

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tidak dapat dipungkiri bahwasanya sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki dampak besar bagi pertumbuhan pendapatan masyarakat di suatu wilayah. Tentu hal ini juga akan sangat berdampak bagi pembangunan di suatu daerah. Dalam penelitian kali ini peneliti mengambil studi kasus di Kabupaten Kotawaringin Barat yang terletak di Provinsi Kalimantan Tengah yang mana di kabupaten tersebut memiliki banyak sekali potensi terutama dalam sektor pariwisata. Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang menghasilkan pendapatan daerah terbesar mengingat terdapat banyaknya potensi wisata budaya yang ada di Kabupaten Kotawaringin Barat. Seperti misalnya Taman Nasional Tanjung Puting yang merupakan destinasi wisata internasional yang sudah sejak lama menarik banyak wisatawan asing untuk datang ke Kabupaten Kotawaringin Barat untuk melihat bagaimana orangutan yang merupakan satwa langka khas Pulau Kalimantan hidup di habitat asalnya. Kemudian juga terdapat banyak wisata budaya seperti misalnya Istana Kuning yang merupakan tempat tinggal dari Keluarga Kesultanan Kutaringin, Makam Kyai Gedhe, Kampung Segawaterfront city yang berada di pinggir bantaran Sungai Arut yang menjadi pusat perekonomian masyarakat tradisional, juga agenda-agenda rutin yang kerap diadakan oleh Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Kotawaringin Barat sendiri seperti misalnya rangkaian kegiatan dalam rangka menyemarakkan hari jadi

Kabupaten Kotawaringin Barat yang mencakup antara lain, Kirab Nasi Adab, Festival Budaya Marunting Batu aji yang berisikan kegiatan perlombaan permainan dan kompetisi kuliner tradisional khas Kabupaten Kotawaringin Barat, serta Kobar Expo yang menyasar kepada pemberdayaan UMKM masyarakat Kobar sendiri. Kemudian terdapat pula Bagoyap *Night Market* yang baru-baru ini gencar dilaksanakan menjadi kegiatan rutin bulanan yang diinisiasi oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kotawaringin Barat (Priono, 2012).

Data awal yang didapatkan oleh peneliti melalui situs visitkotawaringinbarat.id menyatakan destinasi yang menjadi objek wisata unggulan adalah antara lain Taman Nasional Tanjung Puting, Bugam Raya, TWA Tanjung Keluang, *City Tour*, dan Pengunjung Festival dengan data jumlah pengunjung pada 2020-2021 sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan di Destinasi Wisata Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2019-2020

NO	OBJEK WISATA	TAHUN 2019	TAHUN 2020
1	TNTP	25.489	3.604
2	BUGAM RAYA	73.193	48.760
3	TWA TANJUNG KELUANG	-	3.509
4	CITY TOUR	212.433	178.898
5	PENGUNJUNG FESTIVAL	128.419	142.324

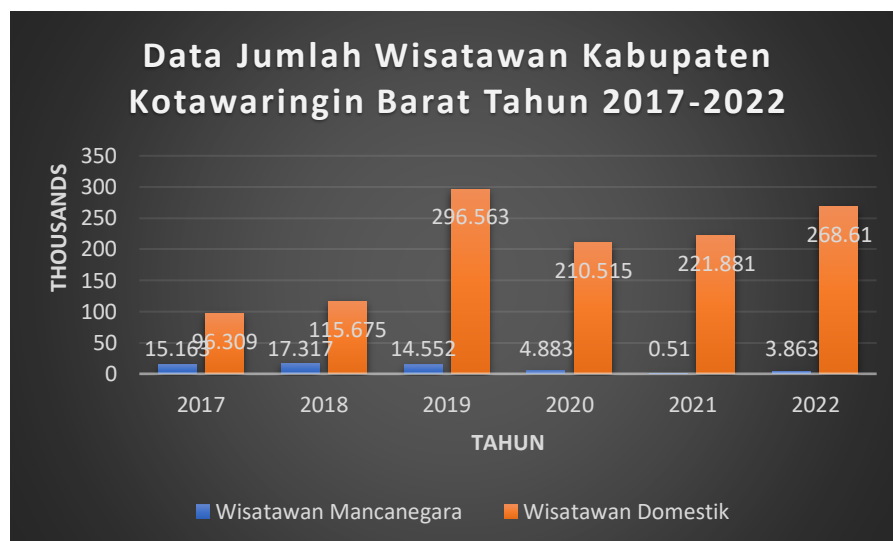
Sumber: visitkotawaringinbarat.id

Dilihat dari data tersebut kita dapat mengetahui bahwa jumlah pengunjung terbesar diperoleh dari *City Tour* yang mana *City Tour* ini sendiri berkaitan dengan

wisata lokal dalam koata di Kabupaten Kotawaringin Barat seperti kunjungan ke Kampung Sega yang menjadi wisata sejarah sekaligus pusat terbentuknya perekonomian awal dari masyarakat tradisional asli Kabupaten Kotawaringin Barat (Visitkotawaringinbarat.id, 2021). Wisata ini menekankan kepada penampilan ragam sosial, hunian-hunian lokal yang khas dengan masyarakatnya yang juga menyediakan kuliner Coto Manggala yang merupakan kuliner khas Kabupaten Kotawaringin Barat serta jajanan pasar lainnya. Selain itu pula, masyarakat setempat menyediakan jasa susur sungai menggunakan perahu di mana wisatawan dapat menikmati pemandangan kehidupan khas masyarakat yang tinggal di pinggiran sungai Kalimantan.

Adapun data yang diperoleh peneliti dari Buku Statistik Kepariwisata yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kotawaringin Barat terkait jumlah wisatawan yang datang ke destinasi wisata yang ada di Kabupaten Kotawaringin Barat terhitung mulai tahun 2017 hingga bulan September tahun 2022 adalah sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengunjung



Sumber: Dokumen Statistik Kepariwisata Dinas Pariwisata

Kotawaringin Barat, 2022.

