

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Kebijakan Publik

Kebijakan Publik (Public Policy) adalah suatu aturan yang mengatur kehidupan bersama yang harus ditaati dan berlaku mengikat seluruh warganya, setiap pelanggaran akan diberi sanksi sesuai dengan bobot pelanggaran yang dilakukan dan sanksi dijatuhkan didepan masyarakat oleh lembaga yang mempunyai tugas menjatuhkan sanksi.

James E. Anderson mendefinisikan kebijakan sebagai sekumpulan tindakan dengan tujuan spesifik yang akan dilakukan oleh aktor atau sekelompok aktor untuk menyelesaikan masalah tertentu.

James E. Anderson lebih jelas menyatakan bahwa yang dimaksud dengan kebijakan adalah kebijakan yang dikembangkan oleh badan dan otoritas pemerintah. Menurutnya, pengertian tersebut adalah bahwa kebijakan selalu mempunyai tujuan tertentu atau merupakan tindakan yang berorientasi pada tujuan, kebijakan mencakup tindakan atau pola tindakan pejabat senior pemerintah, dan kebijakan yang sebenarnya dilakukan oleh pemerintah. Ya, kebijakan itu bisa bersifat positif. Implikasinya negatif dalam arti bahwa ini adalah suatu bentuk tindakan pemerintah terhadap suatu masalah tertentu, atau keputusan pejabat senior pemerintah untuk tidak melakukan apa-apa, dan kebijakan dalam arti positif adalah peraturan perundang-undangan. Berbasis dan menarik (dapat diandalkan).

2.2 Kebijakan Pariwisata

2.2.1 Pengertian Kebijakan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata kebijakan berarti kepandaian, kemahiran, kebijaksanaan. Kebijakan juga dapat berarti rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak, pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip, atau maksud sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran, garis haluan.

Kebijakan adalah prinsip atau cara bertindak yang dipilih untuk mengarahkan pengambilan keputusan. Menurut Ealau dan Prewitt (1973), kebijakan adalah sebuah ketetapan yang berlaku yang dicirikan oleh perilaku yang konsisten dan berulang, baik dari yang membuatnya maupun mentaatinya (yang terkena kebijakan itu). Titmuss (1974) mendefinisikan kebijakan sebagai prinsip-prinsip yang mengatur tindakan yang diarahkan kepada tujuan-tujuan tertentu. Kebijakan, menurut Titmuss, senantiasa berorientasi kepada masalah (problem-oriented) dan berorientasi kepada tindakan (action-oriented). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kebijakan adalah suatu ketetapan yang memuat prinsip-prinsip untuk mengarahkan cara-cara bertindak yang dibuat secara terencana dan konsisten dalam mencapai tujuan tertentu.

Jika pemerintah memilih untuk melakukan sesuatu maka harus ada tujuannya dan kebijakan negara harus meliputi semua "tindakan" pemerintah sehingga bukan semata-mata merupakan pernyataan keinginan pemerintah atau pejabat pemerintah saja. Sementara ada para ahli yang menitik beratkan kebijakan sebagai suatu serangkaian keputusan atau tindakan. Parker mendefinisikan

kebijakan sebagai suatu tujuan tertentu atau serangkaian asas tertentu atau tindakan yang dilaksanakan oleh pemerintah pada waktu tertentu dalam kaitan dengan subyek atau sebagai respon terhadap suatu keadaan yang kritis.

2.2.2 Pengertian Kebijakan Pariwisata

Goeldner dan Ritchie (2006) mendefinisikan kebijakan pariwisata sebagai regulasi, aturan, pedoman, arahan, tujuan pengembangan / promosi, serta keputusan individu dan kelompok yang secara langsung mempengaruhi pembangunan pariwisata serta kegiatan jangka panjang dan aktivitas sehari-hari yang berlangsung di tempat tujuan.

Dengan berargumen bahwa prinsip kebijakan pariwisata adalah bahwa baik negara maupun daerah harus memastikan manfaat maksimal dari kontribusi sosial dan ekonomi yang diberikan oleh pariwisata, Biedermann (2007). Tambahkan poin penting pada definisi kebijakan pariwisata. Bapak Biderman juga mengatakan bahwa tujuan akhir dari kebijakan pariwisata adalah untuk meningkatkan kemajuan nasional dan daerah serta kehidupan masyarakat.

“A tourism policy defines the direction or course of action that a particular country, region, locality or an individual destination plans to take when developing or promoting tourism. The key principle for any tourism policy is that it should ensure that the nation (region or locality) would benefit to the maximum extent possible from the economic and social contributions of tourism. The ultimate objective of a tourism policy is to improve the progress of the nation (region or locality) and the lives of its citizens”.

Definisi yang lebih luas dikemukakan oleh Edgell et al. (2008), di mana kebijakan pariwisata berfokus pada masalah yang dihadapinya dan etis untuk secara efektif menyelaraskan kebutuhan / kebutuhan masyarakat dengan perencanaan, pengembangan, produk, layanan, pemasaran, dan tujuan. Ini menunjukkan bahwa itu adalah kerangka kerja. Sasaran keberlanjutan untuk pertumbuhan pariwisata di masa depan, seperti dijelaskan di bawah ini..

“Tourism policy is a progressive course of actions, guidelines, directives, principles, and procedures set in an ethical framework that is issues-focused and best represents the intent of a community (or nation) to effectively meet its planning, development, product, service, marketing, and sustainability goals and objectives for the future growth of tourism”.

Menurut definisi akhir, pemasaran, pengembangan produk, dan layanan perhotelan memainkan peran penting dalam kebijakan pariwisata. Lebih penting lagi definisi ini berarti bahwa kebijakan pariwisata bersifat dinamis dan fleksibel dalam mengkoordinasikan dan meningkatkan pembangunan yang terjadi.

2.2.3 Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan, seperti kata Sanskerta "Pari" (artinya melakukan, melakukan) dan kata "wisata" berarti perjalanan.

Pengertian pariwisata oleh Salah Wahab (2003) bahwa:

Pariwisata adalah pergerakan sementara suatu organisasi dari berbagai tempat tinggal, agama, agama, gaya hidup yang berbeda, harapan yang berbeda, suka dan tidak suka yang berbeda, dan motivasi yang tidak dapat dibakukan karena semuanya adalah ekspresi. Ada motifnya. Pikiran dan pengendapan emosi dan perilaku yang berubah dalam jangka panjang tergantung pada tempat dan waktu.

Menurut Hari Karyono (1997, p. 15), memberikan definisi umum dan teknis tentang pariwisata.:

Secara umum pengertian pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengelola dan melayani kebutuhan wisatawan. Definisi teknis, sebaliknya, pariwisata adalah rangkaian kegiatan manusia yang dilakukan secara individu atau kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau negara lain. Kegiatan tersebut memanfaatkan fasilitas, pelayanan, dan elemen pendukung lainnya yang disediakan oleh pemerintah dan masyarakat untuk memenuhi keinginan wisatawan.

