

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Alasan Pemilihan Judul**

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

Dunia pariwisata Indonesia belakangan banyak mengalami kemunduran, setelah tragedi Bom Bali I dan Bom Bali II yang membuat masyarakat internasional takut untuk datang ke Indonesia, bahkan ada sebagian negara yang mengeluarkan “travel warning” melarang warga negaranya berkunjung ke Indonesia. Selama ini dunia internasional hanya mengetahui kawasan wisata yang berada di Bali, Lombok, dan daerah sekitar pulau Jawa lainnya, sehingga banyak daerah kawasan wisata yang berada di kawasan lain yang belum di optimalkan karena berbagai banyak faktor yang diantaranya adalah kurangnya media promosi dan ketersediaan sarana dan prasarana. Hal ini dapat dilihat dari potensi wisata

Martapura di Banjarmasin, Kalimantan Selatan yang hanya sebagian kecil wisatawan mancanegara yang mengenalnya seperti Australia, Malaysia, Jepang, Singapura, dan Taiwan.<sup>19</sup>

Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyak Negara-negara didunia yang memiliki potensi pariwisata yang sangat cerah apabila dikembangkan dengan tepat. Sebagai Negara yang mempunyai kekayaan potensi wisata alam dan budaya yang kaya dan beragam, maka sepatutnyalah pemerintah Indonesia mengupayakan dengan semaksimal mungkin agar dunia pariwisata Indonesia kembali menarik wisatawan dalam negeri maupun wisatawan mancanegara. Hal ini tentunya harus dibuktikan dengan pemberdayaan objek-objek wisata yang tersebar di seluruh Indonesia untuk kemudian dikembangkan sebagai Daerah Tujuan Wisata, terutama sekali untuk menarik wisatawan mancanegara

Martapura merupakan tempat jual beli intan yang terkenal, baik di Indonesia maupun mancanegara. Maka Martapura pun mendapat julukan “kota intan”. Mendengar nama Martapura, masyarakat umumnya akan langsung menghubungkan dengan lokasi penjualan intan permata karena sejak dulu nama Martapura memang dikenal sebagai penghasil intan terbesar di wilayah Kalimantan, bahkan di seantero Nusantara.

---

<sup>19</sup> Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Prop. KalSel. 2006. hal. 59

Melihat potensi yang sangat menjanjikan dari Martapura, sudah saatnya mendapat perhatian lebih, baik dari Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Propinsi Daerah Kalimantan Selatan sehingga para wisatawan terutama wisatawan mancanegara lebih antusias untuk dapat berkunjung dan melihat keunikan dari kegiatan-kegiatan yang ada di Martapura. Hal ini juga dapat meningkatkan devisa bagi Negara dan pemerintahan daerah setempat, serta masyarakat yang ada disekitar tempat wisata tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dengan melihat situasi dan kondisi yang ada maka penulis tertarik untuk mengkaji dan memilih “ Strategi Pemerintah Daerah Propinsi Kalimantan Selatan dalam Rangka Meningkatkan Martapura Sebagai Kawasan Wisata Internasional” sebagai judul dalam pembuatan skripsi ini

## **B. Tujuan Penulisan**

Penulisan skripsi ini bertujuan antara lain :

1. Untuk memberikan gambaran tentang daerah wisata yang berada di Martapura, Kalimantan Selatan dan mengetahui sejauh mana usaha yang akan dan sudah dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kalimantan Selatan dalam menjadikan Martapura sebagai daerah tujuan wisata internasional.
2. Untuk menjawab rumusan masalah yang ada dengan bukti dan data dan fakta serta membuktikan hipotesis dengan teori dan konsep yang relevan.
3. Penulisan ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar S1 pada jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UMY.

### **C. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan Negara yang sangat besar, dengan penduduk yang sangat besar pula dan berada dalam lingkungan yang padat yang memungkinkan satu sama lain untuk saling berinteraksi meski terdapat banyak perbedaan diantara mereka. Berbagai adat istiadat dan kebudayaan masing-masing daerah menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara.

Indonesia mempunyai potensi cukup besar dalam bidang pariwisata, hal ini dapat dilihat dari banyaknya obyek wisata yang belum banyak dikenal baik oleh wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Selama ini masyarakat hanya mengerti Bali, Lombok, dan Jawa, sedangkan daerah diluar itu masih banyak yang belum tersentuh.<sup>2</sup>

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi pariwisata yang sangat cerah apabila dikembangkan dengan tepat. Sebagai Negara yang memiliki potensi wisata alam dan budaya yang kaya dan beragam, maka sudah sepatutnya pemerintah Indonesia mengupayakan dengan semaksimal mungkin agar dunia pariwisata Indonesia kembali bangkit. Hal ini tentunya harus dibuktikan dengan pemberdayaan objek-objek wisata yang tersebar diseluruh Indonesia untuk kemudian dikembangkan sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW), terutama sekali untuk wisatawan mancanegara.

