

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia merupakan negara berkembang yang melakukan pembangunan di segala sektor. Tujuan pembangunan nasional itu sendiri adalah mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dengan berpedoman pada GBHN yang selalu memuat pola-pola dasar pembangunan nasional yang secara jelas. Di rumuskan pada ketetapan MPR No II/MPR/1998¹ yaitu:

“ Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur yang merata materiil dan spritual yang berdasarkan pada pancasila dan UUD 1945, di dalam wadah kesatuan republik Indonesia yang berdaulat, merdeka, bersatu dan berkedaulatan rakyat dalam suasana perikehidupan bangsa yang aman, tertib, dan damai”.

Di samping itu Indonesia harus dapat mengikuti perubahan dalam segala aspek kehidupan dan dapat berupaya melakukan penyesuaian terhadap kemajuan dan perkembangan dunia yang mengarah kepada arus globalisasi yang semakin canggih, sebagai pemerintah terutama mempunyai peranan penting dalam mensukseskan pembangunan baik itu aparatnya sendiri dari tingkat atas sampai dengan tingkatan bawah yang semua jajaran organisasi pemerintah di tuntut

¹ *Garis-garis Besar Haluan Negara*, (BP-7 Pusat 1994, hal 135)

dengan kualitas dan kuantitas kerja-kerja yang hal ini merupakan suatu konsekuensi yang logis terhadap peran dan kedudukan aparatur pemerintah dalam melakukan pelayanan-pelayanan kepada masyarakat. Wilayah negara kesatuan republik Indonesia yang begitu luas, dengan beribu-ribu pulau besar dan kecil yang tersebar terpisahkan oleh lautan, begitu pula dengan keanekaragaman budaya penduduknya serta keindahan alamnya merupakan potensi yang sangat besar untuk pengembangan pariwisata, yang semua itu sangat tidak mungkin untuk mengatur seluruh pembangunannya oleh pemerintah pusat, ini dapat dilimpahkan kepada wewenang pemerintah daerah sebagai salah satu yang mempunyai hak dan kewajiban untuk mengatur dan mengelola semua kekayaan yang dimiliki sebagaimana yang diatur oleh Undang-Undang No 23 tahun 1999 tentang pemerintah daerah yang mengacu pada asas desentralisasi². Pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pemerintah yang dianggap penting sebagai pendobrak pertumbuhan ekonomi yang cepat, terutama bagi perekonomian dan taraf hidup bangsa seperti yang diketahui bersama bahwa pendapatan yang terbesar anggaran negara ini berasal dari dua sektor yakni sektor migas yang tidak mungkin semuanya itu untuk diandalkan dari satu sektor saja, apa lagi lama kelamaan migas ini akan habis akibat pemakaian yang terus menerus, tetapi dari sektor non migas ini seperti pariwisata ini dapat juga membantunya terutama sekarang ini masyarakat sangatlah berat dengan beban hidup yang sangat memberatkan beban pundak yang di tanggung seperti dengan kebijakan pemerintah dengan danya kenaikan BBM, pengurangan, dan masih

² Rozali Abdullah SH, *Pealaksanaan Otda dan Isu Federalisme Sebagai Suatu Alternatif*, PT Grafindo Jakarta, 2000, hal 13-14

banyak lagi fenomena-fenomena sosial yang lainnya. Pada sektor pariwisata ini dapat menjadi sebuah tumpuan harapan masyarakat dan pemerintah untuk mencapai keuntungan, seperti mendapatkan devisa sebesar-besarnya dalam rangka memperkuat dan meningkatkan keuangan negara.

Pemerintah daerah dalam pengembangan kepariwisataan haruslah mampu untuk mempertimbangkan semua resiko yang ada baik itu dampak positif maupun dampak 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 memecahkan masalah pengangguran, selain itu juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, mendorong pembangunan sarana dan prasarana di kawasan tersebut. Sedangkan dari dampak negatifnya antara lain pengembangan pariwisata dapat membawa dan menimbulkan arus perubahan sosial di kalangan masyarakat setempat yang kebanyakan tidak sesuai dengan kondisi sosial kultur budaya dan agama dari bangsa kita yang semua mengarah pada ketimuran³. Oleh sebab itu untuk meminimalisasi dampak negatif yang terjadi pada pengembangan pariwisata ini harus 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 di peroleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, dalam hal kesejahteraan sosial,

³ Direktorat Jendral Pariwisata, *Pengantar Pariwisata Indonesia*, Jakarta, hal 29

pengguna tanah, perlindungan terhadap sosial, pelestarian alam dan tradisi kebudayaan daerah-daerah lokasi pariwisata di Indonesia.

Pengembangan pariwisata di negeri ini diharapkan adanya suatu perkembangan baru yang terarah untuk memupuk rasa nasionalisme yang menanamkan jiwa semangat persatuan dan kesatuan nasional yang sesuai dengan nilai-nilai luhur bangsa sebagaimana yang tertuang dalam UUD 1945. Usaha-usaha yang lain juga harus dilakukan adalah dengan pengembangan pariwisata ini seperti meningkatkan kualitas kebudayaan bangsa, dengan memperkenalkannya, peninggalan sejarah dan wisata bahari yang mempunyai keindahan alam yang sangat indah merupakan daya tarik tersendiri yang sangat memukau. Mengingat hal itu pemerintah mengambil langkah-langkah terpadu dalam pengembangan objek-objek wisata dengan melakukan penambahan dan peningkatan tujuan wisata, produk wisata, serta promosi wisata tetapi untuk mewujudkannya kemandirian dan pelayanan terhadap masyarakat, memerlukan wewenang yang penuh terutama untuk pengelolaan sumber daya yang di miliki untuk menentukan kebijakan sendiri sebagai tuntutan daerah terhadap otonomi luas sudah sepatutnya untuk diberikan kewenangan dalam mengurus sektor pariwisata ini.

Dengan fenomena yang terjadi ini diatas, Pemerintah daerah kabupaten Pandeglang berusaha keras untuk menata dan mengelola aspek-aspek yang berhubungan dengan sumber daya yang dimiliki pada sebuah kabupaten Pandeglang yang mempunyai potensi yang sangat besar pada sektor pariwisata ini merupakan yang sangat logis untuk diandalkan dan dikembangkan di wilayah propinsi Banten pada khususnya dan pada umumnya Indonesia, hal ini nampak

pada banyaknya objek wisata yang terdapat di sana beberapa diantaranya pantai Carita, Tanjung Lesung, Taman suaka marga Satwa Ujung Kulon, dll.