Menurut Gamal Suwanto (1997: 27) istilah pariwisata sangat erat kaitannya dengan konsep perjalanan. Artinya, itu adalah perubahan dalam hidup atau penghasilan di tempat-tempat yang dia kunjungi, hanya untuk menikmati perjalanan dan memenuhi kebutuhan yang berbeda. Beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan sementara yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk menikmati perjalanan dan memuaskan berbagai keinginan.

2.2.3.1 Unsur Pariwisata

Dari beberapa pengertian pariwisata di atas dapat dinyatakan bahwa pariwisata mengandung unsur-unsur pokok, yaitu wisatawan, waktu luang, penggunaan waktu luang di lingkungan rumah, dan di luar rumah dengan melakukan perjalanan wisata, terdapat objek dan daya tarik wisata dan fasilitas lainnya yang dibutuhkan selama perjalanan wisata berlangsung yang disediakan oleh berbagai pihak: individu, kelompok, dan masyarakat (Soemanto, 2010).

2.2.3.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Yang pertama adalah wisata budaya. Artinya bepergian berdasarkan keinginan, memperluas visi hidup untuk mengunjungi atau mengamati tempat lain dan mempelajari kondisi sosial, adat istiadat, gaya hidup, budaya dan seni. Area yang dimaksud. Perjalanan ini sering kali melibatkan kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan budaya seperti pameran seni (tari, drama, musik, suara) dan motif sejarah. Jenis wisata budaya ini sangat populer di Indonesia, dan jenis wisata ini diperuntukkan bagi orang asing yang datang ke negara ini yang ingin mengetahui segala sesuatu yang berhubungan dengan budaya, seni, serta adat istiadat dan kehidupan budaya kita. Ini adalah jenis pariwisata terpenting bagi wisatawan. Kedua, tujuannya untuk mengubah situasi dan lingkungan kehidupan sehari-hari, memberikan ketenangan pikiran, jiwa dan raga, serta mengunjungi tempat peristirahatan seperti pemandian air panas yang mengandung mineral penyembuh, tempat dengan iklim yang baik, dan tempat penyembuhan, Tempat dengan iklim yang sehat atau tempat yang menyediakan fasilitas kesehatan lainnya. Ketiga, wisata olahraga. Artinya, wisatawan yang bepergian dengan tujuan menghadiri pesta olahraga di tempat dan negara seperti ASEAN, Olimpiade, Piala Thomas dan Uber, Wimberdon, Tourd Fance, F1. , Piala Dunia, dan olahraga lainnya. Olahraga meliputi berburu, memancing, berenang, berbagai olahraga bawah air dan gunung, dan jenis pariwisata lainnya yang tidak termasuk dalam pesta dan olahraga. Keempat, jenis ini adalah wisata komersial, termasuk perjalanan mengunjungi pameran dan pameran dagang, seperti pameran perdagangan industri dan pameran dagang. Banyak yang berargumen bahwa ini tidak bisa diklasifikasikan sebagai pariwisata jenis ini, karena pada awalnya untuk

tujuan komersial dan hanya dilakukan oleh orang-orang dengan tujuan tertentu untuk berbisnis. Namun pada kenyataannya banyak pameran dan bazar yang dikunjungi wisatawan selama periode tersebut, sehingga ramai dengan berbagai atraksi dan pertunjukan seni. Kelima, pariwisata industri yang erat kaitannya dengan pariwisata komersial. Berpergian ke kompleks atau kawasan industri di mana mahasiswa, kelompok mahasiswa, atau masyarakat umum memiliki banyak pabrik dan bengkel besar yang bertujuan untuk melakukan tinjauan dan penelitian, terutama di negara maju. Industri di mana orang memiliki kesempatan untuk mengunjungi daerah dan kawasan industri yang memproduksi berbagai macam produk yang diproduksi secara massal di dalam negeri. Keenam, pariwisata politik. Jenis ini meliputi perjalanan berkunjung atau berpartisipasi aktif dalam akomodasi, transportasi, dan kegiatan politik dengan berbagai atraksi, seperti perayaan hari jadi / hari jadi kemerdekaan. Cara yang indah dan meriah bagi pengunjung. Selain itu, acara penting seperti konferensi, musyawarah, konferensi, dan konvensi politik selalu merupakan jenis yang melibatkan tamasya. Ketujuh, wisata konvensi termasuk dalam jenis wisata politik. Saat ini, beberapa negara sedang membangun tur konvensi dengan menyediakan fasilitas konferensi dan ruangan di dalam dan luar negeri untuk peserta konferensi, musyawarah, konvensi, atau konferensi lainnya. Misalnya Jakarta dan JCC-nya (Jakarta Convention Center). Kedelapan, pariwisata sosial, dipahami dalam jenis pariwisata ini, adalah organisasi perjalanan yang murah dan mudah untuk memberikan kesempatan perjalanan kepada orang-orang yang rentan secara ekonomi (mereka yang tidak mampu membeli barang mewah). Kesembilan adalah wisata pertanian. Jenis pariwisata ini mengatur perjalanan ke proyek pertanian,

perkebunan, pembibitan, dan lainnya. Tempat kesepuluh yang dapat dikunjungi wisatawan kelompok untuk tujuan penelitian atau hanya untuk pariwisata adalah wisata bahari (laut) atau samudra, dan jenis pariwisata ini terutama danau, sungai, pantai, teluk, atau laut lepas. Terkait dengan kegiatan di (memancing, berlayar, menyelam, berselancar, dll.). Jenis pariwisata ini disebut juga pariwisata. Tirta. Kepulauan Indonesia kaya akan jenis pariwisata ini. Kesebelas adalah wisata cagar alam. Wisata ini sangat erat kaitannya dengan keindahan alam, udara segar pegunungan, keajaiban satwa dan genus flora dan fauna langka yang jarang ditemukan di tempat lain. Keduabelas adalah wisata berburu. Jenis wisata ini terutama dilakukan di daerah atau negara dengan hutan di mana persiapan perburuan disetujui (diizinkan) oleh pemerintah. Pemerintah yang bijak mengatur perjalanan berburu untuk menyeimbangkan kehidupan hewan yang diburu. Ketigabelas, ziarah / wisata religi. Jenis wisata ini secara garis besar berkaitan dengan agama, adat istiadat dan kepercayaan masyarakat atau kelompok masyarakat dan dapat dilakukan secara individu maupun berkelompok ke tempat-tempat suci, makam tokoh besar atau bangsawan. Wisata Bulan Madu ke-14, jenis wisata ini memahami pengaturan perjalanan bagi pengantin baru untuk menikmati perjalanan pengantin baru dengan fasilitas khusus untuk kegembiraan perjalanan dan tamasya mereka. Kelima belas adalah wisata petualangan yang disebut wisata petualangan. Jenis wisata ini diperuntukkan bagi mereka yang ingin melakukan sesuatu yang bermanfaat, seperti berpetualang, pergi ke alam, mendaki tebing terjal, bungee jump, torrent rafting, wisata Arktik, wisata luar angkasa, dan lainnya.

