

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia Pariwisata menjadi aspek penting bagi eksistensi suatu negara di dunia internasional. Dunia pariwisata dapat juga menjadi suatu komoditi yang dapat di jual sehingga dapat menghasilkan dan membawa kemajuan bagi suatu bangsa, bahkan dunia pariwisata dapat menjadi salah satu tolak ukur yang penting dalam menilai seberapa jauh perkembangan ataupun kemajuan suatu negara. Tidak hanya berpengaruh terhadap kondisi ekonomi dalam negara tersebut, akan tetapi juga sedikit banyak akan berdampak pada terjalannya pola hubungan antar bangsa yang kondusif dan berkesinambungan.

Dunia pariwisata juga disadari sebagai salah satu instrument politik bagi suatu negara dalam menjalin hubungan dengan negara lain, karena secara tidak langsung, pariwisata internasional semacam ini dapat menumbuhkan pola simbiosis mutualisme antara satu negara dengan negara lain yang nantinya diharapkan akan terus berlangsung¹.

Kabupaten Bangka memiliki potensi besar di sektor pariwisata. Alamnya yang indah dipadu dengan keanekaragaman budaya dan peninggalan sejarah yang tak ternilai harganya, menjadikan Kabupaten ini begitu eksotik dan menarik untuk dikunjungi. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, memberikan mandat pada Pemerintah Daerah untuk sepenuhnya melaksanakan tugas, wewenang dan tanggungjawab

¹ Frans Gromang, *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta, Pradnya Paramita, 1992, hal. 3.

terhadap jalannya pemerintahan di daerah. Peran penting Pemerintah Daerah dalam hal ini lembaga eksekutif dan legislatif sebagai pelaksana dan pengawas jalannya pemerintahan sangat diharapkan, terutama dalam pengambilan kebijakan di berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata.

Pariwisata juga mempunyai peranan penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Upaya pengembangan pariwisata diharapkan mampu memberikan dampak ekonomi baik tingkat nasional maupun daerah. Bahkan dalam era reformasi ini peranan pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat langsung kepada daerah dan masyarakat.

Potensi wisata Kabupaten Bangka terdiri dari wisata alam, budaya dan buatan. Kabupaten ini terkenal dengan pantainya yang indah, sehingga kebanyakan masyarakat Bangka menyebut “Bangka adalah Kota Seribu Pantai. Kabupaten Bangka merupakan salah satu daerah yang menjadi tujuan wisata nusantara di Provinsi Bangka Belitung. Daerah ini memiliki potensi pariwisata yang sangat potensial untuk dikembangkan, yang meliputi antara lain wisata alam yang terdiri dari pantai Pantai Matras, Pantai Tenggiri, Batu Bedaun, Teluk Uber, Tanjung Pesona, Tanjung Layang dan Tikus, Rebo, Air Anyer, Penyak, Sadai, Remodong, Tanjung Gudang, Tanjung Ular, Tanjung Kalian, Kobatin dan Tanjung Berikat.

Sedangkan potensi wisata yang lain adalah Hutan Wisata Sungailiat, Air Panas Pemali dan kolam pemancingan. Disamping potensi wisata alam, Kabupaten Bangka juga memiliki seni budaya (*living culture* dan *heritage*) yang menarik untuk dikembangkan sebagai atraksi wisata budaya.

Diantaranya Desa Wisata Nelayan Kurau, Phak Kak Liang, Museum Timah, Makam Depati Bahrin, Rumah Soekarno, Kerajinan Timah, Akar Bahar, Tenun Renda, Kopian Resam, Kayu Ibul, Bambu & Anyaman Pandan dan Rotan.

Alasan dikembangkannya pariwisata di Kabupaten Bangka karena Bangka merupakan daerah kepulauan yang memiliki potensi perairan laut sebagai sumber hasil laut dan sebagai daerah pariwisata pantai. Hal ini ditunjang oleh lintasan perhubungan laut, udara yang potensial dan ekonomis. Sebagai penunjang kegiatan kepariwisataan tersebut, di Kabupaten Bangka terdapat sarana hotel dan akomodasi yang terdiri dari hotel berbintang dan hotel/penginapan Melati.

Potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Bangka secara khusus menekankan pada pariwisata alam dan budaya. Suatu kawasan wisata alam dan budaya menjadi menarik antara lain karena keunikan, kekhasan dan keanehan objek-objek atau aktifitas di dalamnya, artinya sulit atau langka didapatkan persamaannya atau belum tentu ada di dalam kawasan atau masyarakat lain. Aspek keunikan ini seringkali terkait dengan faktor sejarah objek-objek itu sendiri, baik dalam arti yang sebenarnya maupun mitologis. Oleh karena itu dalam mengidentifikasi objek-objek wisata alam maupun budaya di dalamnya, aspek-aspek tersebut perlu diperhatikan karena dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan.

Kualitas kawasan atau objek wisata merupakan salah satu unsur penentu dalam menarik wisatawan untuk datang ke suatu lokasi. Pada

umumnya, kualitas tersebut terdiri dari unsur-unsur yang saling tergantung, yaitu *attraction*, *facilities*, *infrastructure*, *transportation*, dan *hospitality*, secara khusus adalah kualitas objek wisata itu sendiri, apakah layak kunjung atau tidak. *Attraction* menarik wisatawan untuk datang ke suatu lokasi, *facilities* menyediakan kebutuhan wisatawan selama berada jauh dari tempat tinggalnya, *infrastructure* dan *transportation* diperlukan untuk mengunjungi tempat-tempat tujuan wisata, sedangkan *hospitality* menunjukkan cara dan bagaimana memberikan pelayanan kepada wisatawan. Usaha-usaha dalam meningkatkan kualitas objek wisata ini dapat menarik wisatawan untuk datang ke kawasan itu dan pada akhirnya akan memberikan *income* dan kesempatan kerja bagi masyarakat di sekitarnya. Di masa mendatang, kawasan dan objek-objek wisata di dalamnya perlu ditangani secara profesional untuk menghadapi era globalisasi yang segera datang.

