

STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW TIMUR

Oleh :
Halid Mamonto¹

ABSTRAK

Pengembangan potensi kepariwisataan di kabupaten Bolaang Mongondow Timur masih banyak persoalan. Diantaranya adalah menyangkut persoalan masih kurang optimalnya keterpaduan konektivitas antara pulau, kurangnya sumber daya manusia, serta masih lemahnya koordinasi antara pemerintah, swasta dan masyarakat. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Dinas Pariwisata dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. Dengan menggunakan metode kualitatif, temuan penelitian menggambarkan, bahwa strategi dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur belum sesuai dengan standar penerapan strategi pengembangan pariwisata, atau bisa dikatakan strategi yang digunakan belum maksimal dalam menyukseskan program-program dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata. Hal itu disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah karena masih kurangnya tenaga kerja profesional dalam bidang pariwisata atau masih minimnya sumber daya manusia pariwisata yang ada di dinas pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Timur.

Kata Kunci : Strategi; Pengembangan; Pariwisata.

ABSTRACT

The development of tourism potential in East Bolaang Mongondow district still has many problems. Among them are related to the problem of not optimal connectivity integration between islands, lack of human resources, and still weak coordination between the government, private sector and society. The purpose of this study was to determine the strategy of the Tourism Office in developing tourism in East Bolaang Mongondow Regency. By using qualitative methods, the research findings illustrate that the strategy of the tourism office in tourism development in East Bolaang Mongondow Regency is not in accordance with the standards for implementing tourism development strategies, or it can be said that the strategies used have not been maximized in the success of tourism service programs in tourism development. This is due to several factors, including the lack of professional manpower in the tourism sector or the lack of tourism human resources in the East Bolaang Mongondow Regency tourism office.

Keywords: Strategy; Development; Tourism

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi industri andalan utama dalam menghasilkan devisa diberbagai negara, sebab pariwisata cukup menjanjikan sebagai primadona “ekspor” karena berbagai ciri positifnya. Seperti halnya yang terjadi, dalam suasana terjadinya kelesuan perdagangan komunitas, pariwisata tetap mampu menunjukkan *trend* yang meningkat secara berkesinambungan. Berdasarkan data perkembangan pariwisata dunia, menunjukkan bahwa pada saat terjadi krisis minyak tahun 1970-an, maupun terjadinya resesi dunia awal tahun 1980-an, pariwisata tetap melaju baik dilihat dari jumlah wisatawan internasional maupun dari segi penerimaan devisa dari sektor negara.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan FISIP UNSRAT

Eksistensi pariwisata dalam menunjukkan *trend* positifnya dari tahun ke tahun adalah menjadi suatu keharusan bagi negara-negara manapun termasuk negara Indonesia untuk melihat kepariwisataan ini sebagai suatu peluang dan dapat dijadikan sebagai primadona ekspor untuk menghasilkan dan atau meningkatkan devisa negara. Apalagi berbicara mengenai pariwisata, negara Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan sumber daya alam yang ditandai dengan seribu gugusan pulau yang memiliki potensi kebaharian yang cocok untuk dijadikan destinasi kepariwisataan.

Berbicara menyangkut pengembangan pariwisata, berarti kita berbicara mengenai bagaimana cara mengembangkan atau meningkatkan daya tarik dari pariwisata tersebut, guna menarik perhatian pengunjung atau wisatawan. Sebab salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen (wisatawan atau pengunjung) ialah, bagaimana cara atau strategi dari pihak pengelola kepariwisataan (Dinas Pariwisata) dalam hal mempromosikan produk pariwisata tersebut. Kemudian kalau kita berbicara mengenai strategi, berarti kita berbicara tentang penyusunan pola tujuan dari suatu kebijakan melalui penetapan program-program yang terencana secara sistematis, agar apa yang direncanakan dapat tercapai dengan baik dan atau sesuai dengan masa tenggang waktu yang sudah ditetapkan bersama. Jadi pada dasarnya persoalan mengenai strategi pengembangan pariwisata ialah, bagaimana pemerintah atau dinas pariwisata menerapkan manajemen yang baik dalam menyikapi persoalan kepariwisataan dalam kaitannya dengan strategi pengembangan pariwisata.

Seperti halnya yang terjadi di kabupaten bolaang mongondow timur, bahwasannya sangat begitu banyak potensi-potensi sumber daya alam yang sangat cocok untuk dijadikan sebagai destinasi kepariwisataan yang salah satunya yaitu di Pulau Nenas, akan tetapi terabaikan begitu saja atau dengan kata lain tidak dilirik oleh “pihak yang berwajib” dalam hal ini dinas pariwisata, untuk mengelola dan memanfaatkan aset atau potensi-potensi tersebut. Jadi pada dasarnya tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi-strategi apa saja yang dilakukan atau yang bisa ditawarkan oleh pihak terkait (dinas pariwisata), menyangkut pengembangan pariwisata yang ada di kabupaten bolaang mongondow timur.