Selain jenis pariwisata tersebut, masih banyak jenis pariwisata lainnya, tergantung dari status dan keadaan perkembangan dunia pariwisata di daerah dan negara dimana industri pariwisata ingin berkembang. Ini tergantung pada selera dan kreativitas profesional yang tertarik. Di industri pariwisata. Semakin kreatif dan banyak ide yang Anda miliki, semakin banyak bentuk dan jenis pariwisata yang dapat Anda ciptakan. Jenis pariwisata lainnya dapat berupa obyek wisata. Salah satunya adalah wisata budaya, kesehatan, olah raga politik, syariah, alam dan religi (Arjana, 2016).

2.2.3.3 Pengembangan Pariwisata

Pembangunan kepariwisataan merupakan rangkaian upaya untuk mencapai keterpaduan dalam pemanfaatan berbagai sumber daya pariwisata yang mengintegrasikan seluruh aspek nonpariwisata yang secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan kelangsungan pembangunan kepariwisataan. (Swarbrooke, 1996, p. 99) Terdapat beberapa jenis pengembangan, yaitu : yang pertama adalah keseluruhan dengan tujuan baru, membangun atraksi di situs yang tadinya tidak digunakan sebagai atraksi. Yang kedua adalah tujuan baru, membangun atraksi pada situs yang sebelumnya telah digunakan sebagai atraksi. Yang ketiga adalah pengembangan baru secara keseluruhan pada keberadaan atraksi yang dibangun untuk menarik pengunjung lebih banyak dan untuk membuat atraksi tersebut dapat mencapai pasar yang lebihluas, dengan meraih pangsa pasar yang baru. Yang keempat adalah pengembangan baru pada keberadaan atraksi yang bertujuan untuk meningkatkan fasilitas pengunjung atau mengantisipasi meningkatnya pengeluaran sekunder oleh pengunjung. Yang

kelima adalah penciptaan kegiatan-kegiatan baru atau tahapan dari kegiatan yang berpindah dari satu tempat ke tempat lain dimana kegiatan tersebut memerlukan modifikasi bangunan dan struktur.

Dalam pengembangan pariwisata diperlukan aspek-aspek untuk mendukung pengembangan tersebut. Adapun aspek-aspek yang dimaksudkan adalah sebagai berikut: Pertama adalah aspek fisik dimana menurut UU RI No. 23 Tahun 1997 dalam Marsongko (2001), lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan peri-kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya. Yang termasuk dalam lingkungan fisik berdasarkan pengolahan dari berbagai sumber: geografi meliputi kawasan kawasan DTW, kawasan yang digunakan, serta batas administratif dan alam. Topografi adalah bentuk permukaan suatu wilayah, terutama komposisi dan kemiringan tanah yang berkaitan dengan ketinggian rata-rata di atas permukaan laut, seperti dataran perbukitan dan pegunungan, serta komposisi tanah secara umum. Fitur geologi yang penting untuk dipertimbangkan, seperti jenis tanah, stabilitas, penyerapan, erosi dan kesuburan tanah. Ilmu iklim meliputi suhu, kelembaban, curah hujan, kekuatan angin, sinar matahari rata-rata, dan variasi musim. Hidrologi meliputi cekungan, pantai berpasir, dan karakteristik laut (arus laut, endapan, keausan, dll.). Visibilitas Menurut Salim (1985; 2239), visibilitas berarti pemandangan, terutama dari tepi jalan yang panjang dengan pepohonan di kedua sisinya. Area vegetasi dan habitat satwa liar perlu dipertimbangkan untuk mempertahankan vegetasi saat ini dan masa depan serta kelangsungan hidup satwa liar. Secara umum dapat dibedakan menjadi tumbuhan tinggi, tumbuhan pendek (termasuk padang rumput), serta jenis tumbuhan dan fauna yang terdapat di dalamnya.

Kedua, aspek daya tarik wisata yang dapat berkembang di suatu tempat yang pada dasarnya menarik bagi suatu tempat dan dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut. Gunn (1979, p. 50) menyatakan: Pameran yang sangat menarik atau menarik yang "menarik kerumunan". Gunn (1979, hlm. 48) juga mengklaim bahwa "atraksi adalah lokasi di suatu wilayah yang tidak hanya menyediakan apa yang dilihat dan dikunjungi wisatawan, tetapi juga menyediakan daya tarik perjalanan." .. Menurut Inskeep (1991, p. 77), daya tarik dapat dibagi menjadi tiga kategori. Daya tarik alam: Berdasarkan pembentukan lingkungan alam. Namun, itu adalah atraksi buatan seperti taman hiburan, sirkus, belanja. Atraksi alam meliputi iklim, bentang alam, flora dan fauna, serta keunikan alam lainnya. Atraksi budaya, di sisi lain, mencakup sejarah, arkeologi, agama, dan kehidupan tradisional.

Ketiga adalah aspek aksesibilitas, dimana salah satu komponen infrastruktur utama dari destinasi adalah aksesibilitas. Menurut Bovy dan Lawson (1977, hlm. 170), "... harus dapat diakses dengan transportasi umum, jalur sepeda, jalan pejalan kaki (dari lingkungan sekitar), dan mobil (terutama keluarga, rata-rata 3 orang / mobil)." Akses fisik dan non fisik ke destinasi penting dalam pengembangan pariwisata. Aspek fisik jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu, frekuensi angkutan umum dari terminal terdekat. Menurut Bobby dan Lawson (1998; 202), jaringan jalan raya memiliki dua peran penting dalam pariwisata. Dengan kata lain sebagai sarana akses, atraksi rekreasi antara wisatawan dan wisatawan, sarana komunikasi transportasi dengan menggunakan fasilitas, tempat-tempat yang perlu direncanakan ketika menentukan tempat wisata mana yang dapat dilihat selama perjalanan.

Peran kedua menghadirkan aspek non fisik yang juga menjadi faktor penting dalam mendukung aksesibilitas secara keseluruhan, berupa keamanan jalan raya dan waktu tempuh dari asal ke tujuan. Selain itu, Bovy dan Lawson (1977, p. 203) membagi jalan bagi wisatawan. Itu terbagi dalam tiga kategori. Yaitu, menghubungkan ke jalan utama yang menghubungkan daerah tujuan utama dengan jaringan jalan raya nasional atau jalan utama di luar daerah tersebut, jalan pengujung, yaitu, jalan sekunder beraspal (makadam) atau kerikil, resor, atau fasilitas wisata khusus lainnya. Kerikil, hotel lain, restoran, tempat rekreasi lainnya, sirkuit pengujung, aktivitas tamasya yang indah di sepanjang jalan.

