

**IMPLEMENTASI PROGRAM PEMASARAN  
PARIWISATA DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN  
PADA OBJEK PANTAI PULAU MERAH**  
(Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana  
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**DANANG AGUNG SETIYAWAN**  
**NIM: 115030501111002**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**  
**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI**  
**JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK**  
**MINAT ADMINISTRASI PEMERINTAHAN**  
**MALANG**  
**2016**

# MOTTO

**“Kerja Keras dan Sikap yang Baik adalah Kunci Menuju Kesuksesan”  
(Danang Agung Setiyawan)**

*Efforts and courage are not enough without purpose and  
direction  
(John F. Kennedy)*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Implementasi Program Pemasaran Pariwisata Dalam  
Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Objek  
Pantai Pulau Merah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan  
Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Disusun Oleh : Danang Agung Setiyawan

NIM : 115030501111002

Fakultas : Fakultas Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Publik

Minat : Ilmu Administrasi Pemerintahan

Malang, 11 April 2016

Komisi Pembimbing

Ketua



**Drs. Minto Hadi, M.Si**  
NIP. 19540127 198103 1 003

Anggota



**Trisnawati, S.Sos, M.AP**  
NIP. 19800307 200801 2 012

## TANDA PENGESAHAN

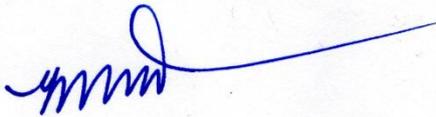
Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 20 Mei 2016  
Jam : 08.00  
Skripsi atas nama : Danang Agung Setiyawan  
Judul : Implementasi Program Pemasaran Pariwisata dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Pantai Pulau Merah (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

Dan dinyatakan Lulus

### MAJELIS PENGUJI

Ketua



**Drs. Minto Hadi, M.Si**  
NIP. 19540127 198103 1 003

Anggota



**Trisnawati, S.Sos, M.AP**  
NIP. 19800307 200801 2 012

Ketua



**Dr. Abdullah Said, M.Si**  
NIP. 19570911 198503 1 003

Anggota



**Drs. Romula Adiono, M.AP**  
NIP. 19620401 198703 1 003

## PERYATAAN 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 tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku ( UU Nomor 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 11 April 2016



Danang Agung Setiyawan

115030501111002

## RINGKASAN

Danang Agung Setiyawan, Administrasi Pemerintahan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. **Implementasi Program Pemasaran Pariwisata Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan pada Objek Pantai Pulau Merah** (Studi pada Dinas Pariwisata keudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi). Drs. Minto Hadi, M.Si dan Trisnawati, S.sos, M.AP, 127 + xvi

---

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan bagi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi yang memiliki banyak sekali potensi pariwisata. Salah satu objek pariwisata unggulan di Banyuwangi adalah pantai pulau merah. Untuk memaksimalkan potensi pariwisata yang ada di pulau merah, Kabupaten Banyuwangi melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menyusun suatu Rencana Strategis tahun 2011-2015. Dalam Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tersebut terdapat program pemasaran pariwisata pulau merah dalam upaya mempromosikan pantai pulau merah untuk mendatangkan wisatawan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi langsung dilapangan. Jenis penelitian ini adalah Deskriptif kualitatif, teknik analisis data model interaktif milik Milles dan Huberman dalam Saldana. Fokus penelitian yang penulis angkat adalah implementasi program pemasaran pariwisata, dampak implementasi terhadap peningkatan wisatawan serta faktor pendukung dan penghambat implementasi. Dari hasil penelitian implementasi program pemasaran pariwisata pada objek pantai pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, dilihat dari implementasi program pemasaran yang dilakukan secara umum telah berjalan dengan baik, walaupun pada kontribusi program pemasaran pulau merah dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan asing masih belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari posisi pulau merah yang berada di bawah Kawah Ijen dan TN. Alas Purwo dalam hal kunjungan wisatawan asing.

Hasil penelitian diatas dapat disebabkan faktor pendukung yaitu adanya koordinas antar SKPD yang ada di Banyuwangi, kerjasama dengan media massa dan sumber daya anggaran yang mencukupi dalam implementasi program pemasaran. Sedangkan faktor penghambatnya antara lain objek wisata pantai pulau merah berada dalam kewenangan Kementrian Kehutanan serta masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata. Saran yang penulis berikan terkait implementasi program pemasaran di Pantai Pulau Merah adalah perlu adanya kegiatan yang lebih beragam, harus adanya promosi ke luar negeri, kerjasama dengan Biro Travel serta perbaikan infrastruktur baik sarana dan prasarana.

Kata Kunci : *Pariwisata, pemasaran, implementasi, wisatawan*

## SUMMARY

DANANG AGUNG SETIYAWAN. Government Administration, Faculty of Administration Science, Brawijaya University. **The Implementation of Tourism Marketing Program to Improving Tourist Arrivals On Objects Red Island Beach** (Study in Culture and Tourism Services of Banyuwangi Regency). Drs. Minto Hadi, M.Si and Trisnawati, S.Sos, M.AP 127 + xvi

---

Tourism is a sector one of the leading sectors for the Government of Banyuwangi which has a lot of potential for tourism. One of the objects featured in Banyuwangi tourism is the red island beach. To maximize the potential of tourism on the Red Island, Banyuwangi through the Culture and Tourism Services formulate a strategic plan for the years 2011-2015. On strategic planning by Culture and Tourism Services of the artifacts tourism marketing program of red island in an effort to promote the red island beach to bring tourists.

This research is a qualitative descriptive study. Data collected by interview, observation and documentation directly in the field. The research is a qualitative descriptive, interactive model of data analysis techniques belonging milles and Huberman on Saldana. The focus of research is the author adopted is the implementation of the tourism marketing program, the impact of the implementation of the increase in tourists as well as supporting factors and obstacles of implementation. From the results of the research implementation of tourism marketing program of red island beach by the Culture and Tourism Services Banyuwangi Regency, seen from the implementation of marketing program that do have generally been going well, although although the contribution of the red island marketing program in an effort to increase their foreign tourist visits not maximized. It can be seen from the position of the red island under Kawah Ijen and TN . Alas Purwo in terms of international tourist arrivals.

The above results may be due to supporting factors that the coordination between SKPD in Banyuwangi, cooperation with mass media and sufficient budgetary resources. Where as the inhibiting factors are Red Island Beach are in authority Ministry of Forestry and the other inhibiting factors is local communities awareness of tourism is still lacking. Suggestions that the authors provide related marketing program implementation in Red Island Beach is a need for more diverse activities , should their promotion abroad , in cooperation with the Bureau of Travel and improving the infrastructure both facilities and infrastructure

Keywords: *Tourism, Marketing, Implementation, Tourist*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT serta limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka menjalankan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik (S.AP) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Tema yang diambil dalam skripsi ini adalah bidang Kebijakan Publik dengan judul “**Implementasi Program Pemasaran Pariwisata dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Pantai Pulau Merah (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)**”.

Sejak awal sampai akhir penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan fasilitas untuk menyelesaikan penulisan skripsi;
2. Bapak Dr. Choirul Saleh, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang;
3. Bapak Dr. Drs. Luqman Hakim, M.Sc selaku Ketua Minat Ilmu Administrasi Pemerintahan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang;
4. Bapak Drs. Minto Hadi, M.Si selaku ketua pembimbing skripsi yang telah sabar dan ikhlas memberi bimbingan serta banyak masukan dalam proses kesempurnaan skripsi;

5. Ibu Trisnawati, S.Sos, M.AP selaku Anggota Pembimbing Skripsi yang sebagai teman berpikir dan diskusi serta memberikan banyak masukan demi kesempurnaan skripsi ini;
6. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang;
7. Seluruh Staf di Fakultas Ilmu Administrasi yang memberikan bantuan terhadap kelancaran skripsi penulis;
8. Kepala dan seluruh pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi terkhusus kepada Bapak Ainur Rofik dan kepada Bapak Dariharto atas kebaikan dan keramahannya selama penulis melaksanakan penelitian
9. Kepala dan seluruh pegawai Bakesbangpol Kabupaten Banyuwangi dan atas perhatiannya dan bimbingannya selama peneliti melakukan penelitian;
10. Kepada Mas Noviyanto Nugroho dan Mbak Ita Widayawati yang selalu memberikan dukungan dan juga doa serta perhatiannya, serta tidak bosan selalu menanyakan perkembangan skripsi dari penulis;
11. Teman-teman seperjuangan Administrasi Pemerintahan angkatan 2011 atas dukungan serta bantuan selama peneliti mengerjakan skripsi ini terkhusus kepada Jahya, Diga, Zakka, Adi Tri yang selama ini memberi dukungan kepada penulis;
12. Teman-teman Jurusan Administrasi Publik khususnya kepada Dedi, Reza, Teguh, Novan, Prayoga yang memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis;

13. Teman-teman Kos Wisma 59 yang telah memberikan do'a serta dukungan terhadap kelancaran skripsi ini;
14. Serta terima kasih kepada seluruh pihak atas bantuan dan dukungannya terhadap karya tulis ini, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Mei 2016

Penulis

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan Karyaku kepada Bapak dan*

*Ibuku tercinta Tukiran dan Kushartatik*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>MOTTO .....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Kebijakan Publik.....	12
1. Pengertian Kebijakan Publik .....	12
2. Proses Kebijakan Publik.....	14
3. Konsep Implementasi Kebijakan.....	16
4. Model Implementasi Kebijakan.....	18
B. Tinjauan Implementasi Program .....	25
1. Pengertian Program .....	25
2. Konsep Implementasi Program .....	26
C. Tinjauan Pemasaran Pariwisata.....	31
1. Konsep Pemasaran.....	31
2. Pengertian Pariwisata .....	33
3. Bentuk Pariwisata .....	33
4. Konsep Pengembangan Pariwisata .....	35
5. Strategi Pengembangan Pariwisata.....	39
6. Promosi Pariwisata .....	41
D. Tinjauan Wisatawan.....	42
E. Tinjauan Pemerintah Daerah.....	44
1. Konsep Sistem Inovasi Daerah (SIDa).....	44
2. Urusan Wajib dan Urusan Pilihan Daerah.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	50
B. Fokus Penelitian .....	51

C. Lokasi dan Situs Penelitian .....	52
D. Sumber Data .....	53
E. Teknik Pengumpulan data .....	57
F. Instrumen Penelitian .....	58
G. Metode Analisis Data .....	59

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	62
1. Wilayah Kabupaten Banyuwangi .....	62
a. Sejarah Singkat Kabupaten Banyuwangi .....	62
b. Kondisi Geografis .....	63
c. Keadaan Iklim dan Hidrologi .....	64
d. Topografi .....	65
e. Potensi Objek Wisata Unggulan .....	66
2. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi .....	69
a. Tugas Pokok dan Fungsi .....	69
b. Visi dan Misi .....	71
c. Tujuan .....	72
d. Sasaran .....	74
e. Struktur Organisasi .....	75
f. Rincian Tugas .....	76
B. Penyajian Data .....	81
1. Implementasi Program Pemasaran Pariwisata Objek Pantai Pulau Merah oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi .....	81
a. Pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi di Pantai Pulau Merah .....	85
b. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam pemasaran Pantai Pulau Merah .....	91
2. Dampak dari Implementasi Program Pemasaran Pariwisata terhadap Kunjungan Wisatawan pada Objek Pantai Pulau Merah .....	93
3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Implementasi Program Pemasaran Pantai Pulau Merah .....	100
a. Faktor Pendukung .....	100
b. Faktor Penghambat .....	104
C. Analisis Data .....	106
1. Implementasi Program Pemasaran Pariwisata Objek Pantai Pulau Merah oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi .....	106
a. Pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi di Pantai Pulau Merah .....	107
b. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam pemasaran Pantai Pulau Merah .....	109

2. Dampak dari Implementasi Program Pemasaran Pariwisata terhadap Kunjungan Wisatawan pada Objek Pantai Pulau Merah.....	111
3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Implementasi Program Pemasaran Pantai Pulau Merah.....	114
a. Faktor Pendukung .....	114
b. Faktor Penghambat.....	117

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	120
B. Saran.....	123

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>125</b>
-----------------------------	------------

**LAMPIRAN**

**CURRICULUM VITAE**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
1.	Sektor Penyumbang Devisa untuk Indonesia.....	1
2.	Sasaran Strategis dan Program Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Tahun 2011-2015.....	82
3.	Program Kegiatan, Target Kinerja dan Realisasi Program Pemasaran Pantai Pulau Merah.....	83
4.	Kunjungan Wisatawan pada Objek Wisata Pantai Pulau Merah tahun 2010- 2012.....	94
5.	Pengunjung Objek Wisata Pantai Pulau Merah 2013-2015.....	96
6.	Perbandingan Pengunjung 5 Objek Pariwisata yang paling banyak dikunjungi Banyuwangi.....	99

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
1.	Dampak Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Implementasi.....	22
2.	Model Kesesuaian Implementasi Program.....	27
3.	Analisis Model Interaktif.....	61
4.	Peta Wilayah Kabupaten Banyuwangi.....	64
5.	Kawasan Kawah Ijen.....	67
6.	Kawasan Pantai <i>G-Land</i> (Plengkung).....	68
7.	Kawasan Penangkaran Penyu Sukomade.....	69
8.	Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.....	75
9.	Peserta <i>International Surfing Competition</i> 2015.....	88
10.	Penyerahan Juara ISC tahun 2015 oleh Bupati Banyuwang.....	90

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan sektor pariwisata telah menunjukkan peran yang penting dalam menunjang pembangunan di Indonesia. Sektor pariwisata mampu memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan pembangunan suatu daerah. Melalui pariwisata suatu daerah dapat dikenal oleh masyarakat secara luas.

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang penting untuk meningkatkan devisa suatu negara. Di Indonesia sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa tertinggi. Hal ini berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2015 sektor pariwisata menempati urutan ke 4 sebagai penyumbang devisa tertinggi dengan menyumbang devisa sebesar US\$ 10.054. Berikut data penyumbang devisa terbesar untuk Indonesia pada tahun 2015 :

Sektor Mintak dan gas	US\$ 32.633
Sektor Batubara	US\$ 24.501
Sektor Minyak kelapa Sawit	US\$ 15.839
Sektor Pariwisata	US\$ 10.054

**Tabel 1.** Sektor penyumbang devisa untuk Indonesia

Dengan berdasar pada uraian data diatas menunjukkan bahwa sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang penting untuk di kembangkan oleh pemerintah. Tidak hanya oleh pemerintah pusat dan terutama oleh pemerintah

daerah. Sehingga potensi pariwisata menjadi lebih maksimal dalam memberikan pemasukan devisa negara.

Sebagai salah satu penyumbang devisa tertinggi untuk Indonesia tentu sektor pariwisata harus lebih dikembangkan secara maksimal agar pemasukan devisa negara semakin bertambah. Menurut pendapat dari Paturusi (2001) mengungkapkan bahwa pengembangan pariwisata adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar objek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah. Berdasar pendapat dari Paturusi diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata bertujuan untuk memajukan dan meningkatkan kondisi pariwisata yang masih belum baik menjadi lebih baik agar dapat memberi manfaat bagi masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 pasal 8 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota. Sesuai dengan bunyi dari undang-undang diatas maka keberhasilan dalam pengembangan pariwisata suatu daerah sangat ditentukan oleh kemampuan pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan-kebijakan untuk peningkatan sektor pariwisata.

Mill dan Morrison (1985:242) mengemukakan beberapa alasan mengapa pemerintah atau sektor publik harus terlibat dalam kepariwisataan :

“Pertama adalah alasan politik, dimana pariwisata secara alami bersifat lintas wilayah negara, karenanya diperlukan pengaturan mengenai tata cara keluar masuk para wisatawan. Kedua, alasan lingkungan dimana pariwisata banyak menjual keindahan alam, sejarah, dan situs kebudayaan di berbagai tempat. Peran pemerintah diperlukan agar kelestarian dan keberadaan lingkungan tersebut dapat terus terjaga. Ketiga, adalah alasan ekonomi karena adanya industri pariwisata yang dapat memberikan keuntungan secara finansial bagi daerah yang dikunjungi, dan untuk memaksimalkan keuntungan itulah maka peran pemerintah diperlukan”.

Berdasarkan gambaran yang dikemukakan oleh Mill dan Morrison diatas bahwa peran dari pemerintah dalam meningkatkan pariwisata sangatlah penting. Kecermatan pemerintah daerah dalam melihat potensi yang dimiliki suatu daerah juga dapat membuat pembangunan menjadi semakin baik. Karena setiap daerah tentunya memiliki potensi yang berbeda-beda satu sama lain. Oleh karena itu dibutuhkan kebijakan yang dapat mendukung berkembangnya potensi-potensi yang ada agar pengembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik. Pengembangan pariwisata berkaitan erat dengan pemanfaatan seluruh potensi keindahan alam yang ada. Dengan cara mengelola setiap potensi yang ada untuk menjadikan suatu objek wisata yang menarik. Dengan memanfaatkan setiap potensi digunakan untuk menarik wisatawan untuk datang dan berkunjung ke suatu objek wisata. Setiap pengembangan pariwisata dikelola oleh masing-masing pemerintah daerah.

Kabupaten banyuwangi merupakan salah satu kabupaten yang paling luas wilayahnya di Indonesia. Berdasarkan data dari kementerian dalam negeri luas wilayah dari kabupaten banyuwangi adalah 5.728,40 Km<sup>2</sup>. Selain itu kabupaten

banyuwangi yang berbatasan langsung dengan gunung dan laut, sehingga potensi pariwisata di kabupaten ini menjadi sangat besar. Banyaknya pantai serta gunung yang ada di Kabupaten Banyuwangi menjadikan kabupaten banyuwangi sebagai salah satu kabupaten dengan jumlah wisata paling banyak di Jawa Timur. Hal ini memungkinkan Kabupaten Banyuwangi menjadi daya tarik wisatawan yang akan datang ke banyuwangi untuk mengunjungi wisata-wisata alam yang masih terjaga. Dengan begitu banyak objek wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi maka tidak salah jika salah satu potensi daerah terbesar yang dimiliki oleh kabupaten banyuwangi adalah pada sektor pariwisatanya. Tidak heran apabila banyak wisatawan yang datang ke banyuwangi. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam Banyuwangi dalam Angka (BDA) tahun 2013 selama tahun 2013 terkait data tentang wisatawan yang datang ke Banyuwangi baik wisatawan asing maupun wisatawan domestik yang menginap pada hotel di banyuwangi mencapai 546.548 orang.

Kabupaten Banyuwangi memiliki potensi pariwisata yang tidak kalah dengan Pulau Bali yang memang menjadi salah satu tujuan wisatawan terutama wisatawan mancanegara berlibur. Di banyuwangi terdapat 27 objek wisata baik alam maupun buatan. Objek-objek yang dapat dikunjungi oleh wisatawan yang berkunjung ke banyuwangi ada beerbagai macam objek misalnya pantai, gunung bahkan pemandian buatan. Ada beberapa objek unggulan yang dimiliki oleh banyuwangi seperti Taman Nasional Alas Purwo, Gunung Ijen, Penangkaran Penyusukomade, Pantai Pulau Merah dan masih banyak lainnya objwk unggulan lainnya yang digunakan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi untuk dapat

menarik wisatawan datang dan berkunjung ke Banyuwangi. (Hasil prariset penulis, 2015)

Salah satu objek pariwisata yang menjadi primadona di Kabupaten Banyuwangi adalah pantai Pulau Merah. Pantai pulau merah terletak sekitar 60 km dari pusat kota Banyuwangi. Pantai pulau merah berada di desa Sumberagung kecamatan pesanggaran Kabupaten Banyuwangi. Nama pantai pulau merah digunakan merujuk pada adanya bukit kecil yang memiliki tanah berwarna merah dan ditumbuhi pepohonan hijau yang sangat lebat. Pantai pulau merah adalah sebuah pantai yang memiliki keunikan dengan adanya bukit kecil yang ada didekat bibir pantai. Saat air laut surut bukit tersebut dapat dijangkau dengan berjalan kaki. Selain karena keunikan dari adanya bukit yang terletak di dekat bibir pantai, pulau merah juga dikenal karena ombaknya. Terletak di kawasan pantai selatan pulau merah memiliki gulungan ombak sepanjang 100 meter dengan tinggi ombak antara 3-4 meter yang tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi para peselancar. (banyuwangitourism.com)

Dengan segala keunikan dan keunggulan pantai pulau merah maka sudah semestinya pemerintah kabupaten Banyuwangi untuk mengembangkan pantai pulau merah. Dalam pengembangan pariwisata tentunya dibutuhkan adanya kebijakan yang dapat mendukung perkembangan objek wisata. Kebijakan yang dapat dihasilkan oleh pemerintah daerah salah satunya adalah melalui sebuah program yang dapat meningkatkan pariwisata di kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan pada pasal 7 disebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan meliputi : industri

pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan pariwisata. Salah satu aspek pembangunan pariwisata berdasarkan undang-undang nomor 10 tahun 2009 diatas adalah berkaitan dengan pemasaran pariwisata. Pemasaran pariwisata berkaitan dengan promosi pariwisata tentang suatu objek pariwisata yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah.

Pemerintah kabupaten Banyuwangi dalam melakukan promosi atau pemasaran pariwisata mengeluarkan program tentang pemasaran pariwisata pantai pulau merah yang disusun berdasarkan Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi tahun 2010-2015. Program pemasaran pariwisata pantai pulau merah ini meliputi :

1. Peningkatan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata
2. Pengembangan jaringan kerjasama promosi pariwisata
3. Peningkatan koordinasi dengan sektor pendukung wisata
4. Peningkatan promosi pariwisata nusantara di dalam dan diluar negeri

Program ini bertujuan untuk meningkatkan pariwisata di kabupaten Banyuwangi dalam hal peningkatan promosi melalui berbagai media serta peningkatan kerjasama dengan daerah-daerah tujuan wisata yang telah maju. Dengan adanya program ini diharapkan kunjungan wisatawan di banyuwangi mengalami peningkatan. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi informasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi adalah dengan memanfaatkan website pariwisata yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan

dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam promosi pariwisata. (Hasil Prariset penulis, 2015).

Selain melalui pemanfaatan teknologi informasi dalam melakukan promosi pariwisata pulau merah, kabupaten banyuwangi juga menyelenggarakan salah satunya adalah kegiatan bertaraf internasional sebagai bagian dari program pemasaran pariwisata dalam menunjang promosi pariwisata di banyuwangi. Program pemasaran pariwisata pada objek pariwisata pulau merah telah dilakukan sejak tahun 2013. Sebagai salah satu bentuk dari program pemasaran pariwisata di pulau merah maka sejak tahun 2013 di pantai pulau merah diselenggarakan kompetisi selancar tingkat internasional yaitu "International Surfing Competition" sebagai salah satu media promosi pariwisata banyuwangi khususnya objek pariwisata pulau merah.

Dengan adanya program pemasaran/promosi pariwisata di banyuwangi khususnya pada objek pariwisata pulau merah maka perlu adanya implementasi yang tepat sasaran oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi agar program pemasaran pariwisata ini dapat berjalan sesuai dengan tujuannya yang salah satunya adalah untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Banyuwangi terutama Pantai Pulau Merah. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **"Implementasi Program Pemasaran Pariwisata Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Pariwisata Pantai Pulau Merah"**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari penjelasan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah implementasi program pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi pada objek pariwisata pantai pulau merah ?
2. Bagaimanakah dampak implementasi program pemasaran pariwisata terhadap peningkatan kunjungan wisatawan pada objek pariwisata pantai pulau merah ?
3. Apa sajakah faktor pendukung dan faktor penghambat dalam implementasi program pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi ?

## **C. Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendiskripsikan implementasi program pemasaran pariwisata pada objek pariwisata pantai pulau merah.
2. Mendiskripsikan dampak implementasi program pemasaran pariwisata terhadap peningkatan kunjungan wisatawan pada objek pariwisata pantai pulau merah.
3. Mendiskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat yang di hadapi oleh pemerintah daerah kabupaten Banyuwangi dalam implementasi program pemasaran pariwisata dalam meningkatkan objek pariwisata pantai pulau merah.

#### **D. Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan memiliki kontribusi, baik secara akademis maupun praktis. Adapun kontribusi penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti antara lain:

1. Secara Akademis
  - a. Sebagai bahan kajian dalam studi administrasi publik tentang implementasi program yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam pengembangan kepariwisataan
  - b. Sebagai bahan kajian atau menambah literatur lebih lanjut bagi peneliti selanjutnya serta bagi mahasiswa perguruan tinggi terutama bagi mahasiswa administrasi pemerintahan, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
2. Secara Praktis
  - a. Bagi Lembaga Pemerintah  
Sebagai acuan untuk memberikan bahan masukan secara praktis dan pertimbangan bagi pemerintah daerah khususnya pemerintah Kabupaten Banyuwangi terutama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam melakukan implementasi program terkait pengembangan kepariwisataan.
  - b. Bagi Masyarakat  
Sebagai bahan untuk melihat sejauh mana pengembangan pariwisata pantai pulau merah yang dilakukan oleh pemerintah daerah guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar

pantai pulau merah melalui kunjungan wisatawan yang datang ke pantai pulau merah..

#### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memperoleh gambaran serta untuk mempermudah dalam pembahasan, maka skripsi ini disajikan menjadi lima bab yang saling berkaitan antara satu bab dengan bab lainnya, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Poin pertama pada bab ini yaitu memaparkan tentang latar belakang, masalah yang menjelaskan alasan penulis mengambil tema skripsi ini, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan serta sistematika penulisan untuk mempermudah penulis dalam menyajikan skripsi ini. Poin terakhir dari bab ini adalah sistematika pembahasan, yang memberikan pemahaman mengenai tahapan penulisan secara lebih sistematis.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dikemukakan teori-teori yang relevan dan yang sesuai dengan pokok permasalahan dan menginterpretasikan data mengenai implementasi program pemasaran pariwisata di kabupaten Banyuwangi. Beberapa teori yang peneliti gunakan diantaranya adalah kebijakan publik, implementasi kebijakan publik, teori tentang konsep implementasi program, teori yang terkait dengan pemerintah daerah, teori tentang pariwisata, teori tentang pemasaran, konsep pengembangan pariwisata dan teori tentang wisatawan.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang metode yang akan dipakai dalam penelitian. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus dari penelitian ini mengacu pada rumusan masalah yang kemudian diturunkan kembali untuk lebih spesifik. Penelitian berlokasi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kabupaten Banyuwangi dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder, serta teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan melalui dokumentasi, sehingga instrumen penelitian yang digunakan adalah peneliti itu sendiri, pedoman wawancara, catatan lapangan serta perangkat penunjang lainnya seperti alat tulis, recorder dan kamera digital.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai deskripsi terkait wilayah penelitian. Pada bab IV juga mendeskripsikan dan menganalisis implementasi program pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah khususnya oleh Dinas terkait dalam penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dimana tujuan dari implementasi tersebut adalah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Banyuwangi terutama pariwisata pantai Pulau Merah dan diakhiri dengan analisis dan pembahasan mengenai berbagai masalah yang ada.

### BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisikan garis besar temuan pokok penelitian. Sedangkan saran yang dapat penulis berikan secara teknis dalam permasalahan penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Kebijakan Publik**

##### **1. Pengertian Kebijakan publik**

Merujuk pada definisi Thomas R. Dye dalam Tilaar dan Nugroho (2008:185) yang menyatakan bahwa kebijakan publik merupakan “segala sesuatu yang dikerjakan dan tidak dikerjakan oleh pemerintah”. Senada dengan definisi Dye, George C. Edwards III dan Ira Sharkansky dalam Suwitri (2008: 9) juga menyatakan bahwa kebijakan publik merupakan:

“Apa yang dinyatakan dan dilakukan atau tidak dilakukan oleh pemerintah yang dapat ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan atau dalam policy statement yang berbentuk pidato-pidato dan wacana yang diungkapkan pejabat politik dan pejabat pemerintah yang segera ditindaklanjuti dengan program-program dan tindakan pemerintah.”

Menurut James A. Anderson dalam Subarsono (2005: 2), kebijakan publik merupakan “kebijakan yang ditetapkan oleh badan-badan dan aparat pemerintah”. Senada dengan Laswell dan Kaplan, David Easton dalam Subarsono (2005:2) mendefinisikan kebijakan publik sebagai “pengalokasian nilai-nilai kepada masyarakat”, karena setiap kebijakan mengandung seperangkat nilai di dalamnya.