Di sini pemerintah daerah kabupaten Pandeglang mempunyai peran penting, mengingat pariwisata dalam pembangunan daerah haruslah menitik beratkan pada aspek sosial seperti penciptaan lapangan kerja, aspek kultur budaya seperti mengangkat nilai-nilai yang sesuai agama dan adat istiadat setempat, dan aspek ekonomi dapat menguntungkan devisa, pajak bagi pemerintah. Ini tidak dapat di pungkiri bahwa pada pengembangan pariwisata merupakan bagian dari pada ekonomi bisnis yang memerlukan sebuah rencana yang sangat baik, secara empiris dapat ditunjukkan bahwa dalam pengembangan pariwisata ini harus dapat dihilangkan rencana yang terdahulu (kuno) yang banyak kerugian, rencana pengembangan seharusnya adalah dapat merubah suatu objek lingkungan menjadi objek yang lebih dapat menarik para wisatawan asing maupun domestik untuk mewujudkan dan memperlancar hasil tersebut maka dinas pariwisata kabupaten Pandeglang selaku penggerak aktor yang berperan utama dalam pengembangan pariwisata dan kemajuannya perlu melakukan strategi yang jitu dan terarah mengingat hal itu persaingan dunia pariwisata semakin cukup kompetitif untuk di perhitungkan. untuk melaksanakan rencana tersebut dinas pariwisata kabupaten Pandeglang haruslah melakukan pemenejemenan atau mengatur yang mendorong pada divisi-divisi atau seksi-seksi yang ada untuk melakukan kerja-kerja dalam pengembangan pariwisata daerah, untuk itu pemerintah kabupaten Pandeglang mengupayakan dan menyiapkan sumber daya manusia yang handal dan produktif untuk tujuan hasil yang sangat maksimal perlu adanya dukungan dan kerja sama

dari semua pihak yang terkait. Untuk itu dalam penelitian kali ini, peneliti menginginkan dan mengetahui strategi pemenejemenan dan upaya pengembangan pariwisata yang dilakukan dinas pariwisata kabupaten Pandeglang ini dalam memasuki persaingan dunia wisata yang global dan canggih sekarang sebagaimana ini memerlukan penanganan yang ekstra dalam meningkatkan sektor pariwisata yang terus naik turun (labil) di kabupaten Pandeglang tersebut⁴

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan

No	Tahun	Wisman	Wisnu	Pendapatan
1	2003	56.291	1.655.955	194.655.000
2	2004	13.336	379.782	322.414.000
3	2005	26.670	546.862	356.557.500
	jumlah	96.297	2.582.599	873.557.500

Sumber : Dinas pariwisata Kabupaten Pandeglang

B. PERUMUSAN MASALAH

Sebelum penyusun merumuskan masalah terlebih dahulu penyusun akan mengemukakan definisi mengenai masalah itu sendiri. masalah adalah setiap kesulitan yang menggerakkan manusia untuk memecahkannya, masalah harus di rasakan sebagai suatu rintangan dan hambatan yang mesti untuk dilalui (dengan

⁴ Fajar Banten, *Perkembangan Pariwisata*, Edisi Kamis, tanggal 25 Agustus 2005.

jalan mengatasi). Dapat dikatakan pula bahwa masalah-masalah yang benar-benar dapat dimasukkan dalam penyelidikan perlu memiliki unsur-unsur yang menggerakkan kita untuk membahasnya Winarno Surakhmad⁵. Berdasarkan latar belakang masalah yang empiris diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yang dalam penelitian ini sebagai berikut :

“ Bagaimana strategi pemerintah kabupaten Pandeglang dalam pengembangan sektor kepariwisataan daerah pada tahun 2004-2005? ”

C. KERANGKA DASAR TEORI

Di dalam membahas lebih lanjut mengenai rumusan masalah tentunya akan berpijak pada suatu teori, untuk menunjang dalam pemecahan masalah penelitian maka di perlukan teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli yang telah meneliti masalah-masalah yang hampir sama atau bahkan serupa agar penelitian tidak menyimpang dari sisi ilmiah dan kaidah-kaidah yang berlaku, teori juga dalam suatu penelitian merupakan hal yang sangat penting sehingga permasalahan yang ingin diteliti tidak menyimpang dari tujuan yang telah di tentukan teori adalah yang saling berhubungan menurut aturan logis menjadi bentuk pernyataan sehingga dapat menjelaskan fenomena tersebut secara ilmiah, yang mana pengertian teori tersebut menurut *Koentjaraningrat*⁶ ialah :

“Teori merupakan pernyataan mengenai sebab akibat atau mengenai suatu hubungan positif antara gejala yang di teliti dengan satu atau beberapa faktor tertentu dalam masyarakat”

⁵ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Tarsito Bandung, 1985, hal 34.

⁶ Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, PT Gramedia, Jakarta 1991, hal 11

sedangkan menurut pendapat *Masri Singarimbundan Sofyan Efendi*⁷ teori ialah :
“*serangkaian asumsi, konsep, definisi dan proporsi untuk menerangkan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antar konsep*”

Sehingga menurut definisi tersebut di dalam suatu penelitian harus mencakup beberapa hal yaitu :

1. Serangkaian proporsi antar konsep-konsep yang saling berhubungan.
2. Menerangkan sistematis suatu fenomena sosial dengan cara menentukan mana yang berhubungan dengan konsep lainya dan bagaimana caranya.

Melihat pengertian yang ada, maka dapat di katakan bahwa teori adalah suatu kemungkinan detail sebagai permulaan atau pernyataan sebab akibat dari gejala yang diteliti, oleh karena itu dalam penelitian ini dasar-dasar teori yang digunakan meliputi:

1.Manajemen strategi

a. Pengertian Strategi

Dalam melakukan segala sesuatu untuk mencapai hal yang di inginkan dan mendapatkan (kemenangan) di perlukan suatu strategi yang baik oleh setiap pelaksana (manusia), seperti dalam kamus bahasa Indonesia pengertian strategi mengandung arti adalah:

a.siasat

b.ilmu siasat

c. rencana

⁷ Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta, 1989 hal 4

ini semua dilakukan dengan cermat mengenai pada kegiatan untuk mencapai sasaran khusus⁸. Sama seperti langkah manajemen yang secara sistematis dan komprehensif, selanjutnya strategi adalah suatu rencana untuk mencapai tujuan tertentu yang disusun sedemikian rupa oleh suatu organisasi yang sesuai pada misi dan visi yang nantinya hendak di raih yang sekaligus untuk melakukan mandat atau tugas-tugas yang di emban dengan pertimbangan dan pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal maupun internal.

Kelangsungan suatu organisasi pariwisata tidak terlepas pada ketergantungan pada pemerintah kabupaten Pandeglang untuk turut menciptakan perubahan dan usaha untuk mengarahkan pada situasi yang dapat menguntungkan, di dalam akuntabilitas kinerja instansi pemerintah rencana strategis merupakan langkah awal dalam menjawab tuntutan lingkungan strategi lokal, nasional, maupun global yang semuanya berada dalam sebuah aturan atau sistem administrasi negara Indonesia.

Sebuah organisasi tentunya memiliki strategi di mana agar mewujudkan tujuan-tujuan organisasi yang ingin dicapainya dalam bentuk nantinya pada rencana kegiatan. Strategi organisasi tampak pada pola-pola tujuan, kebijakan, program-program, kegiatan, pengalokasian, keputusan, dan sumber daya. Suatu strategi yang efektif harus memenuhi beberapa kriteria seperti yang dinyatakan Bryson yang secara teknis harus dapat dijalankan:

- a) Strategi secara teknis harus dapat dijalankan
- b) Strategi secara politis dapat di terima oleh para key stakeholders

⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, hal 859-860.