Keempat, aspek aktivitas dan perlengkapan. Singkatnya, pengembangan objek wisata membutuhkan peralatan yang berperan sebagai pelengkap dalam memenuhi kebutuhan wisatawan yang berbeda. Menurut Bukart dan Medlik (1974, p. 133), fasilitas bukanlah faktor utama pendorong kedatangan wisatawan ke tempat tujuan wisata, tetapi tanpa sarana dapat menghalangi wisatawan untuk menikmati pemandangan. .. Intinya, berfungsinya fasilitas perlu menyediakan dan memfasilitasi aktivitas pengujung / wisatawan yang berlangsung untuk mendapatkan pengalaman rekreasi. Selain itu, jika penyajian diiringi dengan keramahan yang nyaman bagi wisatawan, maka fasilitas tersebut juga dapat menjadi daya tarik wisata yang dapat meningkatkan pelayanan dan menjadi daya tarik wisata. Bovy dan Lawson (1977; 9) menyatakan bahwa fasilitas merupakan daya tarik buatan dan kemungkinan besar akan berbeda dari objek wisata.

Kelima, analisis sosial ekonomi adalah aspek sosial ekonomi dan budaya yang membahas tentang mata pencaharian penduduk, komposisi penduduk, angkatan kerja, latar belakang pendidikan masyarakat sekitar, dan sebaran

penduduk di wilayah tersebut. Hal ini perlu diperhatikan karena dapat mengukur apakah status pariwisata merupakan sektor utama di suatu daerah atau sektor yang kurang menguntungkan dan kurang konsisten dengan kondisi ekonomi yang ada. Berikutnya adalah aspek sosial budaya, yang dapat diangkat sebagai topik lokal. Dennis L. Foster menggambarkan pengaruh budaya sebagai berikut: Itu juga dipengaruhi oleh budaya, masyarakat dan gaya hidup. Budaya cenderung percaya pada pakaian tradisional, masyarakat, agama, dan kelompok etnis.

2.2.3.4 Model Pengembangan Pariwisata

Yang pertama adalah Pariwisata berbasis komunitas (CBT). Buku pegangan yang diterbitkan REST (1997) berisi materi konseptual dan praktis dari CBT, Menurut REST, secara terminologis, pelibatan partisipasi masyarakat dalam proyek pengembangan pariwisata mempunyai banyak nama, yakni Community-Based Tourism (CBT), Community-Based Ecotourism (CBET), Agrotourism, Eco and Adventure Tourism dan homestay. Dikalangan akademik, belum ada konsensus terhadap istilah-istilah dari beragam tipe pariwisata ini.

Adapun definisi CBT adalah pariwisata yang menyadari kelangsungan budaya, sosial, dan lingkungan. Bentuk pariwisata ini dikelola dan dimiliki oleh masyarakat untuk masyarakat, guna membantu para wisatawan untuk meningkatkan kesadaran mereka dan belajar tentang masyarakat dan tata cara hidup masyarakat lokal (local way of life). Dengan demikian, CBT sangat berbeda dengan pariwisata massa (mass tourism). CBT merupakan model pengembangan pariwisata yang berasumsi bahwa pariwisata harus berangkat dari kesadaran nilai-nilai kebutuhan masyarakat sebagai upaya membangun pariwisata yang lebih

bermanfaat bagi kebutuhan, inisiatif dan peluang masyarakat lokal (Pinel: 277) CBT bukanlah bisnis wisata yang bertujuan untuk memaksimalkan profil bagi para investor. CBT lebih terkait dengan dampak pariwisata bagi masyarakat dan sumber daya lingkungan (environmental resources). CBT lahir dari strategi pengembangan masyarakat dengan menggunakan pariwisata sebagai alat untuk memperkuat kemampuan organisasi masyarakat rural/lokal.

Konsep CBT mempunyai prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai tool of community development bagi masyarakat lokal, yakni: mengakui, mendukung dan mempromosikan pariwisata yang dimiliki masyarakat, melibatkan anggota masyarakat sejak awal pada setiap aspek, mempromosikan kebanggaan masyarakat, meningkatkan kualitas hidup, menjamin sustanbilitas lingkungan, memelihara karakter dan budaya lokal yang unik, membantu mengembangkan cross-cultural learning, menghormati perbedaan-perbedaan kultural dan kehormatan manusia, mendistribusikan keuntungan secara adil di antara anggota masyarakat, menyumbang prosentase yang ditentukan bagi income proyek masyarakat.

2.2.3.5 Model Pengembangan CBT

Buku, survei dan survei tentang partisipasi masyarakat dalam pariwisata dan pariwisata berbasis komunitas tersebar luas. Minat partisipasi publik dalam pariwisata tampaknya berakar di Amerika Serikat pada awal 1970-an. Gunn (1972: 66) mengkampanyekan penggunaan forum bersama di mana tokoh masyarakat, pemilih, dan rencana pariwisata berpartisipasi. Gunn berpendapat bahwa manfaat dari pendekatan komunitas yang dia dukung bermanfaat bagi warga dan pengunjung.

Setelah itu, Murphy (1985) menjadi orang pertama yang menyebarkan konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Ia berpendapat bahwa produk pariwisata terkait dan dikonsumsi secara lokal, dan produk pariwisata serta konsumennya harus terlihat oleh penduduk setempat yang mengetahui dampak pariwisata. Untuk itu, pariwisata perlu melibatkan masyarakat sebagai bagian dari produk pariwisata, kemudian industri juga perlu melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan. Sebab, masyarakat lokalnya yang harus menanggung dampak kumulatif dari perkembangan pariwisata dan perlu memberikan informasi lebih lanjut tentang bagaimana mengemas dan menjual masyarakat sebagai produk pariwisata. (Murphy, 1985: 16)

Getz dan Jamal (1994) mengkritik model Murphy karena tidak memberikan cetak biru untuk implementasi konkritnya. Gagasan implementasi Murphy masih memiliki berbagai kendala. Partisipasi masyarakat dipandang sebagai alat untuk menjaga integritas dan keaslian, serta daya saing produk pariwisata (Gunn, 1994). Namun, ketika partisipasi masyarakat muncul, perencanaan destinasi pariwisata masih berpusat di sekitar persimpangan komersial, dengan keterlibatan masyarakat yang minim. Dan tujuan dari model perencanaan pariwisata ini adalah untuk lebih fokus pada upaya menjaga keunikan dan daya tarik pariwisata, yaitu pendekatan top-down, business-oriented, dan economic-oriented (Bahaire dan). Elliott-White, 1999: 248).

Model pendekatan komunitas menjadi standar dalam proses pembangunan pariwisata di daerah sekitarnya. Komitmen masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dalam mensukseskan produk pariwisata. D'amore memberikan pedoman model untuk pengembangan pariwisata berbasis komunitas.

Mengidentifikasi prioritas pembangunan bagi penduduk lokal (penduduk), mempromosikan dan mendorong penduduk lokal, melibatkan penduduk lokal dalam industri, kebutuhan mendesak untuk penanaman modal atau kewirausahaan lokal, berbagai acara warga dan Partisipasi dalam kegiatan, produk pariwisata yang menggambarkan identitas wilayah, mengatasi permasalahan yang muncul sebelum pengembangan lebih lanjut.