Bisa dilihat pada diagram data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2017-2022 di atas bahwa pada tahun 2017 tercatat sejumlah 15.163 orang wisatawan mancanegara dan 96.309 orang wisatawan domestik yang datang berkunjung ke Kabupaten kotawaringin barat. Lalu pada tahun 2018 tercatat ada 17.317 wisatawan mancanegara serta 115.675 wisatawan domestik. Pada tahun 2019, terdapat 14.552 wisatawan mancanegara serta 296.563 wisatawan domestik. Lalu pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah wisatawan dikarenakan situasi pandemi saat itu yakni sebanyak 4.883 wisatawan mancanegara dan 210.515 wisatawan domestik. Kemudian pada tahun 2021 terhitung 510 wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke Kabupaten Kotawaringin Barat serta 221.881 wisatawan domestik. Untuk tahun 2022 sendiri, per bulan September lalu terhitung sejumlah 3.863 wisatawan mancanegara dan 286.610 wisatawan domestik yang datang berkunjung.

Pandemi Covid-19 tentu sedikit banyak ikut mempengaruhi bagaimana pertumbuhan pengunjung pariwisata. Perubahan yang paling dirasakan oleh sektor pariwisata adalah pembatasan kunjungan ke tempat-tempat wisata atau melihat budaya daripada daerah itu sendiri (Fadhil & Zaenuri, 2021). Meski selama pandemi dapat dirasakan dampak yang cukup signifikan dalam penyelenggaraan kegiatan-kegiatan yang menasar pada ranah pengenalan potensi

pariwisata dan kebudayaan, namun saat ini perlahan pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat mulai kembali berupaya untuk tetap melestarikan dan mengenalkan kebudayaan daerah tersebut yang terutama menasar pada generasi muda melalui berbagai cara seperti misalnya melalui media online di mana hal ini juga merupakan solusi yang diberikan oleh pemangku kebijakan sendiri pada masa pembatasan penyelenggaraan kegiatan secara luring. Hal ini membuat pemerintah juga turut adaptif dengan menyelenggarakan berbagai agenda secara daring dan di *branding* melalui sosial media. Hal ini sesuai dengan panduan yang telah disusun oleh Kemenparekraf yang mana dirilis dalam sebuah buku Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata.

Pemasifan informasi mengenai pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut melalui sosial media memang dapat dinilai cukup efektif jika menasar kepada masyarakat Kabupaten Kobar sendiri mengingat lingkup kabupatennya yang kecil membuat informasi bukan hanya masif melalui media sosial tapi juga dari mulut ke mulut masyarakat setempat. Namun yang menjadi permasalahan adalah ketika kita berbicara terkait pembangunan dan pertumbuhan yang dalam hal ini berkaitan dengan sektor pariwisata, maka kita akan mencari tau bagaimana strategi dari pemerintah sendiri dalam pengelolaan potensi pariwisata ini sehingga dapat menarik minat masyarakat yang bukan hanya dari masyarakat lokal Kabupaten Kotawaringin Barat namun mencakup masyarakat yang lebih luas lagi.

Kompleksitas permasalahan kepariwisataan di Kabupaten Kotawaringin Barat sendiri berdasarkan observasi awal peneliti adalah dari sisi pihak pengelola masih kurang baiknya manajemen pemasaran di lokasi-lokasi objek wisata sehingga promosi dan pemaksimalan potensi wisatanya masih dirasa kurang maksimal padahal jika dilihat dari data yang telah dijabarkan oleh peneliti sebelumnya, lokasi penelitian memiliki banyak sekali potensi wisata yang apabila dikelola dan dipromosikan dengan lebih baik lagi akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar lagi untuk semua elemen yang terlibat.

Selain itu, dari pihak pemerintah juga masih dirasa kurang maksimal dalam penyediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam menunjang objek-objek wisata ini seperti misalnya tidak adanya penyediaan transportasi umum lokal yang bisa digunakan wisatawan untuk mengunjungi objek-objek wisata di dalam kota seperti taksi/ojek online maupun konvensional, keterbatasan informasi terkait objek wisata dan juga akses jalan menuju lokasi wisata yang masih belum sepenuhnya bisa dikatakan baik.

Hal ini menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Melihat kebutuhan itu, perlu adanya analisis lebih jauh apakah pemerintah sendiri yang merupakan pemangku kebijakan telah hadir secara langsung dan memberikan strategi matang terkait bagaimana potensi pariwisata yang ada ini bisa dimaksimalkan sebaik mungkin.

B. Rumusan Masalah

Adanya gap antara potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Kotawaringin Barat dengan pengelolaan objek pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat membuat upaya dalam menunjang potensi pariwisata ini menjadi permasalahan yang harus diulik lebih jauh lagi melalui instansi-instansi terkait. Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jabarkan sebelumnya, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut, **“Bagaimana strategi Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat dalam upaya meningkatkan pengunjung pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat?”**

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat dalam meningkatkan jumlah pengunjung pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat.

D. Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi pedoman maupun sebagai penambah wawasan bagi Ilmu Pemerintahan secara umum dan menjadi kajian materi yang memuat terkait dengan strategi dalam upaya meningkatkan pengunjung pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat mengingat masih minimnya penelitian yang membahas terkait kebijakan dari Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat sendiri. Maka dari itu penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan kajian literatur bagi

peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin memperdalam topik yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini kelak diorientasikan untuk dijadikan pedoman dalam pemerintah dapat mengetahui evaluasi dan strategi pembuatan kebijakan yang tepat dalam proses menunjang potensi-potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Kotawaringin Barat dan juga upaya meningkatkan wisatawan di kabupaten Kotawaringin Barat sendiri yang nantinya juga akan berdampak pada peningkatan pendapatan daerah melalui devisa. Diharapkan pula melalui hasil dari penelitian ini nantinya dapat membuat tata kelola pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat bisa menjadi lebih baik lagi.