Industri pariwisata merupakan sektor yang memberi harapan besar bagi pengembangan ekonomi di banyak negara sehingga sektor pariwisata memegang peranan penting dalam Produk Domestic Bruto (PDB). Selain itu,

---

<sup>2</sup> <http://www.indogamers.com/2271043-post1.html>

sektor pariwisata juga dianggap memiliki efek ganda dan dapat menggerakkan ekonomi di seluruh lapisan masyarakat. Namun demikian, negara kita termasuk Kalimantan Selatan tidak mampu menjadikan sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan yang dominan, padahal potensi kita sangat besar.

Kalimantan Selatan memiliki berbagai macam obyek dan daya tarik wisata yang dapat dijadikan sebagai aset andalan daerah dalam menambah Pendapatan Asli Daerah, terutama setelah diberlakukannya Otonomi Daerah. Martapura merupakan salah satu obyek wisata yang sedang berkembang serta mempunyai prospek yang menjanjikan untuk dikembangkan menjadi salah satu kawasan wisata Internasional di Provinsi Kalimantan Selatan. Martapura memang bukan destinasi wisata. Harus diakui jauh kalah populer dibanding Bali, Lombok, dll. Tapi bukan berarti tidak ada keunikan dan daya tarik. Keunikan dan keindahan panorama alam sekitarnya membuat banyak orang tertarik datang berkunjung untuk melihatnya. Oleh karena itu, Pemerintah Daerah dan para pengelola ataupun para pelaku pariwisata terus berusaha mengembangkan kawasan Martapura sebagai kawasan wisata yang bertaraf internasional. Kota Martapura sendiri, sudah menjadi objek wisata andalan Kalsel karena Pasar Permata Bumi Selamat Martapura dinyatakan sebagai pasar yang dimiliki koleksi terlengkap barang dagangan batu permata di seluruh dunia. Martapura selain pusat penjualan permata juga terdapat banyak sentra perajin batu permata. Di wilayah itu banyak bahan mentah bebatuan dari luar negeri yang didatangkan oleh pengusaha batu permata kemudian diolah dan diasah di sentra kerajinan setempat.

Adapun definisi dari kawasan wisata internasional menurut R.J.

Damardjati yaitu:

“Kawasan wisata internasional adalah daerah yang memiliki berbagai daya tarik wisata serta berbagai macam sarana wisata pokok maupun penunjang yang lengkap dan cukup berkembang dan telah menjadi tujuan wisata luar negeri, bukan hanya sekedar lewat, akan tetapi tinggal lebih dari 24 jam.”<sup>3</sup>

Sedangkan syarat suatu daerah dapat dikatakan sebagai daerah wisata internasional yaitu apabila memiliki sarana-sarana pendukung, antara lain: Transportasi, penginapan, prasarana telekomunikasi, sistem perbankan, tour and travel.<sup>4</sup>

Atau dengan kata lain unsur yang harus dipenuhi sebagai daerah kawasan wisata internasional adalah adanya Fasilitas hotel berbintang, Bandar Udara Internasional, Instansi atau Dinas yang mengurus perjalanan lintas Negara, Sarana Transportasi, Pusat perbelanjaan, Restoran atau rumah makan, serta biro perjalanan wisata.<sup>5</sup>

Martapura adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan, Indonesia. Martapura adalah ibukota kabupaten Banjar yang terdiri atas kecamatan Martapura, Martapura Barat dan Martapura Timur. Kota ini terkenal sebagai kota santri di Kalimantan, karena terdapat pesantren Darussalam. Kota Martapura semula bernama Kayutangi yang merupakan ibukota Kesultanan Banjar (terakhir di masa pemerintahan Sultan Adam).<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> R.J. Damardjati, *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta, Pradnya Paramita, 1995. hal. 107

<sup>4</sup> Oka A Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, PT. Pradnya Paramitha, Jakarta, hal. 29

<sup>5</sup> *Holistik Sektoral Pengelolaan Industri Pariwisata Abad XXI*, Dokumen Membangun Industri Pariwisata, 1995, hal. 22