- c) Strategi harus sesuai dengan filosofi dan nilai-nilai organisasi
- d) Strategi harus dengan isu strategis yang hendak dipecahkan
- e) Strategi harus bersifat etis, moral, legal, dan keinginan organisasi

Dalam strategi organisasi strategi merupakan sebuah alat untuk meraih tujuan, dimana dalam konsep sistem organisasi terdiri dari sub-sub sistem yang lebih kecil yang masing-masing mempunyai tujuan khusus, sehingga terdapat tingkatan-tingkatan tujuan tertentu yaitu tujuan menyeluruh organisasi dan tujuan sub-sub sistem, yang tentunya memerlukan sebuah strategi pencapaiannya.

menurut *Siagan* dan *Rangkuti* pengkategorian di bagi kedalam tiga level yaitu :

1. Strategi tingkat korporasi adalah strategi yang mencakup semua kegiatan organisasi termasuk beraneka bidang yang bersifat bisnis yang di tangani maupun yang bersifat fungsional.
2. Strategi tingkat bidang satuan bisnis, strategi yang di susun berdasarkan strategi korporasi yang cangkupannya terbatas pada bidang bisnis yang di tangani namun lebih terperinci.
3. Strategi tingkat fungsional, strategi yang merupakan penjabaran lebih lanjut asas strategi bidang bisnis.

b. Konsep Perumusan Strategi Dalam Manajemen Strategis.

Strategi adalah merupakan produk dari pengambilan keputusan yang di lakukan oleh manajer terlepas apa yang dilakukan sendiri atau orang lain. Proses perumusan strategi korporasi adalah merupakan tanggung jawab manajer puncak, strategi tingkat satuan bisnis di lakukan oleh manajer tingkat bisnis,

strategi fungsional dilakukan oleh manajer fungsional. Dengan demikian merupakan bagian dari kegiatan-kegiatan manajemen dalam hal ini adalah manajemen strategis.

c. Ciri-ciri strategi⁹

1. Ufuk waktu (*time horizon*)

Istilah strategi ini digunakan untuk menerangkan aktifitas-aktifitas yang mencangkup sebuah ufuk waktu yang di perluas dengan memperhatikan waktu yang akan diperlukan dalam melaksanakan aktifitas dan waktu yang diperlukan guna dalam observasi dampaknya.

2. Dampak (*impact*)

Sekalipun konsekuensi-konsekuensi mengikuti strategi tertentu akan menjadi jelas untuk jangka waktu lama, dampaknya penting.

3. Pemusatan upaya (*concentration to effort*)

Sebuah strategi yang efektif biasanya memerlukan pemusatan aktifitas, upaya atau perhatian terhadap sejumlah tujuan yang relatif sempit. upaya memuaskan perhatian atas aktifitas-aktifitas terpilih tersebut secara implisit mengurangi daya yang tersedia untuk aktifitas-aktifitas lain.

4. pola-pola keputusan (*the pattern of decision*)

Walau walaupun perusahaan tertentu hanya mengambil beberapa keputusan dalam rangka upaya mengimplementasikan strategi yang dipilih mereka kebanyakan strategi mengharuskan diambilnya suatu jenis-jenis kepentingan tertentu dengan berlangsungnya waktu.

⁹ Robert H Mays dan Steven C.W, dan Prof. Dr. Winardi. SE., *Strategi Pemasaran Monjur Madu*, Bandung, 1986 hal 12.

5. Daya tembus (*pervasiveness*)

Sebuah strategi mencangkup spektrum luas aktifitas-aktifitas yang berkisar sekitar proses-proses pengalokasian sumber daya. Dari beberapa keterangan di atas suatu kesimpulan bahwa strategi pengembangan objek wisata adalah kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu untuk menjadikan atau membuat objek yang telah ada menjadi lebih baik, lebih nyaman, lebih lengkap dan teratur.

d. Manfaat Manajemen Strategis

Dengan adanya manajemen strategis diharapkan dapat membantu dinas pariwisata kabupaten Pandeglang dapat menjalankan program-program yang telah ditentukan khususnya dalam bidang kepariwisataan sehingga dapat memberikan hasil sesuai dengan apa yang telah ditargetkan oleh dinas pariwisata tersebut. Manajemen strategis juga berfungsi sebagai sarana untuk mengkomunikasikan tujuan dinas pariwisata kabupaten Pandeglang yang hendak di tempuh kepada pemilik, karyawan, masyarakat, eksekutif, dan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan. Dengan demikian mereka diharapkan proaktif dan memiliki kesiapan yang lebih cukup untuk mengantisipasi dan mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul. Manajemen strategis haruslah melihat sebagai usaha untuk mengetahui sedini mungkin apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan sehingga mampu bertahan (*survie*) dalam menghadapi lingkungan yang terus menerus.

Adapun manfaat manajemen strategis yaitu:

1. Manfaat finansial

Manfaat paling utama adalah tendensi untuk menaikkan tingkat keuntungan tidak secara optimal dengan menerapkan manajemen strategis.

2. Manfaat non finansial

- a) Dapat membantu memperkecil pengaruh perubahan dan menyiapkan pandangan terhadap manajemen problem.
- b) Dapat membantu mengidentifikasi, memprioritaskan dan mengeksploitasi peluang.
- c) Dapat memecahkan masalah utama organisasi dan memperbaiki kinerja organisasi.
- d) Dapat memungkinkan putusan utama untuk mendukung tujuan yang ditetapkan.
- e) Dapat memungkinkan alokasi waktu dan sumber daya yang lebih efektif untuk mengidentifikasi peluang.
- f) Dapat memungkinkan pengguna peluang sumber daya dan waktu yang singkat.
- g) Dapat memperjelas arah masa depan dan menciptakan prioritas.
- h) Dapat membuat keputusan sekarang dengan mengingat konsekuensi di masa depan.
- i) Dapat membantu perilaku yang lebih berintegrasi dan individu untuk mencapai lokal effort.

e. Tahap-tahap Manajemen Strategi.

Dalam melangkah pengaturan selanjutnya strategi penelitian ini harus menggunakan manajemen strategis dimana untuk menganalisa lebih lanjut data yang digunakan pada proses analisis selanjutnya, adapun tahapan proses tersebut adalah:

1. Analisis Lingkungan Strategis

Bryson menyatakan bahwa untuk merespon secara efektif terhadap perubahan lingkungannya, organisasi publik haruslah memahami lingkungan eksternal dan lingkungan internal sehingga mereka dapat menggunakan dan mengembangkan strategi yang efektif yang mengaitkan kedua lingkungan tersebut.

Pemahaman atas lingkungan internal berguna untuk mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), sedangkan lingkungan eksternal untuk mengetahui peluang (*opportunitiess*), dan ancaman (*threats*). Pemahaman atas kondisi keduanya tersebut di gunakan sebagai pijakan dalam analisa SWOT (*strength, weakness, opportunity, treats*).

Analisa lingkungan internal dilakukan terhadap:

1. sumber daya yang dimiliki (*input*) meliputi: sumber daya manusia (SDM), sumber daya alam (SDA), dana, sarana/fasilitas struktural dan organisasi.
2. Strategi yang sedang digunakan dalam mengelola input.
3. Kinerja (*output*) yang dicapai saat ini. Sedangkan analisa lingkungan eksternal dilakukan melalui:

1. Pemantauan terhadap ragam kecendrungan dan kekuatan politik, sosial, teknologi, pendidikan, ekonomi, dan fisik.
2. Adanya dukungan dari pemerintah untuk mengunjungi objek wisata daerah Pandeglang.
3. Memperkenalkan kebudayaan-kebudayaan yang dimiliki di daerah agar dapat dinikmati oleh para pengunjung.