E. Tinjauan Pustaka

Tabel 1. 2 Tinjauan pustaka

No.	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	
				Penelitian terdahulu	Penelitian penyusun
1.	Desy Tri Anggarini	Upaya Pemulihan Industri Pariwisata dalam situasi	Pada artikel tersebut membahas terkait bagaimana	Pada penelitian ini fokus peneliti lebih kepada bagaimana	Peneliti memfokuskan penelitian terhadap bagaimana

		Pandemi Covid-19	respon terhadap upaya pemerintah dalam strategi pemulihan dampak dari pandemi covid-19 di sektor pariwisata	respon terhadap upaya pemerintah dalam strategi pemulihan dampak dari pandemi covid-19 di sektor pariwisata	strategi pemerintah dalam peningkatan jumlah wisatawan secara general pada objek wisata yang ada dan mencari tau fokus pengembangan jenis apa yang difokuskan oleh pemerintah
1.	Jefirstson Richset Riwukore,	Kondisi Eksisting Destinasi	Fokus penelitian ditujukan	Pada penelitian ini menitikberatk	Penulis memfokuskan pada

	Fellyanus Habaora, Tien Yustini	pariwisata Pantai Lasiana Kota Kupang Berdasarkan Atraksi, Aksesibilitas, Faislitas, Kelembagaan , dan Ekosistem Pariwisata.	untuk mengetahui dan menganalisis upaya peningkatan daya tarik wisatawan terhadap suatu objek pariwisata	an pada atraksi wisata Pantai Lasiana.	strategi pemerintah dalam meningkatkan pengunjung pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat dan mencari tau jenis pariwisata apa yang menjadi fokus pemerintah saat ini untuk dikembangkan.
2.	Gita Atiko, Ratih	Analisis Strategi	Kedua penelitian	Pada penelitian ini	Peneliti menggali

	Hasanah Sudrajat, Kharisma Nasionalita	Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementrian Pariwisata RI (studi deskriptif pada akun Instagram @indtravel)	membahas langkah strategis dalam upaya peningkatan jumlah wisatawan	peneliti membahas mengenai strategi promosi pariwisata melalui media sosial yang dilakukan Kementrian Pariwisata RI	lebih jauh bagaimana upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan jumlah wisatawan ke Kabupaten Kotawaringin Barat serta di mana fokus pemerintah dalam pengembang an potensi pariwisata
3.	Kanom, Auda Nuril Zazilah	Strategi Pengembang an Pariwisata Berbasis	Penelitian ini membahas terkait strategi	Penelitian terdahulu lebih memfokuskan	Peneliti lebih memfokuska n terhadap bagaimana

		Masyarakat di The Mandalika Kuta Lombok	pengembangan pariwisata	pembahasan kepada bagaimana strategi pengembangan pariwisata berbasis masa	strategi pemerintah dalam upaya peningkatan jumlah wisatawan serta mengetahui lebih dalam terkait fokus pemerintah dalam pengembangan pariwisata
4.	Ridhon MB Simangunso ng, Elman Nofan Ziliwu	Strategi Pemerintah dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat sebagai	Kedua penelitian sama-sama membahas terkait strategi pemerintah	Pada penelitian terdahulu peneliti permasalahan yang diangkat oleh peneliti	Pada penelitian ini peneliti mengulik lebih jauh terkait dengan

		Upaya Pengembangan Pariwisata Pantai Malaga	dalam pengembangan pariwisata	adalah berupa kurangnya partisipasi dari masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata	strategi apa saja yang sudah dijalankan oleh pemerintah dalam hal pengembangan potensi pariwisata yang ada demi meningkatkan jumlah wisatawan serta fokus pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah
--	--	---	-------------------------------	---	---

					dalam sektor pariwisata.
5.	Rifka Awalia Putri, Suryadi Supardjo, Amanda Sembel.	Strategi Pengembangan Infrastruktur dalam Menunjang Kegiatan Wisata di Kampung Jawa Tondano.	Kedua penelitian sama-sama membahas terkait strategi yang dapat menunjang pariwisata.	Pada penelitian terdahulu peneliti lebih fokus membahas terkait strategi pengembangan infrastruktur yang dapat menunjang kegiatan wisata.	Pada penelitian ini peneliti lebih memfokuskan terkait strategi peningkatan potensi pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat demi meningkatnya jumlah wisatawan yang datang serta menggali lebih jauh

					fokus pengembangan dari pemerintah daerah sendiri dalam sektor pariwisata
6.	Syamsulalam Paturusi	Pemukiman Bali Kuno Desa Banyung Gede sebagai Atraksi Pariwisata di Bali	Kedua penelitian membahas terkait strategi peningkatan potensi pariwisata yang berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung	Penelitian ini lebih memfokuskan pada strategi perencanaan dalam pengembangan desa wisata yang ada di Bali sebagai daya tarik wisata.	Peneliti memfokuskan terhadap bagaimana strategi pemerintah dalam peningkatan jumlah wisatawan yang datang mengunjungi objek wisata di Kabupaten

					Kotawaringin Barat serta di mana fokus pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata.
7.	Kanom, Nurhalimah, Randhi Nanang Darmawan	<i>Recorvery</i> Pariwisata Banyuwangi Pasca Covid-19	Kedua penelitian membahas terkait strategi peningkatan jumlah wisatawan	Penelitian ini lebih mengkaji terhadap upaya <i>recorvery</i> dalam sektor pariwisata pasca pandemi covid-19	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dari pemerintah sendiri terkait dengan strategi peningkatan jumlah wisatawan melalui

					pemaksimalan potensi pariwisata yang ada
8.	Ratih Putri Gayatri, Imam Basuki	Penyediaan Infrastruktur yang Memadai sebagai Upaya Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Daerah Istimewa Yogyakarta	Kedua penelitian membahas terkait upaya pengoptimalan pengembangan pariwisata	Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pembahasan tentang penyediaan infrastruktur yang dapat berguna secara optimal dalam pengembangan pariwisata	Peneliti memfokuskan pembahasan pada strategi pengoptimalan potensi pariwisata dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung wisata dan fokus pemerintah dalam pengembangan

					n pariwisata.
9.	Millary Agung Widiawaty, Galuh Putri Pramulatsih, Vina Pebriani	Jaringan Transportasi dan Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kota Cirebon	Kedua penelitian membahas terkait pengembangan destiansi pariwisata	Penelitian ini memfokuskan pembahasan pada sistem jaringan transportasi dengan analisis special berbasis SIG dalam pengembangan n pariwisata.	Penelitian ini memfokuska n pembahasan kepada strategi pemerintah dalam pengembang n pariwisata sebagai upaya dalam meningkatkan n pengunjung pariwisata serta mencari tau fokus pemerintah dalam pengembang

					n sektor pariwisata.
10.	Stephanie Rosanto, Verryka Chainarta	Analisa Aspek Kebijakan Pemerintahan Terhadap Potensi Wisata Alam Danau Sarantangan, Singkawang, Kalimantan Barat	Kedua penelitian sama-sama membahas terkait strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan potensi wisata, faktor pendorong dan penghambat pelaksanaan strategi.	Pada penelitian ini peneliti masih membahas aspek kebijakan pemerintah secara general dan luas	Pada penelitian ini peneliti ingin memperdalam terkait bagaimana strategi pemerintah dalam meningkatkan potensi pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah wisatawan