Poin-poin di atas adalah gambaran umum dari pendekatan komunitas. Penduduk setempat harus "dilibatkan". Dengan demikian, mereka tidak hanya dapat menikmati manfaat pariwisata, tetapi juga mendukung pengembangan pariwisata dimana masyarakat dapat memberikan pembelajaran dan menjelaskan sejarah dan keunikan mereka secara lebih rinci.

Kemudian, pada tahun 1990-an, dengan meningkatnya minat terhadap pengembangan produk pariwisata berkelanjutan, kebutuhan untuk menggunakan bentuk partisipasi masyarakat menjadi sangat mendesak. Bentuk partisipasi masyarakat sangat penting untuk mencapai pariwisata berkelanjutan dan mencapai pariwisata yang berkualitas. Getz dan Jamal (1994) meletakkan dasar teoritis untuk keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, dan menganalisis sifat dan tujuan model kolaboratif yang berbeda dari model kolaboratif. Keduanya mendefinisikan kolaborasi sebagai "proses pengambilan keputusan bersama antara pemangku kepentingan otonom dari domain antar organisasi untuk memecahkan atau mengelola masalah terkait pariwisata" (Getz dan Jamal, 1994: 155). Proses kolaborasi meliputi: 1) Penetapan masalah dengan mengidentifikasi masalah dengan pemangku kepentingan utama. 2) Penetapan arah dengan berbagi interpretasi bersama dan mengenali tujuan umum. 3) Struktur dan implementasi, 4) Pelembagaan.

Ada beberapa faktor CBT yang perlu dipertimbangkan agar implementasi CBT berhasil. Yakni, sumber daya alam dan budaya, pengorganisasian masyarakat, pengelolaan, dan pembelajaran.

Pembelajaran di sini mendukung proses pembelajaran antara tuan rumah (komunitas tuan rumah) dan tamu (tamu), membangun pendidikan dan pemahaman antara gaya hidup dan budaya yang beragam, serta antara wisatawan dan masyarakat luas. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran akan perlindungan budaya dan sumber daya (REST, 1997).

2.2.3.6 Tahap-Tahap Pengembangan Pariwisata

Secara umum perkembangan pariwisata selalu mengikuti daur hidup pariwisata, sehingga anda dapat mengetahui letak perkembangan pariwisata. Cooper dan Jakson (1997, p. 121), tahapan tersebut terdiri dari tahapan eksplorasi yang berkaitan dengan penemuan, yaitu tempat-tempat sebagai kemungkinan-kemungkinan pariwisata baru yang ditemukan oleh wisatawan, pelaku wisata dan pemerintah. Biasanya jumlah kunjungan sedikit dan wisatawan berkumpul di tempat-tempat yang belum tercemar. Akses menuju lokasi memang sulit, namun masih diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang berminat karena belum ramai.

Yang pertama Keterlibatan tahap pertama diikuti oleh kontrol komunitas, yang biasanya komunitas. Pada tahap ini sudah ada inisiatif dari masyarakat, dan wisatawan mulai mempromosikan objek wisata, menambah jumlah wisatawan, dan membangun infrastruktur.

Yang kedua adalah tahap pengembangan. Peraturan daerah telah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan. Pengawasan oleh

lembaga lokal cukup sulit untuk membuahkan hasil, dan intervensi oleh pemerintah dan otoritas lokal disebabkan oleh masuknya eksternal industri pariwisata dan popularitas tujuan wisata yang merusak lingkungan alam dan sosial budaya. Ada kebutuhan.

Ketiga, tahap integrasi (integrasi), yang ditandai dengan menurunnya laju kenaikan wisatawan. Destinasi wisata dipenuhi dengan industri pariwisata yang berbeda berupa hiburan dan jenis tempat wisata yang berbeda.

Keempat, tahap stagnasi (stagnasi) yang memiliki jumlah wisatawan terbanyak, dan kawasan mulai ditinggalkan karena sudah ketinggalan zaman, dikunjungi kembali, dan para pelaku bisnis menggunakan fasilitas yang ada. Pada tahap ini, industri pariwisata sedang berupaya untuk mempertahankan jumlah wisatawan yang terkonsentrasi, dan wilayah tersebut dapat mengalami masalah besar terkait lingkungan alam dan sosial budaya.

Kelima, tahap deterioration (kemunduran), dimana hampir semua wisatawan mengabaikan kunjungan ke destinasi wisata lain. Kawasan tersebut telah menjadi daya tarik wisata kecil untuk berwisata dan akhir pekan. Beberapa fasilitas wisata telah diubah ke format dan fitur lain. Oleh karena itu, diperlukan upaya revitalisasi pemerintah pada tahap ini.

Yang keenam adalah tahap peremajaan. Pada tahap ini, pertimbangan harus diberikan untuk mentransformasikan pemanfaatan kawasan wisata menjadi pasar baru, membuat jalur pemasaran baru, dan merelokasi tempat wisata ke format lain. Oleh karena itu, diperlukan modal baru atau kerjasama antara pemerintah dan swasta.

Dari setiap tahapan perkembangan pariwisata, perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mendukung maupun menghambat proses pengembangan pariwisata sehingga dengan mudah menetapkan program pengembangan di suatu daerah maupun negara yang potensial dikembangkan.

2.2.3.7 Tolak Ukur Keberhasilan Pengembangan Pariwisata

Penelitian oleh Aristopani (2008) menyatakan adanya beberapa tolok ukur keberhasilan pengembangan pariwisata, yakni perkembangan jumlah kunjungan dan lama waktu tinggal wisatawan, peluang usaha yang tercipta dan peluang kerja yang terserao bagi penduduk local, siklus aliran keuangan yang didapatkan dari besar belanja wisatawan dan siapa saja yang menerima uang dari hasil pembelanjaan ini, kepuasan wisatawan dan keinginan untuk kembali berkunjung, serta persepsi wisatawan terhadap kualitas dan kepuasan pada obyek pariwisata.

Menurut Purwanti dan Dewi, R. M. (2014), pengaruh jumlah kunjungan wisatawan sangat berarti untuk pengembangan industri pariwisata dan pendapatan asli daerah sehingga wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara tertarik untuk berkunjung. Banyaknya wisatawan yang berkunjung menjadikan sektor pariwisata berpotensi dan berkontribusi positif dalam meningkatkan pendapatan. Sedangkan secara teoritis, semakin lama wisatawan menetap di suatu daerah tujuan wisata, maka semakin banyak pula uang yang dikeluarkan di daerah tersebut (Wijaya, 2011).