Usaha dalam mengembangkan potensi wisata di Kabupaten Bangka selama ini belum maksimal dan menyeluruh. Akibatnya keberadaan kegiatan kepariwisataan di Kabupaten Bangka belum dapat diharapkan sebagaimana mestinya. Walaupun dalam berbagai hal masih banyak kekurangan, perkembangan kegiatan kepariwisataan tersebut selama ini sedikit banyak telah mendorong berkembangnya kegiatan ekonomi, sosial dan budaya. Kegiatan wisata ini dapat mengarah pada perkembangan kegiatan ekonomi secara sporadis yang pada umumnya tidak terkendali sehingga akan memberikan dampak negatif, yang bila dibiarkan terjadi terus menerus tanpa kendali, akan mengakibatkan berkurangnya kualitas objek-objek wisata di

kawasan itu sendiri dan pada akhirnya akan menjadi tempat yang lambat laun akan mati.

Perencanaan yang terpadu untuk mengantisipasi perkembangan kegiatan kepariwisataan yang cenderung bergerak cepat perlu didasari oleh data, keterangan dan fakta yang kuat yang memuat beberapa hal seperti keindahan, kelestarian, pasar dan keseimbangan antara keaslian kawasan dengan penambahan fasilitas baru yang sesuai konteks. Sementara itu, untuk mewujudkan konsep perencanaan yang terpadu terhadap potensi-potensi pariwisata yang ada serta tidak terbatas pada rencana yang bersifat konseptual, maka inventarisasi potensi wisata perlu dilakukan secara cermat dan teliti dengan pembahasan yang detail, mendalam dan bersifat operasional serta mencakup permasalahan yang bersifat teknis dengan pendekatan multi-disiplin, multi-personal dan multi-dimensional sehingga pada akhirnya kualitas kawasan dan objek-objek wisata di dalamnya dapat ditingkatkan.

Dalam mengembangkan kepariwisataan Pemerintah Daerah haruslah mampu mempertimbangkan semua resiko yang ada baik itu dampak positif maupun negatif, dari dampak positif tersebut adalah terciptanya lapangan pekerjaan dan kesempatan berwirausaha bagi masyarakat seperti yang kita ketahui usaha pariwisata ini dengan segala aspek kaitannya membutuhkan tenaga kerja dengan jumlah banyak sehingga bersifat padat karya yang sangatlah membantu memecahkan masalah pengangguran, selain itu juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, mendorong sarana dan prasarana di kawasan tersebut. Sedangkan dari dampak negatifnya antara lain

pengembangan pariwisata dapat membawa dan menimbulkan arus perubahan sosial dikalangan masyarakat setempat yang kebanyakan tidak sesuai dengan kondisi sosial kultur budaya dan agama dari bangsa kita yang semua mengarah pada gaya ketimuran.

Oleh karena itu untuk meminimalisasi dampak negatif yang terjadi pada pengembangan pariwisata ini haruslah terencana dan melestarikan tradisi dan budaya setempat, hal ini sesuai dengan pendapat Selo Soemardjan dan Martopo S. Fandeli yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata ini harus merupakan pengembangan yang terencana, terarah dan menyeluruh sehingga diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, dalam hal kesejahteraan sosial, pengguna tanah, perlindungan terhadap sosial, pelestarian alam dan tradisi kebudayaan daerah-daerah lokasi pariwisata di Indonesia.

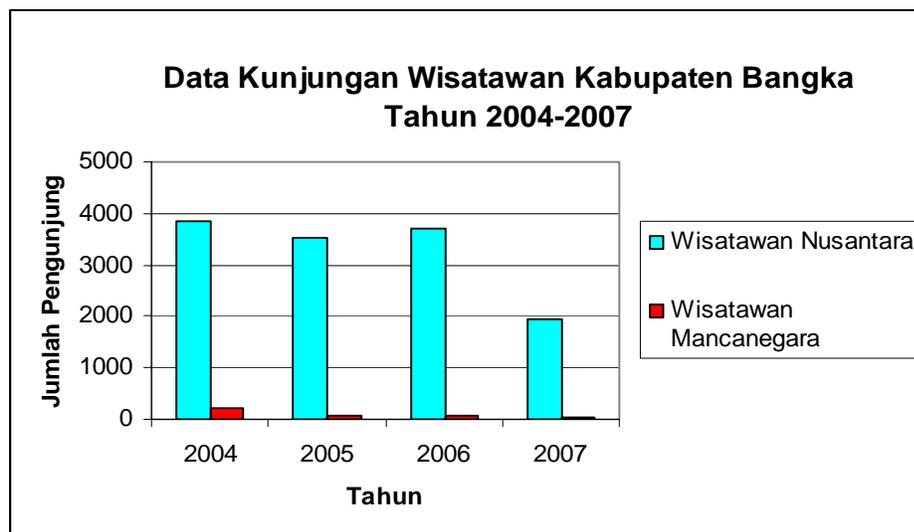
Dari beberapa obyek-obyek wisata yang ada di Kabupaten Bangka tersebut maka diperlukan adanya kebijakan dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata yang diarahkan pada, pengembangan manajemen, obyek dan prasarana tempat wisata secara menyeluruh dalam rangka menarik minat wisatawan, terciptanya iklim yang kondusif dan suasana yang menyenangkan bagi para wisatawan. Strategi pengembangan daerah pariwisata di Kabupaten Bangka meliputi:

1. Strategi pengembangan produk wisata
2. Strategi pemasaran dan promosi
3. Strategi pengelolaan lingkungan

4. Strategi pengembangan Sumber Daya Manusia
5. Strategi pengembangan investasi
6. Strategi pengembangan aksesibilitas

Potensi Kepariwisata Kabupaten Bangka sebagai salah satu motor penggerak perekonomian daerah sangat besar, dari segi geografisnya merupakan daerah kepulauan yang memiliki potensi perairan laut sebagai sumber hasil laut dan sebagai daerah pariwisata pantai. Akan tetapi jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara masih dirasa sedikit. Hal ini dapat dilihat dari data pengunjung yang datang ke obyek Wisata Kabupaten Bangka pada tabel berikut ini:

Grafik 1.1



Sumber: Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Bangka, Sungailiat

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung mengalami penurunan, terutama pada wisatawan Mancanegara yang mengalami penurunan di setiap tahunnya. Sedangkan kunjungan wisatawan nusantara pada tahun yang sama, bahkan dari tahun ke tahun justru

mengalami pasang surut. Kenyataan ini mungkin diakibatkan oleh kurangnya media promosi dan perkembangan dari Negara-negara pengirim wisatawan yang terkadang sangat berpengaruh bagi dunia pariwisata.

