

**STRATEGI PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN PENGEMBANGAN
PARIWISATA DI KABUPATEN BOLAAANG MONGONDOW UTARA**

TRIVAN KING ROBINSON

BURHANUDDIN KIYAI

RULLY MAMBO

trivanrobinson@gmail.com

Abstract

The purpose of research is to know the government's strategy in improving tourism development in North Bolaang Mongondow district. The study uses qualitative approach methods. The informant is the head of tourism Department of 1 person, head of section 3 persons, staff/officers of Tourism Office 4 persons, community/Tourist 7 people so total informant there are 15 persons. Data collection using interview guidelines, while the analytical techniques used are interactive model analyses of Miles and Huberman. Based on the results of the research that has been done by the authors, it can be concluded as follows: It can be drawn some conclusions as follows: (1) SO strategy (Strength and opportunities) using the appropriate promotional media target according to the market that will be addressed by the tourism agency so that the right target and continue to be done will intensively produce excellent results. Innovate and explore more types and destinations of tourism objects offered and committed to provide the best service to consumers to maintain the good image of tourism in the eyes of consumers. (2) The strategy of ST (strength and treats) Bolmut Regency government can offer interesting and promising new things with the presentation of quality of natural resources and the interesting tour. Related to changes in the price and tariff charged can be informed through the means of promotion and description of tourist attractions in the media and Disarana and facilities in the attraction. Do not forget to also increase other innovations related to tourism such as creativity in the manufacture of OLE-ole or fruit. (3) The strategy of WO (weakness and opportunities) to ensure that the tariff or charges on similar tourism objects will be the way to overcome the existing threats. In addition, the training and education provider to the community related to tourism management is also very needed. Do not forget to add facilities and supporting facility and recycle or rerejuvenation existing facilities and amenities to make it look more attractive. (4) The strategy of WT (weakness and treats) enhances the safety and comfort of tourists who come to visit. To establish competitive price but not detrimental for tourism and community office. Care and maintenance must be routinely run on every attraction

Keywords: Strategy, Government, Tourism Development

PENDAHULUAN

Era Otonomi Daerah yang secara resmi mulai diberlakukan di Indonesia sejak 1 Januari Tahun 2001 dengan tujuan agar daerah otonom harus mampu memberdayakan semua potensi daerah untuk bisa mendapatkan suatu pemasukan yang akan dipergunakan untuk meningkatkan kesejahteraan dan melaksanakan pembangunan di daerah. Munculnya otonomi daerah menyebabkan terjadinya pergeseran paradigma dari sistem pemerintahan yang bercorak sentralisasi mengarah kepada sistem pemerintahan yang desentralisasi, yaitu dengan memberikan keleluasaan kepada daerah dalam

mewujudkan daerah otonom yang luas dan bertanggungjawab, untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat sesuai kondisi dan potensi wilayahnya. Pemberian otonomi kepada daerah pada dasarnya bertujuan meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintah daerah, terutama dalam pelaksanaan pembangunan dan pelayanan terhadap masyarakat serta untuk meningkatkan pembinaan kesatuan politik dan kesatuan bangsa.

Proses desentralisasi yang dilakukan oleh pemerintah pusat terhadap pemerintah daerah ini sebagai wujud nyata dari pelaksanaan

otonomi daerah memberikan konsekuensi pemerintah daerah dapat menyelenggarakan pemerintahannya sendiri. Proses desentralisasi tersebut didukung dengan pemberlakuan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah. Menurut Pasal 10 Ayat 3 UU No. 32 Tahun 2004 wewenang Pemerintah Daerah tersebut dikecualikan dalam bidang: (1) Politik Luar Negeri, (2) Pertahanan, (3) Keamanan, (4) Yustisi, (5) Moneter dan fiskal nasional, serta (6) Bidang agama.

