Kekuatan :

- a. Adanya Lembaga atau organisasi yang terlibat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang;
- b. Memiliki Program Pengembangan Pariwisata.

2. Kelemahan :

- a. Keterbatasan dana untuk pelaksanaan kegiatan;
- b. Sulit untuk mensinergikan program antar Lembaga;

3. Peluang :

- a. Obyek Wisata Pantai Balekambang memiliki Karakteristik alam dan Budaya;
- b. Partisipasi masyarakat sangat tinggi;
- c. Kerjasama yang terjalin dengan Pihak Swasta;
- d. Menjadi Kota Tujuan Pariwisata;

4. Ancaman :

- a. Status Kepemilikan Lahan Belum Pasti

Tabel. 11 Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p><i>Strenghts</i> (Kekuatan) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya Lembaga atau Organisasi yang terlibat dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa Yasa, Dinas Bina Marga 2. Memiliki program pengembangan pariwisata diantaranya program pengembangan destinasi, program peningkatan kapasitas dan sumberdaya aparatur serta program pengembangan dan pemasaran pariwisata 	<p><i>Weakness</i> (Kelemahan) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan dana untuk pelaksanaan kegiatan khususnya untuk pengadaan sarana dan prasarana 2. Sulit mensinergikan program antar Lembaga khususnya dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang dengan Perusahaan Daerah Jasa Yasa
<p style="text-align: center;"><i>Opportunities</i> (Peluang) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Obyek wisata pantai Balekambang memiliki karakteristik alam dan budaya; 2. Partisipasi Masyarakat sangat tinggi; 3. Kerjasama yang terjalin dengan pihak swasta; 4. Menjadi kota tujuan pariwisata. 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan upaya pemasaran/promosi sesuai dengan UU Kepariwisataaan No.10 tahun 2009 mengenai “usaha jasa informasi pariwisata” untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dalam negeri maupun luar negeri 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan kelembagaan pariwisata (sesuai dengan UU Kepariwisataaan No.10 tahun 2009 menyangkut kelembagaan pariwisata antara lain Pemerintah Daerah, Swasta dan Masyarakat) khususnya dalam melakukan kerjasama dengan pihak swasta

		(perawatan sarana dan prasarana) 2. Memperbaiki kondisi sarana dan prasarana dengan meningkatkan kualitas infrastruktur (jalan)
<i>Threats</i> (Ancaman) : 1. Status kepemilikan lahan belum pasti;	Strategi ST 1. Menyelesaikan permasalahan kepemilikan lahan dengan pihak terkait (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, PD. Jasa Yasa dan masyarakat Perhutani)	Strategi WT 1. Diskusi untuk mencapai kesepakatan bersama antar Lembaga pihak Pembina (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) dan pihak pengelola (PD. Jasa Yasa)

Berdasarkan uraian tabel.10 analisis SWOT maka dapat diperoleh suatu strategi yang dihasilkan dan dapat digunakan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang, sebagai berikut :

a. Strategi SO (Strength, opportunity)

Perumusan strategi berdasarkan Kekuatan dan Peluang dalam arti menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi yang dihasilkan antara lain sebagai berikut :

1. Meningkatkan Upaya Pemasaran/promosi

Dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan dalam negeri maupun laur negeri maka usaha pemasaran/promosi perlu untuk ditingkatkan. Sesuai dengan UU kepariwisataan No.10 tahun 2009 huruf I menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan “usaha jasa informasi pariwisata” adalah usaha yang

menyediakan data, berita, *feature*, foto, video, dan hasil penelitian mengenai kepariwisataan yang disebarkan dalam bentuk bahan cetak dan/atau elektronik. Berdasarkan pasal yang telah dijelaskan maka upaya pemasaran/promosi dapat dilakukan dengan memberikan informasi kepada wisatawan melalui berita, foto, video lewat media elektronik mengenai daya tarik dari alam serta tradisi budaya Labuhan (larung sesaji) dan tradisi keagamaan Hindu yaitu Jalanidhipuja. Dengan demikian informasi tersebut dapat diketahui oleh wisatawan dalam negeri maupun luar negeri, sehingga mereka bisa tertarik untuk mengunjungi obyek wisata Pantai Balekambang.