					serta menggali lebih dalam tentang fokus pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata.
11.	Gili Argenti, Hanny Purnamasari	Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Karawang dalam Mengelola Pariwisata di Era New Normal	Penelitian ini membahas terkait manajemen pengelolaan pariwisata.	Penelitian ini memfokuskan bahasan terkait strategi pemerintah dalam pengelolaan pariwisata di era New Normal dan pembahasan secara general.	Peneliti membahas terkait strategi pemerintah dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung pariwisata serta mencari tau lebih jauh

					tentang fokus pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata.
12.	Bambang Hermanto	Optimalisasi Pendapatan Asli Daerah Sektor Pariwisata di Kota Semarang	Kedua penelitian membahas terkait optimalisasi pengembangan sektor pariwisata	Peneliti membahas terkait optimalisasi pendapatan daerah untuk peningkatan sektor pariwisata	Peneliti menggali lebih dalam terkait strategi peningkatan jumlah wisatawan dan upaya serta fokus pemerintah dalam pengembangan sektor

					pariwisata.
13.	Eka Gustiani Rokhayah, Ana Noor Andriana	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas, Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara	Kedua penelitian membahas terkait keputusan wisatawan berkunjung di suatu destinasi wisata.	Penelitian ini membahas secara spesifik terkait pengaruh daya Tarik wisata yang kemudian memunculkan minat berkunjung wisatawan ke suatu destinasi wisata.	Peneliti membahas seputar pengoptimala n potensi pariwisata dalam upaya meningkatkan ketertarikan pengunjung untuk berkunjung ke destinasi wisata yang ada serta menggali lebih jauh terkait fokus pengembang an pemerintah

					dalam sektor pariwisata.
14.	Yayuk Herdianawati	Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo	Kedua penelitian membahas terkait strategi pengembangan potensi pariwisata yang diproyeksikan pada meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di suatu	Penelitian ini membahas terkait pengembangan potensi pariwisata studi kasus destinasi wisata yang diteliti kekurangan minat pengunjung serta kurangnya promosi dari pemerintah juga kurangnya	Peneliti membahas terkait perwujudan strategi yang dicanangkan oleh pemerintah dalam upaya meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke objek pariwisata yang telah tersedia serta fokus pengembangan

			wilayah.	pemeliharaan dari stakeholder terkait seperti pemerintah dan masyarakat.	n sektor pariwisata.
--	--	--	----------	--	-------------------------

Dari 15 penelitian terdahulu yang telah dijabarkan diatas peneliti menyimpulkan bahwa terdapat gap yang jelas antara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Pada kondisi di lapangan, tepatnya pada lokasi penelitian terbaru peneliti mengamati ada banyak jenis pariwisata yang sedang coba dikembangkan oleh pemerintah setempat. jenis-jenis pariwisata yang dikembangkan ini antara lain yakni pariwisata ekonomi kreatif, pariwisata budaya, objek wisata alam, serta destinasi peninggalan sejarah yang menjadi cagar budaya di Kabupaten Kotawaringin Barat.

Dengan banyaknya jenis pariwisata yang coba dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat ini peneliti melihat gap antara penelitian terbaru dengan penelitian terdahulu yakni dalam aspek fokus pengembangan jenis pariwisata oleh pemerintah setempat. Bisa dilihat dari bagaimana hasil dari penelitian terdahulu lebih mengerucutkan pada satu jenis pariwisata di suatu daerah dan lebih banyak

membahas terkait pengembangan objek pariwisata sedangkan pada penelitian ini peneliti ingin menggali lebih dalam di sektor mana fokus strategi yang digunakan pemerintah dalam pengembangan berbagai jenis pariwisata ini dan jenis pariwisata apa yang menjadi prioritas utama.

a. Kerangka Teori

Dalam suatu penelitian tentu kerangka teori menjadi hal yang penting dalam mengkaji penelitian itu lebih dalam sehingga penelitian tersebut dapat berjalan pada koridor yang telah ditargetkan oleh peneliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori sebagai berikut:

a. Strategi Pemasaran

Strategi menurut Siagian (2004) dalam (Idris Taking et al., 2021), merupakan metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diharapkan. Strategi berasal dari Bahasa Yunani yang berarti seni atau ilmu perencanaan dan manfaat sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien dan efektif. Strategi juga diartikan oleh Rangkuti (2014) sebagai pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu sebagai tolak ukur dalam mencapai tujuan.

Strategi secara umum pula dapat diartikan sebagai proses penentuan rencana fokus pemimpin dalam jangka Panjang suatu organisasi yang disertai penyusunan cara atau upaya bagaimana agar suatu tujuan atau target bisa tercapai (Putra et al., 2021). Strategi menjadi faktor penentu dalam mencapai

keunggulan suatu rencana. Menurut David (2009:16), strategi terdiri atas 3 aliran yaitu:

1. **Aliran perspektif** yang terdiri atas desain, perencanaan dan *positioning*.
2. **Aliran deskriptif** yang terdiri atas kewirausahaan, kognitif, pembelajaran, kekuatan, budaya dan lingkungan.
3. **Aliran konfigurasi**, strategi berdasarkan waktu dan lingkungan.

Tujuan dari diadakannya strategi adalah mengoptimalkan kekuatan-kekuatan sumber daya, kapabilitas dan kompetensi inti internal untuk mencapai tujuan dalam lingkungan persaingan. Hal ini menjadi basis suatu instansi dalam menentukan Tindakan-tindakan strategisnya (Putra et al., 2021). Dalam suatu pembentukan strategi, ada yang dinamakan strategi induk di mana strategi induk ini berfungsi sebagai petunjuk teknis yang dapat digunakan dalam rangka mencapai sasaran-sasaran jangka panjang perusahaan atau organisasi. Strategi induk inilah yang menjadi arah gerak dari suatu instansi yang nantinya menjadi dasar dalam setiap pengambilan keputusan dalam rangka mencapai tujuan dari organisasi terkait.