Dari dua definisi ini dapat disimpulkan bahwa kebijakan publik juga menyentuh nilai-nilai yang ada dalam masyarakat. Suwitri (2008: 13) mencontohkan bahwa pergeseran nilai-nilai masyarakat dapat mengakibatkan pergeseran kebijakan publik seperti dicontohkan tatanan masyarakat yang

sangat terbuka akan nilai-nilai baru membuat beberapa negara melegalkan perkawinan sesama jenis. Sebaliknya negara juga dapat mengkampanyekan atau bahkan memaksakan suatu nilai kepada masyarakat.

Sementara itu, Amir Santoso di dalam Budi Winarno (2012 : 22), mengkomparasi berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli yang menaruh minat pada bidang kebijakan publik menyimpulkan bahwa, pada dasarnya pandangan mengenai kebijakan publik dapat dibagi kedalam dua wilayah kategori. Pertama, pendapat ahli yang menyamakan kebijakan publik dengan tindakan-tindakan pemerintah. Para ahli dalam kelompok ini cenderung menganggap bahwa semua tindakan pemerintah dapat disebut sebagai kebijakan publik. Pandangan kedua menurut Amir Santoso, berangkat dari para ahli yang memberikan perhatian khusus kepada pelaksanaan kebijakan. Para ahli yang masuk dalam kategori ini terbagi kedalam dua kubu, yakni mereka yang memandang kebijakan publik sebagai keputusan keputusan pemerintah yang mempunyai tujuan dan maksud-maksud tertentu, dan mereka yang menganggap kebijakan publik sebagai memiliki akibat-akibat yang bisa diramalkan

Berdasarkan definisi-definisi kebijakan publik yang dipaparkan di atas, maka kebijakan publik memiliki konsep-konsep sebagai berikut :

1. Kebijakan publik berisi tujuan, nilai-nilai, dan praktik/pelaksanaannya.
2. Kebijakan publik tersebut dibuat oleh badan pemerintah, bukan organisasi swasta.

3. Kebijakan publik tersebut menyangkut pilihan yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh pemerintah.

## **2. Proses Kebijakan Publik**

Proses pembuatan kebijakan publik merupakan proses yang kompleks karena melibatkan banyak proses maupun variabel yang harus dikaji. Oleh karena itu beberapa ahli politik yang menaruh minat untuk mengkaji kebijakan publik membagi proses-proses penyusunan kebijakan publik kedalam beberapa tahap. Tujuan pembagian seperti ini adalah untuk memudahkan kita dalam mengkaji kebijakan publik. Namun demikian, beberapa ahli mungkin membagi tahap-tahap ini dengan urutan yang berbeda. Tahap-tahap kebijakan publik menurut William Dunn sebagaimana dikutip Winarno (2007: 32-34) adalah sebagai berikut :

### a) Tahap penyusunan agenda

Para pejabat yang dipilih dan diangkat menempatkan masalah pada agenda publik. Sebelumnya masalah ini berkompetisi terlebih dahulu untuk dapat masuk dalam agenda kebijakan. Pada akhirnya, beberapa masalah masuk ke agenda kebijakan para perumus kebijakan. Pada tahap ini mungkin suatu masalah tidak disentuh sama sekali, sementara masalah yang lain ditetapkan menjadi fokus pembahasan, atau ada pula masalah karena alasan-alasan tertentu ditunda untuk waktu yang lama.

### b) Tahap formulasi kebijakan

Masalah yang telah masuk ke agenda kebijakan kemudian dibahas oleh para pembuat kebijakan. Masalah-masalah tadi didefinisikan untuk kemudian dicari pemecahan masalah terbaik. Pemecahan masalah tersebut

berasal dari berbagai alternatif atau pilihan kebijakan (*policy alternatives/policy options*) yang ada. Dalam perumusan kebijakan masing-masing alternatif bersaing untuk dapat dipilih sebagai kebijakan yang diambil untuk memecahkan masalah. Dalam tahap ini masing-masing actor akan bersaing dan berusaha untuk mengusulkan pemecahan masalah terbaik.

c) Tahap adopsi kebijakan

Dari sekian banyak alternatif kebijakan yang ditawarkan oleh para perumus kebijakan, pada akhirnya salah satu dari alternatif kebijakan tersebut diadopsi dengan dukungan dari mayoritas legislatif, konsensus antara direktur lembaga atau putusan peradilan.

d) Tahap implementasi kebijakan

Suatu program kebijakan hanya akan menjadi catatan-catatan elit jika program tersebut tidak diimplementasikan, yakni dilaksanakan oleh badan-badan administrasi maupun agen-agen pemerintah di tingkat bawah. Kebijakan yang telah diambil dilaksanakan oleh unit-unit administratif yang memobilisasikan sumber daya finansial dan manusia. Pada tahap implementasi ini berbagai kepentingan akan saling bersaing. Beberapa implementasi kebijakan mendapat dukungan para pelaksana (*implementors*), namun beberapa yang lain mungkin akan ditentang oleh para pelaksana.

e) Tahap evaluasi kebijakan

Dalam tahap ini kebijakan yang telah dijalankan akan dinilai atau dievaluasi, untuk melihat sejauh mana kebijakan yang dibuat untuk meraih

dampak yang diinginkan, yaitu memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat.

### **3. Konsep Implementasi Kebijakan**

Implementasi merupakan salah satu tahap dalam proses kebijakan publik. Biasanya implementasi dilaksanakan setelah sebuah kebijakan dirumuskan dengan tujuan yang jelas. Implementasi adalah suatu rangkaian aktifitas dalam rangka menghantarkan kebijakan kepada masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat membawa hasil sebagaimana yang diharapkan (Afan Gaffar, 2009: 295). Rangkaian kegiatan tersebut mencakup persiapan seperangkat peraturan lanjutan yang merupakan interpretasi dari kebijakan tersebut. Misalnya dari sebuah undang-undang muncul sejumlah Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, maupun Peraturan Daerah, menyiapkan sumber daya guna menggerakkan implementasi termasuk di dalamnya sarana dan prasarana, sumber daya keuangan, dan tentu saja siapa yang bertanggung jawab melaksanakan kebijakan tersebut, dan bagaimana mengantarkan kebijakan secara konkrit ke masyarakat.

Sedangkan pengertian implementasi yang dijelaskan oleh menurut Van Meter dan Van Horn bahwa implementasi adalah:

“Implementasi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu/ pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan”. (Van Meter dan Van Horn dalam Wahab, 2004:65)

Pandangan diatas menurut Van Meter dan Van Horn bahwa implementasi merupakan tindakan oleh idividu, pejabat, kelompok badan pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang

telah ditetapkan dalam keputusan tertentu. Badan-badan pelaksana dalam hal ini adalah pemerintah melaksanakan pekerjaan pemerintahan yang berdampak pada warganegaranya. Pemerintahan dalam proses pelaksanaannya diatur dan ditetapkan oleh perundang-undangan, yang terkadang membawa dampak pada kegiatan alur proses pelaksanaannya, sehingga tidak jelas apa yang harus diputuskan apa yang harus dikerjakan dan apa yang tidak harus dikerjakan. Pengertian implementasi di atas apabila dikaitkan dengan kebijakan adalah bahwa sebenarnya kebijakan itu tidak hanya dirumuskan lalu dibuat dalam suatu bentuk positif seperti undang-undang dan kemudian didiamkan dan tidak dilaksanakan atau diimplmentasikan, tetapi sebuah kebijakan harus dilaksanakan atau diimplementasikan agar mempunyai dampak atau tujuan yang diinginkan.

Sementara itu pengertian implementasi kebijakan yang dikemukakan oleh Abdul Wahab bahwa implementasi kebijakan adalah :

“Pelaksanaan keputusan kebijakan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang, namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau keputusan badan peradilan lazimnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang di atasi, menyebutkan secara tegas tujuan/sasaran yang ingin dicapai, dan berbagai cara untuk menstruktur/mengatur proses implementasinya”. ( Solichin Abdul Wahab dalam Taher, 2014:55)

Pendapat dari Abdul Wahab diatas menjelaskan bahwa implementasi kebijakan tidak hanya berupa undang-undang atau produk hukum melainkan juga berupa kepusan dari eksekutif atau pemerintah yang bertujuan untuk mengatasi masalah atau permasalahan yang dihadapi dengan tujuan yang jelas serta berbagai cara dalam penerapannya.

Selain pendapat diatas Implementasi kebijakan juga merupakan salah satu cara agar suatu kebijakan dapat mencapai tujuan dari kebijakan tersebut. Untuk dapat lebih mengimplementasikan suatu kebijakan dapat dilakukan dengan dua langkah yaitu, langsung mengimplementasi dalam bentuk program-program, dan dapat dilakukan melalui formulasi kebijakan *derivate* atau turunan dari kebijakan publik tersebut. (Nugroho dalam Tahir, 2014:54)

Sehingga ada dua pilihan, agar setiap kebijakan yang dikeluarkan atau diimplementasikan oleh pemerintah berjalan dengan baik, maka seharusnya memperhatikan bagaimana program-program tersebut adalah program yang realistis dan dapat memenuhi kepentingan publik.

#### **4. Model Implementasi Kebijakan**

Implementasi kebijakan memiliki berbagai macam model implementasi, salah satu model implementasi kebijakan publik adalah model Edward III (1980). Menurut Edward III dalam Widodo (2009:96) terdapat empat variabel yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan dari implementasi kebijakan publik. Empat variabel tersebut antara lain *communication, resources, dispositions* dan *bureaucratic structure*.

##### *1) Communication*

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan, sedangkan dalam hal ini komunikasi kebijakan adalah penyampaian informasi kebijakan dari pembuat kebijakan kepada pelaksana kebijakan. Menurut Widodo (2009:97) bahwa informasi kebijakan publik tersebut harus disampaikan oleh pembuat kebijakan kepada pelaksana kebijakan agar dapat mengetahui, memahami apa yang menjadi isu,

tujuan, arah, kelompok sasaran (*target groups*) kebijakan serta agar pelaku kebijakan dapat mempersiapkan dengan benar apa yang harus dipersiapkan dan dilakukan untuk melaksanakan kebijakan publik agar apa yang menjadi tujuan dan sasaran dapat tercapai dengan baik. Adapun berbagai dimensi dalam komunikasi kebijakan, yaitu dimensi transformasi (*transmission*), kejelasan (*clarity*) dan konsistensi (*consistency*).

### 2) *Resources*

Menurut Edward III (1980) dalam Widodo (2009:98) bahwa faktor sumber daya mempunyai peran penting dalam implementasi kebijakan. Edward III mengungkapkan bahwa bagaimanapun jelas dan konsistennya ketentuan-ketentuan atau aturan-aturan tersebut, jika para pelaksana kebijakan yang bertanggung jawab untuk melaksanakan kebijakan kurang mempunyai sumber-sumber daya untuk melakukan pekerjaan secara efektif maka implementasi kebijakan tersebut tidak akan efektif. Sumber daya tersebut antara lain adalah sumber daya manusia, sumber daya keuangan atau anggaran, sumber daya peralatan atau fasilitas dan sumber daya informasi dan kewenangan.

### 3) *Disposition*

Menurut Edward III dalam Widodo (2009:104) bahwa keberhasilan implementasi kebijakan bukan hanya ditentukan oleh sejauh mana para pelaku kebijakan mengetahui apa yang harus dilakukan dan mampu melakukannya, tetapi juga ditentukan oleh kemauan para pelaku kebijakan tadi memiliki disposisi yang kuat terhadap kebijakan yang sedang

diimplementasikan. Disposisi merupakan suatu keinginan, kemauan, dan kecenderungan para pelaku kebijakan untuk melaksanakan kebijakan secara sungguh-sungguh sehingga apa yang menjadi tujuan dari kebijakan tersebut dapat tercapai dengan baik.

#### 4) *Bureaucratic Structure*

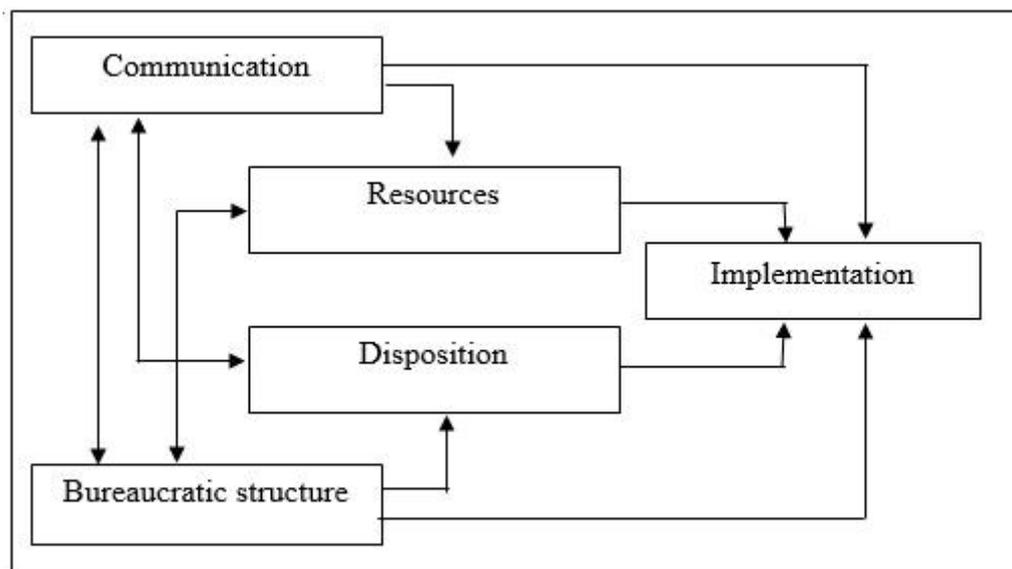
Meskipun beberapa variabel diatas telah terpenuhi seperti sumber-sumber untuk mengimplementasikan suatu kebijakan cukup dan para pelaksana mengetahui apa dan bagaimana cara melakukannya akan tetapi menurut Edward III (1980) dalam Widodo (2009:106) bahwa implemementasi kebijakan bisa jadi belum efektif dikarenakan adanya ketidakefisienan struktur birokrasi. Struktur birokrasi mencakup aspek-aspek seperti struktur organisasi, pembagian kewenangan, hubungan antara unit-unit organisasi yang ada dalam organisasi yang bersangkutan, dan hubungan organisasi dengan luar dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, struktur birokrasi mencakup dimensi fragmentasi dan standar prosedur operasi yang akan memudahkan dan menyeragamkan tindakan dari para pelaksana kebijakan dalam melaksanakan apa yang menjadi bidang tugasnya.

Dimensi fragmentasi menegaskan bahwa struktur birokrasi yang terfragmentasi dapat meningkatkan gagalnya komunikasi , dimana para pelaksana kebijakan akan mempunyai kesempatan yang besar berita atau instruksinya akan terdistorsi. Fragmentasi birokrasi ini akan membatasi kemampuan para pejabat puncak untuk mengkoordinasi semua sumber daya yang relevan dalam suatu yurisdiksi tertentu. Akibat lebih lanjut adalah

terjadinya ketidakefisienan dan pemborosan sumber daya langka. Dengan kata lain, organisasi pelaksana yang terfragmentasi atau terpecah-pecah akan menjadi distorsi pada pelaksanaan kebijakan.

Keberhasilan implementasi kebijakan yang kompleks perlu adanya kerjasama yang baik dari banyak orang. Oleh karena itu, fragmentasi organisasi dapat merintangangi koordinasi yang diperlukan untuk mengimplementasikan suatu kebijakan yang kompleks dan dapat memboroskan sumber-sumber langka. Adanya perubahan yang tidak diinginkan menciptakan kegaduhan, kebingungan, yang semua itu akan mengarah pada pelaksanaan kebijakan yang menyimpang dari tujuan semula yang telah ditetapkan sebelumnya. Demikian pula tidak jelasnya *standart operating procedure* baik menyangkut mekanisme, sistem dan prosedur penanganan, dan tanggung jawab diantara para pelaku, dan tidak harmonisnya hubungan diantara organisasi pelaksana satu dengan yang lainnya ikut pula menentukan gagalnya pelaksanaan suatu kebijakan.

Faktor tujuan dan sasaran, komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi sebagaimana yang telah disebutkan akan berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan atau gagalnya implementasi suatu kebijakan publik. Pada gambar dibawah ini akan menjelaskan secara skema mengenai model proses implementasi kebijakan.



**Gambar 1. Dampak Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Implementasi**  
 Sumber: George E. Edward III (1980) dalam Widodo (2009:107)

Pada skema gambar diatas menurut Edward III (1980) dalam Widodo (2009:107) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses transformasi kebijakan tidak saja kepada para pelaku kebijakan tetapi juga kepada kelompok sasaran dan lembaga sosial masyarakat yang konsentrasinya pada masalah kebijakan. Melalui proses komunikasi ini para pelaku yang teridentifikasi dalam struktur birokrasi menjadi jelas apa yang menjadi substansi kebijakan, mencakup apa yang menjadi tujuan, sasaran, dan arah kebijakan. Dengan diketahui dan dimengertinya substansi kebijakan akan lebih mudah dalam menyusun SOP sebagai dimensi dari struktur birokrasi. Kejelasan substansi kebijakan dan SOP melaksanakan kebijakan menjadikan disposisi para pelaku kebijakan semakin jelas. Semakin jelas substansi dari SOP pelaksana kebijakan, maka semakin mudah para pelaku kebijakan bersikap menerima, tidak menerima, tidak mau tau atau menolak kehadiran

kebijakan sehingga mendorong munculnya disposisi seseorang untuk melaksanakan kebijakan.

Melalui komunikasi ini pula, sumber daya (*resources*) apa saja dan berapa banyak yang diperlukan juga semakin mudah ditentukan untuk melaksanakan kebijakan. Baik sumber daya manusia, informasi, keuangan, sarana dan prasarana yang diperlukan dalam pelaksanaan kebijakan. Intensitas dan efektivitas komunikasi kebijakan ini sangat membutuhkan sosok dan figur pimpinan organisasi publik yang memiliki kapabilitas dan profesionalitas dalam memainkan peran mereka selama proses pelaksanaan kebijakan berlangsung.

Struktur birokrasi merupakan variabel kedua yang menentukan berhasil atau tidaknya pelaksanaan kebijakan. Struktur birokrasi sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya mencakup aspek struktur organisasi, pembagian kewenangan, dan hubungan intra ekstra organisasi dalam pelaksanaan kebijakan. Oleh karena itu, dimensi struktur birokrasi dibedakan atas dua jenis, yakni dimensi fragmentasi dan dimensi *Standart Operating Procedure* (SOP). Struktur birokrasi ini mempengaruhi tingkat intensitas dan efektivitas komunikasi kebijakan. Semakin fragmentasi struktur birokrasi maka semakin membutuhkan koordinasi yang intensif dan hal ini berpeluang menyebabkan terjadinya distorsi komunikasi. Apabila komunikasi kebijakan mengalami distorsi, maka sangat berpeluang diantara para aktor kebijakan kurang, bahkan tidak memiliki pengetahuan, pendalaman, dan pemahaman yang utuh dan komprehensif tentang substansi kebijakan. Akibatnya peluang

terjadinya kegagalan implementasi kebijakan akan semakin besar. Demikian pula jika semakin jelas SOP, maka semakin mudah pula menentukan kebutuhan risorsi, baik kualitas maupun kuantitas yang diperlukan untuk melaksanakan kebijakan. Ketepatan dalam menentukan risorsi yang diperlukan bagi para pelaku kebijakan, niscaya akan memberi peluang terjadinya kegagalan dalam pelaksanaan kebijakan.

Struktur birokrasi juga merupakan hal yang berpengaruh pada tingkat disposisi para pelaku kebijakan. Semakin struktur birokrasi terfragmentasi pelaku kebijakan, semakin besar menimbulkan konflik diantara mereka. Akibatnya, hubungan diantara mereka menjadi tidak harmonis. Konflik dan hubungan yang tidak harmonis diantara pelaku kebijakan ini tentu saja akan menimbulkan perbedaan disposisi diantara mereka dalam melaksanakan kebijakan. Implikasinya, pelaksanaan kebijakan berpeluang gagal. SOP juga akan mempengaruhi tingkat disposisi para pelaku kebijakan. Semakin jelas SOP pelaksanaan kebijakan baik menyangkut tujuan, arah kelompok sasaran, dan hasil apa yang dapat dicapai atau dinikmati baik oleh para pelaku kebijakan maupun organisasi pelaku kebijakan. Kejelasan ini akan memudahkan seseorang dalam menetapkan disposisi diri dan organisasinya dalam melaksanakan kebijakan. Manakala keuntungan kebijakan ini diketahui sejak dini oleh para pelaku kebijakan dan organisasinya, niscaya disposisi bagi para pelaku kebijakan dan organisasi pelaksana akan tinggi. Tingginya disposisi para pelaku dan organisasi pelaksana kebijakan ini akan memberi peluang berhasilnya pelaksanaan kebijakan.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka variabel-variabel seperti komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi saling berpengaruh satu sama lain dan keseluruhan mempengaruhi tingkat keberhasilan implementasi suatu kebijakan. Oleh sebab itu, jika implementasi suatu kebijakan ingin berhasil, maka keempat variabel tersebut harus ada dan terpenuhi.

## **B. Tinjauan Implementasi Program**

### **1. Pengertian Program**

Program menurut Arikunto (1998:1) menyatakan sederetan kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Suatu program merupakan kegiatan yang direncanakan dan memiliki tujuan tertentu sehingga pencapaian keberhasilan tersebut juga dapat diukur. Berdasar pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa program merupakan kumpulan dari kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya untuk mengarahkan kepada suatu tujuan tertentu dan dapat dinilai tingkat keberhasilan pencapaian kegiatan dalam bentuk program tersebut. Selain Pendapat dari Arikunto diatas, definisi program juga termuat di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), program didefinisikan sebagai rancangan mengenai asas-asas serta usaha-usaha yang akan dijalankan. Sedangkan Jones dalam Arif Rohman (2009: 101-102) menyebutkan program merupakan salah satu komponen dalam suatu kebijakan. Dengan kata lain program merupakan bagian dari

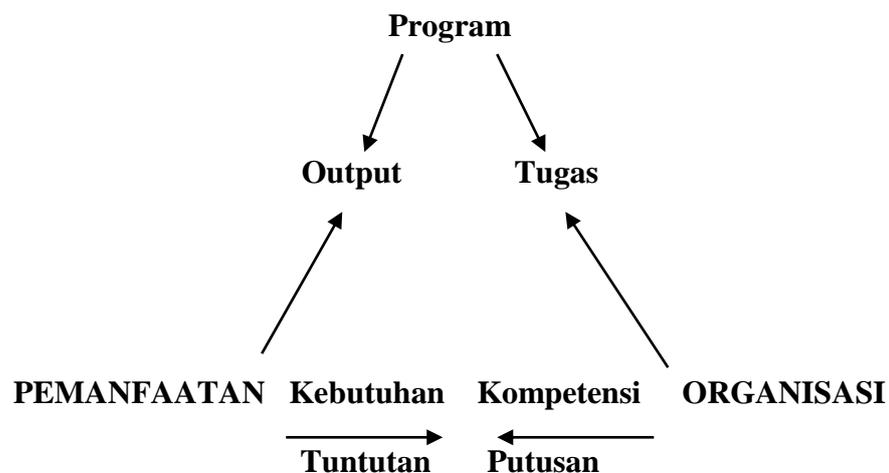
suatu kebijakan publik. Program akan menunjang implementasi, karena dalam program telah dimuat berbagai aspek antara lain :

- a. Adanya tujuan yang ingin dicapai.
- b. Adanya kebijaksanaan-kebijaksanaan yang diambil dalam mencapai tujuan itu.
- c. Adanya aturan-aturan yang harus dipegang dan prosedur yang harus dilalui.
- d. Adanya perkiraan anggaran yang dibutuhkan.
- e. Adanya strategi dalam pelaksanaan (Manila, 1996 : 43).

Berdasarkan yang dijelaskan oleh Arikunto di atas maka program merupakan suatu kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan tujuan yang jelas. Hal ini di perkuat oleh pendapat dari Manila dimana didalam suatu program terdapat beberapa aspek yang menunjukkan bahwa suatu kegiatan tersebut adalah merupakan seutau program beberapa aspek yang harus ada seperti kegiatan tersebut harus memiliki prosedur yang harus dijalankan serta adanya strategi dalam pelaksanaan suatu kegiatan agar dapat di sebut sebagai sebuah program.

## **2. Konsep Implementasi Program**

Salah satu model implementasi program yakni model yang diungkapkan oleh David C. Korten. Model ini memakai pendekatan proses pembelajaran dan lebih dikenal dengan model kesesuaian implementasi program. Model kesesuaian Korten digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 2. Model Kesesuaian Implementasi program**

Sumber: David C. Korten dalam Haedar Akib dan Antonius Tarigan (2000: 12)

Korten menggambarkan model ini berintikan tiga elemen yang ada dalam pelaksanaan program yaitu program itu sendiri, pelaksanaan program, dan kelompok sasaran program. Korten menyatakan bahwa suatu program akan berhasil dilaksanakan jika terdapat kesesuaian dari tiga unsur implementasi program. Pertama, kesesuaian antara program dengan pemanfaat, yaitu kesesuaian antara apa yang ditawarkan oleh program dengan apa yang dibutuhkan oleh kelompok sasaran (pemanfaat). Kedua, kesesuaian antara program dengan organisasi pelaksana, yaitu kesesuaian antara tugas yang disyaratkan oleh program dengan kemampuan organisasi pelaksana. Ketiga, kesesuaian antara kelompok pemanfaat dengan organisasi pelaksana, kesesuaian antara syarat yang diputuskan organisasi untuk dapat memperoleh output program dengan apa yang dapat dilakukan oleh kelompok sasaran program (Haedar Akib dan Antonius Tarigan, 2000: 12). Berdasarkan pola yang dikembangkan Korten, dapat dipahami bahwa kinerja program tidak akan berhasil sesuai dengan apa yang diharapkan kalau tidak terdapat

kesesuaian antara tiga unsur implementasi kebijakan. Hal ini disebabkan apabila output program tidak sesuai dengan kebutuhan kelompok sasaran, jelas output tidak dapat dimanfaatkan. Jika organisasi pelaksana program tidak memiliki kemampuan melaksanakan tugas yang disyaratkan oleh program, maka organisasinya tidak dapat menyampaikan output program dengan tepat. Atau, jika syarat yang ditetapkan organisasi pelaksana program tidak dapat dipenuhi oleh kelompok sasaran, maka kelompok sasaran tidak mendapatkan output program. Oleh karena itu, kesesuaian antara tiga unsur implementasi kebijakan mutlak diperlukan agar program berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat.

Menurut Mazmanian dan Sabatier dalam Wahab (2004:68) yang dimaksud dengan implementasi adalah pelaksanaan keputusan kebijaksanaan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang, namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau keputusan badan peradilan. Lazimnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan/sasaran yang ingin dicapai, dan berbagai cara untuk menstrukturkan/mengatur proses implementasinya. Proses ini berlangsung setelah melalui sejumlah tahapan tertentu, biasanya diawali dengan tahapan pengesahan undang-undang, kemudian output kebijaksanaan dalam bentuk pelaksanaan keputusan oleh badan (instansi) pelaksanaan, kesediaan dilaksanakannya keputusan-keputusan tersebut oleh kelompok-kelompok sasaran, dampak nyata, baik yang dikehendaki atau yang tidak, dari output

tersebut, dampak keputusan sebagai dipersepsikan oleh badan-badan yang mengambil keputusan, dan akhirnya perbaikan-perbaikan penting (atau upaya untuk melakukan perbaikan-perbaikan) terhadap undang-undang/peraturan yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Pressman dan Wildavsky dalam (Tangkilisan, 2003:17), implementasi diartikan sebagai interaksi antara penyusunan tujuan dengan sarana-sarana tindakan dalam mencapai tujuan tersebut, atau kemampuan untuk menghubungkan dalam hubungan kausal antara yang diinginkan dengan cara untuk mencapainya. Implementasi mengatur kegiatan-kegiatan yang mengarah pada penempatan suatu program ke dalam tujuan kebijakan yang diinginkan.