Industri pariwisata merupakan industri yang sifatnya menyerap kebutuhan tenaga kerja, sehingga pengembangan pariwisata berpengaruh positif pada perluasan usaha dan kerja. Peluang usaha dan kerja lahir akibat adanya

permintaan wisatawan. Kedatangan wisatawan ke suatu daerah akan membuka peluang bagi masyarakat untuk menjadi pengusaha hotel, warung, dagang dan lain-lain. Menurut BPS dalam Tando (1992), peluang usaha dan kerja dapat dibedakan atas usaha formal dan informal. Usaha informal adalah usaha tradisional yang lokasinya tidak tetap, tidak memakai bangunan dan jam kerja yang tidak teratur, mencakup usaha sendiri dan usaha dengan bantuan keluarga. Usaha formal merupakan usaha yang lokasinya tetap, menggunakan bangunan dan jam kerja yang teratur serta mencakup usaha dengan buruh tetap atau karyawan. Kegiatan informal merupakan kegiatan yang padat karya, tingkat produktifitas rendah, pelanggan yang sedikit, tingkat pendidikan formal yang rendah, penggunaan teknologi menengah, sebagian pekerja keluarga, mudah keluar masuk usaha, serta kurang dukungan dan pengakuan dari pemerintah.

Hal yang dinilai cukup penting dari tolak ukur keberhasilan pengembangan pariwisata juga merupakan persepsi dan kepuasan pengunjung. Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2009). Menurut Gaspersz (2005), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan ekspektasi pelanggan terdiri dari: “Kebutuhan dan keinginan” yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen jasa. Kualitas obyek wisata ditentukan oleh sejauh mana komponen obyek tersebut mampu memuaskan pelanggannya sesuai dengan janji yang ditawarkan oleh produsen (Sulistiyani, 2010). Poerwanto (2004), menemukan ada 7 dimensi kualitas produk wisata yang semuanya merupakan satu kesatuan yang tidak

dipisahkan antara kualitas dimensi yang satu dengan lainnya dan berkaitan dengan tingkat kepuasan wisatawan. Tujuh dimensi kualitas produk wisata tersebut, yaitu (Sulistiyani, 2010): Atraksi (daya tarik obyek), Informasi, Fasilitas umum, Sumber Daya Manusia (SDM), Pelayanan, Kebersihan dan Aksesibilitas.

2.3 Peran Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata

2.3.1 Pembagian Kewenangan Bidang Pariwisata antara Pusat dan Daerah

Adapun kesepakatan pembagian kewenangan antara propinsi dan kabupaten/kota di bidang pariwisata yang dihasilkan dari pertemuan nasional adalah sebagai berikut :

Tabel 0.1 Pembagian Kewenangan Antara Pemerintah Propinsi dan Kabupaten Kota di Bidang Pariwisata Hasil Rapat Nasional Bidang Pariwisata di Bogor tanggal 7 September 1999

No	Urusan/Usaha	Wewenang	
		Propinsi	Kabupaten/Kota
1	Obyek dan Daya Tarik wisata		A
2	Pramuwisata	α	A
3	Losmen		A
4	Penginapan Remaja		A
5	Pondok Wisata		A
6	Perkemahan		A
7	Rumah Makan		A
8	Bar		A
9	Mandala Wisata		A
10	Kawasan Pariwisata	α	A
11	Rekreasi dan Hiburan Umum		A
12	Promosi Pariwisata	α	
13	Hotel Berbintang	α	
14	Biro Perjalanan/ Agen Perjalanan	α	
15	Jasa Impresariat	α	
16	Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE)	α	
17	Wisata Tirta		A
18	Jasa Konsultan		A
19	Jasa Informasi	α	A
20	Restoran		A

Sumber: Hasil Rapat Nasional Bidang Pariwisata di Bogor. 7 September 1999

Dalam pelaksanaan dan penyelenggaraan pemerintahan di setiap negara, terdapat berbagai fungsi pemerintah dimana suatu fungsi menjadi tanggungjawab pemerintah pusat sedangkan fungsi yang lain menjadi tanggungjawab pemerintah daerah. Pembagian tanggungjawab berbagai fungsi pemerintah tersebut harus dilakukan secara jelas. Kejelasan distribusi/pembagian tanggungjawab antar berbagai tingkat pemerintahan tersebut penting untuk meningkatkan akuntabilitas dan mengurangi adanya tumpang tindih dari penanganan suatu urusan yang merugikan.

Agar terjadi adanya kejelasan dalam pembagian tanggungjawab antar berbagai tingkat pemerintahan tersebut harus berdasarkan pada pedoman-pedoman. Sedangkan pedoman tentang kriteria pembagian tanggungjawab fungsi pemerintah kepada masing-masing tingkatan pemerintahan yang paling tepat, terdapat beberapa pendapat.

2.3.2 Kewenangan Pemerintah Daerah Kabupaten Dalam Pengembangan Pariwisata

Penyelenggaraan pemerintahan daerah merupakan bentuk realisasi Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD 1945) yang memiliki tujuan agar pemerintah daerah menjadi bagian dari sistem pemerintahan Indonesia sebagai upaya mengatur hubungan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Hal ini tertuang di dalam Pasal 18 UUD 1945 yang menyebutkan bahwa pemerintah adalah suatu organ yang dipimpin oleh Presiden sebagai Kepala Pemerintahan sekaligus bertindak sebagai penyelenggara tertinggi pemerintahan negara, dengan bagian-bagiannya, terdiri dari Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi, Pemerintahan Kabupaten dan Kota.

Berhubungan dengan prinsip pemerintahan daerah, Undang-Undang Pemerintahan Daerah 2014 23 (UU Pemda) membedakan pengertian Pemerintahan Daerah dengan Pemerintah Daerah. Hal tersebut terdapat di dalam Pasal 2 ayat (1) dan ayat (2) yang mengatur tentang pembagian wilayah negara. Urusan pemerintahan daerah telah diatur secara jelas dalam UU Pemda. Sebagaimana UU Pemda, kewenangan pemerintahan daerah dapat dibedakan menjadi dua, yaitu kewenangan pemerintahan wajib dan pilihan. Kewenangan pemerintahan wajib memiliki arti suatu urusan pemerintahan yang berkaitan dengan pelayanan dasar seperti pendidikan dasar, kesehatan, kebutuhan hidup minimal, prasarana lingkungan, dan lain lain. Sedangkan kewenangan pemerintah yang bersifat pilihan terkait dengan potensi unggulan dan kekhasan daerah tertentu. Pada hakikatnya urusan pemerintah pusat yang diserahkan kepada pemerintah daerah adalah urusan pemerintah daerah menyelenggarakan semua urusan pemerintahan kecuali urusan politik luar negeri, pertahanan, keamanan, yustisi, moneter dan fiskal nasional serta agama. Pemerintah pusat bisa menyelenggarakan sendiri atau dapat melimpahkan sebagian urusan tersebut kepada perangkat pemerintah atau wakil pemerintah di daerah atau bisa juga dilimpahkan secara langsung kepada pemerintah daerah. Kewenangan Pemerintah Daerah Kabupaten dengan Pengembangan Pariwisata

2.3.3 Peran Pemerintah Daerah Dengan Pengembangan Pariwisata

Pemerintah merupakan salah satu stakeholder di dalam pengelolaan bidang pariwisata. Pemerintah juga memiliki fungsi sebagai pembuat berbagai kebijakan tentang pariwisata pada suatu daerah serta berperan dalam

meningkatkan devisa dan pendapatan asli daerah melalui bidang pariwisata. Pemerintah daerah dalam hal ini Disbudparpora yang menaungi bidang kepariwisataan diharapkan memiliki peran dalam menyediakan pariwisata di daerahnya dengan cara mengembangkan daya tarik serta saran kepariwisataan lainnya. Hal tersebut akan mampu terwujud jika pemerintah selaku pemegang kepentingan mampu mengembangkan pariwisata secara optimal. Menurut Subadra (2006) pemerintah memiliki beberapa peran dalam bidang pariwisata yaitu: perencanaan pariwisata, pembangunan pariwisata, kebijakan pariwisata, dan peraturan pariwisata.