Dibawah ini dijelaskan pada tahun 2004 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 4043 orang yang terdiri dari 3839 wisata nusantara atau 94,95%, sedangkan wisatawan mancanegara sebanyak 204 orang atau hanya 5,04%. Pada tahun 2005 jumlah kunjungan wisatawan menurun dari tahun sebelumnya yakni sebanyak 3614 orang yang terdiri dari 3539 wisatawan nusantara atau 97,92%, sedangkan wisatawan mancanegara sebanyak 75 orang atau hanya 2,08%.

Pada tahun 2006 jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan lagi dari tahun sebelumnya yakni sebanyak 3768 orang yang terdiri dari 3707 wisatawan nusantara atau 98,38%, sedangkan wisatawan mancanegara sebanyak 61 orang atau hanya 1,62%. Jadi dapat dilihat lagi dari grafik diatas bahwa pada tahun 2007 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan yakni sebanyak 1962 orang yang terdiri dari 1932 wisatawan nusantara atau 98,47%, sedangkan wisatawan mancanegara sebanyak 30 orang atau 1,53%.

Dengan melihat kenyataan diatas, maka Pemerintah Daerah seharusnya dapat mengambil langkah konkrit apabila ingin mengembangkan Pariwisata di daerahnya, terutama sekali objek-objek wisata yang dianggap potensial untuk dikembangkan menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW). Adapun usaha-usaha yang harus dilakukan Pemerintah Daerah guna menjadikan Bangka Belitung, khususnya Kabupaten Bangka sebagai Kawasan Wisata Internasional yakni

dengan melakukan promosi wisata, memperkenalkan objek-objek wisata unggulan ke mancanegara, baik melalui pameran-pameran wisata, pengiriman atau pertukaran duta wisata dan sebagainya.

Usaha lain yang juga harus dilakukan yakni dengan membuat Peraturan Daerah (Perda) tentang pariwisata, meningkatkan sarana dan prasarana serta fasilitas penunjang dikawasan objek-objek wisata, meningkatkan keamanan dan kenyamanan wisatawan serta usaha-usaha lainnya yang sekiranya dapat mendukung usaha pengembangan kawasan wisata tersebut. Pada dasarnya bagian-bagian dari gejala pariwisata terdiri dari tiga unsur yakni manusia (unsur insani sebagai pelaku kegiatan wisata), tempat (unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri) dan waktu (unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan itu sendiri dan selama berdiam ditempat tujuan)².

Secara umum, perkembangan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bangka pada kurun waktu tahun 2004 sampai tahun 2007 mengalami pasang surut. Beberapa indikator yang dapat dijadikan ukuran untuk melihat sektor pariwisata di Kabupaten Bangka dalam hal pasang surutnya jumlah kunjungan wisatawan yakni diantaranya tingkat hunian kamar, rata-rata lama menginap, tingkat penghunian tempat tidur dan lain sebagainya.

Disamping itu, faktor kondisi dan situasi dalam negeri juga sangat berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan, terutama sekali

² Salah Wahab, *Manajemen kepariwisataan* (terjemahan Frans Gromang), Pradya Paramita, Jakarta, 1989 halaman 3-4.

wisatawan mancanegara. Kenyataan ini tentunya harus diwaspadai dan mendapat perhatian khusus dari Pemerintah Daerah setempat untuk berusaha bagaimana meningkatkan kembali semaksimal mungkin citra pariwisata, khususnya pariwisata di Kabupaten Bangka. Jika kemudian usaha-usaha ini berjalan dengan baik serta berkesinambungan, maka bukan tidak mungkin kawasan objek-objek wisata yang terdapat di Kabupaten Bangka dan sekitarnya akan menjadi salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) baru.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yang dalam penelitian ini sebagai berikut:

“Bagaimana implementasi strategi Pemerintah Kabupaten Bangka dalam mengembangkan sektor pariwisata di Kabupaten Bangka pada periode 2004-2007?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan diatas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Bangka dalam upaya mengembangkan pariwisata daerah
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pendorong dan penghambat Dinas Pariwisata Kabupaten Bangka dalam mengembangkan pariwisata daerah.

D. Manfaat Penelitian

1. Mengembangkan dan menambah pengetahuan tentang apa yang selama ini belum pernah penulis pelajari
2. Dapat memberikan masukan atau sebagai input bagi aparat pemerintah umumnya dan pada khususnya dinas pariwisata Kabupaten Banga dalam mengembangkan pariwisata

E. Kerangka Dasar Teori

Adapun teori yang digunakan penulis dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Pariwisata

Secara etimologis kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta. Kata ini terdiri dari dua suku kata, yaitu “Pari” dan “Wisata”. Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan wisata berarti perjalanan bepergian.³ Oka A. Yoeti memberikan batasan Pariwisata sebagai berikut:⁴

“Pariwisata sementara ini suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamayaan dan rekreasi atau untuk menikmati keinginan untuk beraneka ragam”.

Menurut Salah Wahab

“Pariwisata adalah suatu efektifitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapatkan pelayanan secara bergantian antara orang-orang

³ Oka A. Yoeti, Pengantar Ilmu Pariwisata, Bandung, 1987, hal. 103.

⁴ Ibid, hal. 109.

disuatu negara itu sendiri, meliputi kediaman orang-orang daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda apa yang dialaminya dan didapatkan pada tempat asalnya”.⁵

Menurut Undang-undang No. 9 Tahun 1990

“Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek-objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut”.⁶

Pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukakn oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan dan keperluan usaha yang lainnya.⁷

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain dan orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak bertujuan untuk mencari nafkah di tempat yang di kunjunginya dan semata-mata akan menjadi konsumen ditempat tersebut. Sedangkan pengertian pengunjung (visitor) adalah, yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang

⁵ Oka A. Yoeti, *Pemasaran Pariwisata*, Angkasa Bandung, 1985, hal. 21.

⁶ UU RI No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan.

⁷ Gamal Suwanto, *Dasar-dasar pariwisata*, Yogyakarta, 2004, hal. 3.

menerima upah. Jadi ada dua kategori mengenai sebutan pengunjung, yakni:

- a. Wisatawan (tourist)
- b. Pelancong (excursionist)

Wisatawan adalah pengunjung yang tinggal sementara, sekurang-kurangnya 24 jam di suatu negara. Wisatawan dengan maksud perjalanan wisata dapat digolongkan menjadi:

- 1) Pesiari (leisure), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olah raga.
- 2) Hubungan dagang, sanak saudara, handai tauladan, konferensi, misi, dan sebagainya.