Dengan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata Pantai Balekambang, maka akan membantu Pemerintah dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah yang diperoleh dari pemasukan Karcis. Tujuannya adalah agar perekonomian masyarakat sekitar obyek wisata Pantai Balekambang dapat meningkat. Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh samsuridjal (1997:65) “keberhasilan pengembangan pariwisata Indonesia lebih sering dikaitkan dengan jumlah kunjungan wisatawan asing”. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan dapat diambil kesimpulan bahwa wisatawan asing atau luar negeri dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan Pemerintah, namun tidak terlepas dari kunjungan wisatawan dalam negeri yang juga turut menyumbang pendapatan bagi Pemerintah.

Semakin banyak wisatawan yang berkunjung, maka akan berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat Desa Srigonco maupun Pemerintah Daerah Kabupaten Malang. Hal ini berkaitan dengan salah satu fungsi dari

pengembangan pariwisata seperti yang telah dikemukakan oleh Joyosuharto (1985) dalam Soebagyo (2012:154) adalah menggalakkan ekonomi. Dampak ekonomi yang dirasakan dengan adanya kunjungan wisatawan adalah Masyarakat Desa Srigonco memperoleh pemasukan dari penjualan hasil pertanian maupaun usaha warung makan.

b. Strategi WO

Perumusan strategi berdasarkan kelemahan dan peluang yaitu, atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.

1. Mengoptimalkan Kelembagaan Pariwisata;

Sesuai dengan UU Kepariwisataan No.10 pasal 7 huruf d menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan meliputi kelembagaan kepariwisataan. Dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan kelembagaan kepariwisataan, antara lain pengembangan organisasi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, dan masyarakat, pengembangan sumber daya manusia, regulasi, serta mekanisme operasional di bidang kepariwisataan. Berdasarkan ketentuan pasal, yang dimaksud kelembagaan kepariwisataan dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang adalah terdiri dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa Yasa dan pihak swasta salah satunya adalah Perusahaan cat Decofresh. Tujuan dilakukannya kerjasama adalah untuk pemeliharaan sarana dan prasarana yang telah disediakan di obyek wisata Pantai Balekambang khususnya untuk pengecatan. Kerjasama yang sudah terjalin perlu

untuk tetap dipertahankan sehingga dapat memberikan keuntungan jangka panjang.

2. Memperbaiki Kondisi Sarana dan Prasarana;

Infrastruktur merupakan bagian dari prasarana kepariwisataan yang merupakan semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam (Yoeti 1990:80). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa infrastruktur jalan yang disediakan Pemerintah perlu untuk diperbaiki kualitasnya. Dengan memperbaiki kualitas infrastruktur memiliki tujuan agar akses menuju obyek wisata Balekambang, dapat dilalui oleh semua kendaraan baik yang berukuran besar maupun yang berukuran kecil. Apabila akses jalan menuju obyek wisata Pantai Balekambang dalam keadaan baik maka, akan memberikan kemudahan bagi para wisatawan dalam melakukan perjalanan, baik dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun dengan kendaraan umum.

Dengan memperbaiki kualitas infrastruktur merupakan salah usaha yang harus dilakukan dalam pengembangan pariwisata. Hal ini didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Musanef (1995:1) bahwa : “pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan sarana dan prasarana, barang dan jasa fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan”. Infrastruktur jalan menuju obyek wisata Pantai Balekambang kurang lebar sehingga tidak bisa dilalui oleh kendaraan yang

berukuran besar.oleh karena itu perlu untuk melakukan perbaikan sehingga dapat mendukung pengembangan pariwisata.

c. Strategi ST

1. Menyelesaikan permasalahan kepemilikan lahan dengan pihak terkait (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa Yasa dan Masyarakat Perhutani)