Teori terkait strategi induk menekankan bahwa sedikitnya terdapat dua belas alternatif yang mendapatkan perhatian para pengambil keputusan, yaitu: konsentrasi, pengembangan pasar, pengembangan produk, inovasi, integrasi horizontal, integrasi vertical, usaha patungan, diverifikasi konsentrik, diverifikasi konglomerat, pengurangan kegiatan, pelepasan semua

kepentingan bisnis dan liquidasi perusahaan. Pada praktiknya, biasanya suatu instansi menggunakan beberapa alternatif sekaligus dalam upaya pencapaian jangka panjang.

Mengutip dari Rachmat (2014:2) dalam (Arifudin et al., 2020), dalam suatu strategi terdapat 5 unsur, antara lain;

1. Gelanggang aktivitas atau arena yang merupakan ranah organisasi tersebut beroperasi seperti produk, jasa, saluran distribusi, pasar geografis, dan lainnya. Lebih baik lagi, ketika unsur arena ini cakupannya menjadi lebih spesifik dan tidak bersifat general.
2. Sarana kendaraan atau *vehicles* yang digunakan dalam rangka mencapai arena sasaran. Dalam hal ini, yang perlu dipertimbangkan adalah besarnya risiko kegagalan dari penggunaan sarana. Risiko tersebut dapat berupa keterlambatan atau besarnya biaya produksi yang dibutuhkan, serta kemungkinan kegagalan total.
3. Pembeda yang dibuat atau *defferentiators*, adalah unsur yang spesifik dari strategi yang diterapkan. Seperti bagaimana sesuatu yang dijual dapat memenangkan pasarnya. Dalam hal persaingan, pembeda menjadi kunci dari kemenangan.
4. Tahapan rencana yang akan dilalui atau *staging*, merupakan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategik. Keputusan penetapan atau *staging* didorong oleh beberapa faktor, yaitu sumber

daya (*resource*), tingkat kepentingan atau urgensinya, kredibilitas pencapaian dan faktor mengejar kemenangan awal.

5. Pemikiran yang ekonomis atau *economic logic*, merupakan gagasan yang jelas terkait bagaimana manfaat atau keuntungan yang akan dihasilkan. Strategi berhasil, tentunya memiliki dasar pemikiran yang ekonomis sebagai landasan dalam menciptakan keuntungan yang akan dihasilkan.

Aturan dasar dalam perumusan strategi menurut Goldworthy dan Ashley (1996:98) adalah sebagai berikut:

1. Harus menjelaskan dan menginterpretasikan bukan hanya masa depan tapi juga masa sekarang
2. Arah strategi harus bisa menentukan rencana dan bukan sebaliknya
3. Strategi harus berfokus pada keunggulan kompetitif, dan bukan hanya semata-mata mempertimbangkan pada aspek keuangan
4. Harus diaplikasikan dari atas ke bawah, bukan dari bawah ke atas
5. Strategi harus memiliki orientasi eksternal
6. Penting untuk memiliki fleksibilitas
7. Strategi harus berorientasi pada jangka Panjang

Dalam penjelasannya, Arifudin dan kawan-kawan menyimpulkan bahwa manajemen strategik adalah suatu ilmu dalam pembuatan keputusan yang dibuat oleh manajemen puncak dan dilaksanakan oleh seluruh jajaran

yang tergabung dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya. Hal inilah yang kelak akan menentukan arah langkah selanjutnya yang akan digunakan demi kemajuan suatu instansi (Arifudin et al., 2020).

Dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung pariwisata, dirasa sangat diperlukan strategi pemasaran yang baik sebagai langkah promosi oleh *stakeholder* terkait. Supaya pemasaran bisa dilakukan dengan efisien dan memperoleh hasil capaian yang maksimal maka perlu upaya pemasaran dengan memperhatikan segmen pasar (*segmentation*). Segmentasi adalah suatu upaya untuk mengelompokkan pasar yang sangat beragam ke dalam pasar yang sangat beragam ke dalam pasar yang relatif sama (Rohman & Prananta, 2018).

Dalam hal ini potensi pariwisata dapat dikategorikan ke dalam kategori industri pariwisata. Potensi daerah dapat diibaratkan sebagai produk atau jasa yang dikemas dan diberi merek agar memiliki identitas yang dapat membedakan dengan potensi daerah lainnya. Bersamaan dengan hadirnya otonomi daerah, berbagai daerah berlomba-lomba dalam menonjolkan identitasnya, sehingga dapat merasa berbeda dari yang lain. Hal ini secara tidak langsung meningkatkan daya saing antar daerah, dan mengakibatkan wilayah yang tidak memiliki daya saing tinggi menjadi tertinggal dari wilayah lainnya. Dalam konteks pemasaran (*marketing*), wilayah yang ingin maju dan memenangi persaingan harus berhasil menerapkan standar global, dengan

memiliki perspektif regional dan menjadi juara di tingkat lokal, nasional, maupun internasional (Wahid, 2019).

Suradnya menjelaskan bahwa strategi pemasaran di tingkat destinasi seharusnya dimulai dengan penelitian untuk mengidentifikasi target-target pasar destinasi pariwisata yang bersangkutan serta strategi pemasaran dan *branding* yang tepat bagi target-target pasar yang dituju. Pemasaran produk pariwisata membutuhkan strategi yang tepat agar potensi yang dimiliki bisa dikembangkan secara optimal untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pemasaran produk pariwisata berperan penting dalam mengembangkan potensi pariwisata dari ketatnya persaingan yang terjadi dalam merebut pangsa pasar pariwisata dan menjadi destinasi yang populer. Dengan adanya strategi pemasaran maka akan membuat detail tujuan yang akan dicapai baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (dalam Khairo, 2019).

Maka dari itu dibutuhkan adanya analisis SWOT dalam pembuatan strategi pemasaran pariwisata. Metode analisis SWOT merupakan suatu metode Analisa dari lingkungan internal *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) serta lingkungan eksternal *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) yang dihadapi. Analisa didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan (kekuatan) *Strengths* namun secara bersamaan dapat meminimalkan (kelemahan) *Weaknesses* dan (ancaman) *Threats*. Kemudian dilakukan analisis melalui tahap reduksi data, model data, klarifikasi data

serta kesimpulan sehingga dapat diperoleh strategi pengembangan objek wisata (Rangkuti, 2008) dalam (Bahiyah & Hidayat, 2018).