Sedangkan *pelancong* (excursionist) adalah pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam. Dari pendapat diatas dapat diketahui bahwa telah terjadi kegiatan pariwisata disuatu daerah dengan diketahui melalui banyak orang (wisatawan) yang berkunjung ke lokasi wisata, kunjungan mereka adalah perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dengan tujuan mendapatkan suatu kenikmatan dari perjalanan tersebut.

Usaha-usaha yang berkembang sehubungan dengan kepariwisataan merupakan suatu usaha yang bersifat komersial yang bertujuan memenuhi kebutuhan konsumsi wisatawan. RS Damarjadi mengatakan bahwa:

“Industri pariwisata merupakan rangkuman dari pada berbagai macam bidang usaha, yang secara bersama-sama menghasilkan jasa atau layanan-layanan atau service yang nantinya baik secara langsung maupun

secara tidak langsung dibutuhkan oleh wisatawan selama perawatannya”.

Menurut Gamal Suwanto, kebutuhan wisatawan dan fasilitas yang diperlukan pada umumnya adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan akan transportasi dari dan ke negara yang dikunjunginya, baik yang berupa angkutan darat, udara maupun laut. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut diperlukan fasilitas/sarana jasa angkutan internasional.
2. Kebutuhan akan penginapan dari berbagai jenis dengan tarif dan pelayanan yang sesuai dengan budgetnya. Fasilitas yang diperlukan adalah jasa akomodasi yang variabel, antara lain hotel, losmen dan jenis penginapan lainnya.
3. Kebutuhan akan makanan/minuman. Yaitu wisatawan memerlukan jasa pangan yang menyediakan pelayanan makan-minum, baik berupa makanan spesifik daerah setempat (*local food*) maupun makanan ala negara asal wisatawan. Saran yang harus tersedia antara lain bar dan restaurant, rumah makan, dan lain-lain.
4. Kebutuhan untuk melihat dan menikmati objek wisata, atraksi wisata serta tour ketempat-tempat yang menarik. Fasilitas yang diperlukan adalah jasa angkutan dan pelayanan perjalanan, seperti biro perjalanan, guide dan angkutan wisata.
5. Kebutuhan akan hiburan dan kegiatan rekreasiwaktu senggang. Fasilitas yang mereka perlukan adalah tempat-tempat hiburan, tempat golf, kolam renang, dan lain-lainnya.

6. Kebutuhan akan barang-barang cinderamata yang spesifik dan khas buatan masyarakat setempat, yang dapat dijadikan kenang-kenangan perjalanannya atau untuk oleh-oleh. Untuk memenuhi kebutuhan ini diperlukan toko-toko cinderamata (souvenir Shop) sebagai penyalur produk kreasi seni para pengrajin setempat.
7. Kebutuhan untuk mendapatkan barang-barang konsumsi/keperluan pribadi yang didorong oleh keinginan berbelanja apabila dibeli dinegara tempat tinggal wisatawan. Fasilitas yang diperlukan adalah tersedianya toko-toko serba ada atau toko biasa dengan harga yang bersaing.

2. Sasaran Pariwisata

Pada dasarnya sasaran pariwisata ditujukan pada masyarakat umum tanpa memandang status sosial dan juga bagi masyarakat yang membutuhkan suasana yang lain dari rutinitas sehari-hari yang sangat melelahkan dan membosankan. Sasaran pariwisata bagi masyarakat umum ini dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- a. Bagi wisatawan dalam negeri atau wisatawan domestik sasaran pariwisata ini khusus ditujukan bagi masyarakat didalam negeri itu sendiri.
- b. Bagi masyarakat luar negeri atau wisatawan mancanegara sasaran pariwisata ditujukan bagi wisatawan-wisatawan mancanegara agar mereka tertarik untuk datang berkunjung tentunya dengan menonjolkan kelebihan atau daya tarik suatu objek wisata.

3. Manfaat Pariwisata

Menurut Prof. Dr. Salah Wahab manfaat pariwisata dalam pembangunan adalah:

a. Bidang ekonomi

1. Peningkatan kegiatan perekonomian sebagai akibat dibangunnya prasarana dan sarana demi pengembangan pariwisata, sehingga memungkinkan orang yang melakukan aktivitas ekonominya dari suatu tempat ke tempat yang lain, baik dalam satu wilayah negara tertentu, maupun dalam kawasan internasional sekalipun.
2. Meningkatkan industri-industri baru yang erat kaitannya dengan pariwisata seperti misalnya: transportasi, akomodasi dll.
3. Meningkatkan hasil pertanian dan peternakan untuk kebutuhan hotel dan restoran, seperti sayuran, telur, buah-buahan, bunga, daging, dll. Karena semakin banyak orang melakukan perjalanan wisata.
4. Meningkatkan permintaan terhadap: handicrafts, souvenir goods, art painting, dll.
5. Memperluas barang-barang lokal untuk lebih dikenal oleh dunia internasional termasuk makanan dan minuman.
6. Mempercepat perputaran perekonomian pada negara-negara penerima kunjungan wisata.
7. Meningkatkan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha baik secara langsung maupun tidak langsung, baik pada waktu sebelum

dan sesudah berlangsungnya kegiatan kepariwisataan tersebut. Secara langsung misalnya pada usaha akomodasi, restoran dan angkutan wisata, biro perjalanan, taman rekreasi dan hiburan, cinderamata, informasi pariwisata, pramuwisata dan pemerintah. Sedangkan secara tidak langsung yaitu seperti pada usaha taxi, pusat perbelanjaan, industri kecil, catering dan pengolahan makanan, pertanian, peternakan, perkebunan, perbankan, olahraga, sanggar tari dan teater dan jasa-jasa lainnya.

8. Meningkatkan devisa

Sektor pariwisata mempunyai peluang besar untuk mendapatkan devisa. Hal ini dapat dilihat dengan semakin meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Sebagai penghasil devisa yang diandalkan, pembangunan pariwisata dapat mendukung kelanjutan pembangunan nasional.

9. Meningkatkan ekspor

Dengan semakin banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjung berarti akan ikut memperkenalkan barang-barang produksi dalam negeri yang dinikmati wisatawan yang kemudian akan membuka peluang untuk ekspor.

10. Meningkatkan penerimaan devisa yaitu pajak langsung dan pajak tak langsung. Pajak langsung, yaitu dari pajak penjualan dan penghasilan dari perusahaan pariwisata serta pajak dari wisatawan

yang menggunakan fasilitas umum. Sedangkan pajak tak langsung adalah bea masuk dan bea cukai dari penghasilan barang dan jasa.