<sup>6</sup> <http://www.yahoo.co.id> dikutip 15 april 2009

Saat memasuki Kota Martapura ada sedikit perbedaan. Tidak hanya pintu gerbang selamat datangnya yang terlihat unik, namun sejumlah papan nama kantor pemerintahan, kepolisian serta milik TNI bertuliskan bahasa Arab. Tidak seperti kota-kota lainnya yang hanya menggunakan tulisan dalam bahasa Indonesia. Martapura adalah kota yang juga dijuluki Kota Serambi Mekkah. Jumlah pesantren, ulama kenamaan serta pengajian yang sangat banyak dan beragam, membuat salah satu kota tujuan wisata Kalsel itu mendapat julukan sebagai Kota *Serambi Mekkah*. Bahkan disana terdapat masjid terbesar di Kalsel yakni Masjid Agung Al Karomah. Selain itu disana juga terdapat Pondok Pesantren terbesar di Kalsel, yakni pondok pesantren Darussalam yang berdekatan dengan masjid agung tersebut.

Julukan Kota Martapura sebagai kota Intan merupakan kebanggaan tersendiri bagi para masyarakat dan pemerintah daerah kabupaten Banjar. Bercermin pada perjalanan sejarah perkembangan kota Martapura yang juga merupakan ibu kota kabupaten Banjar sangatlah beralasan. Hal ini dapat dibuktikan sejak tahun 1950 sampai dengan sekarang banyak para pedagang intan tradisional melakukan kegiatan dagang dan transaksinya di kota ini. Batu mulia, seperti intan dan permata adalah ciri khas Martapura. Oleh sebab itu kota ini sering dikunjungi wisatawan karena merupakan pusat transaksi penjualan intan dan tempat penggosokan intan utama di Kalimantan, serta menyediakan banyak cinderamata batu mulia.

Di jantung Kota Martapura banyak ditemukan rumah-rumah tempat penggosokan intan baik secara tradisional maupun modern. Yang terkenal

adalah penggosokan Intan Tradisional Kayu Tangi Martapura. Di sini intan dan batu-batuan di bawa dan di gosok secara tradisional dengan berbagai macam bentuk. Selain terdapat penggosokan Batu Aji, tidak kalah menariknya adalah kerajinan Manik-manik atau hiasan Arguci yang dikerjakan secara unik dan berkelompok-kelompok oleh para pengrajin di Desa Melayu, Kecamatan Martapura, Pemasarannya sampai ke Negara Malaysia dan Brunai Darussalam.

Selain itu di Martapura juga terdapat pasar terapung Lok Baintan yang masih sangat alami. Pasar terapung ini menjadi salah satu ciri khas dari Provinsi Kalimantan Selatan.

Selain sebagai daerah pendulangan intan, martapura juga terkenal dengan pasar terapung Lok Baintan yang keadaannya masih sangat alami. Pukul 06.30 suasana pasar terapung di Lok Baintan sudah ramai. Semua dagangan yang mereka bawa adalah hasil kebun yang baru saja mereka petik. Aneka buah-buahan, mulai dari sirsak, srikaya, nanas, pisang, hingga rambutan menjadi pemandangan menyegarkan. Sayuran kampung beraneka jenis, mulai dari daun singkong, kacang panjang, kangkung, hingga sayuran khas Kalsel, yaitu daun jaruk tigaron. Cabai lokal, ikan lokal, umbi keladi lokal, padi lokal, hingga umbut kelapa untuk sayuran acara perkawinan tersedia di pasar terapung.

Pasar terapung di Lok Baintan memang unik. Mereka tidak hanya menunggu di suatu tempat untuk bertransaksi, melainkan bergerak mengikuti aliran arus. Masyarakat setempat menyebutnya pasar balarut (berlarut). Jika



ada yang membutuhkan barang dagangannya, pembeli dengan jukungnya akan menghampirinya sambil berlarut bersama arus sungai. Pukul 08.30 pasar terapung yang hanyut terbawa arus sejauh satu kilometer sampai di bawah jembatan gantung. Masih ada satu kilometer lagi untuk bisa melihat pasar hanyut dari atas jembatan. Dari atas jembatan itulah keajaiban, kemegahan, dan keindahan budaya sungai terlihat dan bisa dirasakan. Ratusan, bahkan pada musim tertentu mencapai ribuan jukung terlihat berjejal menutupi sebagian ruas Sungai Martapura.