Otonomi daerah merupakan pemberdayaan daerah dalam pengambilan keputusan daerah yang lebih leluasa untuk mengelola sumberdaya yang di miliki dengan potensi dan kepentingan daerah itu sendiri. Mengacu pada UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah maka menjadi tanggungjawab bagi setiap daerah untuk memenuhi kebutuhan daerahnya masing-masing. Untuk memenuhi semua pembiayaan daerah sendiri maka setiap daerah harus dapat menghimpun dana sebesar-besarnya untuk pembangunan yang berkelanjutan. Pembangunan akan berjalan baik jika didukung biaya dan sumberdaya manusia yang baik pula karena salah satu tolak ukur untuk melihat kesiapan daerah dalam pelaksanaan otonomi daerah adalah dengan mengukur seberapa besar kemampuan keuangan suatu daerah untuk menyelenggarakan otonomi daerah. Sumber keuangan tersebut salah satunya berasal dari Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pendapatan Asli Daerah adalah penerimaan yang diperoleh dari sektor pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah (Mardiasmo, 2002). Dengan otonomi daerah, setiap daerah dapat menggali potensi yang bisa dikembangkan, sehingga perkembangan masing-masing daerah dapat meningkat pesat. Terdapat

berbagai sektor yang dapat dikembangkan, diantaranya adalah: sektor perdagangan, sektor jasa, sektor pertanian, sektor pariwisata dan lain-lain.

Pembangunan dibidang pariwisata merupakan salah satu sektor yang tidak dapat dipisahkan dari pembangunan nasional terkait dengan pembangunan ekonomi dan sektor lainnya. keberhasilan dunia pariwisata nantinya akan turut menentukan keberhasilan pembangunan nasional suatu negara. Pariwisata adalah salah satu model industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan mengaktifkan sektor produksi lain dalam negara penerima wisatawan. Segi lain dari pariwisata hendaknya dilihat dari sudut pandang negara penerima wisatawan. Dalam hal ini pariwisata hendaknya dipandang sebagai sebuah industri yang turut memberi andil dalam pembangunan sosial dan ekonomi, baik negara tersebut dikatakan sudah maju ataupun berkembang.

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan potensi yang besar hampir disegala sektor, salah satunya di sektor pariwisata. Sebagai negara yang memiliki potensi pariwisata yang besar, tentu membuat sektor pariwisata Indonesia menjadi sorotan. Industri pariwisata di Indonesia harus mendapat perhatian khusus dari pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah dalam mengembangkan potensi pariwisatanya.

Pengembangan industri pariwisata sendiri mempunyai pengaruh yang cukup kuat bagi perkembangan wilayah di daerah sekitar obyek wisata, karena dapat bertindak sebagai industri sektor utama, yaitu sektor unggulan yang mampu meningkatkan perekonomian daerah terutama bagi daerah yang merupakan daerah otonomi baru. Agar tidak menjadi daerah yang tertinggal, dengan potensi daerah di sektor pariwisata yang dimiliki daerah tersebut, harusnya dapat menjadi suatu batu loncatan untuk mengembangkan daerah

tersebut dan meningkatkan pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata yang ada.

Indonesia yang memiliki 34 provinsi dan terdiri dari pulau-pulau yang mana di setiap daerah memiliki potensi pariwisata yang memiliki daya tarik tersendiri, salah satunya di Provinsi Sulawesi Utara yang merupakan salah satu provinsi dengan potensi pariwisata yang besar dan menawarkan berbagai obyek wisata alam yang menarik untuk dikunjungi. Di Sulawesi Utara, salah satu daerah dengan potensi pariwisata yang besar adalah Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.

Konsep Strategi

Secara etimologi adalah turunan dari kata strategi berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi juga dapat dipandang sebagai pola tujuan, kebijakan, program tindakan, keputusan atau alokasi sumber daya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang dilakukan dan mengapa organisasi melakukannya.

Menurut Stephanie K. Marrus (2001:31), strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain itu, menurut Hamel dan Prahalad (2001:31) strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan, dengan demikian strategi hampir dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang akan terjadi.

Sedangkan Menurut Menurut Pearce II dan Robinson (2008:2), strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dari definisi tersebut, dapat di simpulkan bahwa pengertian dari Strategi adalah sebuah tindakan proses perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan, dengan melakukan hal-hal yang bersifat terus menerus sesuai keputusan bersama dan berdasarkan sudut pandang kebutuhan pelanggan.

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah di tetapkan. David (2011:18-19).

1) Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

2) Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau perusahaan melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu visi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

3) Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena

strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Konsep Pengembangan

Konsep pengembangan merupakan proses, cara, perbuatan mengembangkan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002 : 538). Dengan demikian konsep pengembangan adalah rancangan mengembangkan sesuatu yang sudah ada dalam rangka meningkatkan kualitas lebih maju.

Menurut Hafsa (2000 : 198) pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan penguatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha-usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Sedangkan menurut Mangkuprawira (2004 : 135) menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa depan.