Sesuai dengan PERMENDAGRI No. 54 Tahun 2010 tentang Tahapan, Tata Cara Penyusunan, Pengendalian, dan Evaluasi pelaksanaan rencana Pemabangunan Daerah berkaitan dengan pendekatan Partisipatif. Pendekatan ini dilaksanakan dengan melibatkan semua pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang termasuk didalamnya adalah Pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Perusahaan Daerah Jasa Yasa, dan masyarakat Perhutani. Dengan adanya diskusi melalui pihak-pihak terkait maka akan menghasilkan suatu Keputusan yang saling menguntungkan.

Hal ini berkaitan dengan salah satu manfaat perencanaan strategis yang dikemukakan oleh Bryson (2007:13) yaitu “memecahkan masalah utama organisasi”. penyebab masalah yang dihadapi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata maupun Perusahaan Daerah Jasa Yasa adalah bersalah dari lingkungan eksternal menyangkut Permasalahan kepemilikan lahan. Keputusan yang dihasilkan dari pihak-pihak terkait, sekiranya dapat memberikan solusi mengenai status kepemilikan lahan. Pelaku utama yang harus di dekati adalah masyarakat Perhutani karena mereka yang memiliki kuasa penuh mengenai kepemilikan lahan di obyek wisata Pantai Balekambang. Dengan demikian upaya yang dilakukan

Pemerintah dalam menjalankan kegiatan pengembangan di obyek wisata Pantai Balekambang tidak menjadi terhambat.

d. Strategi WT

1. Diskusi untuk mencapai kesepakatan bersama antar Lembaga pihak Pembina (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang) dan pihak Pengelolah (Perusahaan Daerah Jasa Yasa Kabupaten Malang);

Diskusi berkaitan dengan pendekatan perencanaan menurut Permendagri No. 54 tahun 2010 (pasal 6) tentang pelaksanaan peraturan pemerintah nomor 8 tahun 2008 tentang tahapan, tatacara penyusunan, pengendalian, dan evaluasi pelaksanaan rencana pembangunan daerah yaitu pendekatan partisipatif yang salah satu pertimbangannya adalah terciptanya konsensus atau kesepakatan pada semua tahapan penting pengambilan keputusan, seperti perumusan prioritas isu dan permasalahan, perumusan tujuan strategi, kebijakan dan program prioritas. Semua yang terlibat dalam pengambilan keputusan adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang dan Perusahaan Daerah Jasa Yasa. Dengan mempertimbangkan suatu kesepakatan maka perlu dilakukannya suatu diskusi.

Tujuan diadakannya diskusi adalah agar program-program atau kegiatan pengembangan yang dibuat oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat terpadu dengan Perusahaan Daerah Jasa Yasa. Dengan demikian akan terwujudnya suatu kesepakatan antara kedua pihak dalam mengembangkan obyek wisata Pantai Balekambang, dengan lebih mengutamakan kepentingan bersama sehingga dapat

tercapainya sasaran rencana pembangunan nasional dan rencana pembangunan daerah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pantai Balekambang merupakan Obyek Wisata alam yang paling dikembangkan oleh Pemerintah saat ini. Karakteristik alam dan karakteristik budaya membuatnya memiliki daya tarik bagi Wisatawan. Apabila dalam pengelolaan tidak maksimal maka, keberadaan Pantai Balekambang sia-sia. Oleh karena itu, untuk memaksimalkan pengelolaannya membutuhkan suatu perencanaan yang tepat, sehingga Pengembangan Pantai Balekambang lebih efektif. Melalui perencanaan strategi dapat membantu memaksimalkan Perencanaan yang sudah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian dengan mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Perencanaan Strategi Pengembangan Pariwisata (Studi tentang Rencana Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang Desa Srigonco, Kecamatan Bantur Kabupaten Malang) maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Perencanaan strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Balekambang yang dilakukan oleh Pemerintah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sejauh ini sudah cukup optimal menyangkut mengoptimalkan obyek dan daya tarik wisata, peningkatan sumberdaya manusia, peran serta masyarakat dan kerjasama dengan pihak swasta. Strategi tersebut dapat