Beberapa persoalan menyangkut pengembangan kepariwisataan di kabupaten Bolaang Mongondow Timur yaitu sebagai berikut; yang pertama menyangkut persoalan masih kurang optimalnya keterpaduan konektivitas antara pulau, yang ke dua masih kurangnya sumber daya manusia pariwisata, serta masih lemahnya koordinasi antara pemerintah, swasta dan masyarakat. Berdasarkan beberapa persoalan tersebut, sehingga peneliti mengambil sebuah hipotesa (dugaan sementara) bahwa, jika beberapa faktor diatas tidak bisa terpenuhi dengan baik maka benar bahwa pemerintah maupun swasta mengalami kesulitan dalam hal mengupayakan pengembangan kepariwisataan.

Menurut peneliti, ada beberapa syarat atau kriteria dalam hal melakukan pengembangan pariwisata diantaranya yaitu; pemasaran pariwisata (promosi), melakukan pengidentifikasian terhadap minat atau permintaan wisatawan, penyediaan sarana prasarana yang memadai, kemudian koordinasi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Pemerintah dan swasta disini berperan sebagai fasilitator peralatan kepariwisataan sehingga wisatawan merasa puas dengan perjalanan atau kunjungan yang ia lakukan, sehingga jikalau wisatawan tersebut kembali berkunjung pasti akan mengajak saudara, keluarga, dan kerabat atau orang terdekatnya. Kemudian masyarakat disini berperan sebagai alat untuk memberi kenyamanan terhadap wisatawan, pengunjung atau wisatawan biasanya merasa nyaman dengan keramah tamahan masyarakat dan lingkungan dimana ia berkunjung. Peneliti merasa bahwa, beberapa kriteria tersebut cukup penting untuk dijadikan sebagai referensi atau rujukan dalam hal pengembangan pariwisata.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Strategi

Menurut Effendy (2007:32) pada hakekatnya strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. dengan melihat beberapa aspek sebagai berikut:

1. Wisatawan (Tourist)
2. Transportasi
3. Objek Wisata

4. Fasilitas Pelayanan
5. Informasi dan Promosi

Menurut Bryson (2005:69-70), strategi merupakan pola tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan, atau alokasi sumber daya yang menekankan pada bagaimana organisasi, apa saja yang dikerjakan, dan alasan organisasi mengerjakannya. Strategi yang efektif harus memenuhi kriteria seperti harus dapat bekerja, secara politik dapat diterima oleh stakeholder, sesuai filosofi dan nilai organisasi, memiliki etika, moral, hukum organisasi, serta harus mampu menghadapi isu strategis yang mesti diselesaikan.

Menurut Crown Dirgantoro (2010:5), strategi adalah hal yang menetapkan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan dalam pasar.

Sedangkan menurut Amstrong (dalam Triton, 2007:15) strategi adalah arah dan cakupan organisasi yang secara ideal untuk jangka yang lebih panjang, yang menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan yang berubah dan secara khusus, dengan pasarnya, dengan pelanggan dan kliennya untuk memenuhi harapan stakeholder.

Menurut Usman Chamndani (2018:54), menerangkan bahwa, kegiatan pemasaran pariwisata merupakan upaya melakukan identifikasi keinginan/kebutuhan konsumen jasa pariwisata, penentuan produk yang ditawarkan, penentuan harga, promosi, dan penelitian pasar.

Berdasarkan definisi diatas maka strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Peranan yang dimainkan oleh strategi tersebut adalah sebagai penentu arah yang harus ditempuh oleh organisasi bersangkutan.

B. Konsep Pariwisata

Menurut Oka A. Yoeti (2007:21), pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan tujuan bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata menikmati perjalanan tersebut.

Sedangkan menurut Robert C. Lonati (dalam Pendit, Nyoman, 2006:12) pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan persediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, ia juga merealisasi industri-industri klasik, seperti industri kerajinan tangan dan cendramata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri.

2. Bentuk-Bentuk Pariwisata

Menurut Wahab (2008:54) bentuk-bentuk pariwisata dapat dibedakan menjadi berbagai macam menurut jumlahnya, wisatawan dibedakan atas:

1. *Individual Tour* (wisatawan perorangan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami-istri.
2. *Family Group Tour* (wisata keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
3. *Group Tour* (wisata rombongan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dengan pemimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan anggotanya.

3. Tujuan Pariwisata

Menurut Oka A. Yoeti (2007:36) Pariwisata mempunyai tujuan untuk dapat mensejahterakan rakyat, secara terperinci dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c. menghapus kemiskinan
- d. mengatasi pengangguran

- e. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya
- f. memajukan kebudayaan
- g. mengangkat citra bangsa
- h. memupuk rasa cinta tanah air
- i. memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- j. mempererat persahabatan antarbangsa.