Analisa SWOT digunakan untuk memperoleh strategi yang tepat agar suatu perusahaan dapat bertahan dan mampu bersaing dan dapat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar (Wicaksono, 2018). Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal *strengths* dan *weakness* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats*, sehingga kita akan mengetahui posisi perusahaan ada di mana untuk menentukan keputusan dengan lebih tepat (Marimin, 2004) dalam ((Masrin & Akmalia, 2019).

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. *Strategic planner* harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sesuai dengan kondisi yang ada (Pradikta 2013). Analisis SWOT ini dilakukan dengan:

1. Menganalisis faktor strategi internal dan eksternal
2. Membuat Analisa Faktor Strategi Internal (IFAS = *Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan Analisa Faktor Strategis Eksternal (EFAS = *External Strategic Factors Analysis Summary*).

b. Pariwisata

Pariwisata tidak dapat dipungkiri lagi menjadi sektor yang sangat berpengaruh dalam peningkatan sumber pendapatan suatu daerah. Secara sederhana, pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan dengan tujuan

bersenang-senang. Namun secara *etymologis* kata “pariwisata berasal dari Bahasa sansekerta yang terdiri dari tiga suku kata yakni:

- *Pari* : berarti banyak, berkali-kali, perputar-putar, lengkap
- *Wis (man)* : berarti rumah property, kampung, komunitas
- *Ata* : berarti pergi terus-menerus, mengembara (*roaming about*).

Berdasarkan penjabaran tersebut, “pariwisata” berarti bepergian sepenuhnya meninggalkan rumah, kampung halaman, maupun tempat tinggal untuk berkeliling. Istilah ini muncul di Indonesia pada awal 1960 yang merupakan usulan presiden Soekarno kepada Sultan Hamengku Buwono IX selaku Ketua Dewan Tourisme Indonesia (Wibowo, 2008).

Menurut Herman V. Schulard, seorang ahli ekonomi berkebangsaan Austria, pariwisata adalah sejumlah kegiatan, terutama yang berkaitan dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan datangnya, menetapnya, dan Bergeraknya wisatawan di dalam suatu kota, daerah atau negara.

Pariwisata merupakan suatu yang bersifat kompleks dan membentuk suatu sistem yang meliputi pergerakan manusia, barang, dan jasa yang berkaitan dengan organisasi, hubungan kelembagan dan individu, penyediaan kebutuhan layanan, dll (Ridwan, 2020).

Sektor pariwisata juga memperhitungkan faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti jumlah atraksi yang ditawarkan, jumlah wisatawan yang berkunjung baik domestik maupun internasional, tingkat hunian hotel, pendapatan per kapita, ukuran pajak hotel dan restoran, dan ukuran objek wisata (Hermanto, 2021). Pariwisata sendiri tumbuh dan berkembang dari empat unsur pokok yang saling terkait erat dalam sebuah sistem yakni permintaan/kebutuhan, penawaran atau pemenuhan kebutuhan, pariwisata, pasar dan kelembagaan yang berperan untuk memfasilitasi keduanya, serta pelaku atau aktor yang menggerakkan ketiga unsur tersebut (Kanom & Darmawan, 2020).

Menurut (Wirawan & Semara, 2021), terdapat tiga komponen penting yang membuat proses konsumsi terhadap suatu pengalaman berwisata itu terjadi, antara lain:

- a. Daya tarik wisata: segala hal yang menarik dan menghasilkan pengalaman kepada pelaku perjalanan wisata, baik secara pasif maupun aktif.
- b. Sarana penunjang wisata: segala sesuatu yang memfasilitasi kegiatan wisata baik yang dapat diindera (*tangible*) maupun yang tidak dapat diindera (*intangible*).
- c. Infrastruktur/prasarana: segala hal yang merupakan penunjang utama terselenggaranya proses kegiatan wisata dan non wisata.

Industri pariwisata juga dapat dikatakan sebagai salah satu industri yang memiliki keterkaitan dengan sektor lain, karena pariwisata dikatakan sebagai gabungan fenomena dan hubungan timbal balik yaitu adanya interaksi dengan wisatawan, *supplier* bisnis, pemerintah dan tujuan wisata serta masyarakat daerah wisata. Sinergi ekonomi kreatif dan pariwisata akan menghasilkan pemulihan ekonomi dan berkembangnya pariwisata yang positif, yang diharapkan terjadi pengembangan pemberdayaan masyarakat setempat melalui ekonomi kreatif sangat membawa hal positif, inilah merupakan salah satu model pembangunan pariwisata ke depan (Anggarini, 2021).

Melalui devisa yang dihasilkan menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan yang sudah semestinya diperhatikan dan terus dikembangkan oleh segala *stakeholder* yang terkait. Peranan pariwisata dalam pembangunan secara garis besar berintikan tiga segi yakni segi ekonomi dalam hal devisa dan pajak-pajak, segi kerjasama antar negara dan bangsa, dan juga segi kebudayaan yang dalam hal ini memperkenalkan kebudayaan kita kepada wisatawan mancanegra (Herdianawati, 2020).

Pendit (1994) dalam (Wirawan & Semara, 2021), membagi jenis pariwisata yang telah dikembangkan di dunia dan Indonesia ke dalam 7 bagian yakni:

1. Wisata Budaya

Wisata budaya merupakan wisata yang dilakukan atas dasar keinginan untuk mengadakan kunjungan kesuatu tempat untuk mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat, cara hidup, budaya dan kesenian masyarakat setempat.

2. Wisata Maritim atau Bahari

Wisata maritim atau bahari lebih banyak dikaitkkan dengan kegiatan olahraga air, yang dilakukan di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, dan menyelam. Pada wisata ini juga wisatawan biasanya melakukan pemotretan, berselancar, mendayunf, melihat-lihat tamanlaut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air. Wisata ini biasanya juga berupa rekreasi perairan yang banyak dilakkukan di daerah atau negara-negara maritim.

3. Wisata Cagar Alam

Wisata ini mengkhususkan pada kunjungan wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang. Wisata ini banyak dilakuakn oleh penggemar dan pecinta alam dalam kaitannya dengan kegemaran memotret binatang atau marga satwa serta pepohonan atau bunga beraneka warna yang mendapat perlindungan dari pemerintah dan masyarakat.