Lok Baintan selama ini belum pernah tercatat sebagai lokasi pasar terapung yang patut dikunjungi oleh agen-agen travel. Sangat sedikit warga Kota Banjarmasin yang mengetahui bahwa tidak jauh dari Banjarmasin ternyata ada pasar terapung, the real floating market. Selama ini, pasar terapung yang menjadi andalan Kalsel adalah di Kuin, Banjarmasin. Akan tetapi, kini kondisi pasar terapung di Kuin sudah tidak sealami dulu, berangsur sepi. Untuk melihat pasar terapung di Kuin dari dekat hanya bisa dilakukan dengan menggunakan kelotok. Selain ombak sungai yang besar, kondisi Sungai Barito di Kuin yang dekat dengan industri penggergajian kayu membuat pemandangan tidak sedap. Banyak pedagang di pasar terapung Kuin yang berasal dari daerah lain, sedangkan di Lok Baintan “pesertanya” hanya dari daerah sekitar yang benar-benar merupakan komunitas masyarakat sungai. Tradisionalisme dan terjaganya alam sekitar Lok Baintan benar-benar menjadi kekuatan pamor pasar terapung.

Melihat kian diminatinya pasar intan Martapura oleh wisatawan, maka sudah selayaknya kawasan tersebut dijual lebih gencar lagi kepada wisatawan melalui promosi baik melalui media massa, internet, brosur, Pamphlet, mengikuti pameran-pameran budaya nasional maupun internasional yang dapat dijadikan promosi karena acara-acara tersebut biasanya banyak dikunjungi wisatawan mancanegara.

Martapura memang kesohor karena selain sebagai penghasil intan terbesar dikota ini juga memiliki basis masyarakat islam terbesar. Untuk itu selain sumber devisa daerah yang didatangkan dari hasil intan permata, kedatangan wisatawan pun menjadi sumber devisa kedua. oleh karena itu, Pemerintah Daerah dan para pengelola ataupun pelaku pariwisata terus berusaha mengembangkan dan meningkatkan kawasan Martapura ini sebagai kawasan wisata yang bertaraf Internasional dan menjadi tujuan wisata internasional.

Data statistik Dinas Pariwisata Propinsi Kalimantan Selatan mencatat sepanjang tahun 2001-2005 adalah pada tahun 2001 yang berasal dari mancanegara mencapai 15.127, pada tahun 2002 mencapai 14.069, jumlah ini lebih kecil dari tahun 2001, pada tahun 2003 mencapai 15.197, pada tahun 2004 mencapai 16.336 naik 10% dari tahun 2004, dan pada tahun 2005 mencapai 17.023. berdasarkan adanya peningkatan dari data yang diperoleh maka pada tahun 2010 Pemerintah Daerah Propinsi Kalimantan Selatan melalui Dinas Pariwisata mempunyai target 100.000 wisatawan mancanegara yang akan berkunjung ke Kalimantan Selatan.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prop. Kalsel 2006 hal. 59

#### **D. Pokok Permasalahan**

Dari latar belakang tersebut diatas dapat ditarik suatu pokok permasalahan. yaitu sebagai berikut;

“Strategi apa saja yang dilakukan Pemerintah Daerah Propinsi Kalimantan Selatan dalam rangka meningkatkan Martapura sebagai salah satu potensi kawasan wisata Internasional?”

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Adapun teori yang digunakan penulis dalam penulisan skripsi ini adalah :

##### **1. Teori Kebijakan Pemerintah (Public Policy)**

Untuk dapat membuat dan melaksanakan kebijaksanaan pemerintahan, kepentingan-kepentingan individu dan kelompok dalam masyarakat harus digabung menjadi alternatif-alternatif kebijaksanaan. Sehingga dalam penerapan kebijakan pemerintah, sesuatu yang disebut output dapat mempengaruhi kehidupan ekonomi, struktur sosial, dan kebudayaan dari masyarakat domestik.<sup>8</sup> Menurut David Easton,

“Munculnya suatu kebijakan dipengaruhi oleh adanya input yang berupa tuntutan serta dukungan, tanpa dukungan dan tuntutan tidak akan bisa dipenuhi atau konflik mengenai tujuan tidak akan terselesaikan”.<sup>9</sup>

Dalam proses pembuatan kebijakan, dalam hal ini Pemerintah daerah Kalimantan Selatan perlu memperhatikan berbagai tuntutan dan dukungan dari berbagai pihak terutama yang berkaitan dengan masalah dunia pariwisata (wisatawan, pengelola biro perjalanan, pengelola hotel, serta masyarakat sekitarnya). Salah satu tuntutannya yaitu pemerintah sangat perlu mendata