Tiga kegiatan utama yang paling penting dalam implementasi menurut Tangkilisan (2003 : 18) adalah :

- a. **Penafsiran**, yaitu merupakan kegiatan yang menerjemahkan makna program ke dalam pengaturan yang dapat diterima dan dapat dijalankan.
- b. **Organisasi**, yaitu merupakan unit atau wadah untuk menempatkan program ke dalam tujuan kebijakan.
- c. **Penerapan** yang berhubungan dengan perlengkapan rutin bagi pelayanan, upah, dan lain-lainnya.

Adapun tahap-tahap implementasi menurut Djamarah (2006:37) dalam Wardhani (2015:33) adalah:

- a. Perencanaan, yaitu menetapkan apa yang diinginkan, dilakukan, kapan dan bagaimana cara melakukannya. Mengumpulkan dan menganalisa informasi.
- b. Pengorganisasian, yaitu menyediakan fasilitas, perlengkapan dan mengadakan latihan atau pendidikan.
- c. Pengarahan, yaitu membimbing, memotivasi dan mengawasi serta menyusun kerangka waktu.
- d. Pengawasan, yaitu mengevaluasi pelaksanaan kegiatan, dibandingkan dengan rencana menilai pekerjaan dan melakukan tindakan koreksi.

Dapat disimpulkan bahwa Implementasi program adalah tindakan-tindakan yang dilaksanakan oleh individu atau pejabat-pejabat terhadap suatu objek atau sasaran yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, melalui adanya organisasi, interpretasi dan penerapan. Agar dapat mencapai tujuan implementasi program secara efektif, pemerintah harus melakukan tindakan berupa penghimpunan sumber dana dan pengelolaan sumber daya alam dan manusia. Program merupakan unsur pertama yang harus ada demi tercapainya kegiatan implementasi. Unsur kedua yang harus dipenuhi dalam proses implementasi program yaitu adanya kelompok masyarakat yang menjadi sasaran program, sehingga masyarakat dilibatkan dan membawa hasil dari program yang dijalankan sehingga adanya adanya perubahan dan peningkatan dalam kehidupannya. Tanpa memberikan manfaat kepada masyarakat maka dikatakan program tersebut telah gagal dilaksanakan. Berhasil atau tidaknya suatu program diimplementasikan

tergantung dari unsur pelaksanaannya. Unsur pelaksana ini merupakan unsur ketiga, pelaksana penting artinya karena pelaksanaan baik itu organisasi atau perorangan bertanggung jawab dalam pengelolaan maupun pengawasan dalam proses implementasi.

## C. Tinjauan Pemasaran Pariwisata

### 1. Konsep Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012:5), "*Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of Marketing is meeting needs profitably*". Berdasarkan pendapat dari Kotler dan Keller diatas dapat diartikan bahwa yang dimaksud dengan pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat tentang pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Sedangkan menurut American Marketing Association (AMA) pengertian dari pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan mengkomunikasikan serta memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Berdasarkan dua definisi tentang pemasaran diatas, maka jika dikaitkan dengan pariwisata maka yang dimaksud pemasaran pariwisata adalah memberikan suatu promosi terhadap suatu objek pariwisata kepada wisatawan atau pengunjung untuk datang ke objek wisata yang sedang di pasarkan atau dipromosikan.

Berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2012) pemasaran tidak dapat dilepaskan dari 4P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi). Adapun pengertian dari keempat hal tersebut adalah sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Suatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar mendapat perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan dari konsumen.

2. Harga (*Price*)

Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama terhadap semua pembeli.

3. Tempat (*Place*)

Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan dan lainnya.

4. Promosi (*Promotion*)

Aktifitas yang bersifat menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli dan menggunakannya.

## **2. Pengertian Pariwisata**

Pariwisata merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan setiap manusia yang ada didunia ini. Pariwisata adalah kebutuhan manusia diseluruh dunia, sehinggga dengan meningkatnya kesejahteraan dan kemakmuran suatu bangsa dalam bidang ekonomi, maka muncul sifat manusia untuk melakukan perjalanan untuk sementara meninggalkan rutinitas ditempat tinggal mereka untuk mencari keseimbangan, keserasian dan kebahagiaan hidupnya. (Gamal Suwanto,1997). Berdasarkan penjelasan dari Suwanto diatas maka dapat menjelaskan bahwa pariwisata sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia.

Sedangkan Menurut Kodhyat (1998) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Penjelasan mengenai definisi wisata juga terdapat dalam Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.

## **3. Bentuk Pariwisata**

Selain jenis pariwisata yang telah disebutkan diatas, maka selanjutnya terdapat bentuk-bentuk dari pariwisata tersebut. Menurut Pendit (1990:34-35) terdapat lima kategori bentuk-bentuk pariwisata seperti :

1) Menurut asal wisatawan

Pertama-tama perlu diketahui apakah asal wisatawan ini dari dalam negeri atau dari luar negeri. Jika dari dalam negeri, berarti wisatawan tersebut hanya pindah tempat sementara dalam lingkungan wilayah negerinya sendiri selama mengadakan perjalanan, maka dinamakan pariwisata domestik, sedangkan jika datang dari luar negeri dinamakan pariwisata internasional.

2) Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing. Pemasukan valuta asing berarti memberi efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjungi wisatawan ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warganegara ke luar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya, dinamakan pariwisata pasif.

3) Menurut jangka waktu

Kedatangan seorang wisatawan di suatu negara atau tempat diperhitungkan pula menurut waktu lamanya tinggal di tempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang mana tergantung kepada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan oleh suatu negara untuk mengukur pendek atau panjangnya waktu dimaksud.

4) Menurut jumlah wisatawan

Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlah wisatawan yang datang, apakah sang wisatawan datang sendiri atau dalam suatu rombongan. Maka munculah istilah pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

5) Menurut alat angkut yang digunakan

Dilihat dari segi penggunaan alat pengangkutan yang dipergunakan oleh sang wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil, tergantung apakah wisatawan tiba dengan pesawat udara kapal laut, kereta api atau mobil.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengelompokan bentuk-bentuk pariwisata dapat dibagi menjadi lima kategori besar yaitu menurut asal wisatawan, maka pariwisata dibedakan menjadi pariwisata domestik dan pariwisata internasional. Menurut dampak terhadap neraca, dapat dibedakan menjadi pariwisata aktif dan pasif. Menurut jangka waktu yang dihitung berdasarkan lama atau tidaknya wisatawan tinggal di daerah wisata tersebut, maka dikelompokkan menjadi pariwisata jangka pendek dan jangka panjang. Selanjutnya menurut jumlah wisatawan yang berkunjung,

dapat dikelompokkan menjadi pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan. Terakhir adalah menurut alat angkut yang digunakan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata, maka dikelompokkan menjadi pariwisata udara, laut dan sebagainya

#### **4. Konsep Pengembangan Pariwisata**

Konsep pengembangan menurut Paturusi (2001) mengungkapkan bahwa pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar objek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah. Disamping itu pengembangan pariwisata bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun komunitas tuan rumah. Dengan adanya pembangunan pariwisata diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui keuntungan secara ekonomi yang dibawa ke kawasan tersebut. Dengan kata lain pengembangan pariwisata melalui penyediaan fasilitas infrastruktur, wisatawan dan penduduk setempat akan saling diuntungkan. Pengembangan tersebut hendaknya sangat memperhatikan berbagai aspek, seperti aspek budaya, sejarah dan ekonomi daerah tujuan wisata. Berdasarkan pengertian diatas maka pengembangan adalah suatu kegiatan menata dan memajukan suatu obyek wisata untuk di kembangkan lebih layak.

Pengembangan pariwisata merupakan suatu cara untuk meningkatkan serta menjadikan suatu objek wisata menjadi lebih baik lagi. Pengembangan

pariwisata menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan agar suatu objek pariwisata tersebut lebih menjadi daya tarik bagi masyarakat secara luas. Menurut Hadinoto (1996), ada beberapa hal yang menentukan dalam pengembangan suatu obyek wisata, diantaranya adalah:

a. Atraksi Wisata

Atraksi merupakan daya tarik wisatawan untuk berlibur. Atraksi yang diidentifikasi (sumber daya alam, sumber daya manusia, budaya, dan sebagainya) perlu dikembangkan untuk menjadi atraksi wisata. Tanpa atraksi wisata, tidak ada peristiwa, bagian utama lain tidak akan diperlukan.

b. Promosi dan Pemasaran

Promosi merupakan suatu rancangan untuk memperkenalkan atraksi wisata yang ditawarkan dan cara bagaimana atraksi dapat dikunjungi. Untuk perencanaan, promosi merupakan bagian penting.

c. Pasar Wisata (Masyarakat pengirim wisata)

Pasar wisata merupakan bagian yang penting. Walaupun untuk perencanaan belum/ tidak diperlukan suatu riset lengkap dan mendalam, namun informasi mengenai trend perilaku, keinginan, kebutuhan, asal, motivasi, dan sebagainya dari wisatawan perlu dikumpulkan dari mereka yang berlibur.

d. Transportasi

Pendapat dan keinginan wisatawan adalah berbeda dengan pendapat penyuplai transportasi. Transportasi mempunyai dampak besar terhadap volume dan lokasi pengembangan pariwisata.

e. Masyarakat Penerima Wisatawan

Merupakan masyarakat yang Menyediakan Akomodasi dan Pelayanan Jasa Pendukung Wisata (fasilitas dan pelayanan).

Sedangkan Menurut Suwanto (1997), unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata meliputi :

a) Objek dan Daya Tarik Wisata

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

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
3. Adanya spesifikasi/ ciri khusus yang bersifat langka.
4. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan;
5. Obyek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan dan lain- lain).

6. Obyek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau.

b) Prasarana wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya.

c) Sarana wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya.

Dengan terpenuhinya syarat-syarat yang dikemukakan Suwanto di atas, maka dapat dikatakan bahwa suatu objek wisata tersebut telah berhasil untuk dikembangkan dari kondisi semula yang masih kurang baik menjadi lebih baik lagi. Hal ini akan berbanding lurus dengan banyaknya wisatawan yang akan berkunjung. Karena semakin baik suatu objek wisata akan semakin banyak pula orang yang ingin datang untuk mengunjunginya.

## 5. Strategi Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan dampak yang dihasilkan dari sektor pariwisata terhadap perekonomian, maka dalam melakukan pengembangannya agar lebih optimal harus memperhatikan strategi yang pas. Menurut Soebagyo (2012:156-158), pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan memperhatikan hal-hal seperti:

- a) Perlu ditetapkan beberapa peraturan yang berpihak pada peningkatan mutu pelayanan pariwisata dan kelestarian lingkungan wisata, bukan berpihak pada kepentingan pihak-pihak tertentu. Selain itu perlu diambil tindakan yang tegas bagi pihak-pihak yang melakukan pelanggaran terhadap aturan yang telah ditetapkan.
- b) Penggeliat pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat. Hal ini penting karena pengalaman pada beberapa daerah tujuan wisata (DTW), sama sekali tidak melibatkan masyarakat setempat. Akibatnya tidak ada sumbangsih ekonomi yang diperoleh masyarakat sekitar.
- c) Kegiatan promosi yang dilakukan harus beragam, selain dengan mencanangkan cara kampanye dan program *Visit Indonesian Year* seperti yang telah dilakukan sebelumnya, kegiatan promosi juga perlu dilakukan dengan membentuk sistem informasi yang handal dan membangun kerjasama yang baik dengan pusat-pusat informasi pariwisata pada negara-negara yang potensial.
- d) Perlu menentukan DTW atau daerah tujuan wisata utama yang memiliki keunikan dibanding dengan daerah tujuan wisata lain, terutama yang bersifat tradisional dan alami. Kebetulan saat ini objek wisata yang alami dan tradisional menjadi sasaran utama para wisatawan asing. Objek ini sangat banyak ditemukan di luar Jawa, misalnya di daerah-daerah pedalaman Kalimantan, Papua dan lain-lain.
- e) Pemerintah pusat membangun kerjasama dengan kalangan swasta dan pemerintah daerah setempat, dengan sistem yang jujur, terbuka dan adil. Kerjasama ini penting untuk lancarnya pengelolaan secara profesional dengan mutu pelayanan yang memadai. Selain itu kerjasama diantara penyelenggara juga perlu dibangun. Kerjasama diantara agen biro perjalanan, penyelenggara tempat wisata, pengusaha jasa akomodasi dan komponen-komponen terkait lainnya merupakan hal yang sangat penting bagi keamanan, kelancaran dan kesuksesan pariwisata.
- f) Perlu dilakukan pemerataan arus wisatawan bagi semua daerah tujuan wisata yang ada diseluruh Indonesia. Dalam hal ini pemerintah juga harus memberikan perhatian yang sama terhadap semua daerah tujuan wisata. Perhatian terhadap daerah tujuan wisata yang sudah mandiri

hendaknya dikurangi dan memberikan perhatian yang lebih terhadap daerah tujuan wisata yang kurang mendapat perhatian.

- g) Mengajak masyarakat sekitar DTW agar lebih menyadari peran, fungsi dan ,manfaat pariwisata serta merangsang mereka untuk memanfaatkan peluang-peluang yang tercipta bagi berbagai kegiatan yang dapat menguntungkan secara ekonomi. Masyarakat diberikan kesempatan untuk memasarkan produk lokal serta membantu mereka untuk meningkatkan keterampilan dan pengadaan modal bagi usaha-usaha yang mendatangkan keuntungan.
- h) Sarana dan prasarana yang dibutuhkan perlu disiapkan secara baik untuk menunjang kelancaran pariwisata. Pengadaan dan perbaikan jalan, telepon, angkutan, pusat perbelanjaan wisata dan fasilitas lainnya disekitar lokasi daerah tujuan wisata sangat dibutuhkan.

Dari penjelasan dari ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pengembangan pariwisata, delapan hal tersebut harus dilakukan agar dalam melakukan pengembangan sektor pariwisata yang diharapkan mampu menunjang pertumbuhan ekonomi dapat berlangsung secara optimal dan baik. Selain memperhatikan hal-hal diatas, dalam melakukan pengembangan pariwisata juga harus memperhatikan komponen-komponen dalam pengembangan pariwisata.

Berdasarkan pemikiran Isnkeep dalam Hadiwijoyo (2012:59-60) bahwa komponen pengembangan pariwisata secara garis besar dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Atraksi dan aktivitas pariwisata  
Semua atraksi baik yang bersifat alami maupun khusus serta berbagai aktivitas yang berkaitan dengan kawasan yang menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.
2. Akomodasi  
Hotel dan fasilitas lain yang sejenis, serta jasa layanannya dimana wisatawan menginap selama waktu kunjungannya.
3. Fasilitas dan jasa layanan wisata lainnya  
Fasilitas-fasilitas dan jasa pelayanan yang diperlukan untuk pengembangan pariwisata, antara lain meliputi: operasional *tour and travel*, restoran dan kafe, bank dan *money changer*, kantor pariwisata, fasilitas keamanan, dan sebagainya.

4. Fasilitas dan jasa layanan transportasi  
Fasilitas dan jasa layanan transportasi meliputi kemudahan akses transportasi masuk kota dan area pengembangan, sistem transportasi internal penghubung lokasi wisata dan area pengembangannya, transportasi dalam area pengembangan.
5. Infrastruktur lainnya, seperti air, listrik dan telekomunikasi
6. Elemen institusional, elemen penting untuk mengatur dan mengembangkan pariwisata. Elemen institusional antara lain berupa program perencanaan, pendidikan dan pelatihan SDM, promosi dan pemasaran strategis, kebijakan investasi, program pengendalian pengaruh ekonomi, lingkungan sosial kultural.

Menurut Cox dalam Pitana dan Diarta (2009:81), pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut:

1. Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan penginggalan budaya dan keunikan lingkungan.
2. Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal.
4. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.

Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan dan atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas (*carrying capacity*) lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walaupun di sisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

## **6. Promosi Pariwisata**

Dalam melakukan promosi atau pemasaran suatu usaha pariwisata tentu harus memperhatikan strategi yang tepat untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki daerah tujuan wisata. Sebagaimana yang dimaksud Pitana dan Diarta (2009:177), promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi dimana

organisasi penyelenggaraan pariwisata berusaha mempengaruhi khalayak dari mana penjualan produknya bergantung. Sedangkan menurut Yoeti (1996:362), promosi merupakan suatu usaha untuk memberitahukan kepada orang banyak atau kelompok tertentu karena ada produk yang ditawarkan untuk dijual. Agar mampu menarik pembeli, produk tersebut harus diperkenalkan dan dijelaskan kelebihanannya dibanding produk lainnya dan dimana dapat memperoleh produk tersebut

Menurut Pitana dan Diarta (2009:177) terdapat beberapa tahapan promosi diantaranya adalah:

1. Penetapan tujuan promosi perusahaan
2. Menetapkan beberapa statemen alternatif berkaitan dengan perbedaan strategi bauran promosi yang memungkinkan untuk mencapai tujuan. Tahap ini harus mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya seluruh kemungkinan metode promosi yang tersedia, posisi kompetitif perusahaan dan produk saat sekarang, evaluasi dari program promosi sebelumnya, sikap dan perilaku wisatawan terhadap produk, serta asumsi mengenai promosi apa yang paling efektif.
3. Membuat solusi dalam bentuk serangkaian tujuan promosi yang terukur dengan memperhitungkan target audiens yang spesifik, hal pokok yang akan dikomunikasikan, tugas dan tanggung jawab, dan periode waktu yang diperlukan
4. Penilaian dari rencana promosi agar sesuai dengan anggaran yang tersedia, SDM yang ada, dan waktu yang diperlukan.

#### **D. Tinjauan Wisatawan**

Wisatawan adalah seseorang atau kelompok yang melakukan suatu perjalanan wisata, lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi (Gamal Suwartono, 2004). Menurut International Union of Official Travel Organization (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima

upah. Pengertian yang sama disampaikan oleh World Tourism Organization (WTO) yang dimaksud dengan pengunjung (visitor) untuk tujuan statistik , yaitu setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan negaranya sendiri dengan alasan apapun juga kecuali untuk mendapatkan pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya. Dengan demikian ada dua kategori pengunjung, yaitu :

1. Wisatawan (tourist)

yaitu pengunjung yang tinggal sementara sekurang- kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut : a. Pesiar (leasure), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga. b. Hubungan dagang (business), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.

2. Pelancong (excursionist)

yaitu pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

Karakteristik pengunjung dapat dibedakan kedalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata menurut Smith (1989) (dalam Wahyono, 2006). Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu dilihat pula keterkaitannya terhadap persepsi

pengunjung. Pengunjung pada suatu obyek dan daya tarik wisata masing-masing memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan seseorang melakukan kunjungan ke suatu obyek dan daya tarik wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata, sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung. Karakteristik pengunjung meliputi:

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

## **E. Tinjauan Pemerintah Daerah**

### **1. Konsep Sistem Inovasi Daerah (SIDa)**

Peningkatan daya saing antar daerah merupakan agenda yang sangat penting dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini, inovasi dalam pembangunan yang berjalan secara komprehensif serta terjadinya kolaborasi antar aktor pembangunan merupakan faktor kunci peningkatan daya saing. Pengembangan sistem inovasi daerah (SIDa) merupakan salah satu strategi utama dalam sistem inovasi nasional yang mewadahi proses interaksi antara komponen penguatan sistem inovasi. Pada dasarnya,

merupakan agenda nasional sesuai dalam UU No. 17 tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJN) 2005- 2025 dan UU No. 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Setiap daerah harus melakukan beberapa poin penting tentang penguatan SIDA, yaitu kebijakan membuat tim koordinasi dan Roadmap SIDA, penataan SIDA baik kelembagaan maupun sumberdaya SIDA, mengembangkan SIDA melalui potensi lokal, dan melakukan koordinasi dan pelaporan hingga pemerintah pusat.

Pengembangan sistem inovasi daerah (SIDa) merupakan salah satu strategi utama dalam sistem inovasi nasional yang mewadahi proses integrasi untuk mengakomodasikan dinamika dan kapasitas daerah dalam perencanaan pembangunan nasional. Dalam penjabarannya, implementasi SIDA menyangkut tiga tindakan utama yaitu penataan pilar SIDA, pengembangan fokus prioritas dan implementasi kerangka kerja sistem inovasi. SIDA dapat dikembangkan dengan pengembangan dan sinkronisasi instrumen kebijakan yang berkaitan dengan SIDA secara baik dan menyeluruh. Instrumen kebijakan tersebut meliputi pemangku kepentingan, kondisi infrastruktur, dan dukungan kebijakan.

Pengembangan sistem inovasi daerah di Indonesia dipandang sebagai suatu yang urgent (penting) mengingat berbagai hal yang saling terkait mengenai kelemahan-kelemahan pengembangan sistem inovasi di Indonesia sejauh ini, keragaman daerah, proses transisi dalam pembangunan dalam upaya pemulihan dari krisis multi dimensi. Hal yang tidak dapat diabaikan

dalam proses transisi terutama berkaitan dengan otonomi daerah dan perkembangan perundangan terkait. Sistem inovasi dibutuhkan karena keadaan pasar yang dinamis, kompetisi global, kecenderungan membentuk jaringan, posisi tenaga kerja dengan upah yang tinggi, ketrampilan luas dengan berbagai disiplin, pembelajaran tanpa kenal waktu dan sepanjang hayat, dan pengelolaan SDM kolaboratif serta rendahnya jiwa kewirausahaan masyarakat. Kondisi ini membutuhkan suatu sistem untuk mengatasi permasalahan di masyarakat yang amat kompleks.

Prinsip-prinsip dalam pengembangan strategi inovasi daerah adalah sebagai berikut :

1. Cara berpikir strategis dan konsisten dengan kerangka jangka panjang,
2. Strategi Inovasi Daerah yang menjadi agenda prioritas daerah dan merupakan bagian integral dari strategi pembangunan daerah;
3. Strategi inovasi daerah merupakan kebijakan strategis peningkatan daya saing daerah;
4. Berfokus pada potensi terbaik setempat dan terbuka pada ide-ide kreatif yang bermanfaat bagi kemajuan daerah; dan
5. Menetapkan tujuan yang jelas dan capaian yang rasional.

## **2. Urusan Wajib dan Urusan Pilihan Pemerintah Daerah**

Indonesia adalah Negara yang menggunakan sistem desentralisasi, dimana peran dari pemerintah daerah sangat penting. Pemerintah daerah menyelenggarakan urusan daerah untuk dapat menjalankan roda

pemerintahan dengan baik. Menurut Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang dimaksud dengan pemerintah daerah adalah merupakan kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom. Sedangkan Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 23 tahun 2014 pasal 12 berkaitan dengan urusan pemerintah daerah ada 2 macam urusan pemerintah daerah yaitu urusan wajib dan urusan pilihan. Urusan wajib pemerintah daerah artinya semua daerah wajib melakukannya, sedangkan urusan pilihan adalah urusan yang masing-masing daerah lakukan sesuai dengan potensi masing-masing daerah. Urusan pemerintahan wajib pemerintah dibagi menjadi 2 yaitu urusan yang berkaitan dengan Pelayanan Dasar sebagaimana meliputi:

- a. pendidikan;
- b. kesehatan;
- c. pekerjaan umum dan penataan ruang;
- d. perumahan rakyat dan kawasan permukiman;
- e. ketenteraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat; dan
- f. sosial.

Dan yang kedua adalah urusan pemerintahan wajib yang tidak

berkaitan dengan Pelayanan Dasar yang terdiri dari 18 urusan meliputi :

- a. tenaga kerja;
- b. pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak;

- c. pangan;
- d. pertanahan;
- e. lingkungan hidup;
- f. administrasi kependudukan dan pencatatan sipil;
- g. pemberdayaan masyarakat dan Desa;
- h. pengendalian penduduk dan keluarga berencana;
- i. perhubungan;
- j. komunikasi dan informatika;
- k. koperasi, usaha kecil, dan menengah;
- l. penanaman modal;
- m. kepemudaan dan olah raga;
- n. statistik;
- o. persandian;
- p. kebudayaan;
- q. perpustakaan; dan
- r. kearsipan.

Sedangkan urusan pilihan pemerintah daerah yang terdapat dalam UU

no. 23 tahun 2014 tentang pemerintah daerah meliputi :

- a. kelautan dan perikanan;
- b. pariwisata;
- c. pertanian;
- d. kehutanan;
- e. energi dan sumber daya mineral;
- f. perdagangan;
- g. perindustrian; dan
- h. transmigrasi.

Ada 8 urusan pilihan yang bisa dilakukan oleh pemerintah daerah sesuai dengan potensi yang ada di daerahnya. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi salah satunya memasukkan urusan pariwisata dalam urusan pilihan yang dilakukan. Hal ini tidak terlepas dari banyaknya potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Banyuwangi. Tidak hanya pantai dan gunungnya potensi Kabupaten Banyuwangi juga datang dari wisata buatan.

Berdasarkan definisi dari pemerintah daerah terdapat unsur-unsur dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah, salah satunya adalah SKPD

(Satuan Kerja Perangkat Daerah) yang tugasnya membantu bupati dalam menjalankan pemerintahan. Dalam urusan pariwisata yang menjadi urusan pilihan dari pemerintah Kabupaten Banyuwangi, ada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang melaksanakan urusan pariwisata sesuai dengan program dari bupati.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Jenis ini memiliki prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan cara memaparkan data yang diperoleh dari pengamatan kepustakaan kemudian dianalisis dan diinterpretasikan dengan memberikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, proses penelitian berbentuk siklus yang berarti dalam mengumpulkan data dan analisisnya berlangsung secara saling berkaitan. Peneliti berupaya untuk mengkaji dan menganalisis secara menyeluruh mengenai upaya-upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam melakukan pengembangan pariwisata pantai Pulau Merah.

Melalui desain penelitian yang digunakan, maka peneliti melakukan pengumpulan data dan informasi secara langsung kepada Pemerintah Daerah dalam hal ini kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dan masyarakat sekitar Pantai Pulau Merah. Langkah selanjutnya peneliti akan menguraikan dan menganalisis data dan informasi yang telah didapatkan dan selanjutnya mendeskripsikannya dalam hasil laporan penelitian. Sehingga hasil yang didapatkan menunjukkan bagaimana implementasi program pengembangan pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam hal ini adalah Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata kabupaten Banyuwangi dalam meningkatkan objek pariwisata pantai pulau merah.

Menurut Lofland dan Lofland dalam Moleong (2001:112) prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati digolongkan dalam penelitian kualitatif. Secara teoritis, penelitian kualitatif dianggap melakukan pengamatan melalui lensa-lensa lebar dan mencari pola-pola hubungan antara konsep yang sebelumnya telah ditentukan. Penelitian harus menggunakan diri sendiri sebagai instrumen, mengikuti asumsi-asumsi kultur sekaligus mengikuti data. Dalam upaya mencapai wawasan-wawasan imajiner ke dalam dunia sosial informan, peneliti diharapkan fleksibel dan reflektif tetapi tetap mengatur jarak (Fracken dalam Brannen, 1997).

## **B. Fokus penelitian**

Fokus merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian. Dalam penelitian kualitatif fokus penelitian dimaksudkan untuk :

- a. Membatasi studi. Dengan adanya fokus, penentuan tempat penelitian menjadi lebih banyak.
- b. Memenuhi kriteria informasi yang didapatkan di lapangan. Dengan fokus penelitian seorang peneliti dapat mengetahui data mana yang perlu diambil dari data yang sedang dikumpulkan (Moleong, 2001)

Peneliti dalam menetapkan fokus berdasarkan permasalahan yang terkait dengan teori yang telah ada. Fokus penelitian juga digunakan dalam

menjawab rumusan masalah. Jika fokus penelitian sudah ditentukan maka akan mudah bagi peneliti dalam mencari data dan mendapatkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Dengan memperhatikan uraian di atas, maka fokus penelitian yang ditetapkan meliputi:

1. Implementasi program pengembangan pemasaran pariwisata .
  - a. Pelaksanaan kegiatan pemasaran pariwisata yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan pariwisata
  - b. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Pantai Pulau Merah
2. Dampak dari Implementasi Program Pemasaran pulau merah terhadap peningkatan kunjungan wisatawan pariwisata pulau merah
3. Faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi pemerintah daerah dalam implementasi program pemasaran pariwisata pada objek pariwisata pantai pulau merah.
  - a. Faktor pendukung
  - b. Faktor Penghambat

### **C. Lokasi dan Situs penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat atau daerah atau di mana peneliti melakukan kegiatan penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut maka lokasi penelitian dari penelitian ini adalah Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Peneliti mengambil lokasi penelitian pada Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dikarenakan implementasi suatu kebijakan yaitu implementasi program dalam meningkatkan pengembangan pariwisata adalah merupakan

wewenang pemerintah daerah. Alasan pemilihan lokasi penelitian di Kabupaten Banyuwangi adalah karena sejak di pimpin oleh Bupati Abdullah Azwar Anas Pariwisata menjadi salah satu ikon Kabupaten Banyuwangi, pembangunan Kepariwisata di lakukan secara menyeluruh, sehingga Kabupaten Banyuwangi sering mendapatkan penghargaan terkait dengan Pariwisata. Alasan lain dalam pemilihan lokasi penelitian adalah sebuah alasan subjektifitas dimana peneliti yang merupakan warga Banyuwangi ingin memberikan kontribusi nyata tentang pembangunan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi.