11. Menunjang pembangunan daerah

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

b. Bidang seni budaya

Salah satu pendorong kebutuhan manusia untuk mengunjungi suatu daerah adalah memenuhi rasa keingintahuan, mengagumi atau menyelami seni budaya di daerah yang dikunjungi untuk dijadikan respon dalam kehidupan.

c. Bidang lingkungan hidup

Pada dasarnya pengembangan pariwisata memanfaatkan kondisi lingkungan yang menarik. Dalam pengembangan wisata alam dan lingkungan senantiasa menghindari dampak kerusakan lingkungan hidup, yaitu dengan perencanaan yang teratur dan terarah.

4. Implementasi kebijakan

Menurut Charles O. Jones mengimplementasikan kebijakan adalah proses mewujudkan program sehingga memperlihatkan hasilnya⁸. Implementasi kebijakan merupakan aspek yang penting dari keseluruhan proses kebijakan, kamus Webster merumuskan secara pendek bahwa *to*

⁸ Charles O. Jones, *An Introduction to The study of Public Policy*. Massachusetts: Duxberry Press, hal 6.

implement (mengimplementasikan) berarti *to provide the means for carrying out* (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu), *to give practical effect to* (menimbulkan dampak akibat terhadap sesuatu). Maka implementasi kebijakan dapat dipandang sebagai sesuatu proses melaksanakan keputusan kebijakan (biasanya dalam bentuk Undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan pengadilan, perintah eksekutif dan dekrit presiden).

Proses implementasi kebijakan itu sesungguhnya tidak hanya menyangkut perilaku badan administratif yang bertanggung jawab untuk melaksanakan program dan menimbulkan ketaatan pada diri kelompok sasaran, melainkan pula menyangkut jaringan kekuatan politik, ekonomi dan sosial yang langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku dari semua pihak yang terlibat dan yang pada akhirnya berpengaruh terhadap dampak baik yang diharapkan maupun yang tidak diharapkan.

Pengertian implementasi kebijakan menurut Mazmanian dan Sabatier menjelaskan konsep implementasi kebijakan, yaitu:

“Didalam mempelajari masalah implementasi kebijakan berarti berusaha untuk memahami “apa” yang syaratnya terjadi sesudah suatu program diberlakukan atau dirumuskan, yakni peristiwa-peristiwa dan kegiatan-kegiatan yang terjadi setelah proses pengesahan kebijakan Negara, baik itu menyangkut usaha-usaha pengadministrasian maupun

juga usaha-usaha untuk memberikan dampak tertentu pada masyarakat atau peristiwa-peristiwa”.⁹

Van Meter dan Van Horn (1957) merumuskan proses implementasi sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu pejabat- pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tunjangan tunjangan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan.¹⁰ Van Meter dan Van Horn mengemukakan ada enam variabel yang mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan, yaitu:

1. Standar dan tujuan kebijakan
2. Sumber daya kebijakan
3. Komunikasi antar organisasi dan pelaksanaan kegiatan
4. Karakteristik pelaksana
5. Kondisi sosial, ekonomi dan politik
6. Disposisi pelaksana dan penyelenggaraannya

Dari kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa proses implementasi kebijakan merupakan kegiatan atau tindakan yang dilakukan oleh individu, pejabat, kelompok pemerintah (Negara) yang diarahkan kepada pencapaian tujuan yang telah digariskan yang tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap implementasi kebijakan tersebut.

⁹ Mazmanian dan Sabatier, dalam solikin, *Analisis Kebijakan Negara*, Rhineka Cipta, Jakarta 1990, hal 123.

¹⁰ Van Meter dan Van Horn (1957) dalam Solikin Abdul Wahab, *Analisis Kebijaksanaan*, Bumi Aksara, Jakarta, 2001, hal 65.

Suatu implementasi dikatakan berhasil jika mencapai tujuan yang diharapkan atau memperoleh hasil, karena pada prinsipnya suatu kebijakan dibuat adalah untuk memperoleh hasil yang diinginkan yang dapat dinikmati atau dirasakan oleh masyarakat. Tetapi terkadang proses pelaksana suatu kegiatan tidak berjalan sesuai dengan yang ingin di implementasikan sesuai yang diharapkan dan sering menimbulkan kegagalan, serta muncul pertanyaan tentang sebab-sebab munculnya kegagalan tersebut berkaitan dengan isi kebijakan yang harus dilaksanakan serta pembagian potensi yang ada.

5. Strategi Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian suatu daerah atau negara. Pengembangan pariwisata akan selalu memperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak.

Pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan sarana dan prasarana, barang dan jasa fasilitas yang diperlukan guna melayani wisatawan. Alasan pengembangan pariwisata sebagaimana dikemukakan oleh Oka A. Yoety yaitu:¹¹

- a) Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata baik secara lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara

¹¹ Oka A. Yoety, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 2008, hal. 77-80.

tersebut. Dengan perkataan lain, pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak.

- b) Pengembangan pariwisata itu lebih banyak bersifat non ekonomis. Wisatawan yang datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata salah satu motivasinya adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam dan termasuk didalamnya cagar alam, kebun raya, tempat bersejarah dan candi-candi, bangunan-bangunan kuno, perkebunan dan sawah ladang.
- c) Pariwisata perlu dikembangkan untuk menghilangkan kepicikan berfikir, mengurangi salah pengertian, dapat mengetahui tingkah laku orang lain yang datang berkunjung, terutama bagi masyarakat dimana proyek kepariwisataan itu dibangun.

Adapun strategi pengembangan daerah pariwisata meliputi :

1) Strategi Pengembangan Produk Wisata

Menurut Kotler, Bowen dan Makens produk wisata adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar orang tertarik perhatiannya, ingin memiliki, memanfaatkan dan mengkonsumsi untuk memenuhi keinginan dan mendapat kepuasan. Sedangkan menurut S. Medlik dan Middleton Produk Pariwisata adalah semua bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan, semenjak ia meninggalkan tempat dimana ia bisa berdiam, selama berada di daerah tujuan wisata yang dikunjungi, sehingga ia kembali pulang ke tempat asalnya

semula.¹²

Strategi produk wisata adalah strategi yang dijalankan dengan melakukan dan memberikan produk-produk wisata dengan cara membuat tema-tema yang berorientasi pada potensi dan budaya yang unik dan khas. Produk pariwisata sebagai komponen penting dalam industri pariwisata mencakup 3 aspek yaitu adalah atraksi, amenitas dan aksesibilitas. Atraksi adalah daya tarik wisata atau segala sesuatu yang bisa membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi suatu tempat wisata dan merupakan alasan utama para wisatawan melakukan perjalanan ke tempat tersebut, sehingga atraksi merupakan faktor penarik utama dalam kegiatan pariwisata. Amenitas adalah segala macam fasilitas yang menunjang kegiatan pariwisata. Keberadaan sarana amenitas dalam kegiatan wisata mutlak dibutuhkan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan. Aksesibilitas adalah sarana dan prasarana transportasi yang menyebabkan wisatawan dapat berkunjung di sebuah destinasi (objek). Dalam konteks ini, sarana dan prasarana dibangun agar wisatawan dapat mencapai objek dengan aman, nyaman dan layak.