---

<sup>8</sup> Mohtar Mas' oed, Colin McAndrews, *Perbandingan Sistem Politik*, Gajah Mada University Press, hal. 31

<sup>9</sup> *Ibid*, hal. 11

setiap hotel, losmen, atau rumah makan dan restoran yang ada disekitar kawasan wisata. Pemerintah juga harus melakukan pendataan terhadap para pengusaha, investor, dan para pelaku wisata lainnya yang ingin mendirikan bangunan dikawasan wisata. Karena Pemerintah memiliki kewajiban untuk dapat memberikan keuntungan kepada seluruh pihak yang memiliki keterkaitan terutama dalam Dunia Pariwisata sebagai salah satu bentuk dari output dari kebijakan yang telah diambil sebelumnya. Dukungan dari berbagai pihak, terutama yang berkaitan dengan masalah dunia pariwisata. Misalnya, adanya akomodasi yang dikelola dengan dengan baik oleh investor maupun masyarakat sekitar dalam mengembangkan daerah wisata yang ada.

Disisi lain dalam hubungannya dengan peningkatan dunia pariwisata di Indonesia khususnya di Kalimantan Selatan, sebuah Negara atau pemerintah memiliki wewenang untuk membuat suatu kebijakan yang diambil oleh Negara dengan Negara yang lain (dalam hal ini Indonesia) . Output kebijakan luar negeri tersebut merupakan tindakan dan gagasan yang dirancang oleh pembuat kebijakan untuk memecahkan masalah atau mempromosikan suatu tindakan dalam lingkungan, yaitu dalam kebijakan, sikap, tindakan Negara lain.

## **2. Konsep Pariwisata Internasional**

Konsep pariwisata internasional memiliki suatu arti yang luas didalam mengartikan secara pasti apa yang dimaksud dengan pariwisata internasional. Pariwisata internasional diambil dari kata pariwisata. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu seseorang yang

melakukan suatu perjalanan dengan tujuan apapun.<sup>10</sup> Menurut Gamal Suwantoro:

“Pariwisata internasional merupakan suatu kegiatan perjalanan wisata dari satu daerah ke daerah lain di dalam negeri yang sama atau perjalanan wisata dari satu negara ke negara lain”.<sup>11</sup>

Fenomena yang sangat menarik dari hubungan internasional sekarang ini adalah arus perjalanan manusia di seluruh dunia yang meningkat luar biasa sebagai akibat dari peningkatan perjalanan antar negara untuk keperluan bisnis dan profesional, pariwisata, belajar ke luar negeri dan kepentingan lainnya.<sup>12</sup> Konsep pariwisata internasional muncul untuk lebih mempermudah perjalanan pariwisata ke negara lain tanpa adanya batasan-batasan.

Adapun syarat suatu daerah dapat dikatakan sebagai daerah wisata internasional yaitu apabila memiliki sarana-sarana pendukung, antara lain: Transportasi, penginapan, prasarana telekomunikasi, sistem perbankan, tour and travel.<sup>13</sup>

Sedangkan unsur-unsur atau kriteria sebagai daerah wisata internasional, yakni:<sup>14</sup>

- 1) Fasilitas hotel berbintang V, IV, III, II dan I
- 2) Bandar udara Internasional yang panjang landasan minimal 2600m sehingga bias di darati pesawat Boeing 747-400

---

<sup>10</sup> Gamal Suwantoro, *Dasar-dasar Pariwisata*, Andi Offset, Yogyakarta, Hal.3

<sup>11</sup> *Ibid*, hal. 3

<sup>12</sup> Mochtar Mas' oed, *Ekonomi Politik Internasional*, Pustaka, Yogyakarta, 1994. hal. 10

<sup>13</sup> Oka A Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, PT. Pradnya Paramitha, Jakarta, hal. 29

<sup>14</sup> *Holistik Sektoral Pengelolaan Industri Pariwisata Abad XXI*, Dokumen Membangun Industri Pariwisata, 1995, hal. 22

- 3) Dinas ke Imigrasian untuk mengurus surat surat yang diperlukan dalam perjalanan lintas Negara
- 4) Alat alat transportasi
- 5) Pusat pusat perbelanjaan (*Shopping Center*)
- 6) Restoran atau Rumah makan
- 7) Biro perjalanan wisata serta fasilitas penunjang lainnya.