4. Pengembangan Pariwisata

Menurut Wahab (2008:54) pengembangan pariwisata merupakan rangkaian untuk mewujudkan penggunaan berbagai sumber daya pariwisata yang terpadu, dari berbagai bentuk pariwisata diluar aspek yang berkaitan secara langsung maupun tidak secara langsung yang terlibat akan kelangsungan pengembangan pariwisata. Sektor pariwisata merupakan suatu andalan didalam perekonomian nasional, sehingga didalam oprasionalnya bertumpuh pada beberapa potensi seperti sektor alam, budaya dan sosial masyarakatnya didalam pengembangannya.

5. Industri Pariwisata

Definisi mengenai usaha, pengusaha, dan industri pariwisata khususnya yang terkait dengan pembangunan kepariwisataan seperti yang terkandung dalam mandat pembangunan industri pariwisata di Indonesia yang dikelola oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia,sesuai dengan kebijakan umum pariwisata Indonesia tertuang pada Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, tentang kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
2. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
3. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Pengertian kelembagaan industri pariwisata seperti yang telah dijelaskan tentang kepariwisataan tersebutlah yang merupakan mitra kerja yang diharapkan bersinergi dengan pihak pemerintah dan pemerintah daerah serta masyarakat yang terkait dengan kepariwisataan setempat untuk meyenggarakan pembangunan kepariwisataan di Indonesia, yang menjadi ruang lingkup mandat pembangunan pariwisata di indonesia meliputi :

- a. Struktur (fungsi, hirarki, dan hubungan) industri pariwisata
Yang dimaksud dengan struktur industri pariwisata adalah fungsi, hirarki dan hubungan didalam kumpulan usaha pariwisata yang diwadahi oleh asosiasi profesional yang saling berkoordinasi dan bersinergi untuk meningkatkan daya saing kepariwisataan indonesia.
- b. Daya saing produk usaha pariwisata
Yang dimaksud dengan pengertian daya saing produk pariwisata dalam hal ini meliputi kualitas barang dan jasa yang mampu dinilai unggul oleh wisatawan.
- c. Kemitraan usaha pariwisata
Dimaksudkan sebagai usaha bersama antar pelaku industri pariwisata dan dengan masyarakat ataupun dengan pemerintah, yang menguntungkan semua pihak yang terlibat untuk menghasilkan produk dan jasa pariwisata.
- d. Kredibilitas bisnis
Kredibilitas bisnis sangat diperlukan dalam usaha pariwisata, kredibilitas bisnis dalam hal ini dimaksud sebagai penyelenggaraan usaha yang dilakukan secara terpercaya, adil, transparan, dan akuntabel.
- e. Tanggung jawab terhadap lingkungan
Yang dimaksud dengan tanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya dalam pengertian ini adalah kewajiban penyelenggaraan usaha berdasar kan prinsip-prinsip pelestarian lingkungan dan pemanfaatan.

6. Strategi Pariwisata

Strategi pariwisata merupakan suatu proses yang berlangsung untuk mencapai tujuan dan sasaran dari kegiatan pariwisata yang sedang berlangsung, karena menurut Robert C. Lonati (Pendidit Nyoman, 2006:3) pariwisata adalah jenis industri yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan persediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya, karena itu dibutuhkan strategi pariwisata untuk melihat sudah sejauh mana tingkat keberhasilan dari kegiatan pariwisata yang sedang berlangsung saat ini.

Pengembangan pariwisata diperlukan adanya usaha yang konsisten dengan memperhatikan segala aspek yang ada, termasuk partisipasi masyarakat lokal untuk menunjang terciptanya iklim yang kondusif. Robert C. Lonati (Pendidit Nyoman, 2006:3) mengemukakan strategi pengembangan pariwisata yang dapat dilakukan adalah:

1. Tujuan Tahunan.
Tujuan tahunan dimaksudkan untuk menetapkan setiap goal yang ingin dicapai dari pariwisata yang dikembangkan, dengan memperhatikan prinsip partisipasi dari setiap komponen.
2. Kebijakan
Dapat diartikan sebagai program dan kegiatan stakeholder yang perlu dijalankan untuk menopang pengembangan pariwisata.
3. Motivasi Pelaksana
Adalah kemauan untuk melaksanakan semua yang telah diprogramkan dalam rangka pengembangan pariwisata tersebut.
4. Alokasi Sumber Daya
Mencakup semua sarana dan prasarana yang digunakan termasuk anggaran dalam pengembangan pariwisata.

2.4 Konsep Pengembangan Pariwisata

Pengembangan merupakan suatu proses/ aktivitas memajukan sesuatu yang dianggap perlu untuk ditata sedemikian rupa dengan meremajakan atau memelihara yang sudah berkembang, agar menjadi lebih menarik dan berkembang.

Menurut Gamal Sumantoro (2004:55). Strategi pengembangan pariwisata bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbangan dan bertahap. Dalam melakukan sebuah pengembangan pariwisata daerah, peran pemerintah sangat mutlak dibutuhkan dengan tujuan pengembangan pariwisata tersebut mengarah pada pembangunan daerah.

Menurut Pinata (2005:56), pengembangan pariwisata adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru. Sehingga pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata.

Menurut Suwanto (2004:47), unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah yaitu sebagai berikut:

- a. Objek dan daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan kesuatu tujuan daerah wisata.
- b. Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya didaerah tujuan wisata.
- c. Sarana wisata merupakan kelenkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya.

Menurut Usman Chamdani (2018:62) dalam pengembangan pariwisata perlunya menetapkan peran pemerintah dan swasta dalam pengembangan kepariwisataan. Peran pemerintah yang dimaksud yaitu pembinaan, pendorong dan pengatur serta pengendalian pembangunan prasarana infrastruktur yang bersifat pelayanan umum, sedangkan peran swasta yaitu untuk membantu pembangunan, pengembangan dan pengelolaan, pemanfaatan potensi

pariwisata yang ada dan fasilitas penunjang. Penyediaan fasilitas pariwisata yang menunjang kelestarian nilai-nilai agama, social budaya, dan lingkungan hidup.

Menurut Yoeti (2004:22), wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan sementara waktu ke tempat atau daerah yang sama sekali masih asing baginya. Oleh karena itu sebelum seorang wisatawan melakukan perjalanan wisatanya, terlebih dahulu kita menyediakan prasarana dan sarana pariwisata seperti berikut:

- a. Fasilitas transportasi
- b. Fasilitas akomodasi
- c. Obyek dan atraksi wisata
- d. Aktivitas rekreasi
- e. Fasilitas pembelanjaan
- f. Tempat atau toko

Semua ini merupakan prasarana dan sarana kepariwisataan yang harus diadakan sebelum kita mempromosikan suatu daerah tujuan wisata, dalam pengembangan pariwisata di daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sugiyono (2014:8) Adapun fokus dalam penelitian ini adalah mengkaji strategi Dinas Pariwisata dalam pengembangan pariwisata di Bolaang Mongondow Timur, dengan menggunakan konsep dari Sumantoro (2004:55) yang mengatakan bahwa; strategi pengembangan pariwisata pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, dan harus memperhatikan beberapa aspek seperti: Target wisatawan (Tourist), ketersediaan transportasi, kepemilikan objek wisata, ketersediaan fasilitas pelayanan, dan sistem informasi dan promosi yang dimiliki. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Data yang diperoleh dianalisa dengan teknik analisis kualitatif dengan tahapan pertama melakukan reduksi data, penyajian data dan kemudian baru dilakukan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil temuan di lapangan dengan memperhatikan aspek teoritis.

PEMBAHASAN

A. Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata.

Pariwisata merupakan suatu aspek yang penting bagi suatu daerah, yang mana sektor pariwisata dapat menjadi tulang punggung terhadap pendapatan asli daerah tersebut seperti objek-objek wisata yang ada di kabupaten bolaang mongondow timur sebagai penghasil pendapatan bagi Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. Pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh pemerintah dan stakeholders dengan tujuan utamanya adalah *income* atau pendapatan daerah, dan untuk itu dibutuhkan suatu strategi untuk mencapainya. Berikut peneliti akan menjabarkan lebih rinci terkait strategi dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan bahwa dalam hal pengembangan pariwisata, dinas pariwisata Kabupaten Bolaang Mongodow Timur telah menerapkan beberapa strategi pengembangan pariwisata yaitu sebagai berikut:

- a. Melakukan promosi lewat modsos, media elektronik maupun media cetak, serta melakukan event-event dan program uyo nanu yang akan dilakukan sebagai bagian dari strategi dinas pariwisata.
- b. Merencanakan pembangunan pusat informasi pariwisata.
- c. Melaksanakan kegiatan berupa sosialisai sadar wisata.

Kalau kita meninjau berdasarkan konsep atau teori yang dikemukakan oleh Effendy bahwa strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planing*) dan manajemen (*manageman*) untuk mencapai suatu tujuan, berarti strategi yang diterapkan oleh dinas pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Timur sudah hampir tepat akan tetapi, ada beberapa hal yang masih menjadi PR bagi dinas pariwisata yaitu terkait perencanaan dan manajemen yang baik dan tepat.