2) Strategi Pemasaran dan Promosi

Pada dasarnya, pemasaran pariwisata adalah usaha yang dilakukan suatu OPN atau organisasi pariwisata daerah (OPD) untuk menarik wisatawan (wisman dan wisnu) lebih banyak datang, lebih

¹² S. Medlik dan Middleton, *The Tourist Product and It Implications*, 1972.

lama tinggal dan lebih banyak membelanjakan dollar atau rupiahnya pada DTW yang dikunjungi.¹³ Menurut J. Krippendorf, pemasaran pariwisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata, baik milik swasta atau pemerintah, dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional atau internasional untuk mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar. Sedangkan definisi pemasaran menurut William J. Stanton adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.¹⁴

Pengelola obyek pariwisata yang sudah mulai mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlibat di dalamnya, cara dan falsafah baru ini disebut konsep pemasaran yang mana konsep tersebut bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata sehingga tujuan dari pengelola tempat wisata dapat direalisasikan.

Sedangkan promosi adalah variabel dalam rencana strategi pemasaran dan dapat dipandang sebagai suatu unsur untuk

¹³ Oka A. Yoeti, *Perencanaan strategis dan pemasaran daerah tujuan pariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2005.

¹⁴ William J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, Edisi kelima, Kogakusha, Mc. Graw Hill Book company, Tokyo, 178, hal. 5

menciptakan kesempatan-kesempatan menguasai pasar. Unsur promosi yang digunakan disusun oleh lingkungan, terutama oleh keadaan atau kondisi permintaan wisatawan. Fungsi promosi di dalam strategi pemasaran pariwisata pada umumnya adalah untuk merangsang transaksi. Luck dan Ferrel mengatakan “bila mana dianggap efektif, hasilnya dalam transaksi sebaliknya tidak harus terjadi, karena promosi menggerakkan wisatawan untuk mengambil keputusan dengan memberikan fasilitas melalui arus informasi yang dapat mendorong wisatawan melakukan pembelian. Setelah mengetahui atribut yang diinginkan target pasar, maka promosi dapat melakukan penawaran menjadi visibel bagi wisatawan. Langkah-langkah dan strategi untuk mempromosikan obyek wisata antara lain:

- Membentuk sistem informasi pariwisata menggunakan media informasi untuk memberikan informasi tentang objek wisata termasuk informasi transportasi dan akomodasi
- Menentukan kebutuhan yang diinginkan wisatawan dan melayani segala kebutuhan yang diperlukan
- Menentukan produk wisata dan program pemasarannya
- Memperkenal souvenir-souvenir yang terkait dengan masing-masing objek wisata
- Sumber-sumber daya yang dimiliki suatu daerah sebagai suatu DTW

- Ciri atau bentuk komunikasi yang digunakan untuk setiap komponen promosi yang dapat digunakan atau tersedia.

3) Strategi pengelolaan lingkungan

Pada dasarnya pengembangan pariwisata alam didasarkan atas kualitas lingkungan dimana sejak awal pengembangannya harus selalu diperhatikan agar tidak merusak lingkungan. Yang dimaksud lingkungan dalam hal ini adalah lingkungan fisik, biotis dan sosial ekonomi budaya.

4) Strategi pengembangan SDM

Pariwisata adalah suatu bisnis hubungan manusia. Berhasilnya usaha kepariwisataan baru terjadi apabila manusia dengan manusia saling menyenangkan. Pengunjung harus disenangkan dengan apa yang mereka lihat dan apa pengalaman mereka dalam berhubungan dengan masyarakat lokal. Dalam perencanaan pengembangan sumber daya manusia, perlu dikembangkan untuk memilih secara teliti dan melatih calon karyawan yang memenuhi dua kelompok kriteria yaitu, sikap dan teknis.¹⁵ Peningkatan kualitas SDM dalam rangka peningkatan mutu pelayanan terhadap wisatawan dapat dilakukan melalui kegiatan:

- Memberikan pembinaan secara intensif sebagai masyarakat sadar wisata dengan melibatkan komponen pendampingan LSM atau pemerintah yang bergerak dibidang pariwisata.

¹⁵ Ibid hal. 192.

- Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya memberikan dan menambah motivasi masyarakat dalam mempertahankan adat dan kultur historisnya.
- Meningkatkan kualitas pendidikan khusus kepariwisataan
- Pengembangan kepariwisataan perlu didukung oleh rencana yang sistematis, mulai dari penyusunan Rencana Induk Pariwisata Daerah (RIPDA) dan Rencana Induk Pengembangan Obyek Wisata (RIPOW) sampai program kerja Dinas Pariwisata.

5) Strategi Pengembangan Investasi

Investasi memainkan peran amat penting dalam masyarakat yang sedang membangun. Investasi bagaikan motor yang menggerakkan kehidupan ekonomi nasional, kerana pembentukan modal memperbesar kapasitas produksi, menaikkan PDB, menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Penanam modal dari dalam maupun luar negeri sangat diperlukan untuk melancarkan kegiatan pariwisata yang sangat diharapkan mampu menjadikan pasar wisata yang efisien dan efektif untuk masa depan untuk pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata di dalam pembangunan obyek wisata yang terencana.