2. Perumusan Strategi

Pada dasarnya strategi merupakan garis besar terhadap tantangan-tantangan mendasar yang harus dihadapi, oleh karena itu strategi harus dapat di rumuskan selaras dengan isu strategis yang telah diidentifikasi,

Dalam perumusan strategi peningkatan pariwisata daerah digunakan pendekatan sebagai berikut¹⁰:

1. Mengidentifikasi alternatif-alternatif umum yang dapat digunakan untuk menjawab isu-isu strategis.
2. Mempelajari kendala-kendala yang memungkinkan muncul dalam pelaksanaan alternatif-alternatif umum tersebut
3. Merumuskan usulan-usulan yang dapat digunakan untuk mewujudkan alternatif tersebut, sekaligus mengantisipasi kemungkinan adanya hambatan yang ada.
4. Merumuskan kegiatan utama apa yang harus dilakukan dalam satu atau dua tahun kedepan.

¹⁰ John M Bryson *Perencanaan Strategi Bagi organisasi Sosial*, Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI) Yogyakarta, 1999, hal 55

5. Merumuskan langkah-langkah khusus yang harus dilakukan dalam enam bulan kedepan dan menetapkan siapa saja yang bertanggung jawab untuk melaksanakannya.

f. Macam-macam Strategi ¹¹

1. Strategi ditingkat organisasi (pusat)

a. Stability

Strategi dalam rangka menetapkan segala sumber daya yang sudah ada sehingga tidak ada pengadaan sumber daya yang baru dan bukan berarti status quo

Spesifikasi *Stability*

1. *Nochange*

Tidak ada perubahan sama sekali, tidak mengurangi dan menambah anggota

2. *Profit*

Mengambil keuntungan atau memaksimalkan manfaat dari apa yang selama ini sudah dilakukan

3. *Pause*

Menghentikan sementara apa-apa yang telah direncanakan

4. *Proceed with caution*

Dapat meneruskan tindakan-tindakan di dalam organisasi yang sudah ada sesuai dengan kemampuan organisasi itu, tetap bersifat sangat hati-hati.

b. Growth

Menumbuhkan suatu organisasi dapat berkembang

¹¹ Drs Ulung Pribadi, *Catatan kuliah Pengembangan Organisasi Publik*, 13 November 2003

Growth terdiri atas dua sapek yaitu:

a. Concentration

Bahwa suatu organisasi memutuskan perhatian pada tingkat tertentu saja atau memusatkan diri pada inti bisnis (care bussines).

b. Diversification

Mengambil beberapa bidang garap sekaligus atau beraneka ragam bidang-bidang garap (merangkap kesektor-sektor lain)

c. Retrenchment

Mengurangi pertumbuhan (pengurangan-pengurangan)

- a. *Trun around* (berupa stir atau bahan yang berpindah)
- b. *Captive* (hanya menekuni hal-hal yang sudah pasti saja)
- c. *Liquidation* (pembubaran)
- d. *Divestment* (pelepasan)

2. Strategi di tingkat unit atau divisi

a. Overall cost leadership

Memperkuat tim pelaksana (terutama kepemimpinannya)

b. Differentitation

Hal-hal yang berbeda atau spesifik kemudian di cari keunggulan.

2. Pariwisata

a. pengertian Pariwisata

Beberapa pendapat mengenai definisi pariwisata adalah

a) Menurut Oka A. Yeti

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari satu tempat ketempat lain dengan tujuan bukan untuk menikmati perjalanan tersebut tetapi untuk memenuhi keinginan yang bermacam-macam.¹²

b) Menurut UU No 9 Tentang Kepariwisataan

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha, objek-objek, daya tarik wisata serta usaha yang lain terkait di bidang tersebut.¹³

c) Menurut Salah Wahab

Pariwisata adalah suatu efektifitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapatkan pelayanan secara bergantian antara orang-orang disuatu Negara itu sendiri, meliputi kediaman orang-orang daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dan didapatkan pada tempat asalnya¹⁴

Dengan demikian pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar tempat tinggalnya aktifitas dilakukan selama mereka tinggal yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sedangkan pengertian

¹² Oka Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung, 1987, hal 103

¹³ Undang-undang tahun 1990, tentang *Kepariwisataan*

¹⁴ Oka A Yoeti, *Pemasaran pariwisata*, Angkasa Bandung, 1985, hal 21

wisatawan adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan itu. Pengertian tersebut berlaku bagi wisatawan dalam negeri maupun wisatawan asing dan mengandung pengertian luas yang pada akhirnya diperoleh dua kategori pengunjung yaitu wisatawan (*tourist*) dan pelancong (*excursionist*) dengan pembatasan-pembatasan sebagai berikut:

1. Wisatawan adalah Pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam di negara yang dikunjungi dengan maksud tujuan perjalanan dapat digolongkan yaitu :
 - a. pesiar (*leisure*) adalah keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi keagamaan, dan olah raga.
 - b. Hubungan dagang, sanak keluarga, kerabat dan misi, visi tertentu
2. Kurang dari 24 jam pengelolaan kegiatan pariwisata sangat diperlakukan dalam rangka menahan wisatawan Pelancong adalah pengunjung sementara yang tinggal negara yang dikunjunginya

Dari pendapat diatas dapat diketahui bahwa telah terjadi kegiatan pariwisata di suatu daerah dengan diketahui melalui banyak orang (wisatawan) yang berkunjung ke lokasi wisata. kunjungan mereka adalah perjalanan yng dilakukan untuk sementara waktu dengan tujuan mendapatkan suatu kenikmatan dari perjalanan tersebut.

Pariwisata indonesia adalah suatu industri yang di sebutkan dalam instruksi presiden No 9 tahun 1989 pasal 3 yang berbunyi “ *usaha pengembangan pariwisata di indonesia bersifat suatu pengembangan dan pembangunan serta*

kesejahteraan masyarakat dan Negara “. Usaha pengembangan pariwisata (objek wisata) tidak hanya dilandasi oleh satu tujuan saja, tetapi merupakan suatu rangkaian tujuan yang telah disebutkan diatas antara lain:

1. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara pada umumnya seerta memperluas lapangan industri lainnya.
2. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
3. Meningkatkan persaudaraan dan persahabatan nasional dan internasional.

Untuk mendukung usaha pemerintah dalam rangka pengembangan kepariwisataan di Indonesia, maka pemerintah berusaha memberikan motivasi, rangsangan maupun dorongan agar memperoleh dukungan masyarakat sehingga dapat memacu pengembangan pariwisata itu sendiri. salah satunya upaya tersebut adalah dengan dicanangkannya gerakan sadar wisata yang bertujuan untuk meningkatkan peran serta (partisipasi) dan tanggung jawab masyarakat dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata, guna mensukseskan program tersebut pemerintah juga mencanangkan program “SAPTA PESONA” yng merupakan tujuh unsur yang mencerminkan usaha-usaha dalam pengembangan pariwisata dan sebagai tolak ukur peningkatan kesadaran tanggung jawab segenap lapisan masyarakat, swasta, maupun pemerintah untuk mampu bertindak dan mewujudkan dalam perilaku kehidupan sehari-hari. Adapun dari tujuh sapta pesona itu antara lain:

a. Keamanan

Melalui unsur keamanan yang baik dimaksudkan dapat merasakan suasana aman di mana ia berada selama kunjungan, baik rasa aman yang ditimbulkan oleh tidak adanya kejahatan, sikap masyarakat maupun terpeliharanya dan berfungsinya sarana dan prasarana yang ada.