Sebab dalam realisasinya walaupun dinas pariwisata bolaang mongondow timur sudah menerapkan beberapa strategi diatas mengenai pengembangan pariwisata, tetapi masih saja ditemukan ketidakefektifan dalam hal pengoperasian pariwisata yang ada di bolaang mongodow timur yang dapat ditandai dengan kurangnya kesadaran masyarakat terkait betapa pentingnya melestarikan tempat-tempat yang memiliki potensi kepariwisataan yang pada giliriannya akan memberi dampak positif dalam hal peningkatan perekonomian masyarakat, serta kurangnya koordinasi antara pemerintah, dinas pariwisata, masyarakat dan stakeholders lainnya yang dapat ditandai dengan tidak tersedianya anggaran atau dana (keterbatasan dana) dalam pengelolaan destinasi pariwisata yang ada di kabupaten bolaang mongondow timur.

Berdasarkan pemaparan materi diatas, peneliti menilai bahwa keterbatasan beberapa aspek diatas menyebabkan dinas pariwisata mengalami kesulitan dalam merealisasikan setiap program-program yang menjadi strategi dinas pariwisata dalam melakukan pengembangan pariwisata, karena memang tidak bisa dipungkiri bahwa beberapa strategi diatas hanya masih dalam bentuk perencanaan sehingga dinas pariwisata juga memerlukan beberapa sarana atau wadah pendukung untuk membantu dinas pariwisata dalam mengimplementasikan apa yang menjadi prioritas utama dinas pariwisata dalam hal melakukan pengembangan kepariwisataan yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. Sebab seperti yang dikatakan oleh informan Wina S. Pasambuna, SE diatas bahwa yang menjadi kendala atau hambatan dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata di Kabupaten Bolaang Mongondow timur yaitu menyangkut sumber dana yang belum sesuai dengan program-progam dinas pariwisata dalam peningkatan destinasi pariwisata.

Berikut peneliti akan menjabarkan beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh dinas pariwisata bolaang mongondow timur dalam menerapkan strategi pengembangan pariwisata.

B. Aspek-Aspek yang Perlu Diperhatikan dalam Melakukan Kegiatan Pengembangan Pariwisata.

Berikut adalah beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan kegiatan pengembangan pariwisata menurut Effendy yaitu sebagai berikut:

1. Wisatawan (*Tourist*)

Pada bagian ini pengelola pariwisata harus mengetahui karakteristik dari wisatawan, dari Negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan.

2. Transportasi

Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan kedaerah tujuan wisata yang dituju karna keselamatan wisatawan adalah prioritas utama.

3. Atraksi/Objek Wisata

Bagaimana objek wisata dan atraksi yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat berikut, apa yang dapat dilihat, apa yang dilakukan dan apa yang dapat dibeli pada destinasi wisata yang akan dikunjungi.

4. Fasilitas Pelayanan

Fasilitas apa yang tersedia di destinasi wisata tersebut, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, restoran, pelayanan umum seperti Bank/ATM, kantor pos, telepon di destinasi wisata yang aka dikunjungi wisatawan.

5. Informasi dan Promosi

Diperlukan publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana *pamflets/brosur* disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata agar wisatawan cepat mengambil keputusan.

Dalam hal melakukan kegiatan pengembangan pariwisata, beberapa hal yang berkaitan dengan wisatawan sangat penting untuk diketahui oleh pengelola pariwisata khususnya dinas pariwisata. Sebab dalam konteks dunia usaha perwisataaan, keinginan atau minat wisatawan menjadi salah satu indikator penting untuk menarik perhatian para pengunjung atau wisatawan.

Sampai pada tahap ini, setelah melihat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan kegiatan pengembangan pariwisata yang telah dijelaskan menurut Effendy diatas, peneliti menilai bahwa memang benar adanya selama ini dinas pariwisata yang ada di kabupaten bolaang mongondow timur dalam menerapkan strategi pengembangan pariwisata

belum maksimal. Disini kita dapat melihat bahwa setelah peneliti melakukan penyandingan data atau hasil penelitian dengan teori yang dikemukakan oleh Effendy diatas, peneliti menemukan beberapa aspek yang tidak digunakan atau tidak diterapkan oleh dinas pariwisata untuk dijadikan sebagai strategi pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Bolaang Mongodow Timur dimana dinas pariwisata hanya menggunakan metode promosi sebagai strategi dalam melakukan pengembangan pariwisata itu pun tidak berjalan dengan maksimal disebabkan karena keterbatasan dana/anggaran dan kurangnya koordinsai antar *stakeholders* serta masih minimnya kesadaran masyarakat terhadap dunia kepariwisataan.

Potensi pariwisata yang dikelola Pemerintah Daerah atau Dinas Pariwisata Kabupaten Boltim ini mempunyai daya tarik wisata masing-masing untuk dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata.

1. Pengembangan Obyek Wisata

Dari data-data diatas yang didapatkan peneliti bahwa strategi yang dilakukan dalam mengembangkan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah atau Dinas Pariwisata Kabupaten Boltim akan menyediakan sarana dan prasarana agar tidak kalah dengan wisata yang lainnya. Dalam mengembangkan pariwisata ini didukung adanya, yaitu:

- a) Meningkatkan sarana dan prasarana obyek wisata agar tidak kalah dengan wisata lainnya
- b) Adanya pembenahan-pembenahan objek-objek wisata (wisata alam dan wisata budaya)
- c) Meningkatkan promosi wisata dengan membentuk badan promosi daerah ini adanya peran stakeholder, seperti persatuan hotel, travel, dan usaha jasa (Restoran atau Rumah Makan)

2. Promosi Wisata

Strategi yang dilakukan oleh pemerintah daerah khususnya bidang kepariwisataan dalam mengembangkan pariwisata bahwa dalam promosi wisata ini menggunakan menerima undangan-undangan dari beberapa daerah yang mempunyai obyek wisata yang menarik, dan tidak kalah pentingnya menggunakan media pemasaran melalui media cetak (brosur, baliho, buku saku, kalender) maupun elektronik (internet, radio, televisi).

3. Pembinaan Usaha Pariwisata

Strategi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata dibutuhkan dengan adanya kerjasama dengan badan atau organisasi yang terkait dalam meningkatkan pengunjung/wisatawan. Dari data yang didapatkan oleh peneliti bahwa dalam mengembangkan pariwisata ini harus didukung dengan sarana dan prasarana yang ada dan baik.

Menurut Yoeti (1996,170), wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan sementara waktu ke tempat atau daerah yang sama sekali masih asing baginya. Oleh karena itu sebelum seorang wisatawan melakukan perjalanan wisatanya, terlebih dahulu kita menyediakan prasarana dan sarana pariwisata seperti berikut:

- a) Fasilitas transportasi.
Terkait hal ini Pemerintah Daerah Kabupaten Boltim telah menyediakan alat transportasi seperti angkutan umum, ojek dan mikrolet.
- b) Fasilitas akomodasi.
Untuk hal ini Pemerintah Daerah Kabupaten Boltim telah menyediakan penginapan maupun hotel untuk dapat memberikan kenyamanan wisatawan/pengunjung dalam melakukan perjalanan wisatanya.
- c) Fasilitas Catering Service yang dapat memberi pelayanan mengenai makanan dan minuman sesuai dengan selera masing-masing.
- d) Obyek dan atraksi wisata yang dimiliki oleh daerah mempunyai wisata budaya dan wisata alam yang dapat memberikan sumbangsih kepada daerah yaitu Pendapatan Asli Daerah (PAD).
- e) Aktivitas rekreasi, bahwa masyarakat menuntut agar memberikan kebebasan dalam melakukan kegiatan yang telah berada di masing-masing obyek wisata. Masing-masing obyek wisata yang dimiliki memiliki tempat yang cukup luas sehingga dapat

memberikan tempat dalam melakukan aktivitasnya sesuai apa yang diharapkan oleh masyarakat.

- f) Fasilitas pembelanjaan, Pemerintah Daerah juga mempunyai jasa usaha dengan menyediakan souvenir yang dapat dibeli oleh masyarakat yang berada di daerah sekitar obyek wisata.
- g) Tempat atau toko dimana dia dapat membeli atau reparasi kamera dan mencuci serta mencetak film hasil pemotretannya. Di sekitar obyek wisata juga menyediakan tempat untuk membantu para wisatawan mencetak hasil dari pemotretannya yang dapat digunakan sebagai kenang-kenangan di obyek wisata yang dikunjunginya.

Semua ini merupakan prasarana dan sarana kepariwisataan yang harus diadakan sebelum kita mempromosikan suatu daerah tujuan wisata. Sedangkan mengenai prasarana (infrastruktur) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya.

Dari data-data diatas dapat diketahui mengenai peran Dinas Pariwisata khususnya bidang kepariwisataan Kabupaten Mojokerto dalam pengembangan pariwisata ini ditunjang dari peningkatan daya tarik wisata dengan adanya sarana dan prasarana wisata yang ada di Kabupaten Boltim seperti berikut: Toko souvenir, masih kurangnya dengan adanya penjualan souvenir atau yang menjual oleh-oleh khas daerah ini belum terjadi pemerataan, Public utilities, dimana merupakan salah satu peran penting didalam kesuksesan pengembangan dengan didukungnya jaringan berkomunikasi cukup baik, listrik dan air bersih sudah tersedia. Dapat disimpulkan sesuai dengan data diatas bahwa adanya sadar wisata ini dapat membantu dalam pengembangan pariwisata yang dapat memberikan sumbangsih kepada daerah sesuai dengan hasil yang didapatkan. Dalam usaha ini telah dilakukan dengan adanya kerjasama dengan masyarakat yang dapat menyediakan penginapan, rumah makan, hotel dan souvenir. Strategi pengembangan pariwisata ini harus didukung adanya sarana dan prasarana yang baik dalam meningkatkan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Menurut Muluk (2009, h.143) bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan yang harus ditentukan dan dikumpulkan secara lokal. Sektor pariwisata ini merupakan bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang telah memberikan sumbangsih dalam perubahan pembangunan yang lebih baik. Dari sinilah sektor pariwisata dibutuhkan pengembangan untuk dapat meningkatkan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dapat diketahui sector pariwisata dapat memberikan sumbangsih terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sebagai Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) rata-rata sebesar 2,85 persen dalam tiga tahun terakhir ini. Adanya persentase tersebut bahwa pariwisata di daerah Kabupaten Boltim dapat dikembangkan karena dilihat dari potensi yang dimiliki oleh daerah itu sangat besar dan luas yang telah memiliki wisata budaya dan wisata alam yang mempunyai daya tarik masing-masing dengan keindahan alam yang dimiliki.

C. Faktor-Faktor Yang Menjadi Kendala/ Hambatan Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata.

1. Keterbatasan Dana/Anggaran.

Sumber dana atau anggaran merupakan salah satu faktor penting yang ikut menunjang proses pengembangan suatu usaha khususnya dalam dunia kepariwisataan. Sebab dalam melakukan perencanaan program-program pengembangan suatu usaha itu diperlukan dana atau anggaran untuk mengimplementasikan program-program tersebut. Oleh sebab itu, dengan terbatasnya suntikan dana atau anggaran bisa menyebabkan ketidakefektifan dalam proses pelaksanaan suatu kegiatan yang telah direncanakan. Seperti halnya yang terjadi di dinas pariwisata kabupaten bolaang mongondow timur, dimana ada banyak hal yang ingin dilakukan demi perkembangan dan kemajuan kepariwisataan, akan tetapi sumber dana atau anggaran yang dibutuhkan tidak sesuai dengan program-program pengembangan destinasi pariwisata yang ada di kabupaten bolaang mongondow timur. Dari prespektif anggaran, hal inilah yang menyebabkan perkembangan serta kemajuan kepariwisataan yang ada di kabupaten bolaang mongondow timur masih berjalan di tempat.

2. Minimnya Sumber Daya Manusia Pariwisata.

Berbicara mengenai dunia usaha, tentunya ketersediaan sumber daya merupakan salah satu faktor penting yang turut meningkatkan laju perkembangan suatu usaha, khususnya sumber daya manusia (SDA). Sebab sumber daya manusia merupakan sistem penggerak utama dalam melakukan suatu kegiatan usaha, apalagi dalam bidang pariwisata yang notabennya memerlukan orang atau manusia itu sendiri sebagai pelaku utama yang berperan aktif dalam menjalankan kegiatan-kegiatan usaha tersebut. Oleh sebab itu potensi atau kualitas sumber daya manusia yang produktif menjadi salah satu indikator keberhasilan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Organisasi yang dimaksud oleh peneliti disini ialah instansi atau dinas pariwisata yang ada di kabupaten bolaang mongondow timur. Sebab minimnya ketersediaan sumber daya manusia pariwisata dapat mengakibatkan ketidakefektifan tenaga kerja atau kariawan dalam mengelola sumber daya alam atau aset-aset pariwisata yang ada, Sebab masing-masing dari kariawan atau tenaga kerja yang ada tidak memiliki potensi atau keahlian dibidang kepariwisataan.

3. Koordinasi antar Pemerintah, Dinas Pariwisata, Masyarakat, dan Stakeholders Lainnya.

Didalam organisasi pemerintahan maupun di instansi swasta lainnya, kata koordinasi selalu menjadi aspek penting dalam menjalankan setiap tugas dan tanggung jawab yang di emban oleh suatu perusahaan atau instansi tersebut. Sebab tujuan dari koordinasi ialah menciptakan dan memelihara efektivitas organisasi setinggi mungkin melalui sinkronisasi, penyerasian, kebersamaan dan kesinambungan antara berbagai dependen suatu organisasi.

Adapun koordinasi yang di maksud yaitu untuk mencegah dan menciptakan efisiensi setinggi-tingginya dalam setiap kegiatan interdependen yang berbeda-beda melalui kesepakatan yang mengikat semua pihak yang bersangkutan menciptakan dan memelihara iklim, dan sikap saling responsive-antisipatif di kalangan unit kerja interdependen dan independen yang berbeda-beda, agar keberhasilan unit kerja yang satu tidak rusak oleh keberhasilan unit kerja yang lain, melalui jaringan informasi dan komunikasi yang efektif.

Berbicara mengenai koordinasi tentunya kita mengenal ada dua tipe koordinasi yaitu; koordinasi vertikal dan horizontal, dimana tipe koordinasi ini bersifat dari atas ke bawah (atasan ke bawahan), dan dari samping kiri ke kanan (datar) atau antar bawahan. Contohnya; koordinasi yang terjadi antara kepala dinas pariwisata dan kepala bidang pemasaran pariwisata dalam hal membicarakan perkembangan pemasaran atau promosi objek wisata. Selain itu contoh koordinasi antar bawahan seperti koordinasi yang taerjadi antara seksi kemitraan dan investasi usaha pariwisata dengan seksi standart dan sertifikasi usaha pariwisata yang melakukan koordinasi terkait penetapan standart dan sertifikasi usaha pariwisata dengan investor-investor yang ingin menanamkan modal atau sahamnya sebagai mitra kerja dengan dinas pariwisata. Selain itu koordinasi dalam konteks dunia usaha atau perusahaan harus diketahui pula bahwa selain adanya koordinasi vertikal-horizontal, terdapat pula koordinasi internal (didalam) dan eksternal (keluar). Dimana bentuk koorinasi ini bukan hanya ada pada internal organisasi atau perusahaan saja melainkan bisa melebar ke ekstenal organisasi atau perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menilai bahwa koordinasi merupakan salah satu aspek penting yang ikut menentukan keefektifan suatu kegiatan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Kemudian jikalau kita berpatokan dari uraian diatas maka sudah tentunya koordinasi yang kita harapkan dari pemerintah, dinas pariwisata, masyarakat, dan stakeholder lainnya yang ada di kabupaten bolaang mongondow timur dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan bahwa, koordinasi yang terjadi antara elemen-elemen yang ada di kabupaten bolaang mongodow timur dalam konteks kepariwisataan kurang maksimal dalam artian bahwa koordinasi itu sudah dilakukan akan tetapi lebih cenderung pada koordinasi vertikal itu pun hanya pada internal organisasi atau didalam dinas pariwisata saja. Sedangkan menyangkut koordinasi horizontal sangat jarang untuk diterapkan, hal ini dapat

dibuktikan dengan kurangnya ketersediaan anggaran dalam pengembangan pariwisata serta minimnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pariwisata. Kurangnya ketersediaan dana atau anggaran untuk pengembangan pariwisata karena anggaran yang digunakan untuk pengembangan pariwisata hanya bersumber dari pendapatan asli daerah saja itu pun sangat terbatas, pada hal dana atau anggaran itu bisa diperoleh dengan melakukan kerja sama antar stakeholders lainnya seperti investor dan pelaku-pelaku usaha lainnya. hal ini dapat menyebabkan ketidak berhasilan dinas pariwisata dalam melakukan pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur.

PENUTUP

- 1) Strategi dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur belum sesuai dengan standar penerapan strategi pengembangan pariwisata, atau bisa dikatakan strategi yang digunakan belum maksimal dalam menyukkseskan program-program dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata.
- 2) Masih kurangnya tenaga kerja profesional dalam bidang pariwisata atau masih minimnya sumber daya manusia pariwisata yang ada di dinas pariwisata Kabupaten Bolaang Mongodow Timur.
- 3) Keterbatasan dana atau anggaran dari dinas pariwisata dalam melakukan pengembangan pariwisata menjadi salah satu kendala dalam pengembangan pariwisata. Dana atau anggaran yang ada hanya berasal dari Pendapatan Asli Daerah saja, dinas Kebudayaan dan Pariwisata belum ada kerja sama dengan investor agar menanamkan modalnya untuk pengembangan pariwisata.
- 4) Kurangnya koordinasi antar beberapa instansi dan stakeholder lainnya menjadi salah satu kendala dalam dinas pariwisata dalam mengupayakan pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- A Oka Yoeti. 2007. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata* Jakarta : PT. Pradnya Paramita
- Bryson, John. 2005. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*.Yogyakarta: Modern Liberty
- Dirgantoro, Crown. 2010. *Manajemen Strategis: Konsep, Kasus dan Implementasi*. Jakarta: PT.GRASINDO.
- Effendy. 2007, *Manajemen Strategis dan Kebijakan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pendit, Nyoman. 2006. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradaya Paramita
- Pitana, I G., Gayatri, PG. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Andi: Yogyakarta.
- Salah, Wahab. 2008. *Manajemen Kepariwisataa*n. Edisi Revisi Cetakan ke-4.Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Triton, PB. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Perspektif Partnership dan Kolektivitas*. Yogyakarta: Tugu.
- Usman Chamdani, 2018. *Indikator Strategi Pengembangan Kepariwisataa*n. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Sumber Lain

- Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Pembangunan Kepariwisataan.
- Pasal 24 Undang-Undang No 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah mengatur Mengenai Dinas.