Sedangkan situs penelitian adalah tempat dimana peneliti menangkap keadaan sebenarnya dari objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Berdasarkan penjelasan diatas maka situs penelitian dalam penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

#### **D. Jenis dan sumber data**

Sumber data keberadaanya memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Oleh karena itu maka dalam penelitian ini peneliti menentukan siapa saja dan data apa saja yang harus didapatkan untuk menjawab fokus dan tujuan dari penelitian. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Arikunto (2006:129) bahwa: "sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana dapat diperoleh". Dalam penelitian ini karena menggunakan penelitian kualitatif, maka peneliti tidak menggunakan kuesioner, namun menggunakan metode wawancara dalam pengumpulan data

primer, sehingga sumber data penelitian ini disebut informan. Sedangkan untuk data sekunder peneliti langsung mendatangi situs penelitian yang menurut peneliti bisa memberikan data – data sekunder sebagai pendukung dalam penelitian ini sebagaimana yang telah dijelaskan pada lokus dan situs penelitian di atas..

Dari pengertian di atas maka yang termasuk sebagai sumber data dapat berupa seseorang, peristiwa, dokumen (hal atau benda) yang dapat dijadikan sumber informasi dan dapat memberikan data maupun informasi yang diperlukan sesuai dengan fokus penelitian yang ditetapkan. Data yang digunakan untuk penelitian dan penyusunan skripsi ini bersumber dari :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari narasumber atau informasi yang langsung berhubungan dengan peneliti, yaitu:

- a. Bapak Dariharto selaku Kepala Bidang Pariwisata pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.
- b. Bapak Ainur Rofik selaku Kepala Bidang Pemasaran pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi
- c. Pengunjung Pantai Pulau Merah, dalam penelitian ini penulis mengambil 6 pengunjung yang datang ke pulau merah yaitu :
  1. Bapak Santoso,
  2. Bapak Bambang,
  3. Bapak Fredy,
  4. Ibu Neli,

5. Bapak Faturahman, dan

6. Bapak Noviyanto.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersumber di luar kata-kata dan Data sekunder yaitu data yang digunakan melalui dokumen atau arsip dan laporan yang akan melengkapi dan akan memperkaya sumber data primer. Dalam penelitian ini penulis juga menggunakan literature, dokumen, peraturan-peraturan dan referensi dari internet maupun koran untuk membantu apa saja yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melengkapi data pada penelitian ini.

Arikunto (2006:129) menjelaskan bahwa dalam rangka mempermudah dan mengklarifikasikan data, sumber data dapat diidentifikasi menjadi tiga yaitu:

1. *Person*, yaitu sumber data bisa memeberikan data yang berupa jawaban lisan, atau jawaban tertulis melalui angket/questioner.
2. *Paper*, yaitu sumber data yang menyajikan data-data berupa huruf, angka, simbol, dan lainnya.
3. *Place*, yaitu sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan diam atau bergerak. Untuk itu, membagi sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut:
  - a) Informan, peneliti dalam menentukan informasi awal melakukan pengamatan terlebih dahulu dan pra riset, kemudian peneliti memilih informan secara purposive, pada

subyek penelitian yang menguasai permasalahan yang diteliti. Kemudian untuk mendapatkan informan selanjutnya, peneliti meminta kepada informan awal untuk menentukan siapa aktor selanjutnya yang kompeten dan bisa memberikan informasi sesuai dengan fokus penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah pegawai pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dan pengunjung wisata pantai pulau merah.

- b) Dokumen, yakni teknik dokumentasi yang dipakai untuk memperoleh data melalui bahan-bahan tertulis. Teknik ini dilaksanakan dalam rangka melengkapi informasi peneliti dan untuk mendapatkan data yang akurat. Dokumen yang peneliti gunakan untuk melengkapi data dalam penelitian ini adalah LAKIP serta Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.
- c) Tempat atau peristiwa sebagai sumber data tambahan yang dilakukan melalui kegiatan observasi langsung terhadap tempat dan peristiwa yang berkaitan dengan implementasi program pemasaran yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi dalam pengembangan Pariwisata Pantai Pulau Merah.

## **E. Teknik pengumpulan data**

Bungin (2010:107), menjelaskan bahwa metode pengumpulan data kualitatif yang paling independen terhadap semua metode pengumpulan data dan teknis analisis data adalah teknik wawancara mendalam, observasi, dan bahan dokumenter. Sehingga teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

### 1. Wawancara

Wawancara dibagi menjadi dua yaitu deep-interview dan interview. Deep interview dilakukan dan dilaksanakan kepada supervisor atau kepala pemegang jabatan. Sedangkan interview dilakukan jika narasumber dalam deep interview tidak menguasai pertanyaan yang diajukan.

### 2. Observasi

Observasi dilakukan saat wawancara dan saat penelitian dilakukan. Observasi adalah untuk mengamati peristiwa atau keadaan yang ada.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan, pengolahan, penyimpanan data yang diperoleh peneliti memudahkan proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Untuk melengkapi data-data yang telah diperoleh melalui wawancara ataupun observasi. Maka perlu juga digunakan data tertulis yang telah ada dan mampu digunakan sebagai pendukung pencapaian tujuan penelitian.

#### 4. Triangulasi Data

Triangulasi data dapat disebut juga dengan triangulasi sumber. Cara ini mengarahkan peneliti agar di dalam mengumpulkan data, peneliti berusaha menggunakan berbagai sumber yang ada.

### **F. Instrumen penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, mengelola, dan mengintegrasikan informasi dari para informan yang yang diperlukan dalam penelitian. Dalam Penelitian ini penulis menggunakan instrumen:

#### 1. Peneliti

Pada penelitian kualitatif ini peneliti bisa berhadapan dan mencari data secara langsung kepada informan, sehingga peneliti bisa berinteraksi langsung dengan informan dan lebih memahami fenomena-fenomena yang ada di lapangan. Hal ini karena peneliti melakukan pengumpulan data, pengkajian dan pertimbangan secara konseptual, serta melakukan analisis data terkait masalah dan fokus penelitian. Oleh sebab itu, peneliti harus obyektif dalam menuliskan laporan hasil penelitian

#### 2. Pedoman wawancara

yaitu berisi materi atau poin-poin yang menjadi dasar dan acuan dalam melakukan wawancara. Pada panduan wawancara ini memuat daftar pertanyaan yang memiliki relevansi dengan konteks penelitian, dan mampu menggali kedalaman informasi yang dibutuhkan oleh peneliti terkait permasalahan dan fokus dari penelitian.

### 3. Catatan lapangan

Berupa perangkat penunjang yang digunakan dalam penelitian ini meliputi field note/buku catatan, alat tulis yang dibutuhkan, recorder, dan kamera untuk dapat memudahkan bagi peneliti dalam mengkap fenomena atau data-data yang peneliti butuhkan untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

## G. Analisis data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles, Huberman dan Saldana (2014:31-33) di dalam analisis data kualitatif terdapat tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Aktivitas dalam analisis data yaitu: Data Kondensasi, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan/Verifikasi.

### 1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merujuk pada proses memilih, menyederhanakan, mengabstrakkan, dan atau mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan-catatan lapangan secara tertulis, transkrip wawancara, dokumen-dokumen, dan materi-materi empiris lainnya. Untuk memudahkan dalam pemilihan data yang penulis dapatkan saat penelitian. Dalam penelitian ini mendapatkan data melalui wawancara dengan kepala pemasaran dan kepala pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi serta pengunjung pantai pulau merah. Sedangkan dokumen yang peneliti dapatkan untuk melengkapi penelitian ini

berasal dari Renstra ( Rencana Strategis) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2011-2015 dan dari LAKIP Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

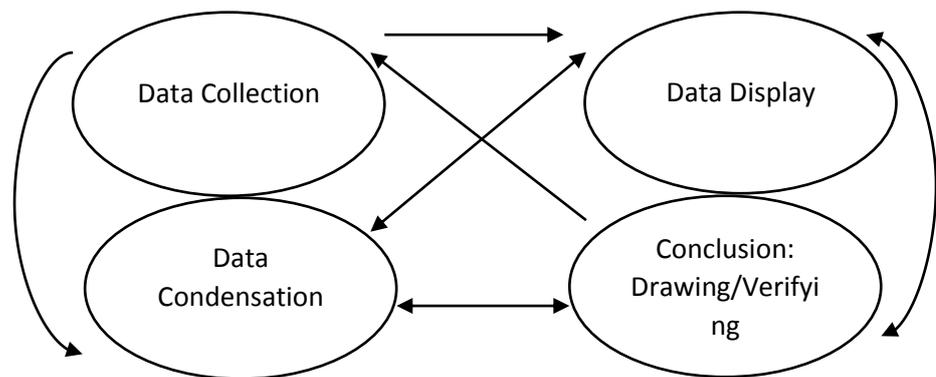
## 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah sebuah pengorganisasian, penyatuan dari informasi yang memungkinkan penyimpulan dan aksi. Penyajian data membantu dalam memahami apa yang terjadi dan untuk melakukan sesuatu, termasuk analisis yang lebih mendalam atau mengambil aksi berdasarkan pemahaman. Penyajian data dalam penelitian ini adalah tentang pemasaran pantai pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta kontribusinya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang datang ke pantai pulau merah.

## 3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusions Drawing*)

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan “final” mungkin tidak muncul sampai pengumpulan data berakhir, tergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan-tuntutan pemberi dana. Dalam penelitian ini kesimpulan berisi tentang implementasi program pemasaran pantai

pulau merah yang sudah berjalan dengan baik, dimana indikatornya adalah naiknya kunjungan wisatawan yang datang ke pulau merah sejak diimplementasikannya program tersebut.



**Gambar 3.** Analisis Model Interaktif

Sumber: Miles, Huberman dalam Saldana (2014:33)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Wilayah Kabupaten Banyuwangi**

###### **a. Sejarah Singkat Kabupaten Banyuwangi**

Berdasarkan data sejarah nama Banyuwangi tidak dapat terlepas dengan kejayaan Blambangan. Sejak jaman Pangeran Tawang Alun (1655-1691) dan Pangeran Danuningrat (1736-1763), bahkan juga sampai ketika Blambangan berada di bawah perlindungan Bali (1763-1767), VOC belum pernah tertarik untuk memasuki dan mengelola Blambangan ( Ibid.1923 :1045 ). Pada tahun 1743 Jawa Bagian Timur ( termasuk Blambangan ) diserahkan oleh Pakubuwono II kepada VOC, VOC merasa Blambangan memang sudah menjadi miliknya. Namun untuk sementara masih dibiarkan sebagai barang simpanan, yang baru akan dikelola sewaktu-waktu, kalau sudah diperlukan. Bahkan ketika Danuningrat memina bantuan VOC untuk melepaskan diri dari Bali, VOC masih belum tertarik untuk melihat ke Blambangan.

Dengan demikian jelas, bahwa lahirnya sebuah tempat yang kemudian menjadi terkenal dengan nama Banyuwangi, telah menjadi kasus-beli terjadinya peperangan dahsyat, perang Puputan Bayu. Kalau sekiranya Inggris tidak bercokol di Banyuwangi pada tahun 1766, mungkin VOC tidak akan buru-buru melakukan ekspansinya ke Blambangan pada tahun 1767.

Dan karena itu mungkin perang Puputan Bayu tidak akan terjadi ( puncaknya ) pada tanggal 18 Desember 1771. Dengan demikian pasti terdapat hubungan yang erat perang Puputan Bayu dengan lahirnya sebuah tempat yang bernama Banyuwangi. Dengan perkataan lain, perang Puputan Bayu merupakan bagian dari proses lahirnya Banyuwangi. Karena itu, penetapan tanggal 18 Desember 1771 sebagai hari jadi Banyuwangi sesungguhnya sangat rasional. Sehingga setiap tanggal 18 Desember setiap tahunnya Kabupaten Banyuwangi merayakan hari jadinya.

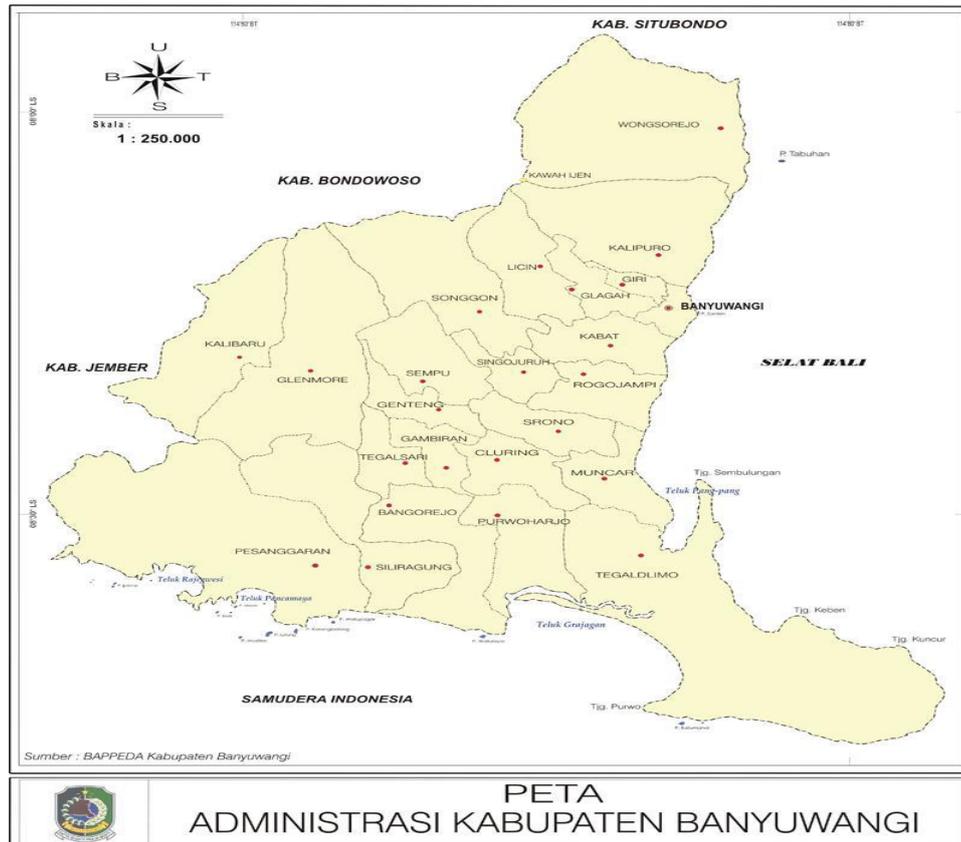
#### **b. Kondisi Geografis**

Kabupaten Banyuwangi terletak ujung timur Pulau Jawa. Wilayah daratannya terdiri atas dataran tinggi berupa pegunungan yang merupakan daerah penghasil produk perkebunan; dan dataran rendah dengan berbagai potensi produk hasil pertanian serta daerah sekitar garis pantai yang membujur dari arah utara ke selatan yang merupakan daerah penghasil berbagai biota laut. Luas wilayah Kabupaten Banyuwangi adalah 5.782,50 km<sup>2</sup> merupakan daerah kawasan hutan. Area kawasan hutan dibanyuwangi mencapai sekitar 183.396,34 ha atau sekitar 31,72%, persawahan sekitar 66.152 ha atau 11,44%, perkebunan dengan luas sekitar 82.143,63 ha atau 14,21%, permukiman dengan luas sekitar 127.454,22 ha atau 22,04%, sisanya dipergunakan untuk jalan, ladang dan lain-lainnya. Kabupaten Banyuwangi terletak pada 7° 43' — 8° 46' Lintang Selatan dan 113° 53' — 114° 38' Bujur Timur dengan batas-batas wilayah :

-Sebelah Utara : Kabupaten Situbondo

- Sebelah Selatan : Samudra Indonesia
- Sebelah Barat : Selat Bali
- Sebelah Timur : Kabupaten Bondowoso dan Kabupaten Jember

**Gambar 4. Peta Wilayah Kabupaten Banyuwangi**



Sumber: Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi, 2015

### c. Keadaan Iklim dan Hidrologi

Sepanjang tahun 2014 rata-rata kelembaban udara di Kabupaten Banyuwangi diperkirakan mendekati 82 persen. Kelembaban terendah terjadi pada bulan Nopember dengan rata-rata kelembaban udara sebesar 78 persen. Sebaliknya kelembaban tertinggi terjadi pada bulan Januari dengan besaran 85 persen. Adapun rata-rata curah hujan selama tahun 2014 angkanya mencapai 24,8. Selama tahun 2014 rata-rata suhu udara terendah terjadi pada

bulan Agustus yaitu sebesar 25,7 derajat celcius. Sedang tertinggi pada bulan Desember sebesar 28,6 derajat celcius. Sedang bulan-bulan lain angka rata-rata suhu udara yang terjadi sekitar 26 derajat celcius. Sebuah angka dalam ukuran atau tingkat kedinginan suatu wilayah yang sangat ideal. Artinya dalam rata-rata, bukan berarti setiap wilayah dengan suhu udara yang sama.

Kabupaten Banyuwangi mempunyai lereng dengan kemiringan lebih dari 40% meliputi lebih kurang 29,25% dari luas daerah yang mempunyai tinggi tempat lebih dari 500 meter di atas permukaan laut. Beberapa sungai besar maupun kecil yang melintas Kabupaten Banyuwangi mulai bagian Utara ke Selatan sehingga merupakan daerah yang cocok untuk pertanian lahan basah.

#### **d. Topografi**

Wilayah Kabupaten Banyuwangi bagian barat dan utara pada umumnya adalah pegunungan dan bagian selatan adalah dataran rendah, tingkat kemiringan rata-rata pada bagian barat dan utara adalah 40°, dengan rata-rata curah hujan lebih tinggi dibandingkan bagian lainnya. Daratan yang datar sebagian besar mempunyai tingkat kemiringan kurang dari 15°, dengan rata-rata curah hujan cukup memadai sehingga bisa menambah tingkat kesuburan tanah.

Dataran rendah yang terbentang luas dari selatan hingga utara dimana di dalamnya terdapat banyak sungai yang selalu mengalir di sepanjang tahun. Di Kabupaten Banyuwangi tercatat 35 DAS, sehingga disamping dapat

mengairi hamparan sawah yang sangat luas juga berpengaruh positif terhadap tingkat kesuburan tanah.

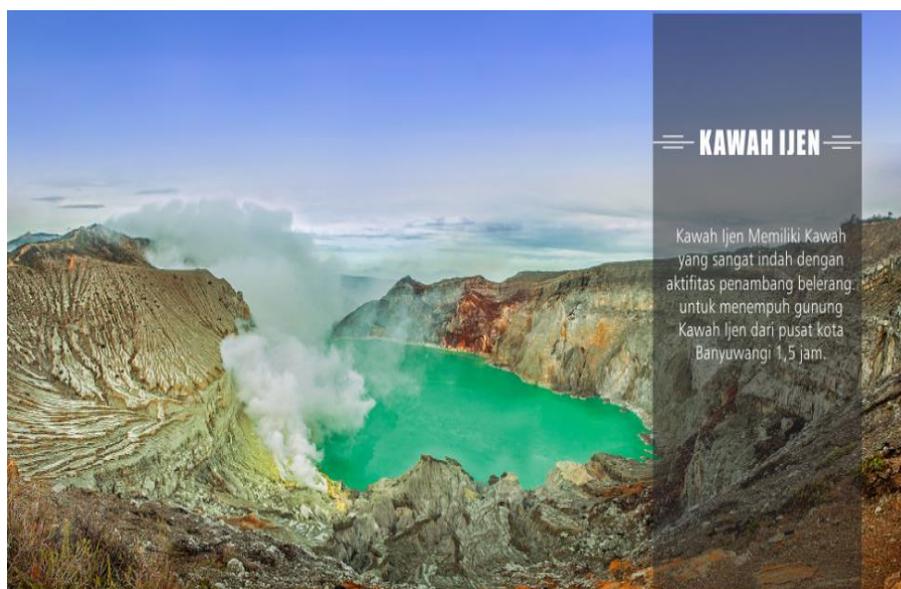
**e. Potensi Pawisiata Unggulan Kabupaten Banyuwangi  
(Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Kepala Bidang  
Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten  
Banyuwangi)**

Kabupaten Banyuwangi terletak di ujung timur pulau jawa yang memiliki banyak potensi pariwisata. Sebagai daerah yang di kelilingi oleh bentangan laut serta gunung membuat kabupaten banyuwangi memiliki potensi pariwisata yang berlimpah. Salah satu potensi pariwisata yang ada di banyuwangi telah di bahas dalam latar belakang skripsi ini adalah pantai pulau merah yang menawarkan keindahan pantainya. Selain pulau merah ada beberapa pariwisata yang menjadi unggulan di Banyuwangi, berikut potensi pariwisata unggulan yang dimiliki kabupaten banyuwangi :

1. Kawah ijen

Kawah ijen terletak di gunung ijen yaitu sekitar 35 km dari pusat kota Banyuwangi. Kawah Ijen adalah kawah yang bersifat asam yang airnya berwarna hijau toscca, berada di puncak ijen dengan tinggi 2368 meter diatas permukaan laut, dengan kedalaman danau 200 meter dan luas kawah 5466 hektar. Danau kawah ijen, merupakan danau reaktor multikomponen yang di dalamnya terjadi proses, baik fisika maupun kimia.

Fenomena indah dari Kawah Ijen yang mampu mengalahkan matahari terbit dan terbenam adalah Api biru/Blue fire/Blue Flame. Untuk melihat api biru yang keluar dari semburan gas panas dari pipa sulfatara, wisatawan harus menunggu antara pukul 02.00 WIB sampai jam 03.00 WIB dari Paltuding.



**Gambar 5. Kawah Ijen**

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi, 2015

## 2. Pantai Plengkung atau G-Land

Pantai Plengkung atau lebih dikenal dengan nama G-Land yang namanya telah menjadi perhitungan para pelancong dunia, terutama bagi mereka yang memiliki hobi berselancar. Pantai ini disebut-sebut sebagai salah satu destinasi surfing terbaik di dunia.

Pantai Plengkung dijuluki "The Seven Giant Waves Wonder" oleh peselancar asing karena memiliki 7 gulungan ombak hingga 6 meter tingginya. G-Land menjadi idaman dunia surfing internasional dan mempunyai ombak terbaik kedua di dunia setelah Hawaii. Puncak ombak

di Plengkung hanya ada di bulan-bulan tertentu antara April hingga Agustus. Pantai ini terletak di Kawasan Taman Nasional Alas Purwo, di Kecamatan Tegaldlimo.



**Gambar 6. Pantai G-Land**

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi, 2015

### 3. Sukomade

Berada di kawasan Taman Nasional Meru Betiri (TNMB), Pantai Sukamade merupakan salah satu dari *Triangle Diomond* Banyuwangi, Jawa Timur. Berjarak sekitar 97 km ke arah barat daya dari Banyuwangi, Desa Sarongan, Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi. Suasana yang tenang, hutan tropis alami Pantai sukamade menjadi tempat favorit bagi para penyu mendarat dan bertelur, tempat ini juga dikenal dengan sebutan Istana penyu bagi seluruh jenis penyu yang ada karena 4 dari 6 jenis penyu yang ada di seluruh dunia mendarat di tempat ini, Ada 4 jenis penyu yang dapat kita jumpai dari 6 penyu yang berada di Indonesia yaitu : Penyu Hijau (*Chelonia mydas*), Penyu Slengkrah (*Lepidochelys olivaceae*), Penyu Sisik

(*Eretmochelys imbricata*) dan Penyu Belimbing (*Dermochelys coriacea*).

Penyu yang sering mendarat di Pantai ini adalah penyu hijau.



**Gambar 7. Penangkaran Penyu, Sukomade**

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi, 2015

## **2. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten**

### **Banyuwangi**

#### **a. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi beralamat di Jl. Ahmad Yani No.78 Banyuwangi, Jawa Timur. Disbudpar memiliki tugas serta fungsi yang berkaitan dengan urusan-urusan budaya serta pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan Pemerintahan Daerah di bidang Kebudayaan dan Pariwisata. Untuk melaksanakan tugas dimaksud, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai fungsi :

- a. Perumusan kebijakan teknis di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- b. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- c. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang kebudayaan dan pariwisata
- d. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai tugas dan fungsinya.

**Pelayanan yang Diberikan untuk Mencapai Tugas Pokok dan Fungsi :**

Untuk mencapai tugas pokok dan fungsi dimaksud, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi memberikan beberapa pelayanan, yaitu :

- a. Pelayanan di bidang umum dan kepegawaian
- b. Pelayanan di bidang keuangan dan perlengkapan
- c. Pelayanan di bidang penyusunan program
- d. Pelayanan di bidang pemberdayaan seni dan budaya
- e. Pelayanan di bidang adat budaya
- f. Pelayanan di bidang pemberdayaan sarana wisata
- g. Pelayanan di bidang sumber daya alam
- h. Pelayanan di bidang Informasi budaya dan wisata
- i. Pelayanan di bidang promosi budaya wisata

**b. Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi**

Visi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan perwujudan dalam lingkup yang lebih kecil dari Visi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi yang tertuang dalam RPJMD Kabupaten Banyuwangi Tahun 2010 - 2015. Untuk itu Visi Pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga merupakan manifestasi sistem yang saling terkait untuk saling menyukseskan satu dengan yang lainnya. Sesuai tugas pokok dan fungsinya maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menetapkan visi sebagai berikut :

***”TERWUJUDNYA BANYUWANGI SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA NASIONAL DAN INTERNASIONAL YANG BERBASIS KEBUDAYAAN DAN POTENSI ALAM BERWAWASAN LINGKUNGAN.”***

Penjelasan Visi :

Pariwisata Kabupaten Banyuwangi diperlukan dukungan semua pihak untuk penciptaan kondisi keamanan yang kondusif, bersih, indah, aman, ramah, dan penyediaan sarana dan prasarana pariwisata yang mendorong pertumbuhan sektor kebudayaan dan pariwisata serta membangun citra Kabupaten Banyuwangi sebagai tempat wisata yang berbasis kebudayaan dan potensi alam serta lingkungan sekaligus terposisi sebagai pintu gerbang pariwisata.

Misi setiap Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) sebagai satu organisasi instansi pemerintah harus memastikan agar visi yang telah

ditetapkan bersama dapat diupayakan perwujudannya, untuk itu harus disusun suatu tahapan yang secara umum akan terbagi ke dalam 2 (dua) tahapan yakni apa yang hendak dicapai dan bagaimana upaya untuk mencapainya, salah satunya penetapan misi, dimana misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi antara lain :

1. Mewujudkan Banyuwangi menjadi tujuan wisata Nasional dan Internasional;
2. Mewujudkan Pelestarian budaya dan cagar budaya;
3. Mewujudkan peningkatan potensi obyek wisata budaya;

**c. Tujuan**

Tujuan merupakan penjabaran atau implementasi dari pernyataan misi sebagai hasil akhir yang akan dicapai atau dihasilkan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun. Tujuan ditetapkan dengan mengacu kepada pernyataan visi dan misi, rumusnya menunjukkan suatu kondisi yang ingin dicapai di masa mendatang. Untuk itu tujuan ini disusun guna memperjelas pencapaian sasaran yang ingin diraih dari masing-masing misi. Berdasarkan visi dan misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi 2010-2015, maka dirumuskan tujuan sebagai berikut :

- a. Menjamin adanya konsistensi Pelaksanaan Program terhadap masalah dan potensi daerah serta kegiatan rutin sesuai dengan ketentuan pembangunan pariwisata dan kebudayaan daerah.
- b. Menjamin komitmen terhadap kesepakatan program pembangunan yang sudah difokuskan secara partisipatif dengan semua Stake Holder pelaku

pariwisata mulai dari penetapan misi, visi, tujuan, sasaran, strategi, kebijakan, program dan kegiatan sehingga dengan demikian setiap program dan kegiatan yang akan dilaksanakan setiap tahun anggaran harus mengacu pada renstra dinas yang berpedoman pada RPJMD Kab. Banyuwangi Tahun 2010 – 2015.