Dalam industri pariwisata investor memainkan perannya dalam berinvestasi dibidang sarana dan prasarana (amenitas), yang dimaksudkan disini adalah untuk mengidentifikasi kondisi dan ketersediaan fasilitas penunjang wisata yang akan menjadi dasar

pijakan bagi para pembuat program pengembangan fasilitas tersebut untuk mendatangkan kemudahan dan kenyamanan wisatawan dalam memperoleh layanan wisata, meliputi:

a. Akomodasi/Hotel

Fasilitas akomodasi hotel diperuntukkan guna meningkatkan *length of stay* wisatawan. Bila tidak tersedia fasilitas akomodasi, wisatawan yang ingin tinggal lebih dari satu hari akan kesulitan mencari tempat untuk tinggal.

b. Travel Agent

Tidak semua perjalanan wisata yang dilakukan diatur dan direncanakan sendiri. Terkadang jasa penyelenggara perjalanan wisata diperlukan untuk mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata. Sebagai ujung tombak pemasaran wisata, keberadaan usaha perjalanan sangat diperlukan. Salah satu tipe dari usaha perjalanan adalah Biro Perjalanan atau Biro Perjalanan Wisata (BPW), dimana berfungsi bukan saja hanya mengantarkan wisatawan ke objek-objek wisata, tetapi lebih penting lagi adalah memberikan jasa layanan berbagai informasi kepada wisatawan, baik mengenai daerah wisata yang akan dikunjungi maupun informasi akomodasi, restoran, sarana transportasi, paket wisata, serta berbagai informasi

lain yang diperlukan dan terkait dengan kepariwisataan secara keseluruhan.

c. Transportasi

Dalam hal angkutan, yang terpenting adalah selain faktor kenyamanan dari kursi yang disediakan, juga faktor kecepatan yang dapat menghemat waktu bagi wisatawan tanpa melupakan faktor keselamatan penumpang dan tersedianya fasilitas yang memadai khusus dalam bus tersebut seperti AC, Toilet, sound sistem dan lain-lain.

d. Bar dan Restoran

Yang terpenting dalam hal ini adalah bahwa makanan yang disediakan selain cocok dengan selera wisatawan yang bersangkutan hendaknya pelayanan yang diberikan bersifat quick-service disamping harga yang memadai.

e. Bank dan money changer

Bank merupakan salah satu prasarana penunjang kebutuhan berwisata. Keberadaannya sangat dibutuhkan bagi wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata. Selain Bank, prasarana lain yang perlu tersedia adalah *money changer* dalam mendukung kegiatan kepariwisataan, yaitu terutama sebagai sarana penukaran uang.

f. Toko cinderamata/souvenir

Agar para wisatawan dalam melakukan perjalanan wisatanya dapat membelanjakan uangnya di daerah wisata, maka

diperlukan adanya sarana penunjang wisata. Salah satu diantaranya adalah keberadaan toko-toko penjual hasil kerajinan khas daerah tersebut atau lebih sering disebut dengan toko souvenir. Toko cinderamata sangat penting sebagai media untuk promosi kerajinan lokal, sekaligus sebagai pembawa citra produk wisata daerah tersebut. Strategi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- Pengembangan investasi sarana dan prasarana publik pada lokasi objek daya tarik wisata
- Meningkatkan peran sektor swasta dan masyarakat dalam melakukan investasi yang bersifat komersial
- Meningkatkan iklim yang kondusif bagi penanaman modal pada usaha pariwisata.
- Memberikan insentif bagi para pengusaha yang akan berusaha dibidang pariwisata
- Menyiapkan infrastruktur penunjang pariwisata, seperti jaringan transportasi, telekomunikasi, listrik, air bersih, dan lain-lain.

6) Strategi Pengembangan Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral.¹⁶ Aksesibilitas terbagi menjadi dua bagian yaitu:

¹⁶ Gamal Suwanto, *Dasar-dasar pariwisata*, Yogyakarta, 1997, hal. 56

- a. Aksesibilitas internal adalah kemudahan bagi mobilitas dan pergerakan wisatawan dari satu obyek wisata ke obyek wisata lainnya yang masih dalam satu kawasan wisata
- b. Aksesibilitas eksternal adalah kemudahan bagi mobilitas dan pergerakan wisatawan menuju ke kawasan wisata.

Strategi pengembangan ini adalah sebagai berikut:

- Mengembangkan sistem jaringan untuk aksesibilitas wilayah
- Meningkatkan kualitas pelayanan sistem transportasi
- Meningkatkan keterpaduan antar-moda transportasi
- Mendukung perwujudan pengembangan wilayah yang berwawasan lingkungan.

F. Definisi Konseptual

Definisi konseptual yaitu suatu pengertian dari kelompok atau gejala yang memberi pokok perhatian. Definisi konseptual ini di maksudkan sebagai gambaran yang lebih jelas untuk menghindari kesalahpahaman terhadap pengertian atau bahasan tentang istilah yang ada dalam pokok permasalahan. Kesalahpahaman definisi konseptual yang merupakan suatu pengertian dari kelompok dan gejala yang menjadi pokok perhatian maka berdasarkan penjelasan diatas ada beberapa definisi konseptual yang dapat saya berikan didalam pembahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemerintah Kabupaten Bangka

Merupakan suatu rencana baik jangka pendek maupun jangka panjang yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bangka dengan diikuti berbagai tindakan-tindakan atau usaha yang ditujukan untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengembangkan kepariwisataan Kabupaten Bangka. Untuk mengembangkan kepariwisataan di Kabupaten Bangka di perlukan beberapa strategi di antara lain:

- a. Strategi pengembangan produk wisata adalah strategi yang dijalankan dengan melakukan dan memberikan produk-produk wisata dengan cara membuat tema-tema yang berorientasi pada potensi dan budaya yang unik dan khas.
- b. Strategi pemasaran dan promosi adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.
- c. Strategi pengelolaan lingkungan adalah strategi yang mendasari pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.
- d. Strategi pengembangan SDM adalah strategi untuk meningkatkan kualitas pendidikan khususnya kepariwisataan Hal ini mengingat sektor pariwisata sebagai suatu industri yang padat modal dan padat

karya menuntut keterlibatan berbagai bidang secara interdisiplin dan multidisiplin.