b. Ketertiban

melalui ini dimaksudkannya agar para wisatawan dapat merasakan yang tertib dalam kehidupan masyarakat serta adanya kepastian pelayanan di manapun ia berada selama mengadakan kunjungan hingga mampu memperlama masa tinggal wisatawan.

c. Kebersihan

Melalui unsur kebersihan dimaksudkan agar para wisatawan dapat menikmati suasana yang bersih dalam arti higienes dan sanitasi dimanapun ia berada selama mengadakan kunjungan hingga mampu memperlama masa tinggal.

d. Kesejukan

Melalui unsur kesejukan di maksudkan agar para wisatawan dapat merasakan suasana yang sejuk dan tenang yang di sebabkan oleh pertamanan yang indah dan penataan lingkungan yang baik dimanapun ia berada selama mengadakan kunjungan.

e. Keindahan

Melalui unsur keindahan ini dimaksudkan agar para wisata dapat menikmati suasana indah, baik itu dari karya manusia, penataan, sarana, maupun prasarana fasilitas pelayanan masyarakat dan keadaan alam.

f. Keramah tamahan

Melalui unsur keramahtamahan di maksudkan agar para wistawan dapat merasakan keramah tamahan masyarakat sehingga memberikan kesan bahwa wisatawan dapat diterima di lingkungan masyarakat tersebut terutama dari mereka yang mempunyai hubungan pelayanan langsung terhadap kepentingan wisatawan.

g. Kenangan

Melalui unsur kenangan ini dimaksudkan agar para wisatawan dapat memperoleh kenangan yang indah dan mendalam dari tempat yang telah dikunjunginya seperti akomodasi yang bersih, nyaman dengan pelayann yang ramah, pertunjukan seni budaya yang tinggi nilainya, menikmati makanan khas dan lezat dari daerah tersebut, serta tersedianya cinderamata menarik dan mudah dibawa pulang dengan harga yang wajar.

Pengelolaaan kegiatan pariwisata haruslah diperlukan dalam rangka menahan wisata untuk tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata dan bagaimana agar wisatawan lebih menikmati lingkungan sekitar dengan nyaman selama melakukan perjalanan wisata, dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain ingin mengetahui sesuatu yang indah. Kepariwisataan juga merupakan suatu pemahaman dan pendekatan multidimensi dengan aktifitas yang melibatkan kehidupan dan kegitan-kegiatan ekonomi yang berbeda, sehingga tidaklah berlebihan apabila pendefinisian kepariwisataan sulit dilaksanakan.

Sifat dasar dari kepariwisataan tersebut sebagai berikut:

1. Kepariwisataaan timbul dari luar pengetahuan manusia dan tempat tinggalnya dengan tujuan yang berbeda-beda
2. Ada dua elemen dalam kepariwisataan yaitu tujuan perjalanan dan lama tinggal wisatawan di tempat wisata.
3. Merupakan perjalanan dengan meninggalkan tempat asalnya dan tinggal di suatu tempat yang memberikan suasana yang berbeda.
4. Lama tinggal di suatu tempat wisata bersifat sementara dan dalam waktu yang sebentar dan lama yang nanti kembali ketempat asalnya.

b. Manfaat Pariwisata

Manfaat pariwisata didalam pembangunan mencakup beberapa segi yaitu :

1. Segi ekonomi

Bahwa perkembangan pariwisata merangsang timbulnya usaha-usaha ekonomi tertentu yang saling menunjang, dalam istilah teknisnya hal tersebut dinyatakan dan dapat memperluas dasar-dasar perekonomian suatu negara.

2. Segi 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 menjadikan respon dalam kehidupan.

3. Segi pemeliharaan dan pemanfaatan lingkungan hidup

Pengembangan pariwisata yang tidak teratur dan terarah dapat merusak lingkungan hidup. Sebaliknya apa bila dikelola secara baik justru akan menjadi pendorong pemeliharaan lingkungan alam yang baik ataupun dapat memanfaatkan

lingkungan alam yang terlantar, sehingga wisatawan yang mempunyai tujuan untuk rekreasi menginginkan daerah yang di timbulkan suasana baru dan kebisingan kehidupan sehari-hari.

4. Segi memperluas nilai-nilai pergaulan hidup dan pengetahuan

Hubungan-hubungan yang terjalin antara wisatawan dengan masyarakat yang di kunjungi sedikit banyak akan menimpa nilai-nilai baru dalam arti memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai kehidupan lain, manusia menghargai nilai-nilai yang dimilikinya

5. Segi memperluas kesempatan kerja

Industri pariwisata merupakan industri yang sifatnya menyerap kebutuhan tenaga kerja tidak hanya mesin-mesin saja, sebagai industri yang sifatnya melayani, maka disamping membutuhkan unsur cepat, aman, murah, mudah, dan nikmat juga ramah. Apabila rangkaian tenaga itu dilengkapi tenaga kerja pada industri penunjang pariwisata seperti perusahaan kerajinan, dekorasi hotel, toko souvenir dan sebagainya maka jumlah tenaga kerja yang diserap makin banyak.

6. Segi menunjang kesehatan dan prestasi kerja

Manusia selalu menginginkan terlepas dari kejenuhan, kesibukan, hidup sehari-hari atau rasa bosan dengan mendambakan suasana baru, lingkungan baru walaupun hanya untuk sementara waktu¹⁵ dengan adanya rekreasi kesuatu lingkungan dengan suasana baru akan menjadi mengendorkan ketegangan.

¹⁵ Direktorat Jendral Pariwisata, *Pengantar Pariwisata Indonesia*, Jakarta, hal 29

7. Pemeliharaan dan pemanfaatan hidup

Pengembangan kepariwisataan yang tidak teratur dan terarah dapat merusak lingkungan hidup. Sebaliknya apabila dibina secara baik justru menjadi pendorong pemeliharaan lingkungan yang baik ataupun dapat memanfaatkan lingkungan alam yang telantar. Wisatawan yang mempunyai tujuan untuk rekreasi menginginkan daerah yang menimbulkan suasana baru dari kebisingan kehidupan sehari-hari.

c. Sasaran Pariwisata

Dalam sasaran pariwisata ditujukan pada masyarakat umum atau luas tanpa memandang status sosial, dan masyarakat yang membutuhkan suasana lain dari kegiatan rutinitas sehari-hari. Sehingga sasaran pariwisata bagi masyarakat umum dapat dibagi menjadi dua bagian antara lain :

1. Bahwa sasaran pariwisata ini ditujukan kepada para wisatawan di dalam negeri itu sendiri atau wisatawan domestik
2. Bahwa sasaran wisatawan ini di tujukan kepada para wistawan luar negeri atau wisatawan mancanegara sehingga mereka dapat tertarik untuk berkunjung pada objek-objek wisata yang dimiliki oleh suatu daerah.

Adapun sarana pariwisata di daerah kabupaten Pandeglang ditunjukkan bagi masyarakat dalam negeri (domestik) maupun mancanegara dengan memperkenalkan dan menunjukan suatu daya tarik tersendiri untuk dapat dinikmatinya.

d. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah untuk menjadikan atau membuat objek wisata yang telah ada menjadi lebih baik, lebih nyaman, lebih lengkap dan lebih teratur. Pariwisata pada suatu daerah sangatlah erat dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara sehingga pariwisata akan memperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat. Pembangunan pariwisata pada hakekatnya adalah sebuah usaha untuk mengupayakan, mengembangkan, dan memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah yang mana berupa objek dan daya tarik wisata yang terwujud pada kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, keanekaragaman budaya dll. Semua itu sebagaimana yang telah ditetapkan pada GBHN bahwa pengembangan pariwisata merupakan suatu pengenalan nilai budaya bangsa dan meningkatkan kualitas kebudayaan nasional dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan bangsa, secara menyeluruh dan terpadu. Pengembangan pariwisata pada suatu tempat dalam pariwisata membawa keuntungan dan pengaruh yang cukup besar terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada aspek ekonomi, fisik dan sosial. walaupun agak sulit untuk memberikannya batasan, tetapi menurut Oka A Toety dikemukakan yaitu:

1. Pengembangan pariwisata itu lebih banyak bersifat non ekonomis, wisatawan yang datang pada daerah tujuan wisata menyaksikan dan melihat keindahan alam yang mana di dalamnya termasuk cagar alam, tempat bersejarah, candi-candi, bangunan-bangunan kuno, dll

2. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah secara regional, atau ruang lingkup nasional pada sesuatu daerah atau negara sangatlah erat kaitannya dengan pembangunan daerah tersebut. Ini dengan kata lain pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan di perhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat.
3. Pengembangan pariwisata juga perlu dikembangkan untuk menghilangkan, mengurangi salah penafsiran, kepicikan dalam berpikir, dan dapat mengetahui tingkah laku orang lain yang datang berkunjung terutama masyarakat dimana kepariwisataan itu dibangun. Sesuai dengan (inpres) intruksi presiden Nomor 9 tahun 1969 mengatakan dalam pasal 2 bahwa tujuan dari pengembangan pariwisata adalah:
 1. Dapat meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya pendapatan negara dan pada umumnya masyarakat dengan perluasan kesempatan lapangan pekerjaan sambil mendorong kegiatan industri penunjang serta industri sampingan lainnya.
 2. Dapat memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan negara indonesia
 3. Dapat meningkatkan pesaudaraan dan persahabatan nasional dan internasional

Dalam mendukung usaha pemerintah dalam rangka pengembangan kepariwisataan di Indonesia maka pemerintah berusaha memberikan motivasi rangsangan maupun dorongan, sehingga perubahan yang diinginkan dapat terealisasi adapun perubahan yang haru dilakukan dengan mengacu pada tiga aspek yaitu ekonomi, fisik dan sosial meskipun agak sedikit sulit untuk di berikan

batasan yang jelas masing-masing mempunyai keterkaitan sebab akibat yang kuat¹⁶

Pengembangan objek-objek wisata dapat dilakukan pada dua segi yaitu:

1. Dari segi fisik

- a. Membangun sarana dan prasarana pariwisata dilokasi objek wisata
- b. Melengkapi sarana dan prasarana pariwisata yang sudah ada di lokasi objek wisata

2. Dari segi non fisik

- a. Dapat meningkatkan pelayan (service) kepada para pengunjung dengan meningkatkan sumber daya manusia sebagai pengelola objek wisata.
- b. Memunculkan kebudayaan-kebudayaan yang ada di daerah sehingga dapat melihat dan dapat di nikmati oleh para pengunjung.
- c. Memperlihatkan sesuatu yang berciri khas dan yang istimewa ada di daerah seperti makanan khas, kerajinan-kerajinan dll. Adanya pengembangan pariwisata ini akan mendorong timbulnya industri-industri pariwisata yang menunjang kenyamanan bagi para pengunjung seperti berdirinya tempat-tempat hiburan, restoran-restoran (rumah makan), biro-biro perjalanan, dimana hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar lokasi objek wisata yang tenaganya terserap oleh industri pariwisata tersebut¹⁷

¹⁶ Oka A. Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, PT Pradnya Paramita, Jakarta, 1997, hal 33.

¹⁷ Oka A Yoety, Op Cit, hal 46.

e. Promosi

Suatu objek wisata dapat terkenal luas akibat adanya sebuah promosi, promosi dapat dilakukan oleh pemerintah daerah dan pihak-pihak terkait dalam hal ini dinas pariwisata kabupaten Pandeglang dengan pihak swasta. Promosi merupakan suatu hak yang penting dalam dunia pariwisata, karena dengan adanya promosi ini maka masyarakat atau wisatawan akan mengetahui dengan jelas tentang objek-objek wisata yang ada pada daerah tersebut juga kelebihan-kelebihan atau ciri khas dari suatu daerah itu yang dapat menarik perhatian wisatawan. Sehingga nantinya dapat menyebabkan para wisatawan mau datang dan berkunjung, tanpa adanya promosi maka suatu daerah tersebut tidak akan terkenal atau di perhatikan oleh para wisatawan. Dalam penggunaan biasanya "promosi" adalah semua yang dilakukan untuk membantu penjualan produk atau jasa pada tiap tempat jaringan penjualan.

Adapun pengertian promosi itu sendiri menurut Basu Swasta D.H.¹⁸ "*Promosi adalah arus informasi atau satu arah yang di buat untuk mengerahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran*"

sedangkan pengertian promosi menurut Gamal Suswanto¹⁹ adalah :

" promosi pada hakekatnya merupakan pelaksanaan upaya pemasaran. promosi pariwisata harus dilaksanakan secara selaras, dan terpadu baik didalam maupun luar negeri "

¹⁸ Basu Swasta D.H, *Azas-azas Marketing*, Liberty Yogyakarta, hal 237

¹⁹ Gamal Suwanto, *Dasar-dasar pariwisata*, Andi Offset Yogyakarta, 1997, hal 237

Promosi sangat penting untuk menunjang keberhasilan pada sektor pariwisata ini, terutama daerah kabupaten Pandeglang yang mempunyai banyak objek-objek wisata yang mempunyai daya tarik dan kelebihan-kelebihan yang lebih dengan daerah lain sangat membedakan sekali. Adapun yang menjadi tujuan dari pada promosi itu adalah :

1. Memberitahu

Kegiatan promosi ini dapat dilakukan untuk memberitahukan kepada pasar dalam hal ini wisatawan yang di tuju mengenai penawaran dan lokasi pariwisata. Promosi ini yang bersifat informasi yang menyangkut segala keterkaitan dengan objek wisata tersebut, Sebagian orang tidak akan berkunjung ke suatu lokasi pariwisata sebelum mereka mengetahui segala sesuatu kaitan dengan lokasi tersebut, dan apa manfaatnya.

2. Membujuk

Promosi ini biasanya diarahkan untuk mendorong pembelian atau berkunjung kepada objek wisata yang di tawarkan, sehingga lebih mengutamakan kesan yang positif yang nantinya akan mempengaruhi perilaku wisatawan atau pembeli.

3. Mengingat

Promosi seperti ini bersifat lebih mengingatkan yang bertujuan untuk mempertahankan kualitas (*merk*) tempat wisata tersebut dan kalau perlu dapat menambah jumlah wisatawan yang datang. menurut Basu Swasta, agar promosi dapat berjalan dengan baik dan maksimal, maka diperlukan bermacam-macam kegiatan yang berhubungan dengan promosi, sehingga para calon-calon

wisatawan akan tertarik untuk datang. Adapun kegiatan promosi (*promotional*) tersebut adalah :

1. Personal Selling

Didalam personal selling terjadi secara langsung yaitu antara wisatawan dan masyarakat dengan pengelola lokasi pariwisata yang langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan wisatawan.

2. Periklanan

Adalah menawarkan kepada khalayak ramai akan keinginan dan kebutuhan suatu barang dan jasa, disini ini bertujuan untuk melancarkan komunikasi terhadap wisatawan dan masyarakat terhadap pandangan sebuah objek wisata.

3. Publisitas

Publisitas merupakan bagian fungsi yang lebih jelas luas, yaitu hubungan masyarakat atau wisatawan yang meliputi usaha untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan organisasi (pengelola lokasi wisata) sebagai calon pengunjung. Sedangkan publisitas sendiri menurut Basu Swasta²⁰ adalah: *"sejumlah informasi tentang seseorang barang atau organisasi yang disebarluaskan kepada masyarakat melalui media tanpa pengawasan sponsor"*.

4. Promosi Penjualan

Promosi penjualan ini meliputi kegiatan-kegiatan antara lain : Peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya. Pada kegiatan promosi ini biasanya lebih urah apabila dibandingkan dengan periklanan dan personal selling. Selain itu juga

²⁰ Basu *Op. Cit.* hal 238

lebih fleksibel karena penjualannya ini dapat dilakukan setiap saat dengan biaya tersedia dan dimana saja.

3. Pemerintah Daerah

Negara Indonesia ini sangatlah luas, dengan wilayah yang di pisahkan oleh lautan dan daratan, untuk mengelola sumber daya yang dimiliki terutama adalah sumber daya alam sangatlah membutuhkan peran serta pemerintah daerah yang mempunyai wewenang dalam pengelolaannya. Sekarang ini sudah lahir apa yang menjadi harapan daerah untuk mengelola hal tersebut, yaitu dengan adanya UU No 12 tentang otonomi daerah yang mengatur penyelenggaraan pemerintah daerah yang berlandaskan atas desentralisasi. Jadi pemerintah daerah telah jelas mempunyai hak dalam organ sebagai pengatur, hak, kewenangan dan kewajiban untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi daerah itu sendiri khususnya dan pada umumnya masyarakat luas sebagai bagian dari pada daerah.

Dalam penjelasan atas UU No 12 tahun 1999 juga menyebutkan bahwa hal-hal yang mendasar dalam undang-undang ini sangat mendorong untuk menumbuhkan prakarsa, kreatifitas, memberdayakan dan meningkatkan peran serta masyarakatnya. Di dalam UU No 5 tahun 1974 bahwa kedudukan kabupaten daerah tingkat II dan kotamadya daerah tersebut jelas kedudukannya sebagai daerah otonom yang mempunyai wewenang untuk melakukan kebijakan-kebijakan sesuai dengan prakarsa dan aspirasi masyarakat sekarang ini pada

umumnya yang di landaskan pada UUD 1945 yang kuat, nyata dan bertanggung jawab, Pengertian pemerintah daerah itu menurut Mashuri Maschab²¹ adalah :

Satuan aparatur negara yang berwenang memerintah kepada kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas wilayah tertentu dan berhak serta berkewajiban untuk mengatur rumah tangganya sendiri dalam lingkungan negara.

Sedangkan menurut The Liang Gie adalah Satuan-satuan organisasi pemerintah yang berwenang menyelenggarakan kepentingan setempat dari kelompok penduduk yang mendiami suatu wilayah. Tetapi pengertian daerah itu sendiri lebih lanjut adalah Kepala daerah beserta perangkat daerah otonom yang lain sebagai badan eksekutif daerah yang lebih lanjut mengenai bentuk dan susunanya di jelaskan dalam pasal 14 yang berisi sebagai berikut:

- a. Di daerah di bentuk DPRD sebagai badan legislatif daerah dan pemerintah sebagai badan eksekutif daerah²² dan
- b. Pemerintah daerah itu sendiri terdiri atas kepala daerah beserta perangkat daerah lainnya.

Salah satu disini yang ditegaskan pemerintah berhak, berwenang mengatur salah satu sektor pariwisata ini untuk sebagai suatu bagian dari pada bentuk otonomi daerah yang dikembangkan sesuai dengan bagian dari pada urusan rumah tangga sendiri dalam lingkungan negara.

²¹ Mashuri Maschab, *Pemerintahan di daerah*, FISIP UGM, Yogyakarta, 1982, hal 32

²² Undang-undang No 22 tentang 1999, Tentang *Pemerintah Daerah*

D. DEFINISI KONSEPSIONAL

Definisi kosepsional merupakan suatu pengertian dari kelompok atau gejala yang menjadi pokok perhatian, atau suatu usaha yang menjelaskan mengenai pembatasan-pembatasan pengertian antara satu konsep dengan yang lain agar tidak terjadi kesalahpahaman. Definisi konsepsional ini dimaksudkan sebagai gambaran yang lebih jelas, dimana untuk menghindari kesalahpahaman tadi terhadap pengertian atau batasan tentang istilah yang ada dalam pokok permasalahan. Atas dasar hal tersebut diatas, maka dalam penelitian ini perlu ada batasan-batasan pengertian atau definisi konsep dalam masing-masing variabel. Adapun beberapa pembahasan definisi konsep didalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Strategi adalah perencanaan yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus termasuk objek dan daya Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan perjalanan wisata tarik wisata sehingga orang tertarik untuk mengunjunginya.
- 2) Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan perjalanan wisata termasuk objek dan daya tarik wisata sehingga orang tertarik untuk mengunjunginya.
- 3) Pengembangan pariwisata adalah pengenalan nilai budaya bangsa dan meningkatkan kualitas kebudayaan nasional dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan bangsa, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta merupakan pembangunan pariwisata dilakukan secara menyeluruh, terpadu dengan menjalin kerja sama pada sektor lain antar pengusaha (swasta),

dan membuat objek wisata yang telah da menjadi lebih baik lagi, nyaman, lengkap, dan teratur

- 4) Pemerintah daerah adalah kepala daerah berserta perangkat daerah otonom yang lain sebagai badan eksekutif daerah dalam penyelenggaraannya dilakukan bersama-sama DPRD.

E. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional merupakan salah satu langkah dalam penelitian yang memberitahukan cara mengatur suatu variabel, dengan kata lain definisi operasional merupakan petunjuk dan pelaksana untuk mengatur suatu variabel²³ jadi definisi operasional adalah petunjuk tentang bagaimana suatu variabel dapat diukur. Adapun dengan dasar pengertian di atas, untuk mengukur variabel pada analisis manajemen strategis kantor dinas pariwisata terhadap pengembangan pariwisata, maka penyusun mengubah konsep-konsep operasional menjadi indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal
2. Isu-isu Strategis
3. Strategi atau kebijakan yang dilakukan pemerintahan daerah dalam pengembangan sarana dan prasarana, sdm, usaha jasa, penggalakan promosi dan objek serta daya tarik pariwisata
4. Implementasi kebijakan atau kebijakan

²³ Masri Singarimbun dan *Sofyan Efendi*, op cit, hal 23

F. METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian ini penyusun menggunakan cara-cara untuk mempermudah dalam pengumpulan data-data yang diperlukan

Pendapat Winarno Surachmad mengatakan bahwa²⁴

“Metode penelitian adalah cara utama yang digunakan penyusun untuk mencaai tujuan dengan menggunakan teknik tertentu. Cara utama itu selalu diperhitungkan kewajarannya ditinjau dari tujuan penelitian”.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini penyusun menggunakan jenis metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengertian deskriptif kualitatif menurut Hadari Nawawi²⁵ diartikan sebagai berikut prosedur permasalahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan dan subjek atau objek penelitian (seseorang lembaga, masyarakat, dll). Pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta tampak atau sebagaimana adanya. Metode deskriptif memiliki berbagai bentuk, namun dalam sifat tertentu yang umumnya terdapat didalamnya pandangan sebagai ciri-ciri. adapun ciri-ciri tersebut adalah :

1. Memusatkan masalah diri pada masalah-masalah yang ada pada masa sekarang yaitu masalah yang aktual.
2. Data yang dikumpulkan pertama kali disusun, dijelaskan lalu dianalisis. sehingga penelitian deskriptif sering disebut penelitian analisis.

Adapun tujuan dari pada penelitaian adalah untuk menggambarkan dan melukiskan secara tepat individu-individu, keadaan, gejala kelompok tertentu atau

²⁴ Winarno Surachmad, *Dasar dan Teknik Research*, LP3ES, Jakarta, 1981, hal 16

²⁵ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang sosial*, Gadjah Mada Unuversity Press, 1990, hal 63-76

menemukan penyebaran (frekuensi) suatu gejala lainya dalam masyarakat Melly G Tan, sedangkan menurut Masri Singarimbun penelitian deskriptif bisa dilakukan tanpa hipotesis yang dirumuskan secara ketat. Ia mengenal juga dengan hipotesa tetapi, tidak akan diuji secara statistik. selain itu ia mempunyai tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui perkembangan secara fisik tertentu atau frekuensi terjadinya suatu aspek fenomena sosial.
2. Untuk mendeskripsikan secara terperinci fenomena sosial yang terjadi.

Dan karena itu penelitian deskriptif berupaya menjabarkan atau menganalisis, maka sifat penelitian yang digunakan disini adalah deskriptif analisis maksudnya hanya terpusat pada penggambaran dan pemecahan masalah yang dianalisa secara kualitatif. Penelitian ini juga memakai analisa SWOT, yakni penelitian yang menggunakan subjek penelitian dengan kondisi yang memiliki karakteristik yang khas. Penelitian ini mempelajari secara intensif dari masalah yang diteliti lebih mendalam. dan interaksi secara menyeluruh dari unit-unit sosial yang menjadi subjek peneliti. Didalam penelitian ini dapat diwujudkan dengan berbagai tahapan-tahapan yaitu tahapan penelitian, lapangan, analisis, dan perumusan alternatif untuk dipecahkan.

2. Tujuan Penelitian

Sebelum melaksanakan suatu penelitian, hendaknya diketahui terlebih dahulu apa yang menjadi tujuan penelitian tersebut, sehingga penelitian dapat dilaksanakan secara sistematis, terarah dan tepat. Yang menjadi tujuan penelitian

secara umum adalah untuk menguraikan apa yang menjadi sasaran dalam penelitian ini. Menurut Sutrisno Hadi adalah:

“Usaha untuk merumuskan, mengembangkan dan menguji kebenaran pengetahuan dimana usaha dilakukan secara ilmiah”.

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

yang mempengaruhi kinerja dinas pariwisata kabupaten Pandeglang. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi dinas pariwisata kabupaten Pandeglang dalam mengembangkan pariwisata daerah.

- a. Untuk mengetahui isu-isu strategi yang dihadapi dinas pariwisata kabupaten Pandeglang.
- b. Untuk merumuskan strategi dinas kabupaten Pandeglang dalam upaya mengembangkan pariwisata daerah.
- c. Untuk mengetahui faktor-faktor kelemahan dan kekuatan dilingkungan internal serta peluang dan ancaman dilingkungan eksternal.

3. Manfaat Penelitian

- a. Dapat memberikan masukan atau sebagai input bagi aparaturnya pemerintah umumnya dan pada khususnya dinas pariwisata kabupaten Pandeglang dalam menjalankan pengembangan pariwisata.
- b. Memberikan kontribusi pengetahuan, pemikiran, dan wawasan bagi penyusun tentang potensi pariwisata di daerah dan menambah referensi.

4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah kabupaten Pandeglang propinsi Banten, khususnya di dinas pariwisata kabupaten Pandeglang dengan alasan bahwa karena kabupaten Pandeglang memiliki beberapa daerah potensial sebagai objek-objek wisata, dan belum semuanya ditangani sebagai salah satu kelebihan daerah kabupaten Pandeglang yang diandalkan dan dikembangkan bagi pembangunan dalam bidang kepariwisataan walaupun belum secara optimal. Dan adanya semangat otonomi daerah yang harus mengelola dan mengembangkan sendiri sektor pariwisata ini secara mandiri sesuai dengan harapan, keinginan masyarakat luas.

5. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Interview/wawancara

Adalah suatu proses interaksi dan komunikasi dengan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab secara langsung (tatap muka) dengan aktifitas yang dihadapi oleh penyusun dan responden baik lisan maupun tertulis, yang mana tentang permasalahan yang berkaitan akan didapatkan sebagai bahan informasi yang berhubungan dengan subjek penelitian ini. Wawancara ini dilakukan dengan dinas pariwisata kabupaten Pandeglang.

2. Observasi

Adalah mengadakan pengamatan dan pencatatan secara terjun langsung kelapangan pada objek yang sedang diteliti guna mendapatkan data yang diperlukan. subjek pengamatan ini dilakukan secara sistematis dan diusahakan untuk mengamati keadaan yang wajar dan sebenarnya tanpa ada usaha yang disengaja untuk mempengaruhi, mengatur dan memanipulasikannya.

3 Dokumentasi

Adalah Metode pengumpulan data yang diperoleh melalui pembacaan terhadap berbagai pustaka, koran/majalah, literatur, arsip-arsip, perundang-undangan, peraturan daerah (perda), dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca, dipahami dan diinterpretasikan sesuai arti kata yang disesuaikan dengan tujuan dan kepentingan penelitian. 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 mengena fakta-fakta yang ada. Sedangkan analisa SWOT disini digunakan untuk menganalisa manajemen strategis yang dilakukan dians pariwisata kabupaten pandeglang terhadap peningkatan pariwisata daerah dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi.

7. Unit Analisis Data

Data adalah segala keterangan atau informasi mengenai keterangan atau informasi segala hal yang terkait dengan penelitian²⁶ Sejalan dengan permasalahan yang menjadi pokok penelitian ini maka untuk mengetahui Strategi dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata di kabupaten Pandeglang maka unit analisisnya adalah kepala, staf-staf dinas pariwisata, dan petugas dan pengelola objek wisata.

Jenis Data Dalam penelitian ini penyusun mengumpulkan pada data :

a. Data sekunder

Adalah data yang dikutip dari sumber lain sehingga tidak bersifat otentik, karena diperoleh dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya. Adapun yang dijadikan data sekunder dalam penelitian ini adalah arsip-arsip, buku-buku, dokumen-dokumen, surat kabar atau majalah dan lain yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian dalam skripsi ini.

b. Data Primer

Adalah kebalikan dari data sekunder, dengan kata lain data otentik atau data langsung yang diperoleh dari tangan pertama tentang masalah yang diungkapkan. sejalan dengan penjelasan diatas maka yang dijadikan data primer adalah dari responden berupa keterangan pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang ada dalam penelitian ini.

²⁶ Sumadi Suryabrata, *Metedologi Penelitian*, Rajawali Grafindo, Jakarta, 1995, hal 84