2.4 Konsep Strategi

2.4.1 Pengertian Strategi

Definisi umum dari strategi adalah proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi dan pengembangan metode atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Definisi konkret dari sebuah strategi, di sisi lain, adalah tindakan inkremental (selalu meningkat), terus menerus yang dilakukan dari perspektif apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Jadi, dalam banyak kasus, strategi dimulai dengan apa yang terjadi, bukan apa yang terjadi. Kompetensi inti diperlukan untuk inovasi pasar baru dan pola konsumen yang berubah. Perusahaan perlu mencari kompetensi bisnis inti.

2.4.2 Perumusan Strategi

Pengembangan strategi adalah penetapan visi dan misi organisasi atau lembaga, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, dan merancang

strategi untuk mencapai tujuan tersebut agar dapat memberikan nilai pelanggan yang setinggi-tingginya. Proses mempersiapkan langkah-langkah masa depan untuk tujuan tersebut.. Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu: mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut, melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh Instansi dalam menjalankan misinya, merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (key success factors) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya, menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.

2.4.3 Tujuan Penerapan Strategi Dalam Pariwisata

Becker (2000) berpendapat bahwa perencanaan sebenarnya adalah cara yang "masuk akal" untuk mempersiapkan masa depan. Tentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapainya. Beberapa orang berpendapat bahwa rencana adalah kegiatan yang dibatasi dalam kerangka waktu tertentu, dan bahwa rencana tersebut selanjutnya didefinisikan sebagai kegiatan terkoordinasi untuk mencapai tujuan tertentu dalam waktu tertentu. Singkatnya, perencanaan adalah proses memutuskan apa yang ingin Anda capai di masa depan dan langkah-langkah yang perlu Anda ambil untuk mencapainya. Oleh karena itu, proses perencanaan mengkaji berbagai arah pencapaian, menilai berbagai ketidakpastian yang ada,

mengukur kemampuan (ability) untuk mencapainya, kemudian memilih arah terbaik dan mencapainya.

2.5 Konsep Pariwisata

2.5.1 Definisi Pariwisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan ditetapkan sebagai ragam kegiatan pariwisata berdasarkan berbagai fasilitas dan layanan yang diberikan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Menurut Sedarmayanti (2014:16) Kepariwisataan adalah keseluruhan proses kegiatan yang dilakukan dan dikeluarkan yang dihasilkan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah dan keterkaitannya satu dengan yang lainnya dalam mengembangkan pariwisata yang didasarkan dan memperhatikan nilai-nilai agama, pelestarian sumberdaya alam dan budaya, kepentingan politik, ekonomi, sosial serta pertahanan keamanan.

2.5.2 Lingkupan Pariwisata

Sarana dan prasarana pariwisata dapat menentukan jumlah dan lama tinggal wisatawan, besar pengeluaran wisatawan dalam kawasan wisata, fasilitas-fasilitas yang dilibatkan dalam penyelenggaraan wisata itu lazim disebut sebagai komponen wisata. Menurut Suyitno (2006:18-20) komponen wisata meliputi hal-hal berikut: Transportasi, akomodasi, makan (restoran), fasilitas dan atraksi wisata, fasilitas hiburan (hiburan dan hiburan), toko cinderamata, pemandu wisata dan pengelola wisata (pemandu dan pengelola wisata).

2.5.3 Pengelolaan Pariwisata

Said (2015) mengemukakan bahwa Perencanaan pariwisata sangat diperlukan baik pada tingkat internasional, nasional, regional, subregional, dan resort (kawasan dan tapak), maupun desain dan perencanaan fasilitas, hal ini karena fenomena pariwisata makin kompleks dari yang pernah terfikir sebelumnya, pariwisata berdampak positif dan negatif, Pariwisata makin kompetitif dan promosi destinasi wisata makin gencar, Pariwisata memerlukan penanganan secara khusus, pariwisata dapat mempengaruhi semua orang dalam komunitas tertentu dan semua yang terlibat dalam pariwisata perlu berpartisipasi dalam proses perencanaan pariwisata.

Dalam pengembangan pariwisata ada dua objek yang menjadi sasaran perencanaan yaitu bagaimana perencanaan pariwisata dapat memenuhi kebutuhan wisatawan, dan bagaimana pariwisata, dapat meningkatkan penghasilan masyarakat lokal.

Pengembangan *pariwisata tanpa perencanaan pasti akan dapat menyebabkan dampak fisik, dampak sosial budaya (manusia), dampak pemasaran yang berlebihan atau kurang

Dalam prosedur perencanaan pariwisata, untuk dapat mencapai tujuan dan sasaran yang telah di tentukan secara maksimal seperti yang diinginkan maka, perencanaan harus mangacu kepada proses-proses perencanaan yang dapat dijadikan sebagai prosedur pedoman dalam membuat perencanaan, yaitu sebagai berikut; yang pertama adalah perlu adanya persiapan studi, pada tahap ini perlu menyiapkan perumusan TOR (Term of Refference) dan penetapan tim perencanaan di sesuaikan dengan keahlian yang dimiliki oleh setiap individu yang

dilibatkan. Misalnya, ahli ekonomi, pemasaran, pariwisata, sosiologi, antropologi dll. Yang kedua adalah perlu penetapan objektivitas, menentukan tujuan pendahuluan untuk menjadi guideline dalam pencapaian tujuan ke depan yang diinginkan, sehingga dalam pelaksanaan program rencana tidak keluar dari koridor tujuan yang sudah ditetapkan. Yang ketiga adalah survei. Survei dilakukan untuk mengumpulkan data baik kualitatif maupun kuantitatif yang berhubungan dengan lokasi, lingkungan alam (iklim topografi, lingkungan alam; iklim topografi, kehidupan liar dan vegetasi, area pantai dan bahari, geologi, ekologi, sistem ekologi, area sumberdaya alam), Sejarah yang berpengaruh, pola sosiokultural dan ekonomi, pola landuse, permukiman, dan kepemilikan tanah, serta survei terhadap elemen-elemen institusi yaitu menyangkut kebijakan pengembangan, perencanaan yang sudah ada, regulasi, struktur organisasi pemerintah dan kepariwisataan, kebijakan investasi, program pendidikan dan pelatihan. Yang keempat adalah analisis dan sintesis dalam bentuk kualitatif dan kuantitatif sesuai dengan bentuk data yang diperoleh pada saat survei. Analisis dilakukan terhadap: proyeksi belanja wisatawan (analisis dampak ekonomi), analisis pasar & proyeksi wisatawan, proyeksi akomodasi dan fasilitas lain dibutuhkan (proyeksi kebutuhan SDM), proyeksi kebutuhan transportasi dan infrastruktur lain, analisis terpadu dan evaluasi kondisi fisik, sosial, & ekonomi; objek dan daya tarik; daya dukung, identifikasi kesempatan dan masalah pengembangan pariwisata, kualitas dan dampak lingkungan oleh pariwisata, masalah dan manfaat sosial budaya oleh pariwisata, kesiapan kebijakan finansial dan ketersediaan modal, efektifitas struktur organisasi pariwisata, serta efektifitas atau kelengkapan peraturan dan perundangan pariwisata. Yang kelima adalah