Bisa dikatakan bahwa jasa yang diberikan di hotel adalah jasa kepariwisataan yang terpenting dan terlengkap diantara semua jasa kepariwisataan. Untuk melaksanakan pemberian jasa, hotel menyediakan fasilitas pelayanan pokok berupa:<sup>15</sup>

- 1) Tempat untuk beristirahat serta kamar tidur.
- 2) Tempat atau ruangan untuk makan dan minum, Restoran, bar, dan Coffeshop.
- 3) Toilet dan kamar mandi.
- 4) Pelayanan umum untuk memenuhi segala macam kebutuhan dari para tamu.

Adapun kriteria golongan hotel ditinjau dari jumlah kamar yakni;

- 1) Hotel \* (Bintang Satu)
  - ◆ Jumlah minimum kamar standar yaitu 15 kamar
  - ◆ Luas minimum kamar standar 20 meter persegi
  - ◆ Dilengkapi kamar mandi dalam
- 2) Hotel \*\* (Bintang Dua)

---

<sup>15</sup> R.G. Soekadjo, *Anatomi Pariwisata; Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage"*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996. hal.20

- ◆ Jumlah minimum kamar standar yaitu 20 kamar
  - ◆ Luas minimum kamar Suite 1 kamar
  - ◆ Luas minimum kamar standar 22 meter persegi
  - ◆ Luas minimum kamar Suite 44 meter persegi
  - ◆ Dilengkapi kamar mandi dalam
- 3) Hotel \*\*\* (Bintang Tiga)
- ◆ Jumlah minimum kamar standar yaitu 30 kamar
  - ◆ Jumlah minimum kamar suite 2 kamar
  - ◆ Luas minimum kamar standar 24 meter persegi
  - ◆ Luas minimum kamar suite 48 meter persegi
  - ◆ Dilengkapi kamar mandi dalam
- 4) Hotel \*\*\*\*(Bintang Empat)
- ◆ Jumlah minimum kamar standar yaitu 50 kamar
  - ◆ Jumlah minimum kamar suite 3 kamar
  - ◆ Luas minimum kamar standar 24 meter persegi
  - ◆ Luas minimum kamar suite 48 meter persegi
  - ◆ Dilengkapi kamar mandi dalam
- 5) Hotel \*\*\*\*\* (Bintang Lima)
- ◆ Jumlah minimum kamar standar yaitu 100 kamar
  - ◆ Jumlah minimum kamar suite 4 kamar
  - ◆ Luas minimum kamar standar 26 meter persegi
  - ◆ Luas minimum kamar suite 52 meter persegi
  - ◆ Dilengkapi kamar mandi dalam

Disamping tersedianya hotel berbintang, didaerah daerah atau kawasan wisata, biasanya juga terdapat hotel hotel melati. Hotel melati adalah akomodasi yang digunakan untuk menginap dengan pembayaran seperti losmen, wisma, pondok wisata, bungalows dan rumah pondok (*Home Stay*) dengan harga atau tariff yang relatif lebih murah jika dibandingkan dengan tarif hotel berbintang.

Hotel dalam kelompok ini belum dapat dikategorikan dalam hotel berbintang, karena belum memenuhi syarat syarat yang ditentukan oleh Dirjen pariwisata. Adapun syarat syarat tersebut yakni:

- 1) Persyaratan fisik, seperti bangunan dan lokasi hotel
- 2) Bentuk dan corak layanan yang diberikan
- 3) Kualifikasi tenaga kerja dan pendidikan karyawan
- 4) Fasilitas yang tersedia
- 5) Sarana komunikasi yang tersedia

Disamping hotel, juga harus tersedia sarana dan prasarana penunjang lainnya bagi wisatawan seperti Restoran atau Rumah Makan berstandar internasional, Transportasi, Biro Perjalanan Wisata dan sarana penunjang lainnya guna memberikan kenyamanan bagi para wisatawan yang berkunjung.

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang dibangun secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman, yang terpenting adalah bahwa makanan yang disediakan selain cocok dengan selera wisatawan



yang bersangkutan Juga hendaknya pelayanan yang diberikan bersifat *quik service* disamping harga yang memadai.

Adapun standar sebagai restoran internasional tidak terpaku dalam hal penyajian saja. Akan tetapi pada hal hal seperti jumlah dan fungsi ruangan seperti adanya ruangan khusus bagi para tamu yang akan menikmati suasana restoran secara pribadi dan adanya ruangan loby untuk para tamu. Disamping itu, fasilitas makanan juga harus diperhatikan, apakah restoran tersebut mampu menyediakan makanan selera wisatawan seperti masakan gaya Amerika, *Fast Food*, *Sea Food*, *Japanese Food* atau gaya makanan lainnya. Serta peralatan yang dimiliki oleh restoran tersebut.