4. Wisata Pertanian

Wisata pertanian adalah bentuk pengorganisasian perjalanan yang dilakuakn ke proyek-proyek pertanian, per kebun, ladang pembibitan dan sebagainya. Wisatawan biasanya dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk dilakukan studi maupun hanya melihat-lihat sambil menikmati segarnya tanaman yang beraneka warna dan suburnya pembibitan sayur-sayuran dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

5. Wisata Konvensi

Saat ini berbagai negara di dunia membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Jerman Barat misalnya yang memiliki Pusat Kongres Internasional (*International Convention Center*) di Berlin, Philipina yang memiliki PICC (*Philippine International Convention Center*) di Manila dan Indonesia yang memiliki Balai Sidang Senayan di Jakarta untuk Tempat penyelenggaraan siding-sidang pertemuan besar dengan perlengkapan modern.

6. Wisata Buru

Wisata ini banyak dilakukan di negara-negara yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

Wisata jenis ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah yang bersangkutan, seperti berbagai negeri di Afrika untuk berburu gajah, singa, jerapah dan sebagainya.

7. Wisata Ziarah

Wisata ini biasanya sangat berkaitan dengan kegiatan keagamaan, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Kegiatan ini banyak dilakukan perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, makam seorang tokoh besar atau yang diagungkan, tempat-tempat yang dianggap keramat, dan makam tokoh yang melegenda.

F. Definisi Konseptual

Setelah penjabaran mendalam pada bagian sebelumnya, maka ditemukan lah beberapa teori yang hasilnya dapat dikaji sebagai referensi dalam pelaksanaan penelitian ini dan didefinisikan secara konseptual sebagai berikut:

- a. Strategi pengelolaan: strategi pengelolaan dapat diartikan sebagai suatu rangkaian kebijakan yang dilakukan secara terus menerus, dengan memanfaatkan peluang, ancaman dan sumber daya serta kemampuan yang dimiliki, pada setiap tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya secara berkelanjutan (Paturusi, 2006).

- b. Pariwisata adalah industri pariwisata merupakan kumpulan usaha saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata, dan usaha pariwisata adalah usaha dalam menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan serta penyelenggara pariwisata.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional berperan penting dalam menentukan batasan arah penelitian agar penelitian berjalan sesuai dengan fokus tujuan utama penelitian.

Adapun pada penelitian ini peneliti memiliki definisi operasional sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Definisi Operasional

No.	Variabel	Indikator	Parameter
1.	Strategi peningkatan pengunjung pariwisata	- Permintaan/kebutuhan	Kebutuhan masyarakat dalam sektor pariwisata berkaitan dengan infrastruktur, aksesibilitas, fasilitas, dan daya tarik.
		- Penawaran atau pemenuhan kebutuhan pariwisata	Regulasi dan kebijakan yang diterapkan pemerintah dalam pemenuhan kebutuhan pariwisata

		<p>- Kelembagaan yang Menjadi Penggerak dan Fasilitator Berjalannya Sektor Pariwisata</p>	<p>Lembaga-lembaga terkait baik pemerintah daerah maupun <i>stake holder</i> dari pihak swasta dan komunitas yang berperan dalam memenuhi fasilitas dan kebutuhan penunjang pariwisata.</p>
--	--	---	---

Sumber: Demanik & Helmut dalam (Chandra et al., 2016)

H. Kerangka Berfikir

Gambar 1. 2 Alur Kerangka Berpikir Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti, 2022.

Melalui gambar alur kerangka penelitian di atas, peneliti memberikan gambaran arah penelitian untuk mendapatkan hasil penelitian yakni mengetahui bagaimana strategi pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat dalam peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung Kabupaten Kotawaringin Barat.

I. Metode Penelitian

Dalam pelaksanaan suatu penelitian tidak dipungkiri lagi bahwasanya penggunaan metode penelitian menjadi hal yang tidak boleh dilewatkan oleh peneliti mengingat melalui penjabaran metode penelitian inilah peneliti dapat menjawab persoalan yang diteliti. Pada penelitian ini sendiri, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif melihat kebutuhan dari peneliti yang membutuhkan perolehan data melalui wawancara secara langsung dengan *stake holder* terkait serta pengumpulan dokumen dan literatur yang dijadikan sebagai sumber data tambahan dalam menggali lebih jauh terkait strategi peningkatan jumlah pengunjung pariwisata yang selanjutnya akan dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut:

a. Jenis Penelitian

Pemikiran Max Weber menjadi landasan berpikir dari penelitian kualitatif. Menurutnya, pokok penelitian sosiologi bukan merupakan gejala sosial melainkan tetapi pada makna-makna yang terdapat di balik tindakan perorangan yang mendorong terwujudnya gejala sosial. Suparlan (1994:6-7) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memusatkan

perhatiannya pada prinsip umum yang mendasari perwujudan suatu gejala-gejala sosial atau pola yang terjadi di kehidupan. Gejala sosial yang terjadi dianalisis untuk mendapatkan gambaran mengenai pola-pola yang berlaku kemudian pola-pola tersebut dianalisis lagi dengan teori yang objektif (Gunawan, 2013).

Berdasarkan penjabaran teori tersebut dan analisis kebutuhan penelitian, maka pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melalui tinjauan literatur, melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait yakni dengan pihak dari Dinas Pariwisata dan juga observasi lapangan.

b. Lokasi Penelitian

Seperti yang telah dijelaskan oleh peneliti di bagian latar belakang, bahwasanya kondisi di Kabupaten Kotawaringin Barat sendiri terdapat banyak jenis pariwisata yang sedang dikembangkan oleh pemerintah. Selain itu pula, tidak dapat dipungkiri bahwasanya pemerintah menjadikan sektor pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat sebagai salah satu sumber pendapatan daerah terbesar. Hal ini dapat dibuktikan melalui data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 4 Data Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat
2019

No.	Jenis Penerimaan	Jumlah Penerimaan (000 Rp)
1.	Pajak Daerah	18.087.043,46
2.	Retribusi Daerah	15.252.299,93
3.	Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	4.352.739,27
4.	Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah	46.908.157,40
JUMLAH		85.600.240,06

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kotawaringin Barat 2019.

Berdasarkan hasil kumulatif dari data yang diperoleh dari Badan Statistik Nasional Kabupaten Kotawaringin barat, apabila dihitung dari angka presentase maka sektor pariwisata menyumbang sebesar 30% bagi PAD Kabupaten Kotawaringin Barat yang mana hal ini memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan pariwisata di Kabupaten Kotawaringin Barat.