mendukung pengembangan pariwisata. Hanya saja strategi pemasaran/promosi dan penyediaan sarana dan prasarana masih perlu untuk lebih ditingkatkan lagi untuk mendukung pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Peningkatan strategi yang dimaksud dapat dilakukan dengan meningkatkan kerjasama dengan pihak swasta untuk pengadaan sarana dan prasarana di obyek wisata Pantai Balekambang.

2. Rencana Strategis tahun 2011-2015 dan Rencana Kerja tahun 2013 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, merupakan dokumen perencanaan yang memuat program dan kegiatan yang akan dilaksanakan untuk pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang. Program peningkatan kapasitas sumberdaya aparatur, program pengembangan destinasi dan program pengembangan pemasaran pariwisata dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.
3. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang.
 - a. Faktor Pendukung dalam Pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang yaitu adanya lembaga atau organisasi yang terlibat dalam pengembangan obyek wisata Pantai Balekambang, memiliki program pengembangan pariwisata, obyek wisata Pantai Balekambang memiliki karakteristik alam dan karakteristik budaya, partisipasi masyarakat yang tinggi, kerjasama yang terjalin dengan pihak swasta dan Menjadi Kota Tujuan Pariwisata.

- b. Faktor Penghambat dalam pengembangan yaitu, keterbatasan dana untuk pelaksanaan kegiatan, sulit untuk mensinergikan program antar lembaga, status kepemilikan lahan yang belum pasti.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity* dan *Threat*). Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan promosi mengenai obyek wisata Pantai Balekambang dengan menyediakan brosur-brosur ditempat umum seperti bandara, restoran, travel dan hotel.
2. Menyediakan *tourguide* (pemandu wisata) yang terlatih dan menguasai bidang pariwisata untuk melayani wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Balekambang.
3. Menambah jumlah sarana dan prasarana di obyek wisata Pantai Balekambang. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kerjasama dengan pihak swasta sehingga Pemerintah dapat memperoleh modal untuk menambah fasilitas seperti penginapan (kamar hotel) dan wahana pendukung pariwisata seperti *flying fox, cafe* dan restoran serta dapat memperbaiki kualitas infrastruktur jalan menuju obyek wisata Pantai Balekambang.
4. Memerlukan pedoman seperti analisis SWOT untuk memberikan gambaran dalam mengaplikasikan program maupun kegiatan yang sudah tertuang dalam Renstra sehingga dapat berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abe. 2013. *Pemkab Malang Siap Kelolah Pantai Selatan*. diakses pada tanggal 14 Februari 2014 melalui <http://www.seputarmalang.com>.....
- Andi, 2014. *Obyek Wisata Pantai Balekambang*. diakses pada tanggal 14 Februari 2014 melalui <http://indonesiawow.com>.....
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Bintoro. 1985. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta : Gunung Agung.
- Bryson, J. 2007. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Diterjemahkan oleh Miftahuddin. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Christin, D.N. 2011. *Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Keberlanjutan Subak Embukan (Studi Kasus : Desa Adabi, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem)*. diakses pada tanggal 23 Januari 2014 melalui <http://repository.ipb.ac.id>.....
- Corbin, J dan Anselm, S. 2013. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif Tata Langkah dan Teknik-teknik Teoritisasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Cholid, N dan H.Abu A. 2012. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis : Konsep, Edisi 10*. Jakarta : Salemba Empat.
- Dirgantoro, Crown. 2007. *Manajemen Stratejik : Konsep Kasus Dan Implementasi*. Jakarta : Grasindo
- Hakim, L. 2011. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Jogjakarta : Perpustakaan Nasional, Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Hunger, J.D dan Thomas, L.W. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi.
- Kuncoro, M. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlangga.
- Kusmayadi dan Endar, S. 2000. *Metode Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Malangkab.2013. *Sejarah Perusahaan Daerah Jasa Yasa*. diakses pada tanggal 19 Februari 2014 melalui <http://jasayasakabmalang.go.id>.....
- Malangkab. 2013. *Visi dan Misi Perusahaan Daerah Jasa Yasa*. diakses pada tanggal 19 Februari 2014 melalui <http://jasayasakabmalang.go.id>.....
- Malangkab. 2013. *Struktur Organisasi Perusahaan Daerah Jasa Yasa*. diakses pada tanggal 19 Februari 2014 melalui <http://jasayasakabmalang.go.id>.....
- Malangkab. 2013. *Upacara Jalanidhipuja*. diakses pada tanggal 19 Februari 2014 melalui <http://jasayasakabmalang.go.id>.....
- Musaneff, 1995. *Pariwisata dan Pengembangannya*. Jakarta : Gunung Agung.
- Nasirin, C. 2009. *Konsep dan Implementasi Kualitatif*. Malang : Perpustakaan Nasional RI, Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Pasolong, H. 2011. *Teori Administrasi Publik*. Bandung : Alfabeta.
- Prasaja, D. 2009. *Menggali Industri Kreatif di Sektor Swasta*. diakses pada tanggal 19 Februari 2014 melalui <http://eastjavatraveler.com>.....
- PERMENDAGRI No.54 Tahun 2010. tentang *Tahapan, Tata Cara Penyusunan, Pengendalian, dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan Daerah*. diakses pada tanggal 22 Februari 2014 melalui <http://www.bappeda.cianjurkab.go.id>.....
- Pitana, I.G dan I.K.S. Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMD) tahun 2010-2015*. Kabupaten Malang : Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah
- Rencana Strategis tahun 2011-2015*. Kabupaten Malang : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
- Rencana Kerja tahun 2013*. Kabupaten Malang : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
- Riadi, M. 2013. *Strenghts, Weakness, Opportunities, Threat (SWOT)*. diakses pada tanggal 19 februari 2014 melalui <http://kajianpustaka.com>.....
- Rina, 2014. *Pariwisata Indonesia Mengalami Peningkatan di Tahun 2013*. diakses pada tanggal 12 Februari 2014 melalui <http://www.lensaIndonesia.com>.....