- c. Memperkuat landasan penetapan program dan kegiatan tahunan dinas secara kronologis dan berkelanjutan.
- d. Meningkatkan kualitas pelayanan prima bagi pelaku-pelaku pariwisata
- e. Mewujudkan sapta pesona pariwisata
- f. Mewujudkan dan meningkatkan fasilitas yang memadai di lingkungan destinasi
- g. Mengembangkan pola partisipasi dalam pengembangan destinasi pariwisata
- h. Mengamankan dan mengkondisikan bangunan dan situs-situs dan peninggalan sejarah
- i. Menciptakan dan mencari ikon Banyuwangi yang tepat sesuai dengan sejarah
- j. Meningkatkan dan mengembangkan kehidupan berkebudayaan sebagai salah satu basis pengembangan kepariwisataan,
- k. Menciptakan Paket-paket wisata dengan bekerjasama dengan travel-trevel dan biro perjalanan wisata
- l. Meningkatkan dan mengembangkan kemampuan pelaku-pelaku wisata

- m. Melestarikan dan mengembangkan nilai – nilai tradisi sebagai akar budaya lokal,
- n. Meningkatkan seluruh sumber daya pariwisata agar lebih profesional

#### **d. Sasaran**

Sasaran merupakan penjabaran dari tujuan organisasi dan menggambarkan hal – hal yang ingin dicapai melalui tindakan – tindakan yang akan dilakukan secara operasional. Oleh karenanya rumusan sasaran yang ditetapkan, diharapkan dapat memberikan fokus pada penyusunan program - program dan kegiatan pokok organisasi yang bersifat spesifik, terinci, dapat diukur dan dapat dicapai. Sasaran organisasi yang ditetapkan pada dasarnya merupakan bagian dari perencanaan dengan fokus utama berupa tindakan pengalokasian sumber daya organisasi ke dalam strategi organisasi.

Oleh karenanya penetapan sasaran harus memenuhi kriteria *specific, measurable, agresive but attainable, result oriented and time bond*. Guna memenuhi kriteria tersebut maka penetapan sasaran harus disertai dengan penetapan indikator sasaran, yakni keterangan, gejala atau penanda yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan upaya pencapaian sasaran atau dengan kata lain disebut sebagai tolok ukur keberhasilan pencapaian sasaran. Dari pengertian tersebut diatas, maka sasaran harus sesuai dengan tujuan yang dikehendaki adalah :

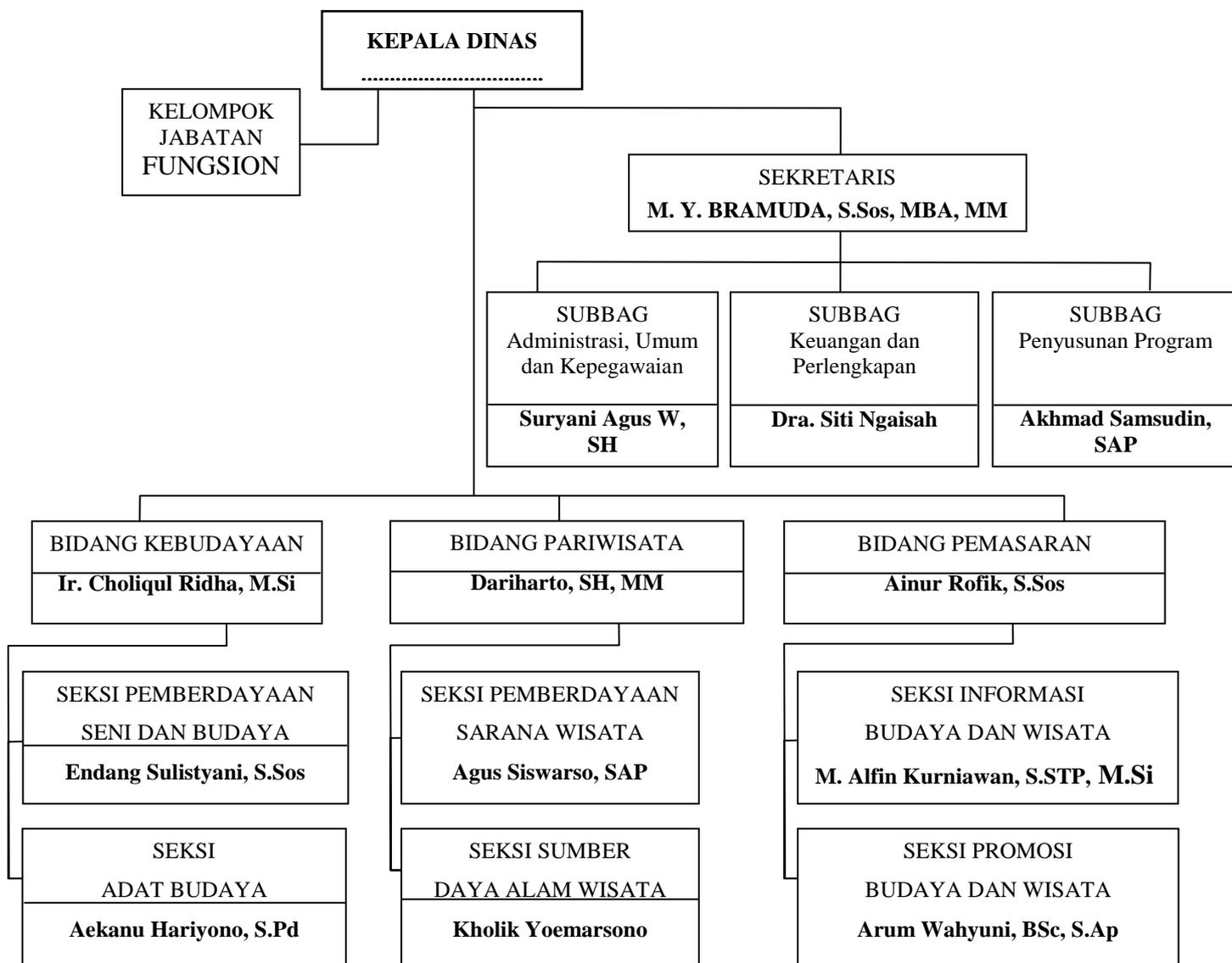
- Meningkatkan arus kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara
- Optimalnya kontribusi sektor pariwisata terhadap hotel dan reatoran

- Meningkatnya sanggar-sanggar tari untuk melestarikan keanekaragaman budaya
- Meningkatnya pengelolaan obyek-obyek wisata

**e. Struktur Organisasi**

**Gambar 8. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata**

**Kabupaten Banyuwangi**



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi, 2015

#### **f. Rincian Tugas**

Berdasarkan Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 52 Tahun 2011 tentang Rincian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Organisasi Perangkat Daerah Nomor 6 Tahun 2011, dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### 1. Kepala Dinas

*Kepala Dinas*, mempunyai tugas :

- a. Menyusun rencana program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- b. Melaksanakan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- c. Mengkoordinasikan pelaksanaan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- d. Mengendalikan terhadap pelaksanaan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- e. Melaksanakan pembinaan pegawai di lingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
- f. Memonitor serta mengevaluasi pelaksanaan tugas bawahan agar sasaran dapat dicapai sesuai dengan program kerja dan ketentuan yang berlaku.
- g. Menilai prestasi bawahan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan karier.
- h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

- i. Menyampaikan laporan hasil evaluasi, saran dan pertimbangan di bidang tugas dan fungsinya kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah

## 2. Sekretaris

*Sekretaris* mempunyai tugas pokok menyusun rencana kegiatan tahunan dan pengendalian serta pengelolaan keuangan dan urusan umum. Tugas sekretasi meliputi :

- a. Menyusun rencana Sekretariat berdasarkan Rencana Kerja Dinas.
- b. Menyelenggarakan administrasi umum untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi dinas.
- c. Menyelenggarakan hubungan kerja di bidang administrasi dengan satuan kerja perangkat daerah terkait.
- d. Mengkoordinasikan kegiatan di lingkungan Dinas.
- e. Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.
- f. Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier.
- g. Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya.
- h. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.
- i. Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya;

## 3. Kepala Bidang Kebudayaan

***Kepala Bidang Kebudayaan*** mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pembinaan, pengembangan dan pelestarian di bidang kebudayaan. Tugas Kepala Bidang Kebudayaan meliputi :

- a. Menyusun rencana bidang kebudayaan sesuai dengan rencana kerja Dinas.
- b. Membina, mengembangkan dan melestarikan kebudayaan.
- c. Memfasilitasi pagelaran budaya sebagai obyek wisata.
- d. Memproses pemberian rekomendasi izin pendirian lembaga pendidikan/sanggar di bidang seni budaya.
- e. Memfasilitasi penyusunan kemasan paket wisata budaya.
- f. Meningkatkan kemitraan penelitian dan pengkajian pengembangan kebudayaan dan arkeologi.
- g. Mengembangkan pengelolaan seni budaya dan arkeologi serta museum.
- h. Meningkatkan pemahaman dan pengembangan nilai-nilai adat dan tradisi lokal.
- i. Memfasilitasi penyusunan data base kebudayaan.
- j. Meningkatkan pemahaman nilai sejarah dan tradisi.
- k. Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.
- l. Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier.
- m. Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya.

n. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

#### 4. Kepala Bidang Kebudayaan

**Kepala Bidang Pariwisata** mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pembinaan, pengembangan dan pemanfaatan obyek wisata, sarana, tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata

- a. Menyusun rencana Bidang Pariwisata sesuai dengan rencana Dinas;
- b. Membina dan mengembangkan Obyek Wisata ,sarana ,tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata
- c. Memberikan pertimbangan teknis pemrosesan perizinan dibidang usaha Obyek Wisata ,Taman Rekreasi ,Akomodasi , rumah makan bar dan biro perjalanan wisata;
- d. Memantau dan mengevaluasi kegiatan pembinaan, pengembangan obyek wisata ,sarana ,tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam Wisata;
- e. Membina dan mengembangkan lembaga-lembaga masyarakat dan kelompok sadar wisata;
- f. Menyusun bahan laporan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan pembinaan dan pengembangan obyek wisata ,sarana wisata dan usaha jasa kepariwisataan ;
- g. Mengoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung;
- h. Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier ;

#### 5. Kepala Bidang Pemasaran

***Kepala Bidang Pemasaran*** mempunyai tugas pokok melaksanakan Pembinaan dan pemantauan dalam rangka pengembangan jaringan Usaha pemasaran wisata.

- a. Menyusun rencana Bidang Pemasaran sesuai dengan rencana Dinas ;
- b. Melaksanakan upaya pengembangan pemasaran wisata ;
- c. Meningkatkan kerja sama pemasaran baik di dalam maupun di luar negeri dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan daerah ;
- d. Meningkatkan kekoordinasi pengembangan jaringan aksesibilitas
- e. Melaksanakan promosi intensif di dalam dan di luar negeri ;
- f. Merancang dan mensinergikan pembuatan even –even untuk meningkatkan kunjungan ;
- g. Meningkatkan kemitraan pengembangan produk dan promosi ;
- h. Meningkatkan pembangunan sistem informasi pelayanan kepariwisataan ;
- i. Mengoordinasikan bawahan agar terjalin kerja sama yang baik dan saling mendukung ;
- j. Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier
- k. Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya ;
- l. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas /kegiatan kepada atasan ;

## **B. Penyajian Data**

### **1. Implementasi Program Pemasaran Pariwisata Objek Wisata Pantai Pulau Merah oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi**

Sebagai upaya dalam meningkatkan pembangunan daerah, maka setiap organisasi yang ada dalam pemerintahan baik pemerintahan pusat maupun daerah memiliki suatu kebijakan atau program yang harus dilaksanakan. Sebagai pemerintah daerah maka kebijakan yang dikeluarkan adalah yang berkaitan dengan daerahnya sendiri. Misalnya Pemerintah Daerah Banyuwangi mempunyai wewenang untuk mengelola Kabupaten Banyuwangi.

Implementasi menurut Usman (2002:70) merupakan bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan. Berdasarkan pengertian implementasi yang dikemukakan oleh Usman diatas maka dapat disimpulkan bahwa implementasi tidak semata-mata merupakan suatu aktifitas atau tindakan saja. Akan tetapi bermuara pada suatu kegiatan yang disusun dengan baik atau biasa disebut rencana strategis.

Dalam rencana strategis 2010-2015 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi terdapat 3 sasaran strategis yang menjadi acuan atau pedoman bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk dapat dilakukan dan dilaksanakan untuk melakukan pembangunan pariwisata yang

diimplementasikan oleh Disbudapar. Rencana strategis dilakukan serta diimplementasikan dalam kurun waktu 5 tahun. Rencana strategis tersebut seperti yang terdapat dalam tabel di bawah ini :

**Tabel 2. Sasaran Strategis dan Program Dinas Kebudayaan dan Pariwisata**

No	Sasaran Strategis	Program/kegiatan
1	Pengembangan ruang apresiasi terhadap budaya lokal (Meningkatkan obyek wisata yang berwawasan lingkungan dan berbasis masyarakat)	Program Pengembangan Nilai Budaya
2	Melestarikan dan mengembangkan budaya lokal	Program Pengelolaan Keragaman Budaya Program Pengelolaan Kekayaan Budaya
3	Meningkatnya pemanfaatan potensi pariwisata seperti Pulau Merah, Kawah Ijen, Plengkung, Sukamade dll	Program Pemasaran Pariwisata Program Pengembangan Kemitraan

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Pada tabel di atas dijelaskan tentang sasaran strategis yang ditetapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Terdapat 3 sasaran strategis dalam pelaksanaan renstra antara lain pengembangan ruang apresiasi terhadap budaya lokal, melestarikan dan mengembangkan budaya lokal, meningkatnya potensi pariwisata seperti Pulau Merah, Kawah Ijen, Plengkung, Sukomade dll yang bertujuan untuk menarik banyak wisatawan untuk berkunjung Banyuwangi. Rencana strategis tersebut dilaksanakan serta diimplementasikan dalam waktu selama 5 tahun ke depan (2011-2015).

Salah satu program yang terdapat dalam rencana strategis tersebut adalah program pemasaran pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan potensi pariwisata yang ada di Banyuwangi. Program pemasaran

pariwisata di banyuwangi menjadi tanggungjawab dari Bidang Pemasaran pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Program pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata salah satunya adalah implementasi program pemasaran pada objek pariwisata pulau merah yang bertujuan untuk menarik wisatawan untuk datang dan berkunjung utamanya di Banyuwangi. Untuk dapat melihat apakah program yang direncanakan telah sesuai dan telah terimplementasi dengan baik maka kita dapat melihat tabel sebagai berikut :

Tabel 3. Program Kegiatan, Target Kinerja dan Realisasi Program Pemasaran Pariwisata Pulau Merah

Tahun	Program/Kegiatan	Target Kinerja	Realisasi/Capaian
2012	Pembuatan bahan promosi dan informasi pariwisata Kab. Banyuwangi	1. Pembuatan Buku Pariwisata Kabupaten Banyuwangi 2. Pembuatan Famtrip wisata	87%
	Pengembangan jaringan kerjasama promosi pariwisata	1. Melalui pelaksanaan Pemilihan Duta wisata Jebeng Thulik	91%
2013	Pelaksanaan “Red Island International Surfing Competition 2015	1 Kegiatan	100%

	Peningkatan Pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata	1. Kerjasama promosi pariwisata dengan Media elektronik/cetak 2. Pengembangan Website Pariwisata Kab Banyuwangi 3. Pemasangan Media Promosi/Baliho Pariwisata	99%  100%  100%
2014	Pelaksanaan “Red Island International Surfing Competition 2015	1 Kegiatan	100%
	Peningkatan Pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata	1. Kerjasama promosi pariwisata dengan Media elektronik/cetak	98%
2015	Pelaksanaan “Red Island International Surfing Competition 2015	1 Kegiatan	100%
	Peningkatan Pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata	1. Kerjasama promosi pariwisata dengan Media elektronik/cetak	99%

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel rencana program dan realisasi kegiatan program pemasaran pariwisata pulau merah diatas dapat diketahui bahwa sejak tahun 2012 ada 4 kegiatan diantaranya adalah pembuatan bahan promosi dan informasi pariwisata kabupaten banyuwangi, pengembangan jaringan kerjasama promosi pariwisata serta pelaksanaan kegiatan ”Red Island International Surfing Competition”. Dan peningkatan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang realisasinya mencapai 100%.

**a. Pelaksanaan Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi di Pulau Merah**

Pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dilakukan sejak tahun 2012. Pada tahun 2012 ada 2 kegiatan yang dilakukan dalam pemasaran pulau merah. Hal ini berdasarkan program kegiatan dan realisasi program pemasaran pantai pulau merah pada tahun 2012, dalam pemasaran atau promosi pariwisata dilakukan dengan cara pembuatan bahan promosi dan informasi pariwisata kabupaten banyuwangi. Indikator kegiatan pembuatan bahan promosi ini berupa pembuatan buku destinasi pariwisata dan famtrip wisata.

Pembuatan buku pariwisata sebagai salah satu bentuk promosi pariwisata, buku ini berisi informasi pariwisata yang ada dibanyuwangi seperti pulau merah, ijen dan sukumade. Semua informasi terkait objek

pariwisata ada didalamnya mulai dari akomodasi, penginapan hingga gambar objek wisata. Pembuatan buku pariwisata yang dilakukan di banyuwangi memiliki pagu anggaran sebesar Rp. 100.000.000 dengan realisasi sebesar Rp. 87.678.000 dan realisasinya mencapai 87%. Sedangkan famtrip wisata pada LAKIP Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2012 memiliki pagu anggaran sebesar Rp. 125.000.000 dengan realisasi sebesar Rp. 120.247.000.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada tahun 2012 lainnya adalah dengan adanya pengembangan jaringan kerja sama promosi pariwisata dengan kegiatan melalui pemilihan Jebeng Thulik pada tahun 2012 yang dimaksudkan untuk mencetak duta wisata, duta budaya serta duta daerah yang handal dalam memasarkan asset yang dimiliki oleh kabupaten banyuwangi termasuk dalam hal ini adalah pariwisata yang ada di banyuwangi. Pelaksanaan kegiatan kerja sama promosi pariwisata melalui jebeng Thulik (dutawisata) ini memiliki pagu anggaran sebesar Rp. 200.000.000 dengan realisasi mencapai 91% yaitu mencapai Rp. 183.147.840.

Setelah tahun 2012 melakukan pemasaran pariwisata bertaraf lokal dan nasional yaitu melalui pembuatan buku destinasi pariwisata dan melalui pemilihan duta wisata untuk dapat mempromosikan asset-aset yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Kemudian pada tahun 2013 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mulai melakukan pemasaran yang lebih luas yaitu dengan melaksanakan kegiatan bertaraf internasional dilakukan di banyuwangi, salah satu kegiatan yang bertujuan untuk melakukan promosi secara internasional

adalah dengan pelaksanaan kegiatan “Red Island International Surfing Competition” kegiatan ini telah dilakukan selama 3 tahun terakhir sejak tahun 2013. Hal ini berdasarkan wawancara dengan bapak Dariharto Kepala bidang pemasaran :

“Kalau di pulau merah, kita sudah melaksanakan kegiatan *International Surfing Competition* pada tahun 2013 pertengahan. Pemasaran kan maksudnya promosi, jadi kita lakukan promosi untuk membuat pulau merah ini dikenal luas baik oleh wisnus (wisatawan nusantara) maupun oleh wisman (wisatawan nusantara). Seperti yang saya katakan tadi, kita melaksanakan kegiatan *International Surfing* di pulau merah itu sejak 2013 sebagai rangkaian *Banyuwangi Festival*. Peserta dari kejuaraan *surfing* ini tidak hanya dari lokal saja tetapi juga banyak *surfer* internasional yang berpartisipasi dalam *event* tahunan ini, dengan banyaknya surfer yang berasal dari berbagai negara didunia , saat mereka kembali ke negaranya masing-masing akan menceritakan seperti ini indahnya pulau merah. ” (Wawancara pada Hari Kamis 25 Februari pada pukul 09.10)”

Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan diatas maka dapat diketahui jika pelaksanaan kegiatan international surfing competition telah dimulai sejak 2013. Yang tujuannya adalah untuk membuat pulau merah sebagai destinasi wisata yang dikenal secara luas. Dan akhirnya akan meningkatkan kunjungan wisatawan baik asing maupun domestik. Implementasi program pemasaran pariwisata pada objek pariwisata pantai pulau merah melalui pelaksanaan kegiatan “International Surfing Competition” juga dibenarkan berdasarkan wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran bapak Ainur Rofik :

“Kegiatan konkrit yang kami lakukan dalam 3 tahun terakhir sebagai cara dalam upaya pelaksanaan program pemasaran di pulau merah ini adalah dengan melakukan promosi melalui kegiatan yang namanya “Red Island International Surfing Competition” yang sejak tahun 2013 telah kami selenggarakan dan tahun 2014, 2015 juga kami adakan.”(wawancara pada hari Jum’at 26 Februari pada pukul 09.10)

Berdasarkan wawancara dengan bapak Ainur Rofik diatas dapat diperoleh informasi bahwa sarana sebagai promosi pulau merah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu kegiatan bertaraf internasional yaitu *International Surfing Competition* yang telah dilakukan sejak tahun 2013 hingga tahun 2015.

Kejuaraan *International Surfing Competition* yang pertama adalah pada tahun 2013 yang diikuti para surfer dari 20 negara yang total jumlah pesertanya mencapai 150 peselancar. Dalam kejuaraan selancar ini yang dilombakan terdiri dari 3 kategori, yaitu kategori lokal, nasional dan internasional. Kemudian pada tahun 2014 total jumlah pesertanya mengalami peningkatan dari penyelenggaraan tahun sebelumnya, dimana total ada 165 peserta yang mengikuti “Red Island International Surfing Competition dengan kategori yang sama yaitu lokal, nasional dan internsional”.

**Gambar 9. Peserta International Surfing Competition tahun 2015 di Pulau Merah**



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi, 2015

Setelah sukses selama penyelenggaraan kejuaraan selancar internasional pada tahun 2013 dan 2014, sehingga pada tahun 2015 ada penambahan jumlah kategori kejuaraan. Yang semula hanya 3 kategori yang dilombakan pada tahun 2015 terjadi penambahan yang cukup signifikan yaitu ada 8 kategori yang diperlombakan. Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan Kepala Bidang Pemasaran :

“Pada tahun 2015 kemaren kita tambah kategori yang diperlombakan pada ISC (International Surfing Competition) yang sebelumnya cuma 3 kategori menjadi 8 kategori. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pesertanya. Ada kategori untuk selancar wanita yang pada penyelenggaraan tahun sebelumnya belum ada yaitu kategori *girl division*. Kemudian ada juga kita lombakan kategori remaja yaitu dibawah 16 tahun dan ada yang dibawah 14 tahun.”(Wawancara pada hari Kamis tanggal 25 Februari 2016 pukul 10.00)

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan diatas terjadi penambahan jumlah kategori dan adanya kategori untuk wanita dan remaja. Hal ini dimaksudkan untuk semakin menambah banyak peserta kejuaraan ini yang tentunya akan semakin membuat pulau merah menjadi dikenal luas oleh masyarakat. Ada total 8 kategori yang diperlombakan pada tahun 2015 diantaranya diantaranya adalah kategori open international, national, expert, long board, paddle race, girl division. Selain itu, ada juga kategori remaja yaitu grommet yang pesertanya berusia di bawah 16 tahun dan pushing division yaitu di bawah 14 tahun. Pada penyelenggaran tahun 2015 total peselancar mancanegara yang hadir mencapai 180 peselancar dari berbagai negara.

**Gambar 10. Penyerahan Juara International Surfing Competition 2015 oleh Bupati Banyuwangi**



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi, 2015

Dalam pelaksanaan kegiatan “International Surfing Competition” yang terdapat dalam target kinerja dan realisasi anggaran yang telah penulis kemukakan, dapat dilihat bahwa realisasi dari kegiatan ini telah tercapai setiap tahunnya. Dimana mulai dari tahun 2013 hingga 2015 pelaksanaannya telah mencapai 100%. Berdasarkan LAKIP dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2013 kegiatan ini memiliki pagu anggaran sebesar Rp. 100.000.000 dan terealisasi sebesar Rp. 95.225.000. Kemudian pelaksanaan ISC tahun 2014 yang juga terimplemtasi dengan baik yaitu berdasarkan LAKIP tahun anggaran 2014 dimana kegiatan ini memiliki pagu anggaran sebesar Rp. 100.000.000 dengan realisasi kegiatan sebesar Rp. 99.665.600. Pada pelaksanaan ISC (International Surfing Competition) tahun 2015, berdasarkan LAKIP Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2015. Kegiatan

ini memiliki pagu anggaran sebesar Rp. 118.000.000 dengan realisasi anggaran sebesar Rp. 117.842.000.

**b. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Pulau Merah**

Dalam pemasaran pulau merah dilakukan melalui kegiatan pemanfaatan teknologi informasi yang dilakukan sebagai upaya pemasaran pulau merah telah dilakukan melalui melalui kerjasama dengan media cetak atau elektronik. Berdasarkan wawancara dengan Ainur Rofik selaku Kepala Bidang Pemasaran :

“Yang kedua melalui website kami, dimana setiap hari kami terus mem-*posting* pariwisata-pariwisata yang ada dibanyuwangi termasuk pulau merah. Dan jangan lupa kita juga melakukan kerja sama dengan media *massa* agar kegiatan yang kita lakukan ini dapat di-*expose* untuk membuat pulau merah dikenal masyarakat luas dan tentunya akhirnya adalah adanya kunjungan wisatawan ke banyuwangi terutama pantai pulau merah.”(wawancara pada hari Jum’at tanggal 26 february pukul 09.50)

Dari informasi yang penulis dapatkan dari bapak Ainur Rofik diatas bahwa promosi pariwisata dilakukan melalui pemanfaatan website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai salah satu bentuk pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pantai pulau merah. Terkait pemanfaatan website pariwisata sebagai salah satu cara promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata hal ini juga dibenarkan oleh salah satu pengunjung pantai pulau merah. Berdasarkan wawancara dengan bapak fredy yang mengatakan :

“Sekarang kan jamannya canggih mas. Internet ada dimana-mana jadi kita bisa tau mana objek wisata yang bagus. Iya saya taunya dari internet, buka website kabupaten banyuwangi kan informasinya lengkap akhirnya saya ke pulau merah sebagai tujuan destinasi untuk

berlibur dengan keluarga, bareng-bareng.”(Wawancara pada hari sabtu 5 maret 2016 pukul 13.50)

Berdasarkan wawancara dengan pengunjung pantai pulau merah diatas dapat diketahui bahwa pemanfaatan media informasi sebagai sarana promosi untuk suatu objek wisata dapat membuat wisatawan untuk berkunjung ke pulau merah. Hal ini diperkuat dengan hasil dengan wawancara dengan pengunjung pantai pulau merah lainnya bernama bapak Santoso :

“Saya kebetulan dari jember ini tadi memang rencana ke pulau merah buat berlibur, tau pulau merah dari anak saya yang browsing di internet. Ya bagus informasi dari mereka (Website Disbudpar) lengkap ada semuanya informasinya jadi memudahkan kami untuk tau tentang pulau merah”(Wawancara pada hari sabtu 5 maret pukul 14.00)

Dalam pemanfaatan website pulau merah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memberikan informasi yang lengkap tentang objek wisata. Hal ini akan memudahkan pihak pemerintah untuk dapat melakukan pemasaran pantai pulau merah. Lebih lanjut menurut Bapak Ainur Rofik :

“Dalam pemanfaatan IT selain menggunakan website sebagai salah satu cara untuk promosi pariwisata. Kita juga ada kerjasama dengan media massa yang tujuan akhirnya dengan media massa kita bisa lakukan promosi pariwisata salah satunya pantai pulau merah yang mau kamu kaji ini. Iya sudah tertuang dalam rencana program kita bahwa pemanfaatan media massa itu sudah ada”.(Wawancara pada hari Kamis Tanggal 26 februari pukul 10.00)

Berdasarkan informasi yang diberikan oleh kepala bidang pemasaran diatas dapat diketahui bahwa dalam implementasi pemasaran pariwisata yang dilakukan di pulau merah salah satu media yang digunakan adalah dengan adanya kerjasama dengan media *massa*. Berdasarkan LAKIP Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi tahun 2013 ada 3 kegiatan yang dilakukan yang pertama adalah kerja sama dengan media cetak

dan elektronik memiliki pagu anggaran Rp. 676.997.800 dengan realisasi sebesar Rp. 675.282.800. Kedua yaitu promosi melalui website yaitu dengan pengembangan website pariwisata memiliki pagu anggaran sebesar Rp. 25.000.000 dan terealisasi sebesar Rp. 25.000.000 atau mencapai 100%. Dan yang terakhir adalah dengan pemasangan baliho pariwisata dengan pagu anggaran sebesar Rp. 50.000.000 dan capaian realisasinya sebesar Rp. 50.000.000.

Pada tahun 2014 hanya satu promosi pariwisata yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan kerjasama dengan media cetak atau elektronik. Berdasarkan LAKIP tahun 2014 kegiatan ini memiliki pagu anggaran sebesar Rp. 586.989.500 dengan realisasi mencapai Rp. 577.701.500. Sedangkan pelaksanaan kerjasama dengan media cetak atau elektronik pada tahun 2015 berdasarkan LAKIP Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2015 memiliki anggaran sebesar Rp. 740.000.000 dengan realisasi sebesar Rp. 732.991.000. Secara keseluruhan kerjasama promosi dengan media cetak yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran telah terimplementasi dengan capaian 100%.

## **2. Dampak Implementasi Program Pemasaran Pariwisata terhadap kunjungan Wisatawan pada Objek Pantai Pulau Merah**

Pariwisata adalah salah sektor yang banyak diminati oleh berbagai kalangan. Tidak hanya para pelancong, turis bahkan bisnisan pun mengemari kegiatan berpariwisata. Tidak jarang banyak orang yang rela berpergian jauh untuk menikmati suatu objek pariwisata. Bagi daerah tujuan

wisata manfaatnya jelas bahwa dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung maka semakin sukses daerah tersebut dalam mengembangkan pariwisatanya. Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke suatu objek pariwisata adalah merupakan salah satu indikator bagus tidaknya suatu objek wisata. Semakin banyak wisatawan juga semakin banyak pendapatan masyarakat di sekitar objek wisata.

Banyuwangi adalah salah satu daerah di Indonesia yang menggunakan pariwisata sebagai daya tarik utama orang mau berkunjung. Sesuai dengan misi kabupaten banyuwangi yaitu menjadikan Banyuwangi sebagai tujuan wisata Nasional maupun Internasional. Salah objek wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Banyuwangi memungkinkan untuk wisatawan berkunjung terus menerus karena keindahannya adalah Pantai Pulau Merah. Berikut kunjungan wisatawan di objek pantai pulau merah kabupaten banyuwangi :

**Tabel 4. Kunjungan Wisatawan pada objek pariwisata Pulau Merah tahun 2010-2012**

2010	192.243 orang
2011	188.987 orang
2012	196.987 orang

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi, 2012

Berdasarkan tabel kunjungan wisatawan diatas maka dapat dilihat adanya kunjungan sebesar 192.243 orang pada tahun 2010. Namun menurun pada pada tahun 2011 menjadi 188.987 orang. Kemudian terjadi peninggakatan pada tahun 2012 menjadi sebesar 196.987 orang atau hampir mencapai 200 ribu pengunjung dalam satu tahun.

Sebagai salah satu cara untuk dapat menarik wisatawan maka Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan implementasi program pemasaran yang telah terimplementasi salah satunya pada objek pariwisata pantai pulau merah. Berdasarkan Wawancara dengan Kepala Bidang Pariwisata bapak Dariharto :

“Program pemasaran pariwisata pulau merah sudah dilakukan sejak tahun 2013 dimana telah dilaksanakan berbagai event penting. Tujuannya dengan event ini akan membuat Pulau merah semakin berkembang. Selain adanya event kami Disbudpar (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga melakukan pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) sekitar Pulau Merah.(Wawancara pada hari Kamis 9 Februari pukul 09.30 WIB)

Adanya program pemasaran terbukti telah banyak memberi sumbangsih terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di banyuwangi pada umumnya dan Pulau Merah pada khususnya. Dalam kurun waktu antara 2010-2012 kunjungan wisatawan di pulau merah hampir mencapai sekitar 200.000 pengunjung seriap tahunnya. Namun peningkatan kunjungan wisatawan terjadi cukup signifikan dalam kurun waktu tahun 2013-2015 yang menyentuh angka lebih dari 300.000 pengunjung. Dengan peningkatan yang sangat pesat ini membuktikan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada pantai pulau merah di kecamatan pesanggaran. Dengan Berikut Kunjungan wisatawan pada Objek pariwisata pulau merah selama tahun 2013-2015 :

**Tabel 5. Pengunjung Objek Wisata Pantai Pulau Merah 2013-2015**

<b>Bulan</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Januari	24.776 orang	20.033 orang	51.978 orang
Februari	21.389 orang	12.565 orang	25.956 orang
Maret	19.236 orang	19.851 orang	24.878 orang
April	36.458 orang	15.333 orang	16.261 orang
Mei	28.654 orang	21.090 orang	27.607 orang
Juni	17.254 orang	20.721 orang	17.101 orang
Juli	14.569 orang	30.271 orang	64.968 orang
Agustus	25.645 orang	64.221 orang	21.577 orang
September	35.214 orang	59.460 orang	20.070 orang
Oktober	14.365 orang	15.822 orang	17.377 orang
November	21.356 orang	19.478 orang	20.101 orang
Desember	39.321 orang	42.634 orang	75.882 orang
<b>Jumlah</b>	<b>298.237 orang</b>	<b>341.479 orang</b>	<b>383.756 orang</b>

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi, 2015

Berdasarkan data tabel diatas terjadi peningkatan yang signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan yang datang ke pantai pulau merah. Pada awal di implementasikan program pemasaran pariwisata tahun 2013, wisatawan yang datang ke Pulau Merah sudah menyentuh angka 298.321 wisatawan. Dan kemudian naik menjadi 341.479 wisatawan pada tahun 2015. Sedangkan pada tahun 2015 pengunjung pulau merah meningkat sekitar 42.277 orang atau sekitar 12,4% dari tahun sebelumnya. Berdasarkan wawancara dengan seorang pengunjung Pulau Merah bernama Bapak Santoso:

“Kebetulan rumah saya tidak jauh dari sini. Rumah saya di jajag . dan ini sudah yang kesekian kalinya saya berkunjung. Alasannya saya berkunjung ke pulau merah karena pulau merah ini bagus pantainya. Untuk bersantai bersama keluarga juga bisa. Dan yang jelas tiket masuknya cukup murah itu mas yang bagus Cuma Rp. 5.000. (wawancara pada hari sabtu tanggal 27 februari 2016 pada pukul 09.00)

Berdasarkan wawancara dengan informan diatas dapat diketahui bahwa beliau sudah sering berkunjung di pulau merah salah karena pantainya yang bagus dan tiketnya yang relatif murah. Berdasarkan informasi yang didapatkan oleh peneliti dari pegawai yang bekerja di pulau merah tiket masuk untuk objek wisata pulau merah sebesar Rp. 5.000 untuk hari biasa dan Rp. 8.000 pada *weekend* atau akhir pekan. Lebih lanjut menurut kepala bidang pariwisata bapak dariharto :

“Daya tarik wisatawan untuk datang ke pulau merah tidak hanya karena keindahan pantainya saja. Tetapi juga adanya berbagai macam fasilitas yang ditawarkan oleh pengelola pulau merah juga cukup memadai. Seperti parkir kendaraan yang luas dan kursi pantai yang ada payungnya yang gunanya untuk wisatawan bersantai sambil memandang laut.” (Wawancara pada Kamis 11 Februari pukul 09.50 WIB)

Fasilitas yang ada di pulau merah cukup baik dalam hal untuk membuat wisatawan merasa betah di pulau merah. Salah satu fasilitasnya adalah dengan menyediakan sesuatu yang menunjang kenyamanan pengunjung pantai pulau merah seperti menyewakan kursi yang ada payungnya untuk berdantai disekitaran pantai pulau merah. Berdasarkan wawancara dengan wisatawan domestik lainnya yang berkunjung ke pulau merah :

“Ya itu salah satu daya tarik dari pulau merah tentu adanya event International Surfing. Kami para wisatawan bisa melihat para surfer profesional yang saling unjuk kebolehan. Walaupun tidak hanya eventnya saja yang bagus disini. Fasilitas yang ditawarkan juga cukup bagus di sini *mas*. Seperti parkirnya luas dan pantainya juga bersih

terawatt jadi bagus buat foto juga bagus dengan latar belakang hamparan lautnya. ” (Wawancara pada hari Sabtu tanggal 27 februari pukul 14.00)

Berdasarkan wawancara singkat diatas peningkatan ini terjadi karena adanya fasilitas yang menunjang dalam objek pariwisata pantai pulau merah. Serta adanya kegiatan *International Surfing* yang menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke pantai pulau merah. Meskipun demikian beberapa pengunjung mengaku bahwa fasilitas yang ada di pantai pulau merah perlu ditingkatkan.

“Sudah bagus kalau melihat parkirnya luas dan ada tempat untuk bersantai seperti payung itu. Namun fasilitas lain juga perlu ditingkatkan. Disinikan banyak warung , disana ada disini ada tapi tidak tertata rapi jadi kelihatannya gak enak kalau dipandang. Jadi alau misalnya dikondisikan disini warung saja, saya kira itu akan lebih memperindah pulau merah.”(wawancara dengan Bapak Faturahman pada tanggal 9 april pukul 07.00)

Seperti penataan warung-warung yang menjual makanan, perlu adanya penataan agar dapat memudahkan pengunjung dalam mendapatkan komsumsi dengan lebih mudah. Dengan penataan yang terorganisis dengan baik maka akan membuat pantai pulau merah menjadi lebih indah untuk dilihat. Dan tentunya akan membuat banyak wisatawan yang betah untuk berkunjung lagi ke pulau merah.

Dalam data yang penulis dapat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, objek pariwisata pulau merah mempunyai kunjungan wisatawan nusantara (*domestic*) tertinggi dibandingkan objek pariwisata lain yang ada di Banyuwangi. Berikut data dari kunjungan wisatawan di beberapa objek pariwisata di banyuwangi :

**Tabel 6. Perbandingan Pengunjung 5 Objek Pariwisata Paling Banyak di Kunjungi tahun 2014-2015 di Banyuwangi**

No	Nama Objek Wisata	2014		2015	
		Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman
1.	Pantai Pulau Merah	336.431	5.048	377.375	6.381
2.	TN. Alas Purwo	130.577	2.980	120.860	14.743
3.	Pantai Pancoran	107.359	-	90.022	-
4.	Kawah Ijen	80.786	19.987	149.312	22.588
5.	Umbul Bening	76.356	-	107.825	-

Sumber : Data Primer, diolah 2016

Berdasarkan tabel dari kunjungan wisatawan ke objek-objek pariwisata pada tahun 2014 menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan domestik atau nusantara ke objek pariwisata pantai pulau merah menjadi yang terbesar di bandingkan dengan objek wisata lainnya yaitu mencapai 336.431 wisatawan dan meningkat menjadi 377.375 orang wisatawan domestik pada tahun 2015. Jika dibandingkan dengan Taman Nasional Alas Purwo yang hanya berjumlah 130.577 wisatawan.

Dari segi kunjungan wisatawan domestik memang pulau merah berada pada urutan pertama. Namun jika dilihat jumlah wisatawan asing pulau merah masih kalah dengan TN. Alas Purwo dan Kawah Ijen pada tahun 2015. Pada tahun 2014 pulau merah menempati posisi kedua dengan jumlah wisatawan asing sebesar 5.048 orang kalah dengan Kawah Ijen dimana kunjungan wisatawannya mencapai angka 19.987. Sedangkan pada tahun 2015 bahkan pantai pulau merah hanya menduduki posisi ketiga dalam kunjungan wisatawan mancanegara kalah dengan Kawah Ijen dan juga TN.

Alas Purwo. Berdasarkan wawancara dengan Kepala bidang pariwisata bapak

Dariharto :

“Kunjungan pariwisata di pulau merah mengalami peningkatan yang signifikan dengan adanya program dari kami. Tahun 2014 pulau merah menempatan urutan pertama kunjungan wisatawan nusantara dan ke 2 pada wisatawan manca. Tahun 2015 kunjungannya meningkat walaupun kunjungan wisatawan mancananya kalah dari Kawah Ijen dan TN Alas Purwo. Ini mungkin karena selera wisatawan mancanegara yang cenderung suka pesona Kawah Ijen. Tapi untuk wisatawan nusantara pulau merah yang tertinggi kunjungannya.”(Wawancara pada Kamis 11 Februari pukul 09.30 WIB)

### **3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Program Pemasaran Pantai Pulau Merah**

Dalam sebuah implementasi program terutama yang berkaitan dengan sektor publik maka akan selalu ditemukan dorongan maupun hambatan. Dalam implementasi program pemasaran pantai pulau merah terdapat beberapa hal yang menjadi penghambat maupun pendorong implementasi program ini. Berikut beberapa faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam kaitannya dengan implementasi pemasaran pada pulau merah :

#### **a. Faktor Pendukung**

- 1). Adanya Koordinasi Semua SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) terkait

Faktor pendukung yang pertama yang mempermudah dalam implementasi program ini adalah berkaitan dengan adanya koordinasi antar semua SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah). Berdasarkan wawancara

dengan Pak Ainur Rofik selaku Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi :

“Semua SKPD yang ada di Banyuwangi tidak hanya Disbudpar ini menjadi kompasnya pariwisata di Banyuwangi. Jadi semuanya bersinergi untuk saling mempromosikan pariwisata di Banyuwangi. Sehingga tidak aneh misalnya tamu-tamu rumah sakit, dokter-dokter dari luar kota luar kabupaten misalnya, maka direktur rumah sakit itu menjadi *marketing* untuk mengarahkan ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, itu yang dilakukan oleh kepala-kepala rumah sakit atau dinas. Jadi direktur rumah sakit itu datang ke kita atau pihak dinas yang menemui tamu-tamu, dokter-dokter itu untuk menunjukkan ini pariwisata banyuwangi. Lalu bahan-bahan yang menjadi promo seperti *pamphlet* atau selebaran itu kita distribusikan ke SKPD-SKPD ke rumah sakit yang ada di banyuwangi, agar tamu-tamu dari luar kota bisa tahu pariwisata di Banyuwangi.” (Wawancara pada Jum’at 26 Februari pukul 09.30 WIB)

Adanya kerjasama antar SKPD baik yang terkait dengan pariwisata maupun tidak dapat membuat pemasaran pariwisata lebih mudah dilakukan. Dengan saling koordinasinya antar lembaga pemerintahan dalam menunjang kemajuan pariwisata di suatu daerah maka semakin baik pula pariwisata di Banyuwangi. Koordinasi antar SKPD dalam upaya untuk mendukung implementasi program pemasaran objek wisata Pulau Merah juga telah tertuang dalam Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata 2010-2015. Dimana untuk menjaga konsistensi visi dan misi, terutama dalam menjabarkannya pada kebijakan perencanaan pembangunan selama lima tahun, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi telah menetapkan strategi yaitu : 1.) Koordinasi, 2). *Friendly system*, 3.)*Improve*, 4). *Exceed Expectations*, 5). Motivasi, 6). *Eligible*, 7).*Coorporate culture*.

## 2). Kejasama dengan Media *Massa*

Faktor kedua yang menjadi pendukung dalam implementasi program pemasaran pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi adalah dengan adanya kerjasama dengan Media *Massa*. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Ainur Rofik selaku Kepala Bidang Pemasaran dalam wawancara dengan peneliti. Berikut isi wawancara dengan Bapak Rofik :

“Faktor pendukung selanjutnya adalah kerja sama dengan media *massa*. Jadi humas kita, kita kan kerja sama dengan media massa baik yang ada di Banyuwangi maupun yang skala nasional. Jadi pariwisata kita mampu dikenali oleh masyarakat luas karena sering di *expose* oleh berbagai media *massa*. Misalnya ada event international Surfing Competition maka media-media itu kan akan meliput sehingga pariwisata Banyuwangi akan ter-*expose* dan masyarakat luas akan tau seperti apa. Nah itu semua atas koordinasi dengan humas kami”.(Wawancara pada Jum’at 26 Februari pukul 09.45)

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi menjadikan media massa sebagai sarana untuk promosi Banyuwangi. Dalam pemasaran pariwisata pun media massa dijadikan alat untuk semakin dikenalnya objek pariwisata yang ada di kabupaten Banyuwangi.

## 3). Sumber Daya Anggaran

Faktor ketiga yang menjadi dukungan terhadap implementasi program pemasaran di pulau merah adalah sumber daya anggaran. Sumber daya anggaran merupakan salah satu faktor pendukung bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam menjalankan program pengembangan pariwisata. Hal ini didukung wawancara dengan Pak Dariharto selaku Kepala Bidang Pariwisata berikut ini :

“ Jika ditinjau dari anggaran yang kami miliki, bisa dikatakan cukup lah untuk menjalankan program pemasaran yang telah kami susun sesuai dan terdapat dalam renstra selama 5 tahun. Baik itu untuk pelaksanaan kegiatan ataupun pembuatan bahan-bahan promosi seperti baliho maupun buku pariwisata. ”(wawancara pada Jumat 12 Februari pukul 09.20)

Anggaran yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Seni dan Budaya dalam melaksanakan program pengembangan pariwisata setiap tahunnya berasal dari anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD) Kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan LAKIP Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi tahun 2011 sampai 2015 telah ditetapkan jumlah anggaran yang dipergunakan untuk melaksanakan setiap program pemasaran pariwisata pantai pulau merah. Untuk tahun 2011 jumlah anggaran sebesar Rp. 185.131.000, untuk tahun 2012 jumlah anggaran sebesar Rp. 293.040.000 dan tahun 2013 jumlah anggaran yang ditetapkan adalah sebesar Rp. 851.997.000. Sedangkan pada tahun 2014 anggaranya mencapai Rp. 686.989.500. Sedangkan untuk pelaksanaan pemasaran pantai pulau merah pada tahun 2015 anggaran yang ditetapkan adalah Rp. 858.000.000. Dengan mencukupinya anggaran yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, maka hal tersebut mendukung implementasi program pemasaran pantai pulau merah.

#### 4). Adanya Infrastruktur yang Baik

Infrastruktur yang dimaksud tidak hanya berupa jalan saja, melainkan adanya bandara yang sudah beroperasi untuk penerbangan komersial sehingga dapat memudahkan bagi wisatawan terutama wisatawan luar daerah maupun wisatawan asing untuk datang ke Pantai Pulau Merah. Berdasarkan

data yang penulis peroleh dari penelitian. Bandara Blimbing Sari yang ada di Kabupaten Banyuwangi telah melayani trayek untuk jurusan Banyuwangi-Surabaya Serta Jurusan Banyuwangi-Denpasar. Hal ini memungkinkan wisatawan yang berlibur ke Bali dapat dengan mudah untuk datang dan berkunjung ke Banyuwangi terutama ke Pantai Pulau Merah. Selain adanya Bandara Udara yang telah beroperasi, akses jalan ke pantai pulau merah juga bisa dikatakan baik sehingga memudahkan wisatawan untuk datang ke Pantai Pulau Merah.

#### **b. Faktor Penghambat**

- 1). Objek Wisata Pulau Merah Berada pada Wilayah Kementrian Kehutanan

Faktor penghambat yang menjadi kendala bagi implementasi program pemasaran pariwisata pantai pulau merah adalah bahwa objek pariwisata ini berada didalam lingkup atau wewenang kementrian Kehutanan. Hal ini didukung oleh wawancara dengan Dariharto Kepala Bidang Pariwisata :

“Dalam upaya pengembangan objek pulau merah ini kami selaku dinas yang berwenang dalam urusan pariwisata harus melakukan MOU dengan Kementrian Kehutanan dikarenakan Kementrian Kehutananlah yang sebenarnya memiliki otoritas terhadap pulau merah. MOUnya dilakukan di Kementrian Kehutanan.”(Wawancara pada Hari Kamis 11 Februari Pukul 09.30)

Hal yang sama juga dijelaskan oleh bapak Ainur Rofiq Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

Berikut wawancara dengan bapak Ainur Rofik :

“Objek-objek andalan Pemerintah Kabupaten Banyuwngi itu justru bukan menjadi milik dari pemerintah kabupaten. Termasuk pulau merah yang sekarang kamu kaji ini itu merupakan kepunyaannya kementrian kehutanan. Karena itu bukan merupakan otoritas

pemerintah kabupaten, tentu kalau kita mau mengembangkan pulau merah harus ada koordinasi harus ada kesepakatan dengan pemangku (yang memiliki otoritas) wilayahnya yaitu Perhutani. Ketika kita mau mengembangkan di pulau merah maka dibuatlah MOU antara pemerintah kabupaten dengan kementerian kehutanan yang implementasinya adalah perjanjian kerjasama.” (Wawancara pada hari Jum’at tanggal 26 Februari pukul 10.00)

Kendala atau faktor penghambat yang dihadapi dalam implementasi pemasaran di pulau merah ini adalah harus dilakukannya MOU dengan pemerintah pusat dalam hal ini adalah Kementerian Kehutanan. Perjanjian tersebut berisi kesepakatan dalam upaya pengembangan pulau merah. Untuk dapat menjadi salah satu destinasi utama wisatawan baik asing maupun domestik.

## 2). Kesadaran Masyarakat yang masih kurang

Hal yang menjadi penghambat dalam pengimplementasian program pemasaran pantai pulau merah salah satunya adalah kurangnya kesadaran masyarakat disekitar pantai pulau merah terhadap pariwisata. Hal ini didukung dengan wawancara yang dilakukan penulis dengan Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi bapak Dariharto :

“Kesadaran masyarakat ini masih kurang. Mereka masih belum berfikir bahwa sebenarnya pariwisata ini bisa jadi salah satu lowongan kerja bagi mereka. Jadi tidak hanya mencari ikan saja tapi mereka bisa misalnya menyewakan perahunya untuk perahu wisata kan pendapatan bisa naik kalau begitu. Nah soal kesadaran ini salah satu kendala kita dalam pengimplementasian program di pulau merah ini.” (Wawancara pada hari kamis 11 februari pukul 09.25)

### **C. Analisis Data**

#### **1. Implementasi Program Pemasaran Objek Wisata Pantai Pulau Merah oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi**

Implementasi program pemasaran objek wisata pantai pulau merah dikelola dan dilakukan oleh bidang pemasaran pariwisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Program ini juga mempunyai beberapa kegiatan seperti melakukan pembuatan bahan promosi dan informasi pariwisata Kabupaten Banyuwangi, pengembangan jaringan kerjasama promosi pariwisata, pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata serta melaksanakan kegiatan bertaraf internasional. Menurut Gaffar (2009) yang dimaksud dengan implementasi adalah suatu rangkaian aktifitas dalam rangka menghantarkan kebijakan kepada masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat membawa hasil sebagaimana yang diharapkan. Rangkaian aktifitas yang dimaksud dalam implementasi program pemasaran pariwisata ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai pihak yang berwenang dalam urusan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi melakukan kegiatan seperti pembuatan bahan promosi pariwisata serta pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran pantai pulau merah.

Dengan diterapkannya program pengembangan pemasaran pariwisata maka diharapkan tercipta suatu promosi pariwisata pulau merah untuk dapat menarik minat wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk datang dan berkunjung ke pulau merah. Sebagaimana yang dimaksud

Pitana dan Diarta (2009) yang mengatakan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi dimana organisasi penyelenggara pariwisata berusaha mempengaruhi khalayak dari mana produk penjualannya bergantung. Dalam hal ini, penyelenggara pariwisata yang dimaksud adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi berusaha mempromosikan objek pariwisata pulau merah agar diketahui banyak orang sehingga menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Secara garis besar ada 2 indikator pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam upaya pengimplementasikan program pemasaran pantai pulau merah :

**a. Pelaksanaan Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi di Pulau Merah**

Berdasarkan definisi program menurut Arikunto (1998) menyatakan bahwa program merupakan sederetan kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Program pemasaran pariwisata pantai pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dilakukan dengan beberapa kegiatan pemasaran. Pada tahun 2012 terdapat 2 (dua) kegiatan program pemasaran antara lain adalah yang pertama pembuatan bahan promosi dan informasi kabupaten banyuwangi, dimana untuk melakukan kegiatan ini terdapat dua target kinerja yaitu pembuatan buku pariwisata Kabupaten Banyuwangi dan famtrip pariwisata. Dua target kinerja ini tercapai dengan baik dengan realisasi anggaran

mencapai 87%. Yang artinya dua target kinerja pada tahun 2012 tersebut telah terealisasi dengan baik.

Program kegiatan yang kedua pada tahun 2012 adalah pengembangan jaringan promosi pariwisata dengan melakukan pelaksanaan pemilihan Jebeng Thulik tahun 2012 yaitu duta pariwisata untuk Kabupaten Banyuwangi yang memiliki tugas untuk mempromosikan pariwisata banyuwangi termasuk objek Pantai Pulau Merah, program kegiatan Jebeng Thulik ini memiliki realisasi pagu anggaran sebesar Rp. 200.000.000 dengan realisasi mencapai 91% yaitu mencapai Rp. 183.147.840. Berdasarkan uraian diatas artinya implementasi program pemasaran pantai pulau merah melalui pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan sudah baik dengan dengan realisasi sebesar 87% untuk pembuatan bahan promosi dan informasi kabupaten banyuwangi dan pengembangan jaringan promosi pariwisata yang dilakukan mencapai realisasi sebesar 91%.

Pada implementasi program pemasaran objek pariwisata pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi tahun 2013-2015 terdapat kegiatan pemasaran atau promosi yang memiliki cakupan promosinya hingga internasional, yaitu dengan diselenggarakannya “Red Island International Surfing Competition (ISC)” atau kompetisi surfing tingkat internasional yang dilakukan di pantai pulau merah. Menurut Hadinoto (1996), ada beberapa hal yang menentukan dalam pengembangan suatu obyek wisata salah satunya adalah atraksi wisata dimana atraksi wisatawan merupakan daya tarik wisatawan untuk berlibur. Sebagai

bagian dari pengembangan objek wisata dilakukan melalui promosi pariwisata untuk dapat membuat wisatawan tertarik berkunjung ke objek wisata tersebut.

Pada penyelenggaraan ISC tahun 2013 diikuti para surfer dari 20 negara yang total jumlah pesertanya mencapai 150 peselancar. Kemudian meningkat menjadi 165 peselancar yang mengikuti ISC tahun 2014 dan pada tahun 2015 terdapat 180 peserta dengan 80 diantaranya merupakan peserta dari mancanegara. Dilihat dari penyelenggaraan kegiatan ini ada kecenderungan peningkatan jumlah peserta hal ini dapat disimpulkan sebagai salah satu keberhasilan dari adanya pelaksanaan kegiatan kompetisi surfing tersebut. Dengan semakin banyaknya peserta dari mancanegara yang mengikuti kompetisi ini maka akan semakin banyak pula orang dari berbagai negara yang tau akan adanya objek pariwisata pantai pulau merah. Bahkan realisasi capaian pada 3 tahun kegiatan ini mencapai 100%. Sehingga berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa implementasi program yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi telah terlaksa dengan baik.

#### **b. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Pulau Merah**

Dalam upaya implementasi program pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata faktor sumber daya anggaran sangat berpengaruh terhadap keberhasilan implementasi program yang dilakukan di pulau merah ini. Menurut Edward III dalam Widodo (2009) mengenai

variabel yang mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu kebijakan terdapat 4 variabel yang menentukan keberhasilan maupun kegagalan implementasi suatu kebijakan. Salah satu variabel tersebut adalah sumber daya yang meliputi anggaran yang berperan penting dalam implementasi kebijakan. Sumber daya anggaran yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi berasal dari APBD Kabupaten Banyuwangi.

Terkait sumber daya anggaran dalam implementasi program yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dialokasikan salah satunya untuk pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pantai pulau merah. Pada tahun 2013 ada 3 target kinerja yang ditetapkan yang pertama adalah kerjasama promosi pariwisata dengan media elektronik/cetak dengan anggaran mencapai Rp. 676.997.800 dengan realisasi sebesar Rp. 675.282.800. Target yang kedua adalah pengembangan website pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang realisasinya mencapai 100%. Sedangkan yang ketiga adalah dengan pemasangan media promosi/baliho pariwisata dengan realisasi juga mencapai 100%.