Pengertian Pariwisata

Menurut Suwanto (2004) pada hakikatnya pariwisata adalah proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya, dengan dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar. Pariwisata menurut UU Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk perusahaan, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan wisata penyelenggaraan pariwisata.

Menurut Sunaryo (2013: 2) di dalam UU Nomor. 10 tahun 2009 tentang

kepariwisataan, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Selain itu, menurut WTO atau *World Tourism organization* dalam Muljadi (2010: 8) pariwisata adalah aktivitas yang dilakukan orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk dan tinggal diluar kebiasaan lingkungannya dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk kesenangan, bisnis dan keperluan lain. Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan atau perjalanan yang dilakukan seseorang atau lebih ke suatu tempat diluar tempat tinggalnya yang dimaksudkan untuk kesenangan, menenangkan diri, kepentingan bisnis atau kepentingan-kepentingan lainnya. Secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Pengembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, sebagaimana dikemukakan Sobari dalam Anindita (2015), yaitu :

1. Kelangsungan ekologi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin terciptanya pemeliharaan dan

- proteksi terhadap sumberdaya alam yang menjadi daya tarik pariwisata, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai.
2. Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui sistem nilai yang dianut masyarakat setempat sebagai identitas masyarakat tersebut.
 3. Kelangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan kesempatan kerja bagi semua pihak untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi melalui suatu sistem ekonomi yang sehat dan kompetitif.
 4. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, sebagaimana dikemukakan Sobari dalam Anindita (2015), yaitu :

1. Kelangsungan ekologi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin terciptanya pemeliharaan dan proteksi terhadap sumberdaya alam yang menjadi daya tarik pariwisata, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai.
2. Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui sistem nilai yang dianut masyarakat setempat sebagai identitas masyarakat tersebut.
3. Kelangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan kesempatan kerja bagi semua pihak untuk terlibat dalam aktivitas

ekonomi melalui suatu sistem ekonomi yang sehat dan kompetitif.

4. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Untuk itu perlu adanya strategi pengembangan pariwisata. strategi pengembangan pariwisata itu sendiri merupakan rencana atau langkah-langkah kedepan untuk mengembangkan pariwisata lebih baik dan lebih menarik untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Dengan demikian maka disimpulkan bahwa untuk mengetahui tingkat keberhasilan strategi pengembangan tersebut maka digunakanlah analisis SWOT dalam penelitian ini agar dapat membantu peneliti dalam memberikan hasil analisis yang cukup tajam serta dapat menjadi instrumen dengan melihat faktor-faktor yang menjadi landasan atau dasar dalam penyusunan strategi yang terbaik.

Menurut Udaya, (2013: 40) Analisis SWOT adalah analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan atau organisasi. Melalui analisis ini pemimpin atau manajer dapat menciptakan tujuan sepintas (*overview*) secara cepat mengenai situasi stratejik organisasi.

1. Kekuatan (*strenght*)

Kekuatan merupakan sumber atau kemampuan yang dikuasai atau yang tersedia bagi perusahaan dan memberikan keuntungan dibandingkan dengan para pesaingnya dalam melayani kebutuhan para pelanggan. Umumnya, daerah kekuatan berkaitan dengan keunggulan dari para pegawai atau berdasarkan sumber daya (*resources based*). Dalam hal ini yang menjadi kekuatan dari pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Utara ialah berbagai potensi wisata baik, alam, buatan maupun budaya.

2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam salah satu sumber daya atau kemampuan (*capability*) organisasi dibandingkan dengan para pesaingnya yang menciptakan kerugian dalam usaha memenuhi kebutuhan para pelanggan secara efektif. Dalam hal ini kelemahan dari pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Utara kurangnya infrastruktur dan perhatian dalam pengelolaan potensi-potensi wisata.

3. Peluang (*opportunities*)

Peluang merupakan situasi yang menguntungkan didalam lingkungan organisasi. Kecenderungan-kecenderungan yang terdapat di dalam lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi merupakan sebuah peluang. Begitu pula perubahan-perubahan di dalam peraturan-peraturan pemerintah pusat atau setempat dan perubahan-perubahan yang terjadi di bidang teknologi,serta perbaikan hubungan antara pembeli dan penjual dapat merupakan sebuah peluang. Peluang dari pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Utara adalah dengan kekuatan yang dimiliki, bisa mendatangkan wisatawan dan investor-investor dari luar sehingga dapat di manfaatkan oleh Pemerintah Daerah untuk menunjang pengelolaan pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.