Transportasi adalah bidang usaha jasa yang bergerak dibidang angkutan. Jasa transportasi ini dapat dilakukan melalui darat, laut, dan udara. Adapun pengelolaanya dapat dilakukan oleh swasta maupun BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Demi kenyamanan para wisatawan yang berkunjung, sarana transportasi yang disediakan hendaknya memenuhi standar yang ada seperti fasilitas AC serta adanya fasilitas antar jemput bagi para wisatawan.

Untuk fasilitas Bandara udara yang berstandar internasional, Martapura sendiri terletak 18km dari Bandara Udara Syamsudin Noor di Banjarmasin. Adanya Bandar Udara Internasional Syamsudin Noor dengan landasan pacu 1.870 M X 45 M (2500 X 45 M DLM PEK), kapasitas DC-9 terbatas, pelataran paker pesawat 326 M X 90 M, dengan luas gedung

2611 M yaitu sebuah bandara yang bertaraf internasional yang secara teknis sudah bisa menjadi Bandara Internasional, akan tetapi saat ini belum ada rute penerbangan secara langsung yang melayani penerbangan internasional karena daya tarik daerah yang belum banyak mendukung. Namun pada tahun 2003, bandara Syamsudin Noor telah ditetapkan menjadi salah satu Bandara Embarkasi Haji.<sup>16</sup> Martapura sendiri terletak 18km dari Bandara Udara Syamsudin Noor.

Adapun Biro Perjalanan wisata adalah suatu badan usaha dimana operasionalnya meliputi pelayanan semua proses perjalanan dari seseorang sejak berangkat hingga kembali, sehingga mereka merasa nyaman. Menurut A.J. Burket dalam bukunya *Package Holidays by Airline Zeitschrift Fur Fredencerketi* menatakan bahwa :

Biro perjalanan adalah perusahaan distribusi di dalam industri pariwisata yang melayani permintaan mengatur transportasi, akomodasi, dan jasa-jasa lain yang diperlukan wisatawan di daerah tujuan wisata, menjual paket-paket wisata melalui agen-agen atau kantornya sendiri pada perorangan.<sup>17</sup>

Jika dipandang dari ruang lingkungnya, maka Biro perjalanan wisata berperan untuk :

- 1) Memberikan dan membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata

---

<sup>16</sup> <http://www.kalselprov.go.id> dikutip 15 april 2009

<sup>17</sup> A.J. Burket, *Package Holidays by Airline Zeitschrift Fur Fredencerketi*, hal 54-56 dalam Musanef, *Management Usaha Pariwisata Indonesia*. Jakarta, PT. Toko Gunung Agung. hal. 135

- 2) Mengurus dan melayani kebutuhan jasa angkutan bagi perorangan atau kelompok
- 3) Melayani pemesanan akomodasi, restoran, dan sarana wisata lainnya
- 4) Mengurus dokumen perjalanan
- 5) Menyelenggarakan pemanduan wisata.

Adapun untuk memenuhi standard an kualifikasi mutu, maka biro perjalanan harus memberikan pelayanan di tempat tujuan wisata. Jenis pelayanan tersebut antara lain yakni ;

- 1) Mengatur dan merencanakan sightseeing, Tour atau Exursion
- 2) Membantu reservation
- 3) Mengurus tiket tiket pertunjukan hiburan
- 4) Menyusun transportasi hotel – airport pulang pergi dan lain lain.

Tingkat perencanaan pariwisata dimulai dari pengembangan pariwisata daerah (*Regional Tourism Development*), mencakup pembangunan pelayanan umum (telapon, teleks, faksмили, money changer, dan lain lain), angkutan wisata dan perencanaan promosi yang akan dilakukan.

### **3. Konsep Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba.<sup>18</sup> Kegiatan pemasaran perusahaan (dalam hal ini pengelola obyek wisata) harus dapat

---

<sup>18</sup> Basu Swastha Dharmamistha dan T.Hani Andoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta, 182, hal. 3

juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan. 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”*.<sup>19</sup>

Pengelola obyek wisata 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 terealisasi.