Untuk tahun 2014 dan 2015 program kegiatan yang dilakukan adalah promosi pariwisata pantai pulau merah melalui kerjasama dengan media elektronik atau cetak. Pagu anggaran untuk kerjasama dengan media cetak maupun elektronik yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebesar Rp. 586.989.500 dengan realisasi mencapai Rp. 577.701.500 atau sebesar 99%. Sedangkan pelaksanaan kerjasama dengan media cetak atau

elektronik pada tahun 2015 memiliki anggaran sebesar Rp. 740.000.000 dengan realisasi sebesar Rp. 732.991.000. Dengan telah terealisasinya program kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi dan informasi sebesar 99% berarti telah terimplementasikan pula program pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi secara baik.

## **2. Dampak Implementasi Program Pemasaran Pariwisata terhadap kunjungan Wisatawan pada Objek Pantai Pulau Merah**

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor andalan bagi daerah-daerah yang di Indonesia. Bagi pemerintah kabupaten Banyuwangi sektor ini juga menjadi sektor unggulan untuk mengangkat citra Kabupaten Banyuwangi di tingkat nasional maupun internasional. Tidak heran karena memang wilayah Kabupaten Banyuwangi memiliki banyak potensi pariwisata salah satunya adalah pantai pulau merah. Pantai pulau merah diharapkan menjadi objek pariwisata guna mendatangkan wisatawan ke Banyuwangi.

Menurut pendapat dari Van Meter dan Van Horn (dalam Wahab, 2004:65) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan Implementasi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu/ pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan. Berdasarkan pendapat dari Van Meter dan Van Horn bahwa yang dimaksud dengan implementasi adalah tindakan yang dilakukan oleh

pemerintah dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jika dikaitkan dengan implementasi program pemasaran pantai pulau merah dimana tujuannya adalah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke pulau merah. Berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa keberhasilan implementasi program ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke pulau merah setiap tahunnya. Menurut pendapat dari International Union of Official Travel Organization (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Berdasarkan pendapat diatas yang dimaksud dengan pengunjung dalam penelitian ini adalah orang yang datang ke pantai pulau merah yang tujuannya adalah bukan untuk melakukan pekerjaan. Jadi pengunjung pulau merah adalah mereka yang melakukan kegiatan wisata ke pantai pulau merah.

Jumlah kunjungan wisatawan pada objek wisata pulau merah adalah sebesar 192.243 orang pada tahun 2010. Namun menurun pada tahun 2011 menjadi 188.987 orang. Kemudian terjadi peningkatan pada tahun 2012 menjadi sebesar 196.987 orang. Berdasarkan data diatas kunjungan pantai pulau merah dalam kurun waktu 2010 hingga 2012 terjadi penurunan dan peningkatan. Namun peningkatan yang terjadi dari tahun 2011-2012 tergolong sangat kecil yaitu hanya sebesar 8000 pengunjung. Kemudian baru pada tahun 2013 kunjungan wisatawan naik menjadi 298.237 orang atau mencapai angka 100.000 lebih kenaikannya dan terus naik pada tahun 2014

menjadi 341.479 orang kemudian pada tahun 2015 yang lalu menjadi 383.756 orang pengunjung. Jika dilihat dari data diatas maka baru pada tahun 2013 terjadi peningkatan kunjungan yang signifikan. Jika dilihat pada data program kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam implementasi pemasaran pantai pulau merah pada tahun 2013 ada kegiatan pemanfaatan teknologi informasi diantaranya melalui pemanfaatan *website* pariwisata dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan. Hal ini dibenarkan oleh 2 orang pengunjung yaitu bapak Fredy dan Bapak Santoso yang peneliti wawancara bahwa mereka menyatakan tahu pulau merah dari internet atau website resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Dapat disimpulkan bahwa implementasi pemasaran yang dilakukan terhadap pulau merah sudah berjalan dengan baik.

Namun jika ukurannya adalah pengunjung asing atau mancanegara maka perlu adanya perbaikan terhadap pemasaran pantai pulau merah. Hal ini di karenakan kunjungan wisatawan asing ke pulau merah masih kalah dibandingkan dengan kunjungan wisatawan asing ke Kawah Ijen ataupun ke TN Alas Purwo. Pulau merah hanya menempati urutan ke 2 kunjungan wisatawan asing setelah Kawah Ijen pada tahun 2014. Dan Pada 2015 Pulau merah bahkan turun ada di posisi ketiga kunjungan wisatawan asing kalah dengan Kawah Ijen dan TN. Alas Purwo. Ini membuktikan bahwa kegiatan “International Surfing Competition” yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam kurun waktu 3 tahun terakhir masih belum berjalan sesuai dengan sasarannya. Dimana kunjungan

wisatawan asing ke pulau merah masih sedikit dibandingkan dengan kunjungan ke objek wisata lain yang ada di Banyuwangi

### **3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Program Pemasaran Pantai Pulau Merah**

#### **a. Faktor Pendukung**

- 1). Adanya Koordinasi dengan Semua SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) Terkait

Salah satu faktor pendukung dalam pengimplementasian program pemasaran pariwisata di pulau merah adalah adanya koordinasi antar SKPD terkait sehingga tidak hanya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai implementator program tetapi juga SKPD-SKPD lain yang ikut dalam pemasaran pantai pulau merah. Menurut Edward III (1980) dalam Widodo (2009:106) bahwa implemementasi kebijakan bisa jadi belum efektif dikarenakan adanya ketidakefisienan struktur birokrasi. Struktur birokrasi mencakup aspek-aspek seperti struktur organisasi, pembagian kewenangan, hubungan antara unit-unit organisasi yang ada dalam organisasi yang bersangkutan, dan hubungan organisasi dengan luar dan lain sebagainya. Dalam penjelasan diatas bahwa adanya hubungan organisasi pelaksana dengan organisasi luar sangat penting. Dalam hal ini berdasarkan wawancara dengan bapak Ainur Rofik Selaku Kepala Bidang Pemasaran, bahwa dalam pengimplementasian pemasaran objek wisata pulau merah dilakukan dengan

koordinasi dengan berbagai SKPD lain seperti Rumah Sakit dan Dinas-dinas lainnya. Sehingga Implementasi bisa dilakukan dengan lebih maksimal.

### 2). Kejasama dengan Media *Massa*

Kerjasama dengan media *massa* adalah salah satu faktor penting dalam kesuksesan implementasi pemasaran pantai pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Dengan adanya kerja sama ini dapat dikatakan bahwa pemasaran atau promosi yang dilakukan terhadap pantai pulau merah menjadi lebih mudah. Media yang dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi-informasi yang penting terkait dengan keindahan pulau merah serta apa saja yang menjadi keunggulan dari pulau merah akan ter-*expose*. Hal ini seperti dikatakan oleh Bapak Ainur Rofik bahwa dengan adanya kerja sama dengan media membuat implementasi dari program pemasaran pantai pulau merah lebih mudah dilakukan.

### 3). Sumber Daya Anggaran

Anggaran merupakan salah satu faktor penentu dalam melaksanakan program kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah. Tersedianya anggaran yang baik dalam sebuah implementasi program menjadi salah satu penentu sukses tidaknya implementasi program tersebut. Ketersedian anggaran dalam program pemasaran pariwisata pantai pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi menjadi hal yang mendukung bagi terlaksananya setiap kegiatan yang dilakukan dalam pemasaran atau promosi untuk meningkatkan objek pulau merah. Hal tersebut

diatas sesuai dengan Edward III dalam Widodo (2009) yang mengatakan bahwa faktor sumber daya mempunyai peranan penting dalam implementasi kebijakan, dan sumber daya tersebut salah satunya adalah berupa sumber daya anggaran. Ketersediaan anggaran pada implementasi pemasaran pantai pulau merah sangat melimpah. Hal ini didukung berdasarkan wawancara dengan Bapak Dariharto selaku Kepala Bidang Pariwisata mengatakan bahwa anggaran yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi telah mencukupi dalam menunjang pemasaran yang dilakukan sejak tahun 2011 hingga tahun 2015.

#### 4). Adanya Infrastruktur yang sudah Baik

Dalam pengembangan serta pemasaran pariwisata faktor infrastruktur adalah salah satu komponen penting. Hal ini berdasarkan pendapat menurut Soebagyo (2012) dalam pengembangan pariwisata yang menunjang pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal, salah satunya adalah menyangkut sarana dan prasarana yang dibutuhkan perlu disiapkan secara baik untuk menunjang kelancaran pariwisata seperti infrastruktur jalan dan kemudahan akses ketempat pariwisata. Berdasarkan pendapat dari Soebagyo diatas maka faktor sarana dan prasarana seperti jalan dan bandara adalah salah satu faktor penting dalam menunjang pemasaran suatu objek pariwisata termasuk pemasaran untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke pantai pulau merah. Bandara yang sudah beroperasi untuk melayani penerbangan baik ke Surabaya maupun Denpasar akan memudahkan wisatawan untuk menuju lokasi Pantai Pulau Merah yang ada di

sebelah selatan Kabupaten Banyuwangi. Hal ini akan berdampak pada peningkatan wisatawan asing karena mayoritas wisatawan asing bisa menggunakan pesawat untuk langsung datang ke Banyuwangi dan akan memudahkan dalam hal akomodasi serta transportasi.

#### **b. Faktor Penghambat**

##### 1). Objek Wisata Pulau Merah Berada pada Wilayah Kementerian Kehutanan

Objek wisata merupakan suatu komponen yang sangat penting dalam kepariwisataan. Menurut Ridwan (2012), objek 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. Terkait dengan objek wisata pantai pulau merah yang menjadi tempat atau tujuan akhir dalam implementasi program pemasaran adalah menjadi milik atau wewenang dari Kementerian Kehutanan Republik Indonesia. Karena objek ini berada di kawasan Taman Nasional Meru Betiri, keberadaan objek yang bukan merupakan kepemilikan dari pemerintah kabupaten banyuwangi inilah yang menjadi salah satu hal yang menghambat dalam pelaksanaan pemasaran pada objek wisata pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Hal ini berdasarkan wawancara dengan Bapak Ainur Rofik yang menjabat sebagai Kepala Bidang Pemasaran pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengatakan bahwa kendala yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata adalah permasalahan kepemilikan lahan

pada objek wisata pulau merah itu sendiri yang merupakan kepemilikan Kementrian Kehutanan.

## 2). Kesadaran Masyarakat yang masih Kurang

Masyarakat merupakan elemen penting dalam kesuksesan suatu program atau kebijakan publik yang dibuat oleh pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Dalam hal pemasaran atau promosi pariwisata di Banyuwangi pada umumnya dan Pulau Merah pada khususnya, masyarakat diharapkan memiliki tingkat kesadaran yang tinggi akan pariwisata. Dengan kesadaran yang baik dari masyarakat terhadap pariwisata maka pengimplementasian program akan lebih mudah dilakukan. Masyarakat perlu menyadari dampak positif pariwisata seperti menurut Yoeti (2008) bahwa pariwisata dapat meningkatkan pendapatan sekaligus mempercepat pemerataan pendapatan masyarakat sebagai akibat dari *multiplier effect* yang terjadi dari pengeluaran wisatawan yang relatif cukup besar. Menurut Bapak Ainur Rofik, mengenai kesadaran masyarakat di sekitar pulau merah masih kurang. Kesadaran masyarakat atau pemahaman masyarakat bahwa sektor pariwisata dapat sebagai sektor penghasil ekonomi bagi masyarakat masih tidak ada. Misalnya dengan pariwisata maka nelayan yang memang menjadi mayoritas mata pencaharian bagi masyarakat sekitar pulau merah akan dapat menjadikan perahunya sebagai perahu wisata bagi wisatawan. Rendahnya tingkat kesadaran masyarakat akan pariwisata dipulau merah terbukti dengan masih minimnya partisipasi masyarakat seperti masih sedikitnya perahu-perahu yang dijadikan perahu wisata. Apabila masyarakat

lebih sadar terhadap pentingnya pariwisata maka ekonomi masyarakat sekitar Pantai Pulau Merah akan semakin meningkat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan penyajian dan analisis data terkait Implementasi Program pemasaran pantai pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Implementasi Program Pemasaran Pariwisata Objek Pantai Pulau Merah dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan bahwa dalam pelaksanaan dan implementasinya telah dilaksanakan dengan baik terbukti dengan terserapnya anggaran untuk berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Salah satu program kegiatan yang dilakukan dengan baik adalah adanya realisasi sebesar 87% untuk program kegiatan pembuatan bahan promosi dan informasi kabupaten banyuwangi dan pengembangan jaringan promosi pariwisata yang dilakukan mencapai realisasi sebesar 91%. Sedangkan realisasi program kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi dan informasi sebesar 99% berarti telah terimplementasikan pula program pemasaran dengan baik.
2. Dampak dari dilaksanakannya implementasi program pemasaran pariwisata terhadap peningkatan kunjungan wisatawan pada objek pariwisata pantai pulau merah setiap tahunnya. Berdasarkan hasil dari

implementasi program yang telah dilaksanakan, implementasi program ini cukup baik dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang awalnya hanya 192.243 pengunjung pada tahun 2010 naik lebih dari dua kali lipat pada tahun 2015 yaitu sebanyak 383.756 pengunjung. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya program pemasaran pariwisata pulau merah yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah berdampak pada kunjungan wisatawan. Namun demikian dari segi kunjungan wisatawan asing yang datang ke pulau merah masih sedikit. Pulau merah hanya menempati urutan ke 2 kunjungan wisatawan asing setelah Kawah Ijen pada tahun 2014. Dan Pada 2015 Pulau merah bahkan turun ada di posisi ketiga dalam kunjungan wisatawan asing yang datang ke Kabupaten Banyuwangi. Pulau Merah berada di bawah Kawah Ijen dan TN. Alas Purwo dalam kunjungan wisatawan asing atau mancanegara. Hal ini membuktikan bahwa pelaksanaan kegiatan yang dilakukan untuk menarik wisatawan asing masih belum maksimal.

3. Implementasi program pemasaran pariwisata pantai pulau merah terdapat faktor pendukung dan penghambat yaitu :
  - a. Faktor pendukung dalam implementasi program pemasaran pariwisata dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang pertama adalah adanya koordinasi antar SKPD terkait yang ada di pemerintah kabupaten banyuwangi dalam implementasi program

pemasaran, yang kedua adalah adanya kerjasama dengan media *masaa*, dan faktor yang menjadi pendukung implementasi program yang ketiga adalah sumber daya anggaran yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mencukupi dalam merealisasikan setiap program kegiatan yang telah direncanakan. Dan yang terakhir faktor yang menjadi pendukung dalam implementasi program pemasaran Pantai Pulau Merah adalah adanya infrastuktur seperti bandara yang memungkinkan wisatawan asing untuk mudah mendapatkan akses ke Pantai Pulau Merah.

- b. Faktor penghambat dalam implementasi program pemasaran pariwisata dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi wisata adalah bahwa objek pariwisata ini berada didalam lingkup atau wewenang kementrian Kehutanan sehingga Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi perlu melakukan perjanjian atau MOU terlebih dahulu sebelum bisa mengelola objek pariwisata pantai pulau merah dan faktor penghambat lain adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap kepariwisataan, pada hal ini masyarakat masih kurang kesadarannya. Hal ini akan berdampak terhadap implementasi yang dilakukan Dinas kebudayaan dan Pariwisata menjadi lebih sulit.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan oleh penulis, maka penulis memberikan saran kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi terhadap pemasaran atau promosi pantai pulau merah. Saran yang penulis berikan dijelaskan sebagai berikut :

1. Walaupun secara keseluruhan implementasi yang dilakukan sudah baik, namun dalam segi serapan anggaran implementasi pemasaran pantai pulau merah harus ditingkatkan. Misalnya pada program kegiatan pembuatan bahan promosi dan informasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada tahun 2012 yang hanya mencapai 87% dalam serapan anggaran.
2. Terkait rendahnya kontribusi kegiatan bertaraf internasional yang dilakukan dalam peningkatan kunjungan wisatawan asing yang datang ke pulau merah, maka sebaiknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengkaji ulang terkait kegiatan “International Surfing Competition” dan perlu adanya kegiatan-kegiatan yang lebih beragam seperti misalnya pelaksanaan tari Banyuwangi yang dipentaskan di pantai pulau merah.
3. Dalam kaitannya dengan promosi pariwisata pantai pulau merah baiknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata lebih meningkatkan kegiatan promosi ke luar negeri jadi tidak hanya menggelar kegiatan-kegiatan di pulau merah saja, hal ini agar jumlah wisatawan asing yang berkunjung dapat meningkat.

4. Untuk mengatasi masalah masih rendahnya kesadaran masyarakat sekitar objek wisata pantai pulau merah terhadap pariwisata di pantai pulau merah, maka sebaiknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berkoordinasi dengan SKPD lain yang terkait pengembangan masyarakat. Misalnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat melakukan kerjasama dengan Badan Pemberdayaan dan Pemerintahan Desa Kabupaten Banyuwangi untuk menyediakan suatu wadah atau kegiatan tentang pentingnya pariwisata bagi masyarakat sekitar pantai pulau merah.
5. Fasilitas yang ada di pulau merah perlu dibenahi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terutama dalam hal penataan agar memudahkan dan membuat nyaman wisatawan. Penataan ini berupa pengorganisasian warung makanan yang ada di pantai pulau merah agar tidak terkesan berantakan.
6. Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang datang ke Pantai Pulau Merah, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi perlu melakukan kerja sama dengan Biro Travel untuk menyediakan paket wisata sehingga pengunjung objek pariwisata di Banyuwangi lebih tertarik untuk datang.
7. Perlu adanya perbaikan sarana dan prasarana agar memudahkan wisatawan untuk datang ke Banyuwangi terutama ke Pantai Pulau Merah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahab, Solichin. 2004. *Analisis Kebijakan, Dari Formulasi Ke Implementasi Kebijakan Negara*. Jakarta : Bumi Aksara
- Anonim. Pulau Merah. [http://banyuwangitourism.com/content/pulau-merah#http://banyuwangitourism.com/images/gallery/resize/red\\_island\\_1d5a0.jpg](http://banyuwangitourism.com/content/pulau-merah#http://banyuwangitourism.com/images/gallery/resize/red_island_1d5a0.jpg) diakses pada tanggal 22 Agustus 2015 pada pukul 12.40 WIB
- Anonim. 2011. Profil Kabupaten Banyuwangi. <http://www.kemendagri.go.id/pages/profil-daerah/kabupaten/id/35/name/jawa-timur/detail/3510/banyuwangi> diakses pada tanggal 4 agustus 2015 pada pukul 09.00 WIB
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta
- Banyuwangi Dalam Angka (BDA) Tahun 2013
- Brannen, Julia. 1997. *Memadu Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Penerjemah Imam Safe'i. Yogyakarta: Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Samarinda bekerja sama dengan Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan, HM. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Gaffar, Afan. 2009. *Politik Indonesia Menuju Demokrasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelejar, Cetakan V . hal. 295
- H. Kodhyat. 1998. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta. Grasindo
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI Press.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Haedar Akib dan Antonius Tarigan. 2000. *Artikulasi Konsep Implementasi Kebijakan: Perspektif, Model Dan Kriteria Pengukurannya*, Jurnal Kebijakan Publik
- Huda, Ni'matul. 2007. *Pengawasan Pusat Terhadap Daerah Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah*. Yogyakarta: FH UII Press
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Miles, Matthew B., Huberman, A. Michael, Saldana, Johnny. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Third Edition. SAGE Publication

- Manila, I.GK., 1996 . *Praktek Manajemen Pemerintahan Dalam Negeri*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mill dan Morrison Robert Christie. 1985. *The Tourism System*. Prentice-Hall Inc, New Jersey
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Riant. 2008. *Public Policy: Teori Kebijakan, Analisis Kebijakan, Proses Kebijakan, Perumusan, Implementasi, Evaluasi, Revisi Risk Management dalam Kebijakan Publik, Kebijakan sebagai The Fifth Estate, Metode Penelitian Kebijakan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Paturusi, Samsul A, 2001. *Perencanaan Tata Ruang Kawasan Pariwisata, Materi Kuliah Perencanaan Kawasan Pariwisata, Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar, Bali*
- Pendit, N.S. 1990. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Pitana, I Gede., Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Ramaini. H. Kodhyat. 1998. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta. Grasindo.
- Soebagyo. 2012. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia*. *Jurnal Liquidity*. 1(2). 153-158
- Soekadijo, R.G. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1996
- Subarsono. (2005). *Analisis Kebijakan Publik Konsep, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sunggomo, Bambang. 1994. *Hukum dan Kebijakan Publik*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suwitri, Sri.2008.*Konsep Dasar Kebijakan Publik*.Universitas Diponegoro Semarang.Semarang.
- Tahir, Arifin. 2014. *Kebijakan Publik dan Transparansi Penyelenggaraan Pemerintah Daerah*. Bandung: Alfabeta.
- Tangkilisan, H. N. S. 2003. *Kebijakan publik yang membumi*. Yogyakarta: Lukman Offset YPAPI
- Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan
- Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

- Wardhani, Eka. 2015. *Implementasi Program Instalasi Pengelolaan Air Limbah (IPAL) dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan (Studi Kasus Pengelolaan Air Limbah di Kelurahan Tlogomas Kota Malang)*. Universitas Brawijaya, Malang: Skripsi yang tidak dipublikasikan.
- Widodo, Joko. 2009. *Analisis Kebijakan Publik*. Malang: Bayumedia Publishing
- Winarno, Budi. 2007. *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Yoeti, Oka A. 1994. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa

## CURRICULUM VITAE

Nama : Danang Agung Setiyawan  
Nomor Induk Mahasiswa : 115030501111002  
Tempat dan Tanggal Lahir : Banyuwangi, 05 Desember 1992  
Nomor HP : 0852-3025-3603  
Email : [Setiyawandanang05@gmail.com](mailto:Setiyawandanang05@gmail.com)  
Alamat Asal : RT 05 RW 01 Desa Kedungasri Kecamatan  
Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi  
Agama : Islam  
Pendidikan Formal : 1. SDN 1 Kedungasri Lulus Tahun 2005  
2. SMPN 2 Tegaldlimo Lulus Tahun 2008  
3. SMAN 1 Glagah Lulus Tahun 2011  
Pendidikan Non Formal :  
1) Seminar Nasional Tegakan Hukum dengan Politik Yang Bersih oleh Badan  
Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya,  
Tahun 2011  
2) Studi Komparasi “Quo Vadis Hubungan antar Lembaga Negara” oleh  
Administrasi Pemerintahan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya,  
Tahun 2013  
3) Magang di Bagian Tata Pemerintahan Umum (TAPUM) Kabupaten Malang  
Tahun 2014



Malang, 11 Mei 2016

Danang Agung Setiyawan

Surat Riset Dari Fakultas Ilmu Administrasi



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI**

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

Nomor : 18158 /UN10.3/PG/2015  
Lampiran : -  
Hal : Riset/Survey

Kepada : Yth. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik  
Jalan KH. Agus Salim No 109  
Banyuwangi

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang mohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan kesempatan melakukan riset/survey bagi mahasiswa :

Nama : Danang Agung Setiyawan  
Alamat : Dusun Dambuntung 005/002, Desa Kedungasri Kecamatan Tegaldlimo  
Kabupaten Banyuwangi  
NIM : 115030501111002  
Program Studi : Administrasi Publik  
Konsentrasi/Minat : Administrasi Pemerintahan  
Tema : Implementasi Kebijakan/Program  
Judul : "Implementasi Program Pemasaran Pariwisata pada Objek Pariwisata  
Pantai Pulau Merah" (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
Kabupaten Banyuwangi)  
Lamanya : 2 Bulan (4 Januari 2015 – 29 Februari 2016)  
Peserta : 1 (satu) orang

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Malang, 17 Desember 2015  
Mengetahui,  
an. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi  
Ketua Jurusan Administrasi Publik

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

Tembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Jawa Timur
2. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi

Surat Rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik



**PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
Jalan KH.Agus Salim No 109 Telp.0333 – 425119  
BANYUWANGI 68425

Banyuwangi, 22 Desember 2015

Nomor : 072/1692/REKOM/429.204/2015  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : Rekomendasi Survey

Kepada  
Yth. Kepala Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata  
Kabupaten Banyuwangi  
di  
**BANYUWANGI**

Menunjuk Surat : Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya  
Tanggal : 17 Desember 2015  
Nomor : 18158/UN10.3/PG/2015  
Bersama ini diberitahukan  
Nama : DANANG AGUNG SETIYAWAN  
NIM : 115030501111002

Bermaksud melaksanakan Survey :

Judul : Implementasi Program Pemasaran Pariwisata Pada Objek  
Pariwisata Pantai Pulau Merah ( Studi Pada Dinas  
Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi )  
Tempat : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi  
Waktu : 04 Januari s.d. 29 Pebruari 2016

Sehubungan dengan hal tersebut apabila tidak mengganggu kewenangan dan ketentuan yang berlaku di Instansi Saudara, dimohon saudara untuk memberikan bantuan berupa tempat, data / keterangan yang diperlukan dengan ketentuan kepada peserta:

1. Wajib mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di Instansi setempat.
2. Melaporkan hasil Penelitian dan sejenisnya kepada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Banyuwangi.

Demikian harap menjadi maklum.

An. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

KABUPATEN BANYUWANGI

Sekretaris

Ir. ABDUL RACHMAN

Pembina Tingkat I

NIP. 19580412 198703 1 005

**Tembusan :**

Sdr. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK DINAS KEBUDAYAAN  
DAN PARIWISATA KABUPATEN BANYUWANGI**

1. Apa saja yang menjadi program pengembangan pemasaran/promosi pariwisata di pantai pulau merah ?
2. Apa saja kegiatan-kegiatan konkrit yang ada dalam program pemasaran pariwisata pantai pulau merah yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi ?
3. Apa yang menjadi fokus utama dalam program pengembangan pemasaran pariwisata utamanya objek pariwisata pantai pulau merah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi ?
4. Sejak kapan pemasaran pantai pulau merah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi?
5. Bagaimana Kunjungan wisatawan di pulau merah setelah adanya program pemasaran pantai pulau merah ini? Bertambah atau sama saja ?
6. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat implementasi program pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi ?
7. Bagaimana menurut anda pariwisata yang dimiliki pantai pulau merah secara umum ? adakah kendala bagi perkembangan pariwisatanya ?
8. Bagaimana tingkat ekonomi masyarakat sekitar objek wisata pantai pulau merah setelah adanya program pengembangan pemasaran pariwisata ?

## **PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PENGUNJUNG OBJEK WISATA**

### **PANTAI PULAU MERAH**

1. Bagaimana menurut bapak tentang pariwisata pantai pulau merah ?
2. Bagaimana bapak/ibu tahu tentang pantai pulau merah ? dari internet(website Disbudpar), teman atau mungkin media *massa* ?
3. Bagaimana dengan fasilitas yang ada di pantai pulau merah menurut bapak/ibu? sudah baik atau masih kurang ?
4. Apa yang menjadi keunggulan pantai pulau merah dibandingkan objek wisata lainnya ?
5. Pernahkan mendengar tentang ISC (International Surfing Competition) ? Mungkin bapak datang karena ada event ini ?
6. Bagaimana tentang atraksi wisata di pulau merah ? perlukah misalnya ada pementasan tari-tari untuk meningkatkan daya tarik di pantai pulau merah ?
7. Perlukah ada perbaikan kondisi pulau merah ? Mungkin ada saran yang bapak/ibu berikan ?



Wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi



Wawancara dengan Pengunjung Pantai Pulau Merah Bapak Fredy



Wawancara dengan Pengunjung Pantai Pulau Merah Bapak Faturahman



Wawancara dengan Pengunjung Pantai Pulau Merah Bapak Santoso beserta Keluarga



Baliho Pantai Pulau Merah, 2015



Fasilitas yang ada di Pantai Pulau Merah (Menara Kontrol)



Fasilitas yang ada di Pantai Pulau Merah

**DATA PENGUNJUNG OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA TAHUN 2011**  
Di Wilayah Kabupaten / Kota Banyuwangi

No.	Nama Obyek Wisata	JANUARI		PEBRUARI		MARET		APRIL		MEI		JUNI		JULI		AGUSTUS		SEPTEMBER		OKTOBER		NOPEMBER		DESEMBER		JUMLAH		
		NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS
1	Ail	4.282	-	2.100	-	2.900	-	1.500	-	2.200	-	3.150	-	2.900	-	208	-	12.459	-	2.311	-	2.201	-	3.555	-	29.766	-	-
2	Alinda	12.712	-	5.888	-	5.665	-	5.663	-	5.870	-	10.777	-	6.150	-	435	-	21.829	-	4.160	-	4.000	-	8.040	-	96.692	-	-
3	Desa Wisata Usling	6.160	3	5.971	2	5.308	-	5.131	-	6.656	-	7.722	-	3.896	-	469	-	7854	-	5.422	-	3.883	-	6.786	-	66.789	5	-
4	Gragegan	3.678	-	3.525	-	3.622	-	2.793	-	3.447	-	4.210	-	4.148	-	2.115	-	10.592	-	3.553	-	2.930	-	3.562	-	47.655	-	-
5	Guruk Kantonng Indah	972	8	572	6	459	8	440	-	479	7	402	4	407	-	162	-	2.319	-	2.241	-	839	2	1.187	-	10.479	37	-
6	Kalibatak	-	-	-	-	5	47	-	-	-	-	45	-	43	-	-	-	177	-	-	-	68	-	-	12	5	678	-
7	Kawah Ijen	1.228	371	554	254	438	264	220	384	653	608	751	1.204	338	2.257	848	801	1.056	463	642	438	288	41	-	7.643	8.785	-	
8	Ekowisata Bedul	10.008	3	5.646	4	3.150	8	9.250	197	4.437	-	5.029	-	3.161	-	1.002	8	2.756	-	3.651	-	2.107	-	3.330	-	54.527	239	-
9	Makam Datuk Abd Bauzir	3.440	-	4.275	-	4.373	-	7.566	-	8.116	-	8.535	-	7.682	-	768	-	2.489	-	5.725	-	5010	-	8.022	-	66.589	-	-
10	Mirah Fantasi	678	15	270	-	357	-	227	-	353	6	889	-	327	-	91	2	2.431	-	1.273	2	847	-	4.560	23	12.916	49	-
11	PA Kelonggan Indah	215	12	234	-	198	-	259	-	233	-	327	-	224	-	5	5	213	-	155	-	102	-	277	-	2.185	12	-
12	Pancoran	20.644	0	5.414	-	4.666	-	4.064	-	5.443	-	9.514	-	6.943	-	1.419	-	42.021	-	5.453	-	5.561	-	4.298	-	114.888	-	-
13	Pemandian Taman Sunuh	8.222	-	4.030	-	3.556	-	3.490	-	3.373	-	9.307	-	4.290	-	750	-	21.705	-	5.058	-	4.194	-	9.123	-	79.308	-	-
14	TN. Alas Purwo	18.086	17	9.357	17	6.023	37	5.752	196	7.883	434	5.773	154	9.521	485	12.048	484	13.266	726	8.023	289	8.971	38	6.745	98	111.862	3.885	-
15	Sukamade	98	35	86	19	41	14	109	24	95	24	245	35	158	167	26	173	38	37	20	20	71	57	10	20	997	444	-
16	Umbul Bening	5.635	-	3.451	-	1.266	-	5.378	-	5.378	-	6.288	-	5.348	-	821	-	10.886	-	3.992	-	1.347	-	4.128	-	54.888	-	-
17	Umbul Pule	1.100	-	664	-	590	-	510	-	497	-	510	-	346	-	-	-	8.337	-	2378	-	525	-	773	-	16.332	-	-
18	Watuodol	292	-	135	-	138	-	159	-	212	-	187	-	187	-	77	-	210	-	225	-	122	-	265	-	2.984	-	-
19	Rowo Bayu	135	-	181	-	155	-	215	-	162	-	180	-	1.621	-	65	-	230	-	236	-	172	-	141	-	3.493	-	-
20	Perk. Kending Lembu	11	-	4	-	5	-	8	-	11	-	18	-	57	-	55	-	933	-	62	-	55	-	561	-	1.798	-	-
21	Antogan Indah	110	-	83	-	120	-	106	-	115	-	125	-	103	-	98	-	1.132	-	79	-	82	-	738	-	2.912	-	-
22	Situs Umpak Songo	8	-	5	-	15	-	23	-	18	-	20	-	18	-	22	-	19	-	36	-	31	-	45	-	368	-	-
24	Air Terjun Tirta Kemanten	(Rusak karena banjir bandang)																										
25	Gladis	(Grand Opening tanggal 18 Juli 2011)																										
	<b>JUMLAH</b>	96.244	473	51.678	311	42.960	388	52.884	848	57.815	1.122	74.889	868	56.989	1.873	21.018	5.101	166.004	1.780	65.087	1.464	45.376	780	87.888	441	789.101	13.377	-

**JUMLAH : MAN : 13,377**  
**NUS : 789,101**  
**TOTAL : 802,478**

**DATA PENGUNJUNG OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA TAHUN 2012**  
**Di Wilayah Kabupaten / Kota Banyuwangi**

No.	Nama	JANUARI		FEBRUARI		MARET		APRIL		MEI		JUNI		JULI		AGUSTUS		SEPTEMBER		OKTOBER		NOPEMBER		DESEMBER		JUMLAH		
		NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS
1	Alam Indah Lestari (AIL)	12,240	-	2,112	-	1,486	-	1,510	-	1,821	-	1,485	-	1,370	-	22,147	-	1,677	-	1,327	-	630	-	1,780	-	49,785	-	-
2	Atlantia	14,882	-	4,055	-	3,953	-	5,236	-	5,206	-	5,888	-	5,454	-	20,238	-	5,240	-	4,845	-	3,962	-	9,518	-	86,477	-	-
3	Desa Wisata Using	8,599	-	5,319	-	6,421	-	7,696	-	5,256	-	5,578	-	8,617	-	16,752	-	9,837	-	10,255	-	5,381	-	5,465	-	95,176	-	-
4	Grajagan	5,559	-	2,817	-	3,056	-	3,887	-	4,005	-	4,019	-	3,326	-	23,834	-	6,351	-	7,314	-	6,371	-	16,172	-	86,911	-	-
5	Gumuk Kambang Indah	1,146	-	547	-	944	-	1,026	-	503	-	556	-	614	-	1,757	-	623	-	794	-	714	2	933	-	10,157	2	-
6	Kalikatak	-	17	-	38	-	37	-	181	-	102	-	54	-	199	-	166	-	17	147	-	94	-	132	-	56	17	1,223
7	Kawah Ijen	Status Siaga Kawah Ijen																										
8	Ekowisata Bedul	5,337	-	1,905	-	2,322	-	2,895	-	1,997	-	3,381	-	2,547	-	13,991	10	4,589	-	2,181	-	2,860	-	3,841	-	47,846	10	-
9	Makam Detuk Abdi Bauzir	3,368	-	5,065	-	4,262	-	1,619	-	8,080	-	4,734	-	4,109	-	4,631	-	5,129	-	5,706	-	6,439	-	5,268	-	58,410	-	-
10	Mirah Fantasi	3,789	-	867	5	1,322	-	1,051	-	988	-	1,434	-	416	6	5,319	-	1,703	-	9,851	-	1,219	-	7,927	-	35,886	11	-
11	PA Kalong Indah	143	-	98	-	112	-	95	-	124	-	84	-	98	-	1,334	-	105	-	79	-	187	-	411	-	2,870	-	-
12	Pancoran	8,321	-	2,039	-	3,108	-	3,913	-	3,915	-	4,313	-	3,998	-	18,775	-	4,112	-	4,218	-	5,113	-	7,889	-	69,714	-	-
13	Pemandian Taman Suruh	9,123	-	3,540	-	4,112	-	5,312	-	7,255	-	8,533	-	2,382	-	12,809	-	2,690	-	6,985	-	3,159	-	7,590	-	79,490	-	-
14	TN. Alias Purwo	9,315	220	7,112	314	3,215	177	5,526	196	5,675	377	8,980	360	9,000	627	5,693	437	15,910	224	9,355	275	8,237	132	7,595	41	95,613	3,380	-
15	Sukamade	73	17	16	2	37	21	63	31	276	84	301	88	668	190	82	162	72	73	24	37	54	95	58	43	1,724	863	-
16	Umbul Bening	8,035	-	2,912	-	2,823	-	4,551	-	2,788	-	2,886	-	2,607	-	12,387	-	3,287	-	4,589	-	2,930	-	6,345	-	56,090	-	-
17	Umbul Pule	1,125	-	425	-	549	-	557	-	425	-	455	-	685	-	3,999	-	1,229	-	938	-	1,054	-	7,601	-	19,042	-	-
18	Watudocol	378	-	171	-	83	-	493	10	89	-	83	-	103	-	416	-	464	-	824	-	11,561	-	8,274	-	22,939	10	-
19	Rowo Bayu	204	-	331	-	526	-	159	-	113	-	154	-	386	-	541	-	356	-	171	-	171	-	423	-	3,535	-	-
20	Perk. Kendeng Lembu	96	-	54	-	76	-	88	-	49	-	127	-	53	-	991	-	77	-	64	-	25	-	856	-	2,566	-	-
21	Antogan Indah	133	-	84	-	99	-	78	-	64	-	93	-	57	-	10,257	-	109	-	98	-	107	-	8,311	-	19,490	-	-
22	Situs Umpak Songo	1,422	-	252	-	227	-	302	-	233	-	241	-	189	-	3,525	-	189	-	207	-	338	-	658	-	7,678	-	-
24	Pemandian Mendut Hijau	1,375	-	150	-	150	-	124	-	688	-	190	-	607	-	3,386	-	219	-	166	-	358	-	2,571	-	9,984	-	-
25	X Bedeng Adventure	422	-	126	-	264	3	211	-	441	-	154	-	293	-	355	-	172	-	210	-	270	-	523	-	3,441	3	-
	<b>JUMLAH</b>	<b>95,085</b>	<b>254</b>	<b>39,987</b>	<b>359</b>	<b>39,147</b>	<b>238</b>	<b>46,382</b>	<b>418</b>	<b>49,981</b>	<b>563</b>	<b>53,619</b>	<b>502</b>	<b>47,778</b>	<b>1,022</b>	<b>183,219</b>	<b>775</b>	<b>64,357</b>	<b>444</b>	<b>70,201</b>	<b>428</b>	<b>61,035</b>	<b>381</b>	<b>110,008</b>	<b>140</b>	<b>860,831</b>	<b>5,602</b>	<b>-</b>

**JUMLAH: MAN : 5,502**

**NUS : 860,831**

**TOTAL : 866,333**

**DATA PENGUNJUNG OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA TAHUN 2013**  
**Di Wilayah Kabupaten / Kota Banyuwangi**

No.	Nama Obyek Wisata	JANUARI		FEBRUARI		MARET		APRIL		MEI		JUNI		JULI		AGUSTUS		SEPTEMBER		OKTOBER		NOPEMBER		DESEMBER		JUMLAH			
		NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN
1	Alam Indah Lestari (ALL)	8,407	-	2,171	-	3,504	-	2,204	-	5,560	-	8,318	-	2,833	-	2,171	-	2,522	-	2,220	-	4,105	-	1,376	-	4,105	-	64,511	
2	Atarna	14,100	-	3,267	-	4,864	-	3,414	-	4,194	-	6,941	-	2,929	-	16,236	-	3,050	-	3,915	-	6,684	-	3,198	-	6,684	-	72,722	
3	Desa Wisata Using	6,884	-	3,352	-	2,473	-	2,188	-	2,592	-	4,436	-	1,463	-	17,232	-	1,914	-	2,420	-	2,833	-	1,023	-	2,833	-	48,692	
4	Grejagan	5,117	-	2,687	-	2,894	-	3,164	-	2,158	-	3,088	-	13,145	-	23,117	-	10,104	-	9,878	-	3,617	-	7,763	-	3,617	-	87,232	
5	Gumuk Kantong Indah	847	-	631	-	712	-	586	-	452	-	1,094	-	1,043	-	9,174	-	1,455	-	1,662	-	457	-	708	-	457	-	18,841	
6	Kalidatak	-	15	-	31	-	39	-	173	-	202	-	268	-	135	-	96	-	-	-	101	-	114	-	40	-	4	-	1,218
8	Kawah Ijen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,515
9	Ekowisata Bedul	6,615	-	2,767	-	3,514	-	2,717	-	3,832	-	4,232	-	1,728	-	12,090	-	2,278	-	3,160	-	4,181	-	2,038	-	4,181	-	49,312	
10	Makam Datuk Abdi Bauzir	6,037	-	5,919	-	7,283	-	5,108	-	8,574	-	8,377	-	12,361	-	11,568	-	13,487	-	15,562	-	12,641	-	18,199	-	12,641	-	125,118	
11	Mirah Fantasi	5,201	-	696	-	379	-	4,713	-	5,803	4	8,158	-	684	-	8,598	-	9,207	-	876	-	4,413	-	1,215	-	4,413	-	56,853	
12	PA Kalong Indah	158	-	73	-	96	-	114	-	356	-	188	-	89	-	6,125	-	323	-	481	-	1,554	-	310	-	1,554	-	18,007	
13	Pancoran	11,960	-	4,933	-	8,646	-	5,959	-	7,728	-	11,208	-	9,132	-	20,158	-	12,157	-	9,811	-	13,318	-	3,279	-	13,318	-	118,242	
14	Pemandian Taman Suruh	8,766	-	4,279	-	5,870	-	7,427	-	8,203	-	9,092	-	1,970	-	17,088	-	4,819	-	6,801	-	7,381	-	5,479	-	7,381	-	87,169	
15	TN. Alias Purwo	12,052	12	5,437	22	7,771	119	7,183	234	9,887	424	10,916	1,230	6,485	440	22,301	460	6,989	454	7,828	395	11,160	89	11,160	89	10,697	49	118,796	
16	Sukamade	119	30	170	48	17	14	333	17	83	10	194	107	2,117	156	831	314	423	116	393	116	436	28	2,598	-	6,112	-	66,694	
17	Umbul Bening	10,724	-	1,960	-	4,366	-	2,223	-	3,135	-	4,183	-	2,624	-	15,728	-	9,887	-	10,441	-	4,005	-	2,646	-	4,375	-	56,344	
18	Umbul Pule	9,872	-	3,231	-	1,879	-	1,415	-	2,348	-	2,624	-	1,581	-	12,227	-	538	-	10,441	-	246	-	310	-	5,215	-	66,694	
19	Watudodol	322	-	458	-	368	-	276	-	187	-	899	-	1,211	-	12,894	-	144	-	4,005	-	246	-	310	-	5,215	-	22,982	
20	Rowo Bayu	153	-	87	-	71	-	22	-	206	-	229	-	156	-	538	-	144	-	93	-	93	-	132	-	1,089	-	2,798	
21	Perk. Kendeng Lembu	51	-	34	-	18	-	24	-	15	-	146	-	702	-	165	-	71	-	84	-	84	-	98	-	304	-	1,712	
22	Antogan Indah	975	-	377	-	104	-	93	-	102	-	246	-	238	-	2,177	-	722	-	128	-	128	-	76	-	198	-	5,556	
23	Situs Umpek Songo	91	-	981	-	153	-	97	-	144	-	217	-	94	-	123	-	78	-	103	-	103	-	52	-	344	-	2,477	
24	Pemandian Mendut Hijau	1,877	-	786	-	642	-	774	-	684	-	1,337	-	591	-	9,374	-	986	-	1,015	-	1,015	-	711	-	156	-	19,596	
25	X Badeng Adventura	362	-	240	-	183	-	201	-	63	-	133	-	28	-	762	-	157	-	250	-	250	-	125	-	340	-	3,864	
<b>JUMLAH</b>		110,984	67	44,658	101	66,107	172	50,210	424	66,278	640	85,886	1,606	61,221	761	240,267	870	96,688	2,239	79,801	1,704	66,733	1,153	97,611	746	97,611	746	1,057,982	

**JUMLAH : MAN : 10,462**  
**NUS : 1,057,952**  
**TOTAL : 1,068,414**

**DATA PENGUNJUNG OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA TAHUN 2014**  
Di Wilayah Kabupaten / Kota Banyuwangi

No.	Nama Obyek Wisata	JANUARI		FEBRUARI		MARET		APRIL		MEI		JUNI		JULI		AGUSTUS		SEPTEMBER		OKTOBER		NOPEMBER		DESEMBER		JUMLAH		
		NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS
1	Alam Indah Lestari (AIL)	10,175	-	1,100	-	2,628	-	1,338	-	2,032	-	4,623	-	661	-	4,346	-	588	-	1,543	-	723	-	3,489	-	33,266	-	-
2	Atlantia	12,846	-	2,377	-	4,236	-	2,663	-	3,228	-	3,416	-	4,970	-	10,112	-	2,433	-	4,934	-	4,003	-	5,910	-	61,128	-	-
3	Desa Wisata Usung	6,278	-	3,695	-	5,126	-	4,944	-	3,526	-	3,921	-	2,923	-	4,944	-	4,652	-	4,793	-	5,053	-	4,344	-	54,199	-	-
4	Grajagan	7,635	-	1,558	-	2,666	-	1,660	-	4,654	-	1,694	-	5,023	-	5,881	-	1,425	-	1,994	-	1,622	-	2,830	-	38,342	-	-
5	Gumuk Kamlong Indah	880	-	411	-	540	-	485	-	486	-	434	-	747	-	1,097	-	507	-	341	-	1,014	-	856	-	7,798	-	-
6	Kalikiatak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	471
7	Kawah Ijen	11,206	437	2,394	191	866	156	4,900	875	4,046	2,249	2,597	1,828	2,597	1,828	18,145	4,093	9,676	3,321	10,745	3,662	7,828	1,140	5,724	844	80,786	19,982	
8	Ekwisata Bedul	7,284	-	2,018	-	1,887	-	1,936	-	3,265	-	2,199	-	2,170	-	5,590	-	1,665	-	1,825	-	2,738	-	3,015	-	35,362	-	-
9	Makam Datuk Abd Bauzir	10,453	-	9,851	-	6,563	-	8,815	-	12,114	-	11,489	-	14,488	-	6,489	-	9,973	-	9,134	-	8,861	-	2,582	-	110,912	-	-
10	Mirah Fantasi	4,413	-	1,926	-	2,964	-	2,792	-	6,883	10	9,873	6	4,053	-	5,930	-	1,705	-	2,244	-	2,324	15	7,238	25	52,345	56	-
11	PA Kalong Indah	244	-	198	-	326	-	171	-	145	-	227	-	434	-	1,687	-	316	-	200	-	96	-	178	-	4,222	-	-
12	Pancoran	14,372	-	5,472	-	10,853	-	8,665	-	7,454	-	6,215	-	18,382	-	21,912	-	5,237	-	4,319	-	2,137	-	3,141	-	107,359	-	-
13	Pemandian Taman Suruh	11,806	-	3,549	-	4,636	-	4,817	-	8,627	-	10,384	-	7,253	-	12,564	-	3,595	-	5,320	-	4,561	-	6,315	-	83,427	-	-
14	TN. Ales Purwo	16,800	22	6,446	15	13,678	87	7,064	253	10,293	426	9,820	319	11,538	416	14,217	463	6,805	529	13,489	301	7,929	113	12,498	36	130,577	2,980	
15	Sukarnade	1,191	28	1,595	44	3,623	210	3,643	163	5,780	187	5,530	158	565	193	6,173	447	5,002	317	5,458	224	3,312	108	7,875	65	49,749	2,144	
16	Umbul Bening	11,498	-	1,939	-	6,064	-	6,785	-	9,741	-	4,806	-	6,401	-	14,212	-	1,880	-	3,837	-	3,765	-	5,428	-	76,356	-	-
17	Umbul Pule	13,211	-	2,111	-	5,792	-	4,423	-	5,388	-	5,211	-	7,628	-	13,278	-	1,543	-	1,968	-	2,083	-	4,337	-	66,973	-	-
18	Watuodol	9,724	-	1,642	-	3,388	-	254	-	23	-	146	-	8,979	-	9,878	-	45	-	102	-	12	-	538	-	34,931	-	-
19	Rowo Bayu	638	-	168	-	425	-	98	-	101	-	349	-	433	-	153	-	90	-	87	-	51	-	107	-	2,700	-	-
20	Perk. Kendeng Lembu	156	-	92	-	124	-	74	-	68	-	92	-	98	-	235	-	54	-	61	-	38	-	182	-	1,274	-	-
21	Antogan Indah	3,151	-	937	-	1,064	-	308	-	938	-	1,179	-	414	-	2,470	-	296	-	145	-	127	-	221	-	11,279	-	-
22	Situs Umpak Songo	384	-	1,444	-	5,171	-	57	-	66	-	83	-	18,733	-	77	-	12,658	-	1,252	-	96	-	1,418	-	40,139	-	-
24	Pemandian Mendut Hijau	2,136	-	1,179	-	2,428	-	714	-	121	-	566	-	431	-	882	-	198	-	319	-	144	-	268	-	9,386	-	-
25	X Badeng Adventure	275	-	215	-	245	-	175	-	192	-	577	-	210	-	350	-	428	-	156	-	90	-	835	-	3,748	-	-
26	Pulau Merah	19,495	538	12,224	341	19,759	92	15,219	114	19,889	1,201	18,388	2,133	30,147	124	64,128	93	59,324	136	15,718	104	19,404	74	42,536	98	336,431	5,048	
27	Tamanarsi	9,631	-	4,371	-	12,031	-	450	-	516	-	1,623	-	949	-	1,596	-	323	-	299	-	157	-	413	-	32,259	-	-
	<b>JUMLAH</b>	<b>185,852</b>	<b>1,065</b>	<b>67,612</b>	<b>755</b>	<b>116,285</b>	<b>624</b>	<b>82,570</b>	<b>1,422</b>	<b>109,596</b>	<b>4,118</b>	<b>105,904</b>	<b>3,704</b>	<b>150,127</b>	<b>2,585</b>	<b>228,055</b>	<b>5,086</b>	<b>130,418</b>	<b>4,503</b>	<b>90,283</b>	<b>4,291</b>	<b>77,968</b>	<b>1,450</b>	<b>122,278</b>	<b>1,068</b>	<b>1,464,948</b>	<b>30,681</b>	<b>90,681</b>

JUMLAH :  
 MAN : 30,681  
 NUS : 1,464,948  
 TOTAL : 1,495,629

**DATA PENGUNJUNG OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA TAHUN 2015**  
Di Wilayah Kabupaten / Kota Banyuwangi

No.	Nama Obyek Wisata	JANUARI		FEBRUARI		MARET		APRIL		MEI		JUNI		JULI		AGUSTUS		SEPTEMBER		OKTOBER		NOPEMBER		DESEMBER		JUMLAH	
		NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN	NUS	MAN
1	Alam Indah Lestari (ALL)	7.118	-	4.172	-	2.112	-	2.572	-	3.752	-	688	-	8.395	-	638	-	2.164	-	303	-	1.150	-	2.871	-	35.925	-
2	Altania	7.120	-	2.340	-	3.025	-	2.828	-	3.695	-	1.901	-	11.965	-	2.010	-	3.027	-	2.787	-	3.282	-	7.522	-	51.302	-
3	Desa Wisata Usung	5.587	-	3.233	-	5.198	-	4.846	-	4.381	-	2.368	-	15.772	-	6.833	-	4.327	-	5.661	-	4.624	-	5.670	-	68.500	-
4	Grejegan	6.114	-	1.408	-	1.534	-	1.401	-	2.098	-	1.987	-	10.744	-	8.103	-	2.741	-	1.992	-	1.988	-	2.539	-	42.649	-
5	Gumuk Kantong Indah	1.148	-	593	-	625	-	481	-	696	-	149	-	327	-	5.272	-	467	-	637	-	1.886	-	1.710	-	13.791	-
6	Bangaring Order Water	11.070	-	5.815	-	4.043	-	4.324	-	7.755	-	5.820	-	17.525	-	8.361	-	8.258	-	7.623	-	15.217	-	36.982	-	132.793	-
7	Kawah Ijen	27.027	833	8.341	485	8.213	781	10.104	923	17.988	1.785	12.171	3.628	11.300	2.969	10.202	4.878	10.772	2.563	7.286	1.557	7.506	1.009	18.402	1.177	149.312	22.888
8	Ekowisata Bedul	4.791	-	1.693	-	1.346	-	1.939	-	1.621	-	2.148	-	4.979	-	1.174	-	1.309	-	1.311	-	2.981	24	5.570	-	30.862	24
9	Makam Datuk Abd Bauzir	20.004	-	5.865	-	9.243	-	12.458	-	10.065	-	11.962	-	4.777	-	15.908	-	13.774	-	8.409	-	9.265	-	9.440	-	131.171	-
10	Mirah Fantasi	9.240	25	1.873	4	2.480	10	5.904	5	6.808	7	9.873	4	4.053	5	5.931	2	1.705	-	2.032	-	2.799	5	6.698	7	59.416	74
11	PA Kalong Indah	437	-	105	-	95	-	72	-	213	-	98	-	210	-	8.432	-	186	-	88	-	101	-	1.008	-	11.045	-
12	Pancoran	8.796	-	4.623	-	3.825	-	4.471	-	6.349	-	5.616	-	12.175	-	9.839	-	7.413	-	6.891	-	7.243	-	12.781	-	90.022	-
13	Pemandian Taman Sunuh	9.711	-	3.608	-	3.905	-	4.106	-	6.556	-	14.370	-	4.989	-	3.806	-	4.978	-	5.261	-	6.969	-	8.403	-	76.662	-
14	TN. Alas Purwo	12.846	36	6.922	20	6.418	104	6.633	600	10.878	954	10.057	1.204	8.312	2.162	12.343	4.827	10.345	2.012	12.996	1.996	6.842	782	16.268	46	120.860	14.743
15	Sukamade	13.408	29	6.377	45	6.413	53	5.148	113	8.146	174	4.992	172	9.702	592	6.489	412	2.963	371	3.415	231	3.776	150	8.983	62	79.812	2.404
16	Umbul Bening	14.741	-	9.520	-	9.039	-	3.173	-	7.337	-	5.795	-	17.040	-	4.136	-	5.739	-	6.292	-	11.788	-	13.225	-	107.825	-
17	Umbul Pule	12.523	-	8.357	-	10.235	-	4.279	-	8.069	-	4.237	-	18.237	-	5.871	-	4.229	-	7.114	-	9.825	-	10.927	-	103.903	-
18	Watuobol	644	-	2.142	-	3.344	-	6.291	-	7.838	-	12.377	-	32.174	-	8.971	-	5.618	-	4.376	-	3.216	-	8.126	-	95.117	-
19	Rowo Bayu	257	-	98	-	183	-	71	-	114	-	223	-	1.259	-	18.604	-	6.124	-	120	-	98	-	9.135	-	36.286	-
20	Perik. Kendeng Lembu	318	-	54	-	61	-	37	-	98	-	51	-	344	-	53	-	86	-	54	-	61	-	814	-	2.031	-
21	Antongan Indah	2.106	-	103	-	121	-	264	-	428	-	96	-	6.114	-	1.107	-	218	-	183	-	152	-	2.113	-	13.005	-
22	Situs Umpak Songo	179	-	1.316	-	3.123	-	934	-	1.426	-	719	-	12.456	-	9.136	-	347	-	412	-	212	-	516	-	58.891	-
24	Pemandian Mendut Hijau	1.191	-	864	-	1.623	-	722	-	987	-	624	-	3.652	-	834	-	389	-	623	-	734	-	968	-	13.411	-
25	X. Badeng Adventure	327	-	315	-	408	-	528	-	677	-	822	-	176	-	907	-	317	-	278	-	358	-	430	-	5.543	-
26	Pulau Merah	51.846	132	25.754	202	24.663	215	15.904	357	26.295	1.312	16.219	882	64.321	647	20.859	718	19.615	455	16.853	524	19.694	407	75.352	530	377.975	6.381
27	Tamanarsi	3.602	-	1.278	-	933	-	512	-	803	-	216	-	4.114	-	5.378	-	317	-	258	-	328	-	921	-	18.660	-
	<b>JUMLAH</b>	232.151	1.055	106.770	756	140.323	1.163	100.002	1.988	144.873	4.232	125.579	5.890	285.112	6.375	181.197	10.837	117.628	5.401	103.275	4.308	121.895	2.377	267.374	1.822	1.926.179	46.214

**JUMLAH :**  
MAN : 46,214  
NUS : 1,926,179  
TOTAL : 1,972,393