4. Ancaman (*threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menyenangkan di dalam sebuah lingkungan. Ancaman adalah rintangan utama terhadap posisi saat ini atau posisi yang diinginkan perusahaan atau organisasi. Masuknya pesaing-pesaing baru, pertumbuhan besar yang tersendat, kekuatan tawar-menawar dari para pemasok atau pemakai utama, perubahan teknologi, serta peraturan-peraturan yang baru dapat merupakan ancaman terhadap keberhasilan perusahaan atau organisasi. Dalam hal ini ancaman yang dihadapi pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Utara adalah adanya pihak asing yang mulai masuk dan mulai mengambil alih sumber daya

alam dan mempengaruhi pengelolaan pariwisata sehingga masyarakat lokal tidak diberi kesempatan untuk mengembangkan potensi wisatanya sendiri. Ditambah kebijakan dan aturan yang lebih memihak kepada pengelola asing yang dinilai lebih kompeten mengelolah pariwisata dan sumber daya alam.

Carlos A. Sombang (2018). "Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah". Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado.

Penelitian ini bertujuan untuk memberi gambaran mengenai Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data dan penyajian data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam usaha untuk memajukan pariwisata maka promosi wisata adalah salah satu alternatifnya tetapi dalam kenyataanya promosi kepariwisatawan yang dilakukan dinas pariwisata belum berjalan dengan efektif, karena hanya melalui sebatas promosi lewat brosur,stiker,pamphlet ataupun yang lainnya yang hal demikian belum tentu menjangkau para wisatawan mancanegara maka dari pada itu diharapkan website yang dikelola dinas pariwisata harus tersedia promosi juga tentu untuk menyentuh para wisatawan yang ada dari mancanegara.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada cakupannya dimana pada penelitiann terdahulu hanya memfokuskan pada satu peningkatan pendapatan asli daerah sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih disini lebih untuk meningkatkan perkembangan pariwisata itu sendiri.

Jova Jalinsri Engelina Langi (2014). "Strategi Pemerintah Desa Dalam Pemberdayaan Kelompok Tani Di Desa Popontolen Kecamatan Tumpaan Kabupaten Minahasa Selatan (Studi Kasus Di Desa Popontolen Kecamatan Tumpaan Kabupaten Minahasa Selatan)". Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado.

Pemerintah desa dalam hal ini sebagai ujung tombak pemerintahan, merupakan akronim dari pemerintah pusat yang dimana berbau langsung dengan masyarakat, diharapkan dapat efektif dalam menjalankan tugas-tugas pemerintah sebagai pemerintah yang berada di desa guna mewujudkan pembangunan disegala bidang. Desa dalam hal ini adalah kesatuan wilayah yang dihuni oleh sejumlah keluarga yang mempunyai sistem pemerintahan sendiri. Upaya mewujudkan kemandirian daerah mencerminkan peran partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan yang dilandasi aturan kebijakan untuk berpartisipasi sesuai proporsi dan kompetensi yang dimiliki. Dengan kata lain, pemberdayaan kelompok tani ini adalah memampukan dan memandirikan masyarakat dalam hal kesejahteraan. Oleh sebab itu, diperlukan suatu strategi/cara untuk memberdayakan petani dalam meningkatkan produktivitas pertanian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang penerapan strategi pemerintah desa dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Popontolen. Hal ini didasari karena banyaknya masyarakat desa Popontolen yang berprofesi sebagai petani dan didukung dengan keadaan geografi dan topografi dari desa Popontolen itu sendiri yang cocok untuk dijadikan area pertanian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif.

Dari hasil penelitian didapati strategi pemerintah desa tidak diterapkan dengan baik dan berjalan ditempat. Ada beberapa kelompok tani di desa ini yang tidak diberdayakan oleh pemerintah. Selain faktor pemerintah, kemampuan sumberdaya

manusia juga berpengaruh dalam perkembangan kelompok tani di Desa Papontolen.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah kalau penelitian terdahulu berfokus pada pemberdayaan kelompok tani sedangkan penelitian yang dilakukan penulis kepada objek wisata.

Ketiga, Angga Pradikta, (2013), Skripsi : "Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati".

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Peneliti akan menggambarkan tentang keadaan di lapangan dan mengajukan sebuah strategi pengembangan sebagai bahan rekomendasi bagi Pemerintah Daerah. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang melakukan kegiatan wisata di Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah pada tahun 2013. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *insidental random sampling*. Untuk mengetahui besarnya ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, digunakan rumus pendekatan slovin dengan sampel 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan dalam *Matrix Grand Strategy* terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata di Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah berada di posisi Strategi Pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki. Dalam diagram menunjukkan bahwa titik potong (1,39;0,91) berada pada kuadran I, dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah. Perolehan rata-rata kontribusi Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah terhadap Pendapatan Asli Daerah tahun 2007-2011 adalah 0,000136 %. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah objeknya yang mengacu pada satu objek wisata sedangkan dalam penelitian yang dilakukan penulis mengacu

pada pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Utara dalam artian disini lebih luas. Lalu dapat dilihat juga bahwa dari penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh penulis bersifat kualitatif.

Rivano E. Kandou, (2017), Skripsi : “Kinerja Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Pengembangan Pariwisata Di Minahasa Utara”. Prodi Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado

Pariwisata adalah suatu fenomena global yang menunjang perekonomian global. Hal ini merupakan indikasi yang dirasakan di hampir semua wilayah di dunia, termasuk di Indonesia. Secara khusus di Propinsi Sulawesi Utara, Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara sudah cukup berkembang dalam tiga tahun terakhir. Penelitian ini dilakukan di Propinsi Sulawesi Utara, Kabupaten Minahasa Utara dengan mengambil fokus penelitian pada kinerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan daerah dalam pengembangan pariwisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan memfokuskan penelitian pada masalah bagaimanakah kinerja Pegawai Dinas Pariwisata dalam upaya Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Minahasa Utara? Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Kinerja Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara sudah memadai; Kinerja pegawai Dinas Pariwisata Minut sudah cukup baik namun faktor pendidikan, organisasi dan faktor psikologis perlu diperhatikan lagi; Tantangan dan peluang organisasi yang mempengaruhi pengembangan pariwisata Minahasa Utara antara lain terbagi dua, yakni dari dalam organisasi dan kedua dari luar organisasi; dan Upaya Peningkatan Kinerja Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara adalah: 1. Perencanaan sumber daya demi mengisi kebutuhan pegawai yang masih kurang dalam bidang pariwisata; 2. Peningkatan tanggungjawab bagi setiap pegawai; 3. Peningkatan

kedisiplinan pegawai; 4. Stimulus pimpinan dalam hal pengembangan sikap, mental, kepribadian, dan motivasi para pegawai dinas pariwisata.demi mencapai tujuan pengembangan pariwisata daerah; 5. Pelaksanaan pendidikan dan pelatihan atau dikenal dengan DIKLAT pegawai secara kontinu; 6. Pembinaan masyarakat melalui seminar dan lokakarya pariwisata; 7. Kerja sama dengan BMKG dalam hal peringatan bencana terutama di lokasi pariwisata.

Nur Afni Karim, (2018), Skripsi : “Strategi Pemasaran Pada Stie Sulut Manado”. Prodi Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sulawesi Utara dengan berbagai tantangan baik itu ada pada internal maupun eksternal yang bisa mempengaruhi kelangsungan dari perguruan tinggi ini, terus menerus melakukan perubahan-perubahan yang terarah demi terwujudnya peningkatan jumlah mahasiswa dan tujuan dari perguruan tinggi ini yaitu penyenggaraan tridarma perguruan tinggi, yang terdiri dari pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat yang berkualitas. Memperhatikan permasalahan internal pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sulawesi Utara Manado serta lingkungan eksternal, maka Stie Sulut Manado perlu melakukan pengkajian strategis pemasaran. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mencari Formula strategi dan menetapkan strategi yang perlu dilakukan, sehingga bisa mewujudkan apa yang diinginkan oleh Stie Sulut Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, dimana peneliti mengumpulkan data dan memprosesnya menjadi suatu informasi yang akan dideskripsikan menjadi sebuah fenomena-fenomena yang akan ditindak lanjuti secara mendalam. Sumber data adalah para responden inti yaitu unsur pimpinan Stie Sulut Manado dengan mahasiswa. Teknik Analisis Data menggunakan Analisis SWOT,

dengan menyusun matrik SWOT. Berdasarkan analisis SWOT terdapat hal-hal yang menjadi peluang dan kekuatan untuk Stie Sulut Manado yaitu mempertahankan dan meningkatkan Akreditasi pada kedua program studi yaitu manajemen dan akuntansi serta melakukan akreditasi institusi, menambah jumlah tenaga pendidik dan meningkatkan kualitas dosen dan tenaga kependidikan, meningkatkan pelaksanaan Tridarma Perguruan tinggi, melakukan kerjasama dengan pihak luar terutama program unggulan dibidang akademik, penambahan proses perkuliahan dipagi hari, meningkatkan kualitas mahasiswa dengan mengikuti berbagai macam lomba baik di nasional maupun internasional, serta meningkatkan promosi kesekolah-sekolah SMU sederajat. Memperhatikan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa point yaitu melakukan strategi Agresif dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada secara maksimal, terus menerus melakukan program peningkatan kualitas sumber daya manusia, yakni tenaga pendidik dosen dan tenaga kependidikan serta meningkatkan kualitas mahasiswa agar bisa bersaing di tingkat nasional, memonitoring pelaksanaan akademik agar sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan. Saran segera melakukan program strategi agresif dengan melakukan perbaikan-perbaikan pada semua hal terutama pada semua kekuatan dan peluang di Stie Sulut Manado, perlu menata kembali rencana strategi baik jangka panjang maupun jangka pendek, dan rencana operasional berupa melakukan reakreditasi untuk program studi dan mengajukan akreditasi institusi, membuat program kebijakan peningkatan Sumber Daya Manusia baik tenaga pendidik, tenaga kependidikan dan mahasiswa secara terus menerus, serta membuat program kebijakan pengendalian dan evaluasi terhadap kebijakan yang dijalankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Masyhuri dan Zainuddin (2008:13) penelitian kualitatif adalah penelitian yang pemecahan masalahnya dengan menggunakan data empiris. Sedangkan Moleong (2007:6) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata berbagai metode alamiah.

Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ada yang disebut batasan masalah, batasan masalah itu sendiri dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus, yang berisi pokok masalah umum yang masih bersifat umum. Untuk itu, dalam penelitian ini fokus penelitiannya mengenai strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. Dengan pendekatan analisis SWOT Strategi Bisnis menurut Rangkuti (2006). Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Sumber Data

1. Data Primer, data yang diperoleh secara langsung dari informan dengan wawancara langsung.
2. Data Sekunder. Data yang diperoleh dari dokumen atau resmi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Utara

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi : yaitu pengamatan yang dilakukan peneliti di lokasi penelitian.

2. Wawancara : yaitu penelitian mengadakan wawancara atau tanya jawab secara langsung dengan informen kunci melalui daftar pertanyaan yang di siapkan terlebih dahulu (wawancara tidak terukur).
3. Dokumentasi / documenter: Yaitu dengan cara mengumpulkan dan menelaah dokumen-dokumen tertulis yang tersedia di lokasi penelitian.

Informan penelitian

Informan adalah orang yang akan menjadi sumber informasi dalam penelitian yang telah di laksanakan dan yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini (informan) terdiri dari 15 orang yaitu :

Kepala Dinas Pariwisata	1 Orang
Kepala Bagian	3 Orang
Staf/Pegawai Dinas Pariwisata	4 Orang
Masyarakat/Wisatawan	7 Orang
Jumlah	15 Orang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bolmut yang telah dikumpulkan dan dilakukan analisis pada faktor internal dan eksternal kemudian digunakan untuk menentukan faktor strategis perusahaan untuk analisis SWOT. Faktor internal dan eksternal pelaksanaan pada Dinas Pariwisata Kabupaten Bolmut sebagai berikut:

1. Kekuatan
 - 1) Kualitas objek wisata yang ditawarkan baik
 - 2) Harga atau tarif yang ditetapkan terjangkau konsumen
 - 3) Pengaruh lokasi terhadap jumlah pengunjung yang baik
2. Kelemahan
 - 1) Keterbatasan Sarana dan Fasilitas
 - 2) Keterbatasan Sumber Daya Manusia
 - 3) Penetapan harga dan tarif yang tidak jelas
3. Peluang
 - 1) Kemampuan menangkap pangsa pasar yang baik

- 2) Dampak positif dari keragaman jenis wisata yang ditawarkan
 - 3) Citra pariwisata kabupaten bolmut yang baik dimata indonesia dan dunia
 - 4) Respon positif terhadap jasa wisata
 - 5) Tingkat permintaan pasar terhadap tempat wisata
4. Ancaman
 - 1) Tingkat persaingan usaha yang tinggi
 - 2) Kebijakan pemerintah yang menaikkan harga atau tarif retribusi
 - 3) Tingginya pertumbuhan usaha pariwisata

Pembahasan

Berdasarkan keterangan pada tabel internal faktor strategi/tabel eksternal faktor strategi (IFS/EFS) tersebut maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Strategi SO (*strength* dan *opportunities*) Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan pariwisata Kabupaten Bolmut guna menangkap peluang yang dimiliki. Menggunakan media promosi yang tepat sasaran sesuai pasar yang akan dituju oleh dinas pariwisata sehingga tepat sasaran dan terus dilakukan secara intens akan melahirkan hasil yang sangat baik. Melakukan inovasi dan mengeksplor lebih banyak lagi jenis dan destinasi objek wisata yang ditawarkan dan berkomitmen untuk memberi pelayanan yang terbaik kepada konsumen untuk menjaga citra baik pariwisata dimata konsumen.

2) Strategi ST (*strength* dan *threats*) Strategi ini diterapkan dimana kekuatan yang dimiliki perusahaan digunakan untuk mengatasi ancaman yang mungkin dapat dihadapi Dinas Pariwisata Kabupaten Bolmut. Pemerintah Kabupaten Bolmut dapat Menawarkan hal-hal baru yang menarik dan menjanjikan dengan penyajian kualitas sumber daya alam dan obeej wisata yang menarik. Terkait perubahan harga dan tarif yang dikenakan bisa diinformasikan melalui sarana promosi dan deskripsi objek wisata di media dan disarana serta fasilitas diobjek wisata tersebut. Tak lupa pula meningkatkan inovasi lain yang berhubungan dengan

pariwisata seperti kreativitas dalam pembuatan ole-ole atau buah tangan.

3) Strategi WO (*weakness* dan *opportunities*)

enyamaratakan tarif atau biaya pada objek-objek wisata yang sejenis akan jadi jalan keluar mengatasi ancaman yang ada. Selain itu pemberi pelatihan dan pendidikan kepada masyarakat terkait pengelolaan pariwisata juga sangat dibutuhkan. Tak lupa pula Menambah sarana dan fasilitas penunjang dan Mendaur ulang atau peremajaan kembali sarana dan fasilitas yang ada agar terlihat lebih menarik.

4) Strategi WT (*weakness* dan *threats*)

Strategi ini diterapkan saat dinas pariwisata kabupaten bolmut harus mampu mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan agar terhindar dari ancaman usaha yang akan dihadapi. Meningkatkan keamanan dan kenyamanan para wisatawan yang datang berkunjung. Menetapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan bagi dinas pariwisata maupun masyarakat. Perawatan dan pemeliharaan harus rutin dijalankan disetiap objek wisata

Strategi pengembangan pariwisata yang tepat diterapkan pada Dinas Pariwisata Kabupaten Bolmut untuk saat ini adalah menerapkan strategi SO (*strength Opportunities*). Strategi SO (*strength* dan *opportunities*) ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan Dinas Pariwisata Kabupaten Bolmut guna menangkap peluang yang dimiliki perusahaan. Menggunakan media promosi yang tepat sasaran yaitu media promosi dengan jaringan internet karena media promosi dengan jaringan internet sangat tepat digunakan pada era modern, konsumen dapat mengakses permintaannya dengan mudah dan fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Selain itu, Dinas Pariwisata Kabupaten Bolmut juga bekerjasama dengan beberapa hotel dan pengrajin oleh-oleh atau buah tangan di Kabupaten Bolmut sebagai mitra

kerja untuk memenuhi kebutuhan wisatawan terkait sarana dan fasilitas juga cendramata.

Media promosi dengan jaringan internet dapat meminimalkan biaya operasional Dinas Pariwisata Kabupaten Bolmut. Melakukan inovasi dan eksplorasi terhadap jenis objek wisata yang ditawarkan dan menjamin kualitas objek pariwisata yang ditawarkan serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen untuk mendapatkan citra baik dimata konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi SO (*strength* dan *opportunities*)

Menggunakan media promosi yang tepat sasaran sesuai pasar yang akan dituju oleh dinas pariwisata sehingga tepat sasaran dan terus dilakukan secara intens akan melahirkan hasil yang sangat baik. Melakukan inovasi dan mengeksplor lebih banyak lagi jenis dan destinasi objek wisata yang ditawarkan dan berkomitmen untuk memberi pelayanan yang terbaik kepada konsumen untuk menjaga citra baik pariwisata dimata konsumen.

2. Strategi ST (*strength* dan *threats*)

Pemerintah Kabupaten Bolmut dapat Menawarkan hal-hal baru yang menarik dan menjanjikan dengan penyajian kualitas sumber daya alam dan obeej wisata yang menarik. Terkait perubahan harga dan tarif yang dikenakan bisa diinformasikan melalui sarana promosi dan deskripsi objek wisata di media dan disarana serta fasilitas diobjek wisata tersebut. Tak lupa pula meningkatkan inovasi lain yang berhubungan dengan pariwisata seperti kreativitas dalam pembuatan ole-ole atau buah tangan.

3. Strategi WO (*weakness* dan *opportunities*)

Penyamaratakan tarif atau biaya pada objek-objek wisata yang sejenis akan jadi jalan keluar mengatasi ancaman yang ada. Selain itu pemberi pelatihan dan pendidikan kepada

masyarakat terkait pengelolaan pariwisata juga sangat dibutuhkan. Tak lupa pula Menambah sarana dan fasilitas penunjang dan Mendaur ulang atau peremajaan kembali sarana dan fasilitas yang ada agar terlihat lebih menarik.

4. Strategi WT (*weakness* dan *threats*)

Meningkatkan keamanan dan kenyamanan para wisatawan yang datang berkunjung. Menetapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan bagi dinas pariwisata maupun masyarakat. Perawatan dan pemeliharaan harus rutin dijalankan disetiap objek wisata

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Dengan adanya masalah kekurangan kekurangan sumber daya manusia dalam pengelolaan pariwisata maka Dinas Pariwisata Kabupaten Bolmut saat ini harus segera mengadakan pelatihan dan pendidikan kepada masyarakat dan para pegawainya.
2. Penambahan jumlah dan peremajaan sarana dan fasilitas juga sangat penting demi menjaga kenyamanan dan kualitas objek wisata yang ditawarkan
3. Strategi pengembangan pariwisata juga perlu mengikuti perkembangan jaman agar kegiatan promosi objek-objek wisata dapat berlangsung dalam jangka waktu yang panjang.
4. Mewaspadaai ancaman dan persaingan dalam kepariwisataan juga harus ditingkatkan mengingat persaingan dibidang pariwisata sekarang semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Anindita, M. 2015. *Analisa Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja*. Semarang: Universitas Diponegoro

David, F. R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta: Salemba Empat

Hafsah, J. 2000. *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Hamel dan Prahalad. 2001. *Kompetisi Masa Depan; Strategi Strategi Terobosan Untuk Merebut Kendali atas Industri Anda dan Menciptakan Pasar Masa Depan*. Jakarta: Binarupa

Kandou, E. R. 2017. *Kinerja Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Pengembangan Pariwisata Di Minahasa Utara*. Manado: Unsrat.

Langi, J. E. J. 2014. *Strategi Pemerintah Desa Dalam Penberdayaan Kelompok Tani Di Desa Popontolen Kecamatan Tumpaan Kabupaten Minahasa Selatan (Studi Kasus Di Desa Popontolen Kecamatan Minahasa Selatan)*. Manado: Unsrat

Mangkuprawira. 2004. *Manajemen SDM Stratejik*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia

Mardiasmo. 2002. *Pendapatan Asli Daerah*. Yogyakarta: ANDI

Marrus, S. K. 2001. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Masyuri dan Zainuddin. 2008. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: Refika Aditama.

Moleong, L. J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Berkarya Rosdakarya Offset

Pearce II, J. A dan Robinson R. B. J. 2008. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat

Pradikta, A. 2013. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*. Semarang: Unnes

- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sombang, A, C. 2018. *Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah*. Manado: Unsrat.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Yogyakarta: Gava media.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Udaya. 2013. Analisis SWOT: *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sumber Lain :

- Undang-Undang RI Nomor 9 Tahun 1990
Tentang Kepariwisata
- Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009
Tentang Kepariwisata
- Undang-Undang RI Nomor 32 Tahun 2004
Tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang-undang RI Nomor 33 Tahun 2004
Tentang Perimbangan Keuangan
Antara Pemerintah Pusat dan
Pemerintah Daerah.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002.
Konsep Pengembangan