formulasi kebijakan, (pendekatan pembangunan untuk mengarahkan dalam menetapkan pengambilan keputusan) dan rencana (struktur bagian-bagian dalam satu sistem menyeluruh). Meliputi: kebijakan ekonomi, strategi pemasaran, pengembangan SDM, persiapan dan evaluasi alternatif pengembangan kebijakan & struktur rencana, berdasar analisis sosial, ekonomi, dan dampak lingkungan, serta efektifitas, umpan balik ke objektif dan proyeksi, dan modifikasi kebijakan dan rencana, kebijakan pengembangan/ konservasi lingkungan, kebijakan pengembangan sosial budaya, kebijakan pengembangan investasi, kebijakan pengembangan organisasi, serta kebijakan pengembangan peraturan dan perundangan. Yang keenam adalah rekomendasi, meliputi; peningkatan & distribusi manfaat ekonomi, program promosi pariwisata, program pendidikan dan pelatihan, rencana terstruktur (pengembangan objek dan daya tarik, rencana pengembangan wilayah pariwisata, rencana rute perjalanan wisata, rancangan pengembangan, kontrol kualitas dan dampak lingkungan, ukuran-ukuran dampak sosial budaya & program konservasi, nvestasi, insentif, & sumber dana pengembangan proyek, persaratan struktur organisasi pemerintah dan swasta, serta pengembangan baru atau modifikasi struktur peraturan dan perundang-undangan. Yang ketujuh adalah implementasi dan monitoring. Tahap ini dilakukan sebagai tahap terakhir dalam proses perencanaan pariwisata. Tahapan yang harus dilakukan dalam implementasi dan monitoring ini adalah mengkaji ulang rencana, penerapan rencana, penerapan peraturan dan perundangan, pengintegrasian dengan pembangunan sektor pemerintah dan swasta, penyesuaian rencana program seperti yang dibutuhkan, serta kaji ulang dan revisi periodik.

2.5.4 Strategi Pengembangan

Pengembangan merupakan usaha sadar yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar lebih sempurna dari pada sebelumnya. Menurut Moekidjat (2005:20) pengertian pengembangan adalah perubahan yang dilakukan oleh seorang ataupun kelompok untuk mengarahkan pada perbaikan dan perubahan itu harus berdasarkan pada pengetahuan, kecakapan dan sikap yang di wujudkan dalam pekerjaan untuk sekarang ini dan untuk dimasa akan datang. Sedangkan menurut Hasibuan (2005:69) Pengertian pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan tehnik, teoritis, konseptual dan moral pegawai sesuai dengan kebutuhan atau jabatan melalui pendidikan latihan. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuantemuan uji lapangan.

2.6 Pengembangan Pariwisata

Pengertian Pengembangan Pengembangan merupakan usaha sadar yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar lebih sempurna dari pada sebelumnya. Menurut Moekidjat (2005:20) pengertian pengembangan adalah perubahan yang dilakukan oleh seorang ataupun kelompok untuk mengarahkan pada perbaikan dan perubahan itu harus berdasarkan pada pengetahuan, kecakapan dan sikap yang di wujudkan dalam pekerjaan untuk sekarang ini dan untuk dimasa akan datang. Sedangkan menurut Hasibuan (2005:69) Pengertian pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan tehnik, teoritis, konseptual dan moral pegawai sesuai dengan kebutuhan atau jabatan melalui pendidikan latihan. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuantemuan uji lapangan.

Pengembangan pariwisata Berdasarkan pada Rencana Strategi (Renstra 2016-2021) Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara serta berpedoman kepada Rencana Kerja Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Kutai Kartanegara adapun program-program pengembangan pariwisata meliputi: pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan kemitraan dan peningkatan kapasitas sumber daya aparatur. Pembangunan Destinasi Pariwisata Nasional Berdasarkan PP Nomor 50 Tahun 2011 pada pasal 7 huruf a Pembangunan DPN (Destinasi Pariwisata Nasional) meliputi: Perwilayahan Pembangunan DPN, Pembangunan Daya Tarik Wisata, Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata, Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata, Pemberdayaan Masyarakat melalui Kepariwisataan, Pengembangan investasi di bidang pariwisata.

2.7 Aspek Aktivitas dan Fasilitas

2.7.1 Objek Wisata

Terdapat beberapa destinasi objek wisata di kabupaten sumenep, diantaranya, Pantai Lombang adalah pantai dengan hamparan pasir putih dan gugusan tanaman cemara udang yang tumbuh di areal tepi dan sekitar pantai. Suasananya sangat teduh dan indah sekali. Pantai Lombang adalah satu-satunya pantai di Indonesia yang ditumbuhi pohon cemara udang, Pantai Slopeng adalah pantai dengan hamparan gunung pasir putih yang mengelilingi sisi pantai sepanjang hampir 6 km. Kawasan pantai ini sangat cocok untuk mancing ria karena areal lautnya kaya akan beragam jenis ikan, termasuk jenis ikan tongkol, Pantai Ponjug di Pulau Talango, Pantai Badur di Kecamatan Batu Putih, Taman

Air Kiermata di Kecamatan Saronggi, Goa Jeruk Asta Tinggi, Goa Kuning di Kecamatan Kangean, Goa Payudan di Kecamatan Guluk-Guluk,

2.7.2 Pariwisata Pantai

Wisata bahari disebut juga wisata laut. Wisata bahari bertujuan untuk mengeksplorasi kekayaan alam laut Indonesia karena Indonesia adalah negara kepulauan. Berikut beberapa lokasi wisata bahari di Sumenep: yang pertama adalah Kepulauan Kangean dan sekitarnya merupakan gugusan kepulauan Kabupaten Sumenep yang letaknya berada di wilayah ujung timur Pulau Madura. Mempunyai banyak pantai yang eksotik, yang kedua adalah wisata Taman Laut Mamburit Pulau Arjasa, yang ketiga adalah wisata Taman Laut Gililabak Pulau Talango. Dan yang keempat adalah pantai Pasir Putih dan Terumbu Karang Pulau Saor (Kecamatan Sapeken)