- Samsuridjal dan Kaelany. 1997. *Peluang di Bidang Pariwisata*. Jakarta : PT. Mutiara Sumber Widya
- Siagian, S. 1979. *Administrasi Pembangunan*. Jakarta: PT. Gunung Agung.
- Siagian, S. 2005. *Administrasi Pembangunan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Siagian, S. 2009. *Administrasi Pembangunan Konsep, Dimensi dan Strateginya*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Soebagyo. 2012. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia*. Jurnal Liquidity Vol 1, No.2, hlm 153-158. diakses pada tanggal 23 Januari 2014 melalui <http://www.liquidity.stiead.ac.id.....>
- Spillane, J. 1989. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prosepeknya*. Yogyakarta : Kanisius
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI.
- Tarigan, R. 2012. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- UU No.10 Tahun 2009. tentang *Kepariwisataan*. diakses pada tanggal 29 Januari 2014 melalui <http://www.dapp.bappenas.go.id.....>
- UU 25 Tahun 2004. tentang *Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional*. diakses pada tanggal 29 Januari 2014 melalui <http://www.kemenag.go.id.....>
- UU No.32 Tahun 2004. tentang *Pemerintah Daerah*. diakses pada tanggal 31 Januari 2014 melalui <http://sjdih.depkeu.go.id.....>
- Yoeti, O. 1990. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- Yoeti, O. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- Yoeti, O. 1985. *Penuntun Praktis Pramuwisata Profesional*. Bandung : Angkasa