Melihat hal tersebut, maka dari itu peneliti memutuskan untuk mengambil studi kasus kepariwisataan di Kabupaten Kotawaringin Barat, Provinsi Kalimantan Tengah sehingga peneliti dapat menggali lebih jauh

terkait rumusan masalah yang menjadi fokus utama penelitian melalui pihak-pihak yang bersinggungan langsung dengan pembuatan kebijakan.

c. Jenis data penelitian

a) Data Primer

Data primer dari penelitian ini merupakan sumber data yang didapatkan peneliti dari hasil penerjunan secara langsung ke lapangan yakni melalui wawancara dan pengumpulan dokumentasi dari pihak-pihak terkait seperti pihak dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kotawaringin Barat. Selain itu pula peneliti akan memperoleh data primer penelitian ini melalui observasi langsung di lapangan.

Tabel 1. 5 Daftar Narasumber

Narasumber	Keterangan
Drs. Wahyudi M.Si.	Dinas Pariwisata Kabupaten Kotawaringin Barat
4 orang wisatawan	Wisatawan yang berkunjung ke objek pariwisata yang ada di Kabupaten Kotawaringin Barat
Masyarakat domestik pelaku pariwisata	Masyarakat setempat yang menjadi pelaku usaha pariwisata

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

b) Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada data-data yang digunakan sebagai data pendukung dari data primer yang didapatkan melalui pengumpulan dokumen dari berbagai sumber seperti misalnya data jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Kotawaringin Barat yang diperoleh dari arsip data laporan yang dimiliki Dinas Pariwisata Kotawaringin Barat, dokumen Statistik Kepariwisata Dinas Pariwisata Kotawaringin Barat 2021, regulasi kebijakan terkait kepariwisataan di Kabupaten Kotawaringin Barat seperti Peraturan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat Nomor 9 tahun 2019 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Kotawaringin Barat tahun 2019-2025, serta Undang-undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, informasi dari situs web Visitkotawaringinbarat.id, dan juga publikasi dan dokumentasi dari media sosial Prokom Kobar dan instansi terkait.

c) Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan suatu penelitian, teknik pengumpulan data menjadi hal yang perlu dipersiapkan secara matang. Pengumpulan data di lapangan tentu saja berkaitan dengan teknik penggalian data, dan ia berkaitan pula dengan sumber dan jenis data yang setidaknya pada penelitian kualitatif, sumber datanya berupa kata-kata,

Tindakan, serta data tambahan seperti dokumen atau sumber data tertulis, foto, dan statistik (Rijali, 2019).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara dan observasi lapangan untuk pengumpulan data primer, serta pengumpulan dokumen pendukung seperti regulasi yang berkaitan dengan topik penelitian, data yang diperoleh dari website visitkotawaringinbarat.id sebagai website resmi Dinas Pariwisata Kotawaringin Barat serta sosial media Dinas Pariwisata Kabupaten Kotawaringin Barat Kabupaten Kotawaringin Barat, dan juga kajian literatur untuk pengumpulan data sekunder.

J. Teknik Analisis Data

Noeng Muhadjir dalam (Rijali, 2019), mengutarakan pengertian analisis data adalah sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut, analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.” Analisis data kualitatif dapat berupa pemeriksaan keabsahan data berdasar kriteria tertentu yaitu dasar keterpercayaan (kredibilitas), keteralihan, kebergantungan, dan kepastian. Pada analisis data penelitian kualitatif, penelitian perlu mengkaji dan memahami hubungan-hubungan dan konsep untuk dikembangkan dan dievaluasi. Analisis dalam penelitian jenis apapun merupakan cara berpikir. Hal ini berkaitan dengan

pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antarbagian, dan hubungannya dengan keseluruhan.

Analisis data dilakukan selama dan setelah pengumpulan data dilakukan. Adapun alur analisis data berdasarkan model analisis interaktif yang diungkapkan oleh Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan teknik yang telah dijelaskan oleh peneliti sebelumnya yakni pengumpulan data primer melalui wawancara dengan pihak terkait seperti pihak dari Dinas Pariwisata dan juga melakukan observasi lapangan secara langsung.

Kemudian untuk pengumpulan data sekunder sebagai data pendukung diperoleh melalui dokumen pendukung seperti regulasi yang berkaitan dengan topik penelitian, data-data terkait kepariwisataan yang diperoleh dari website resmi Dinas Pariwisata yakni visitkotawaringinbarat.id serta sosial media dari Dinas Pariwisata Kotawaringin Barat dan juga kajian literatur yang diperoleh dari berbagai sumber.

b. Reduksi Data

Setelah data penelitian terkumpul, selanjutnya perlu dilakukan reduksi data guna memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sirajuddin, 2016). Reduksi data digunakan untuk analisis yang menajamkan, menggolongkan,

mengarahkan, dan membuang yang tidak penting, serta mengorganisasikan data, sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan sesuai dengan arah penelitian. Maka dari itu diperlukannya kecermatan dan ketelitian dalam proses reduksi data ini mengingat proses reduksi data juga merupakan bagian paling sensitif dalam proses analisis data penelitian. Peneliti harus sangat berhati-hati dalam menginterpretasikan hasil penelitian sesuai dengan hasil temuan data di lapangan.

c. Penyajian Data

Penyajian data sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian. Tujuan adanya sajian data adalah untuk menggabungkan informasi sehingga dapat memberikan gambaran keadaan yang terjadi (Sirajuddin, 2016). Data yang disajikan dapat berupa bentuk tulisan, gambar, grafik, dan tabel. Melalui penyajian data ini peneliti harus mampu merepresentasikan data yang dimilikinya secara visual maupun deskriptif hasil penelitian yang didapatkan dari data tersebut.

d. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir yang perlu dilakukan dalam melakukan penelitian adalah memberikan penarikan kesimpulan. Setelah data yang diperlukan untuk penelitian terkumpul, selanjutnya peneliti perlu mengambil kesimpulan. Kesimpulan dapat dilakukan sejak awal ketika dirasa data yang diperoleh sudah cukup memadai dan dapat ditarik sebagai

kesimpulan sementara. Setelahnya ketika seluruh data sudah terkumpul dan disatukan menjadi unit-unit informasi, peneliti dapat mengambil kesimpulan akhir dari hasil penelitian.