## **F. Hipotesa**

Dari permasalahan yang ada, kemudian didukung oleh kerangka pemikiran yang telah ditetapkan, maka dapat ditarik kesimpulan sementara atau hipotesa sebagai berikut :

1. Perbaikan dan Peningkatan sarana serta prasarana yang dilakukan oleh pemerintah daerah propinsi kalimantan Selatan dalam

---

<sup>19</sup> William J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, Edisi kelima, Kogakusha, Mc. Graw Hill Book Company, Tokyo, 178, hal. 5

menjadikan kota Martapura sebagai salah satu daerah Tujuan Wisata Internasional.

2. Kebijakan / Peraturan Daerah (PERDA) Tentang Pengembangan Pariwisata di Kalimantan Selatan.
3. Promosi yang dilakukan terutama ke luar negeri baik melalui lembaga perwakilan yang ada di Indonesia maupun melalui beberapa media yang lain.
4. Melakukan usaha kerjasama dengan beberapa negara dalam rangka peningkatan kunjungan wisatawan Mancanegara ke Indonesia khususnya ke kota Martapura.

#### **G. Metode penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deduktif yaitu dengan didasarkan pada kerangka teori, yang kemudian ditarik suatu kesimpulan hipotesa yang akan dibuktikan melalui data-data empiris yang ada. Penulisan ini lebih bersifat studi kepustakaan dengan menggunakan media cetak seperti surat kabar, majalah dan tabloid serta media elektronik, yaitu internet.

#### **H. Jangkauan Penelitian**

Untuk membatasi masalah yang akan dijelaskan, jangkauan penelitian mengenai Strategi Pemerintah Daerah Kalimantan Selatan dalam rangka meningkatkan Martapura sebagai kawasan wisata internasional hanya membahas pada aspek pariwisata di lokasi penelitiannya saja. Penulis akan

meneliti sejauh mana perkembangan pariwisata di Martapura, serta usaha apa saja yang akan maupun yang sudah dilakukan pemerintah daerah kab. Banjar, Martapura dalam mengembangkan kawasan Martapura sebagai salah satu daerah tujuan wisata internasional.

Jangkauan penelitian yang diterapkan penulis yakni dilihat dari angka penurunan dan peningkatan kunjungan wisatawan baik dalam negeri maupun mancanegara antara tahun 2001-2006. Karena pada waktu rentan tersebut ada tragedi yang sempat membuat gempar dunia, yaitu pada tanggal 12 oktober 2002 terjadi sebuah pengeboman di Bali yang mengakibatkan banyak korban yang meninggal dunia terutama wisatawan asing yang berasal dari berbagai Negara.

Peristiwa tersebut sangat berdampak bagi Indonesia tidak hanya terhadap sektor keamanan dan ekonomi tapi juga sektor pariwisata. Sehingga berbagai upaya dilakukan untuk memperoleh kembali kepercayaan dunia internasional untuk datang dan berkunjung kembali ke Indonesia.

## **I. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan penelitian ini menjadi sebuah karya tulis, penulis membagi dalam beberapa bab dimana diantara bab-bab tersebut saling berkaitan sehingga menjadi satu kesatuan utuh.

Bab I, pada Bab ini akan diuraikan unsur-unsur normative dari penulisan skripsi yang mencakup alasan pemilihan judul, tujuan penelitian,

latar belakang masalah, pokok permasalahan, kerangka teori, hipotesa, metode penelitian, jangkauan penelitian, sistematika penulisan

Bab II, Penulis akan mendeskripsikan mengenai lokasi, situasi, dan kondisi objek penelitian. Dengan kata lain penulis akan mengulas tentang gambaran umum dari kota Provinsi Banjarmasin, prospek kepariwisataan Provinsi Kalimantan Selatan, serta akan mengulas secara mendalam tentang Martapura.

Bab III, Dalam bab ini penulis akan lebih memfokuskan penjabarannya mengenai Pariwisata Internasional, bentuk-bentuk dari Pariwisata, serta penjelasan mengenai Martapura sebagai salah satu Kawasan Wisata Internasional.

Bab IV, Bab ini mencoba untuk membahas mengenai kebijakan-kebijakan atau upaya-upaya yang ditempuh Pemerintah Daerah Kalimantan Selatan tentang pengembangan Pariwisata dan peningkatan sarana dan prasarana serta upaya penanggulangannya termasuk peningkatan promosi baik di dalam negeri maupun ke mancanegara serta melakukan upaya kerjasama dengan beberapa negara.

Bab V, Kesimpulan dan Penutup berisi penyimpulan dan kata penutup yang dapat ditarik dari pembahasan-pembahasan dari bab sebelumnya.