LAMPIRAN



PEMERINTAH KABUPATEN MALANG
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan KH. Agus Salim No. 7 Telp. (0341)366260 Fax. 366260
MALANG - 65119

SURAT KETERANGAN

Nomor : 072/828 /421.205/2014

Untuk melakukan Survey / Research / Penelitian / KKN / PKL / Magang

Menunjuk : Surat dari Dekan Fakultas Ilmu Administrasi UB Malang No :
4287/UN/10.3/PG/2014 Tanggal : 27 Maret 2014 Perihal : Ijin Riset

Dengan ini kami **TIDAK KEBERATAN** dilaksanakannya kegiatan **Ijin Riset** oleh :

Nama / Instansi : Maria Nelsy Reda Lio / Mhs. Fakultas Ilmu Administrasi UB
Malang

Alamat : Jl. MT. Haryono 163 Malang

Thema/Judul/Survey/Research : Perencanaan Strategi Pengembangan Pariwisata (Studi
Pada Penyusunan Rencana Strategi Obyek Wisata Pantai
Balekambang Desa Srigonco Kec. Bantur Kab. Malang)

Daerah/tempat kegiatan : Obyek Wisata Pantai Balekambang Desa Srigonco Kec.
Bantur Kab. Malang

Lamanya : 8 Mei s/d 30 Juni 2014

Pengikut : -

Dengan Ketentuan :

1. Mentaati ketentuan - ketentuan / Peraturan yang berlaku
2. Sesampainya ditempat supaya melapor kepada Pejabat setempat
3. Setelah selesai mengadakan kegiatan harap segera melapor kembali ke Bupati
Malang Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Malang ;
4. Surat Keterangan ini tidak berlaku apabila tidak memenuhi ketentuan tersebut di atas

Malang, 16 Mei 2014

An. **KEPALA BADAN KESBANG DAN POLITIK**

KABUPATEN MALANG

Kabid Ideologi HAM dan WASBANG

BUDIANTO HERMANWAN SH.Msi

Pembina

NIP : 19671204 199303 1 007

TEMBUSAN :

Yth.

1. Sdr. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi UB Malang
2. Sdr. Kepala BAPPEDA Kab. Malang
3. Sdr. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Malang
4. Sdr. Kepala Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Asset Kab. Malang
5. Sdr. Kepala Dinas Bina Marga Kab. Malang
6. Sdr. Kepala Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang Kab. Malang
7. Sdr. Kepala PD. Jasa Yasa Kab. Malang
8. Sdr. Kepala Bagian Hukum Kab. Malang
9. Sdr. Camat Bantur Kab. Malang
10. Sdr. Kepala Desa Srigonco Kec. Bantur Kab. Malang
11. Sdr. Mhs/Ybs
12. Arsip

TANDA TERIMA

Telah Terima Surat

Dari

Balekambang pol / Maria Nelsy Reda Lio - Mahasiswa
Ilmu Administrasi UB - Malang.

Kepada

Dinas Bina Marga Kabupaten Malang

Tanggal

16 Mei 2014.

Nomor

072 / 828 / 421 . 205 / 2014

Perihal

Perencanaan Strategi obyek wisata
Pantai Balekambang.

Malang, 23 / 05 / 2014

Yang menerima,

 Saras.

CURRICULUM VITAE

Nama : Maria Nelsy Reda Lio
NIM : 105030600111018
Tempat, tgl lahir : Kupang, 7 Januari 1993
Pendidikan : 1. SDK. Santa Ursula Ende, 1998 Tamat tahun 2004
2. SMPK. Frateran Ndao Ende, 2004 Tamat tahun 2007
3. SMAK. Syuradikara Ende, 2007 Tamat tahun 2010
Agama : Katolik
No.Hp : 085 283 855 022
Email : nelsyredalio@yahoo.com
Pengalaman : Pernah mengikuti lomba menulis tingkat Jawa Timur bersertifikat (2014) yang diadakan oleh ANN. Org



Malang, Agustus 2014

Maria Nelsy Reda Lio