- e. Strategi pengembangan investasi adalah untuk meningkatkan investasi di bidang pariwisata, baik berupa investasi dari luar maupun dari dalam.
 - f. Strategi pengembangan aksesibilitas adalah pengembangan dalam sarana transportasi karena merupakan kebutuhan pokok yang sangat menunjang bagi kelancaran suatu kegiatan baik yang bersifat ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya.
2. Implementasi kebijakan adalah proses pelaksanaan atau penerapan isi atau substansi keputusan melalui serangkaian aktivitas dalam rangka merealisasikan tujuan-tujuan yang tertuang dalam keputusan.
 3. Pengembangan pariwisata adalah pengenalan nilai budaya bangsa dan meningkatkan kebudayaan nasional dengan memperhatikan tetap terpeliharanya kebudayaan bangsa, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta merupakan pembangunan pariwisata dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dengan sektor lain serta antar pengusaha pariwisata agar mereka dapat saling menunjang.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan langkah yang penting dalam suatu penelitian. Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur. Definisi operasional berfungsi mengetahui cara untuk mengetahui

suatu variabel sehingga seseorang dapat mengetahui baik/buruknya suatu pengukuran.¹⁷

Adapun dengan dasar pengertian diatas, untuk mengukur variabel pada analisis manajemen strategis kantor Dinas Pariwisata terhadap pengembangan pariwisata, maka indikator-indikator yang dapat dipakai dalam penelitian ini adalah strategi-strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Bangka melalui:

1. Strategi pengembangan produk wisata meliputi:
 - Pengembangan atraksi wisata
 - Jenis objek wisata
 - Pembenahan sarana dan prasarana
 - Pengembangan tematik produk wisata
2. Strategi pemasaran dan promosi meliputi:
 - Penyelenggaraan pemasaran dan penyuluhan
3. Strategi pengelolaan lingkungan meliputi:
 - Melaksanakan kajian dampak lingkungan sebagai bentuk ketaatan hukum berdasarkan UU No 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Peraturan Pemerintah No. 27 Tahun 1997 tentang analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL)
4. Strategi pengembangan SDM meliputi:
 - Pembenahan SDM

¹⁷ Husaini usman dan Purnomo Setiadi akbar, *metode penelitian social*, bumi aksara, Jakarta.

5. Strategi pengembangan investasi meliputi:
 - Kerjasama dengan pihak swasta/eksternal (investor)
 - Meminimalkan kendala yang terjadi dengan kebijakan investasi
6. Strategi pengembangan aksesibilitas meliputi:
 - Transportasi yang digunakan untuk mencapai tempat obyek wisata

Tabel 1.1
Matrik Definisi Operasional

No	Indikator	Parameter	Data		Sumber
			Primer	Sekunder	
1	Pengembangan produk wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan atraksi wisata • Jenis objek wisata • Pembenahan sarana dan prasarana • Pengembangan tematik 	-	Dokumen	Dinas Pariwisata
2	Pemasaran dan promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Penyelenggaraan pemasaran 	Interview	-	Dinas Pariwisata
3	Pengelolaan lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> • Menerapkan UU No 23 tahun 1997 	-	Dokumen	Dinas Pariwisata
4	Pengembangan SDM	<ul style="list-style-type: none"> • Pembenahan SDM 	Interview	-	Dinas Pariwisata
5	Pengembangan investasi	<ul style="list-style-type: none"> • Kerjasama dengan pihak swasta/eksternal (investor) • Meminimalkan kendala yang terjadi dengan kebijakan investasi 	Interview	-	Dinas Pariwisata
6	Pengembangan aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Transportasi yang digunakan 	-	Dokumen	Dinas Pariwisata

H. Metode Penelitian

Dalam penelitian, metodologi sangat berperan dalam menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Dengan kata lain setiap penelitian harus menggunakan metodologi sebagai tuntutan berfikir yang sistematis agar dapat mempertanggung jawabkan secara ilmiah.¹⁸

Winarno Surachman berpendapat metodologi adalah pengetahuan tentang bagaimana cara kerja yaitu dengan kerja untuk memahami obyek-obyek yang menjadi sasaran daripada ilmu pengetahuan yang bersangkutan.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, dimana metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Menurut Moh. Nazir, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.¹⁹ Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskriptif, gambaran atau tulisan secara sistematis, faktual serta akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Berusaha untuk mengembangkan konsep dan menghimpun fakta dengan cara menggambarkan atau melukiskan keadaan obyek atau subyek penelitian.

¹⁸ Winarno Surachman, "*Suatu Pangantar Dasar dan Tehnik Research*", Bandung, CV. Tarsito, hal.39.

¹⁹ Moh. Nazir, "*Metode Penelitian*", Ghalia Indonesia, hal. 63

- b. Data yang dikumpulkan, disusun, dianalisis dan digambarkan dalam bentuk tulisan.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Kabupaten Bangka Propinsi Bangka Belitung khususnya di Dinas Pariwisata Kabupaten Bangka dengan tujuan sejauh mana strategi yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Bangka dalam menggali potensi pariwisata daerah untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks. Dan semuanya itu belum ditangani sebagai salah satu kelebihan daerah Kabupaten Bangka yang diandalkan dan dikembangkan bagi pembangunan dalam bidang kepariwisataan walaupun belum secara optimal. Dan adanya semangat otonomi daerah yang harus dikelola dan mengembangkan sendiri sektor pariwisata ini secara mandiri sesuai dengan harapan, dan keinginan masyarakat luas.

Sedangkan alasan penulis dalam memilih lokasi penelitian di Kabupaten Bangka karena di Kabupaten Bangka mempunyai beberapa objek wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan seperti objek wisata Pantai Parai Tenggiri, Pantai Matras, Pantai Tanjung Pesona, dll.

3. Jenis Data

- a. Data Primer

yaitu data yang didapat langsung dari obyek penelitian, adapun data yang diperoleh dengan cara mengamati langsung kegiatan yang mencakup beberapa aspek penelitian.

b. Data Sekunder

yaitu data yang didapatkan dari buku-buku, dokumen, arsip-arsip, koran atau majalah dan lain-lain.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha mengumpulkan data yang diperlukan dalam objek penelitiannya maka penyusun menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Merupakan langkah yang ditempuh untuk mengumpulkan data-data melalui dokumen atau catatan yang di dalam suatu organisasi dengan materi yang diambil.

b. Observasi

Metode pengumpulan data yang diperoleh melalui pencarian terhadap berbagai pustaka, koran/majalah, literatur, arsip-arsip, perundang-undangan, peraturan daerah, dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

c. Wawancara

Penelitian dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung, baik lisan maupun tertulis tentang masalah yang dibahas.

5. Teknik Analisis Data

Tujuan dari analisis data pada dasarnya adalah menyederhanakan data dalam bentuk yang mudah dibaca dan dipahami. Analisis data adalah

proses perumusan data agar dapat diklasifikasikan kerja keras, daya kreatif serta intelektual yang tinggi.

Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif deskriptif yang mengolah data-data yang terkumpul berbentuk kata, kalimat, skema, gambar dan membuat penyederhanaan secara sistematis, faktual, tajam dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada.