

**STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA TANJUNGPINANG**  
(Studi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang)

**NASKAH PUBLIKASI**



Oleh :

**RATIKA YANA WARDANI**

NIM : 090563201050

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
TANJUNGPINANG

2013

## ABSTRAK

Pengembangan potensi pariwisata terbukti mampu memberi dampak positif dalam hidup masyarakat. Kota Tanjungpinang merupakan Ibu Kota dari Provinsi Kepulauan Riau yang memiliki potensi pariwisata untuk dikembangkan seperti beragam budaya, sejarah dan pemandangan yang indah. Strategi pengembangan pariwisata oleh Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Tanjungpinang belum berjalan baik dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Tanjungpinang belum menunjukkan peningkatan. Hal ini dikarenakan minimnya pemerhatian pemerintah dalam pengelolaan pariwisata.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengembangan pariwisata, dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan penghambat pengembangan pariwisata. Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti berusaha mengangkat permasalahan bagaimanakah strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan fenomena sosial tanpa ada perbandingan dan menjawab hipotesa.

Hasil penelitian adalah masih kurang baiknya strategi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang dan minimnya Pemerhatian pemerintah daerah terhadap pariwisata Kota Tanjungpinang, kesimpulan dari penelitian ini dilihat dari indikator dalam perencanaan strategi serta jawaban responden yaitu masih banyaknya program kerja yang belum terlaksana, terbatasnya anggaran untuk pembangunan pariwisata, rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia dalam pengelolaan pariwisata. Saran dari penelitian ini adalah pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata harus mengevaluasi kembali terhadap pengelolaan dan pengembangan pariwisata Kota Tanjungpinang, meningkatkan kerja sama dibidang pariwisata dengan pihak yang terkait serta meningkatkan aksesibilitas pariwisata Kota Tanjungpinang.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan, Pariwisata

## ABSTRACT

*Development potency of tourism evident can gives positive effects to way of life the society. Tanjungpinang city is the capital of Riau Islands Province that has many tourism to develop such as cultures, history and beautiful natures. In Tanjungpinang city the development strategy of tourism it still fairly good to be done, showing from visited of tourists to this city hasn't seen increased. It caused less cared of government in tourism management.*

*The purpose of the research are wanted to know strategy that done by tourism office of Tanjungpinang city, and to know a strength factors and the weakness factors in development Tanjungpinang city tourism. Based on the exposure of the above researcher trying to raise the issue about how the strategy of tourism office of Tanjungpinang city to development a tourism.*

*The method of the research that was used is descriptive qualitative, is the research that purpose to describe the phenomena in real situation without make comparing or answering hypothesis.*

*The results of the research are fairly good the strategy development in tourism office of Tanjungpinang city and less cared of the government in tourism. The conclusion of the research showing from indicators and all respondents said are the fairly good to be done, a circumscribed of budget to tourism and minim of human resources. The suggestion that can the research gives are, Government especially tourism office of Tanjungpinang city must do evaluation to management and development of Tanjungpinang city tourism, increasing a partner with institution in tourism.*

*Key Word : Development, Strategy, Tourism*

## **A. Latar belakang masalah**

Pengembangan dunia pariwisata telah mengalami berbagai perubahan dari waktu ke waktu. Baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan. Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek dan daya tarik wisata yang berupa kekayaan alam yang indah, keragaman flora fauna, seni budaya, peninggalan sejarah, benda-benda purbakala serta kemajemukan budaya. Dengan ditetapkannya Undang-Undang No.32 Tahun 2004 yang menjadi landasan berlangsungnya sistem desentralisasi dan otonomi daerah di Indonesia. Dengan adanya otonomi daerah pemerintah pusat harus memberikan pembagian kekuasaan kepada daerah untuk mengelola sumber daya sehingga adanya tanggung jawab dari pemerintah daerah untuk mengelola secara efisien dan efektif yang nantinya menjadi sumber daerah untuk Pendapatan Asli Daerah untuk memenuhi kebutuhannya. Pengembangan potensi pariwisata juga telah terbukti mampu memberi dampak positif dengan adanya perubahan yang besar dalam hidup masyarakat. Secara ekonomi pariwisata memberi dampak dalam pendapatan *income* per kapita dan penambahan devisa Negara.

Indonesia merupakan Negara tropis sehingga memiliki dua musim, yaitu musim panas dan musim hujan. Letak Indonesia yang diantara Benua Asia dan Benua Australia dan diantara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia juga menjadi daya tarik tersendiri. Letak strategis inilah yang merupakan salah satu penunjang dalam pariwisata Indonesia. Banyak pulau yang mencapai puluhan ribu merupakan tempat tinggal dari beratus suku bangsa, adat istiadat dan kebudayaan merupakan salah satu keunggulan dari negeri lain. Saat ini banyaknya wisatawan

asal Indonesia yang berkunjung ke luar Negeri adalah bentuk kegagalan dalam membangun destinasi wisata dalam Negeri. Laporan *Travel dan Tourism Competitiveness* 2011 mengukur dan menganalisis daya saing pariwisata dan perjalanan dalam ekonomi di seluruh dunia. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan bahan yang berguna bagi pemerintah dan para pemimpin bisnis dalam mengatasi kendala dan daya saing mereka dalam pariwisata.

**Tabel 1.1**  
**Index Daya Saing Pariwisata Indonesia di Kawasan Asia Pasifik**  
*( The Travel & Tourism Competitiveness Index 2011 )*

| <b>COUNTRY<br/>EKONOMI</b> | <b>REGIONAL<br/>RANK</b> | <b>OVERALL<br/>RANK</b> | <b>SCORE</b>       |
|----------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------|
| Singapore                  | 1                        | 10                      | 5.23               |
| Hongkong                   | 2                        | 12                      | 5.19               |
| Australia                  | 3                        | 13                      | 5.15               |
| New Zealand                | 4                        | 19                      | 5                  |
| Japan                      | 5                        | 22                      | 4.94               |
| Korea                      | 6                        | 32                      | 4.71               |
| Malaysia                   | 7                        | 35                      | 4.59               |
| Taiwan                     | 8                        | 37                      | 4.56               |
| China                      | 9                        | 39                      | 4.47               |
| Thailand                   | 10                       | 41                      | 4.47               |
| Brunei                     | 11                       | 67                      | 4.07               |
| India                      | 12                       | 68                      | 4.07               |
| <b><i>Indonesia</i></b>    | <b><i>13</i></b>         | <b><i>74</i></b>        | <b><i>3.96</i></b> |
| Vietnam                    | 14                       | 80                      | 3.9                |
| Srilangka                  | 15                       | 81                      | 3.87               |
| Azerbaijan                 | 16                       | 83                      | 3.85               |
| Kazakhstan                 | 16                       | 94                      | 3.7                |
| Philippines                | 17                       | 101                     | 3.69               |

Sumber : *Word Economic Forum, Tahun 2013*

Salah satu permasalahan daya saing pariwisata Indonesia adalah dari sisi pengembangan daya tarik wisata. Indonesia masih kurang dalam hal diversifikasi

nilai daya tarik pariwisata, salah satu kelemahannya adalah dalam hal perintisan untuk membuka dan membangun daya tarik wisata baru di destinasi pariwisata sesuai dengan kecenderungan minat pasar, selain itu masih lemahnya dalam hal manajemen potensi daya tarik wisata dan masih belum berkembangnya inovasi manajemen produk dan kapasitas daya tarik wisata. Pada dasarnya pembangunan destinasi pariwisata tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan saja namun juga sebagai upaya untuk mendistribusikannya secara lebih proposional baik dari segi jumlah maupun pendapatan daerah dan masyarakat.

Kepulauan Riau termasuk salah satu Provinsi yang masih baru, secara geografis Provinsi ini berbatasan dengan Negara Negara maju seperti Singapura, Malaysia dan Vietnam membuat wilayah ini merupakan gerbang wisata dari mancanegara, dengan luas wilayah 251.810,71 km kubik, dengan 96 persennya adalah perairan dan sisanya daratan. Namun perkembangan sektor pariwisata Kepulauan Riau saat ini belum menunjukkan hal yang positif sebagaimana yang di harapkan. Letak Provinsi Kepri yang strategis yang sebagian besar terdiri dari ratusan pulau dengan destinasi pariwisata yang cukup banyak, ternyata belum bisa memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal dan manca Negara. Angka kunjungan wisatawan manca Negara yang berkunjung ke Kepulauan Riau belum menunjukkan peningkatan secara signifikan dari tahun ke tahun, menyebabkan sektor pariwisata gagal memberikan kontribusi yang positif bagi laju pertumbuhan ekonomi daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu Kota yang terdapat dalam wilayah Provinsi Kepulauan Riau yang sedang membangun industri pariwisatanya adalah kota Tanjungpinang.

Tanjungpinang merupakan Ibu Kota dari provinsi Kepulauan Riau. Beragamnya budaya, situs-situs sejarah dan pemandangan yang indah di kota ini, seperti wisata sejarah Pulau Penyengat, Wisata Kuil Reliji, Wisata Kebun Senggarang, Wisata Bahari Dompok, dan Wisata Kuliner, dapat menjadi potensi pariwisata jika di kembangkan dengan baik. Namun perkembangan pariwisata Kota Tanjungpinang belum menunjukkan hasil yang sebagaimana yang diharapkan. Hal ini terlihat dari tingkat kunjungan wisatawan pada tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Pintu Masuk Tanjungpinang**  
**2006-2011**

| TAHUN | JUMLAH (JIWA) | PERSENTASE | KETERANGAN |
|-------|---------------|------------|------------|
| 2006  | 130,021       | -          |            |
| 2007  | 119,526       | -8.07%     | PENURUNAN  |
| 2008  | 114,615       | -4.11%     | PENURUNAN  |
| 2009  | 96,267        | -16.01%    | PENURUNAN  |
| 2010  | 90,370        | -6.13%     | PENURUNAN  |
| 2011  | 95,467        | 5.64%      | KENAIKAN   |

*Sumber : Imigrasi, Tahun 2013*

Beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya daya saing pariwisata kota Tanjungpinang adalah (a) minimnya perhatian pemerintah daerah terhadap pariwisata (b) kurangnya keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan sumber daya pariwisata yang ada (c) rendahnya kualitas sarana dan prasarana di kota Tanjungpinang.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah yang di tekankan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang
2. Apakah faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam pengembangan pariwisata Kota Tanjungpinang

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan**

1. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan dalam pengembangan pariwisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Tanjungpinang
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam pengembangan pariwisata Kota Tanjungpinang

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

#### **2.1 Manfaat Akademik**

Untuk menambah ilmu pengetahuan terutama ilmu pariwisata dan sebagai referensi untuk penelitian sejenis dalam pengembangan ilmu pengetahuan

#### **2.2 Manfaat Praktis**

Melalui penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan kepada pihak yang terkait dalam



pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

#### **D. Metode Penelitian**

Arikunto (2006:151) menyebutkan bahwa, “Metode Penelitian adalah cara yang di gunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.”

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini bersifat deskriptif kualitatif, dalam penelitian deskriptif kualitatif ini peneliti akan memberikan gambaran sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta sesuai ruang lingkup judul penelitian.

Sugiyono (2005:11), menyatakan bahwa “penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable ataupun lebih tanpa membuat suatu perbandingan, atau menghubungkan satu variable dengan variable lain”. Singarimbun (2005:4), menyebutkan bahwa “penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat untuk fenomena sosial tertentu, peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak menggunakan uji hipotesa”.

##### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang karena:

1. Perlunya mengetahui strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah untuk memajukan sektor pariwisata Kota Tanjungpinang, hal inilah yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut.

2. Lokasi penelitian mempunyai relevansi terhadap penelitian ini, mengingat adanya hubungan antara yang diteliti dengan permasalahan yang ada

### 3. Populasi dan Sampel

Soehartono (2002:57), menyatakan bahwa “populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis yaitu objek yang akan diteliti, sedangkan definisi sampel penelitian adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat menggambarkan kondisi populasi secara keseluruhan”. Sugiyono (2005:57), menjelaskan bahwa “populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek-obyek, yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, jumlah dari keseluruhan populasi dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Populasi Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata**

| NO           | JABATAN           | JUMLAH (ORANG) |
|--------------|-------------------|----------------|
| 1            | Kepala dinas      | 1              |
| 2            | Sekretaris        | 1              |
| 3            | Kepala Sub Bagian | 3              |
| 4            | Kepala Bidang     | 4              |
| 5            | Kepala Seksi      | 8              |
| 6            | Staff Bidang      | 37             |
| 7            | Staff Sekretariat | 19             |
| <b>TOTAL</b> |                   | <b>73</b>      |

*Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tanjungpinang, Tahun 2013*

Dalam hal pemilihan sampel penulis mengambil teknik sampling purposive yang merupakan contoh non probability sampling, berpegang pada pendapat Sugiyono, (2005 ; 96) “ sampling purposive adalah teknik penentuan

sampel dengan pertimbangan tertentu, selama orang yang menjadi sampel memenuhi kriteria yang ditetapkan dan orang tersebut terkait dengan data penelitian”. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 10 orang responden yang berasal dari pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Kepala Dinas sebagai *key informan*,

#### **4. Jenis dan Sumber Data**

Agar data yang diperoleh untuk penelitian ini lengkap, maka peneliti perlu menetapkan sumber data yang digunakan. Sumber data dalam penelitian ini meliputi :

##### **a. Data Primer**

Adalah data yang peneliti dapat secara langsung dari responden, yaitu pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tanjungpinang, data yang diperoleh yaitu dari hasil wawancara dan observasi tentang strategi pengembangan pariwisata Kota Tanjungpinang

##### **b. Data Skunder**

Adalah data yang diperoleh melalui studi pustaka atau kearsipan yang meliputi :

- 1) Studi kepustakaan, cara ini ditempuh dengan mempelajari sejumlah buku, tulisan karya ilmiah yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti;
- 2) Gambaran umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

#### **5. Teknik Alat Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data penelitian maka digunakan tehnik, yaitu :

##### **a. Observasi**

Teknik pengumpulan data secara observasi mempunyai cirri-ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2005:166), yang mengemukakan bahwa “teknik observasi merupakan suatu proses yang kompleks dan sulit, yang tersusun dari berbagai proses biologis dan prooses psikologis diantaranya yang terpenting adalah pengamatan dan ingatan”. Dalam penelitian yang dilakukan ini, observasi yang peneliti gunakan yaitu observasi struktur yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang diamati, kapan dan dimana tempat nya.

#### **b. Wawancara**

Soehartono (2002:67-68), menyatakan bahwa, “wawancara merupakan pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan oleh pewawancara kepada responden dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam”.

Dalam hal ini peneliti menggunakan sistem wawancara terstruktur. Wawancara ini akan dilakukan dengan responden yaitu pihak-pihak yang terlibat dalam Pengembangan pariwisata kota Tanjungpinang.

#### **c. Dokumentasi**

Yaitu pengumpulan data melalui buku-buku ataupun literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, misalnya literatur tentang strategi pengembangan, hambatan dan peluang yang dihadapi dan metode penelitian.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Strategi**

Konsep strategi dapat didefinisikan menjadi dua perspektif berbeda: 1) dari apa yang organisasi ingin lakukan, dan 2) dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan. Dari perspektif pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan dan mengimplementasikan program tersebut. Sedangkan berdasarkan perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungan sepanjang waktu (Tjiptono, 2000:6).

Menurut Hamel dan Prahalad dalam Rangkuti (2006:4) strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasar sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi dapat dimulai dengan apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang telah terjadi.

Terdapat elemen utama yang merupakan jantung manajemen strategi, menurut Kuncoro (2006:7), strategi memerlukan 3 proses yang berkelanjutan, yaitu: Analisis, Keputusan dan Aksi. Sedangkan konsep strategi menurut Itami dalam Kuncoro (2006:1) menentukan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasikan aktivitas. Newman dan Logan dalam Suyanto (2007: 243) menggunakan terminology “pengendalian sistem terkemudi” untuk menyoroti beberapa karakteristik penting dari pengendalian strategi.

## 2. Pariwisata

Pariwisata merupakan konsep yang sangat multidimensional. Tidak bisa dihindari bahwa beberapa pengertian pariwisata dipakai oleh para praktisi dengan tujuan dan persepsi yang berbeda sesuai tujuan yang ingin dicapai. Sebagai contoh beberapa ahli mendefinisikan pariwisata sebagai berikut:

*“The activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes”*. (“Pariwisata adalah keseluruhan (gejala) dan hubungan-hubungan yang di timbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya dengan maksud bukan untuk tinggal menetap di tempat yang disinggahinya dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah”). (WTO, dalam Pitana & Diarta, 2009: 45)

Berangkat dari pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa pariwisata bukan merupakan kegiatan yang menghasilkan upah, sebaliknya dengan mengadakan perjalanan pariwisata, maka seseorang akan mengeluarkan biaya. Biaya-biaya yang dimaksud antara lain biaya konsumsi, biaya menginap, biaya transportasi dan biaya lain-lain. Biaya ini dikeluarkan karna menggunakan prasarana ketika melakukan kunjungan wisata. Sedangkan menurut Bukart dan Medik di dalam Pendit (2006:22) mengungkapkan bahwa “*tourism, past, present and future*” yaitu pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal ditempat-tempat tujuan itu.

Hunziker dan Krapf dalam Pendit (2006:35), yang terkenal dengan ‘Bapaknya’ ilmu pariwisata mengatakan:

“Sejumlah hubungan-hubungan dan gejala-gejala yang dihasilkan dari tinggalnya orang-orang asing, asalkan tinggalnya mereka itu tidak menyebabkan timbulnya

tempat tinggal serta usaha-usaha yang bersifat sementara atau permanent sebagai usaha mencari kerja penuh”

Definisi pariwisata memang tidak dapat persisis sama antara para ahli, hal yang memang jamak terjadi dalam dunia akademis, sebagaimana juga bisa ditemui pada berbagai disiplin ilmu lain.

### **Teori SWOT**

Menjalankan sebuah organisasi dengan sebuah tujuan, maka tidak dapat dilepaskan dari memikirkan strategi-strategi untuk memajukan organisasi dalam pencapaian tujuan. Menurut Rangkuti (2001;19), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Menurut Kuncoro (2006: 51), analisis SWOT bisa di gunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan dilingkungan bisnis maupun pada lingkungan internal perusahaan.

### **F. Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Untuk Mengembangkan Pariwisata Kota Tanjungpinang.**

Dalam rangka mengembangkan potensi pariwisata Kota Tanjungpinang, Pemerintah Kota Tanjungpinang telah melakukan berbagai kegiatan yang dikemas dalam bentuk program dan kegiatan pembangunan pariwisata yakni:

- a. Mengembangkan dan meningkatkan jenis produk pariwisata budaya dan sejarah yang memiliki keunggulan kompetitif sesuai dengan kondisi Kota Tanjungpinang sehingga lebih menarik lagi bagi para wisatawan

- b. Memperbaiki dan meningkatkan aksesibilitas menuju objek wisata yang berada di Kota Tanjungpinang
- c. Meningkatkan promosi pariwisata melalui kerja sama dengan instansi terkait dan meningkatkan kuantitas dan kualitas materi promosi dalam bentuk brosur, booklet, CD interaktif dan brosur
- d. Membentuk dan membina kelompok sadar wisata disetiap objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan
- e. Menyelenggarakan pembinaan sadar wisata kepada masyarakat dengan memberikan bekal pengetahuan mengenai kepariwisataan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan
- f. Mengadakan kegiatan pameran wisata ke berbagai daerah dan Negara ang berpotensi dapat meningkatkan angka kunjungan wisata Kota Tanjungpinang

Faktor pendukung strategi pengembangan Pariwisata ini adalah ( *strength* dan *opportunities*) yang dimiliki dalam pengelolaan Pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sedangkan faktor penghambat strategi pengembangan Pariwisata dalam penelitian ini adalah (*weakness* dan *threats*) yang dihadapi dalam usaha pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang

#### 1. Faktor Pendukung Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan para responden, kekuatan (*strength*) yang menjadi pendorong upaya pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang adalah:



- a. Adanya Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Usaha Pariwisata Kota Tanjungpinang.
- b. Lokasi Kota Tanjungpinang yang strategis, yaitu berdekatan dengan Negara-negara luar seperti Singapura, Malaysia dan Thailand.
- c. Adanya keinginan *stakeholder* pariwisata dan masyarakat kota Tanjungpinang untuk memajukan sektor pariwisata, Karena memiliki pemandangan alam yang indah, nilai sejarah yang tinggi, keragaman objek, daya tarik wisata, atraksi wisata dan kesenian unggulan, kawasan situs sejarah dengan sarana dan fasilitas yang memadai.
- d. Adanya penggunaan teknologi modern dalam usaha pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang
- e. Kondisi keamanan Kota Tanjungpinang yang kondusif, sehingga menciptakan rasa aman bagi wisatawan.

Sedangkan peluang (*opportunities*) yang menjadi faktor pendorong upaya pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang adalah:

- a. Kota Tanjungpinang sebagai Provinsi Kepulauan Riau.
- b. Ditetapkannya Tanjungpinang sebagai salah satu pusat perdagangan *Free Trade Zone ( FTZ)*
- c. Potensi sumber daya alam yang cukup luas sehingga dapat dikembangkan sebagai pusat wisata untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat serta masih banyaknya benda peninggalan sejarah yang masih dipelihara oleh masyarakat Kota Tanjungpinang

- d. Adanya organisasi masyarakat yang berpotensi melestarikan budaya melayu yang dapat dikembangkan secara berskala serta dapat membangkitkan dan mempererat hubungan emosional dengan Negara serumpun.
- e. Adanya kemajuan teknologi informasi seperti akses internet yang memudahkan wisatawan untuk menakses informasi tentang keberadaan sebuah destinasi dan daya tarik wisata.

## 2. Faktor Penghambat Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap para responden, maka dapat dirumuskan berbagai kelemahan (*weakness*) yang menjadi faktor penghambat strategi pengembangan pariwisata Kota Tanjungpinang adalah:

- a. Kurangnya kualitas sumber daya manusia dibidang Kebudayaan dan Pariwisata
- b. Belum tersedianya transportasi yang memadai ke objek wisata yang akan dikunjungi
- c. Kurangnya fasilitas yang memadai, ruangan dan gedung, serta belum tersedianya pusat perbelanjaan dan hiburan yang berskala Internasional
- d. Belum terkelola dengan optimal objek wisata yang ada dan kurangnya promosi wisata dan media promosi
- e. Banyaknya objek wisata yang baru berkembang sehingga belum terlalu dikenal oleh wisatawan

Sedangkan ancaman (*threats*) yang dihadapi dalam strategi pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang adalah:

- a. Masih kurangnya minat kesadran masyarakat untuk mau bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam hal benda cagar budaya bergerak yang mereka miliki, sehingga benda cagar alam bergerak rentan diperjual belikan kepada pihak asing
  - b. Minimnya anggaran dari Pemerintah Kota Tanjungpinang yang dialokasikan untuk mengembangkan objek wisata yang ada
  - c. Rendahnya kunjungan wisatawan yang menyebabkan kurangnya motivasi masyarakat mendukung pengembangan strategi pariwisata Kota Tanjungpinang
  - d. Lemahnya kondisi ekonomi dengan adanya persaingan global sehingga sulit untuk menarik investor
  - e. Relative rendahnya kepedulian pemerintah daerah dalam pengembangan SDM atau aparatur Negara yang dapat merumuskan konsep-konsep pengembangan pariwisata yang sesuai dengan karakteristik potensi, baik potensi alam maupun budaya, yang dimiliki oleh Kota Tanjungpinang
3. Langkah-langkah Untuk Mengembangkan Potensi Pariwisata sebagai Daya Tarik Pariwisata Kota Tanjungpinang

Dalam rangka memberdayakan dan mengembangkan potensi alam dan budaya yang dimiliki oleh Kota Tanjungpinang dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menyediakan dan mengembangkan berbagai amenities ( sarana penunjang) pariwisata yang dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang

berkunjung ke berbagai obyek dan daya tarik wisata di Kota Tanjungpinang

2. Memperbaiki aksesibilitas menuju objek dan daya tarik pariwisata yang terdapat di Kota Tanjungpinang. Secara umum aksesibilitas menuju objek wisata dikatakan cukup baik. Untuk sampai ke daerah tujuan wisata seperti Senggarang dan Dompok sudah merupakan jalan aspal yang dibangun melalui dana pembangunan APBD Kota Tanjungpinang, sedangkan untuk menuju objek wisata seperti Pulau Penyengat, meskipun masih sederhana menggunakan alat transportasi pompong namun dapat ditingkatkan lagi kualitasnya.
3. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), khususnya yang berkaitan langsung dengan pengembangan pariwisata Kota Tanjungpinang. Dalam pembangunan pariwisata Sumber Daya Manusia merupakan salah satu kunci yang menentukan laju perkembangan pembangunan di suatu daerah.

Oleh karena itu SDM yang dimiliki oleh Kota Tanjungpinang perlu dikelola secara tepat sesuai dengan karakteristiknya melalui cara-cara seperti:

1. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia meliputi peningkatan kemampuan secara ilmu pengetahuan, peningkatan fisik, keterampilan maupun penguasaan terhadap sumber-sumber daya yang ada
2. Mengembangkan kemampuan melalui upaya peningkatan produktivitas dengan cara perluasan kesempatan kerja serta peningkatan produksi melalui penggunaan berbagai macam teknologi yang telah

berkembang sangat pesat, khususnya teknologi informasi dan komunikasi yang berkaitan erat dengan pengembangan pariwisata

3. Mengembangkan jaringan pendidikan, baik formal maupun informal, yang menekankan kepada profesionalisme sehingga calon tenaga kerja yang dihasilkan sesuai dengan tuntutan kualitas yang mampu bersaing di era kompetisi yang tinggi pada saat ini
4. Membangun insentif sistem yang jelas untuk memberikan motivasi kepada pegawai/pekerja agar memiliki semangat kerja yang tinggi serta dorongan untuk menunjukkan profesionalisme dibidangnya.
5. Meningkatkan promosi produk wisata.

Dalam rangka meningkatkan promosi pariwisata dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Mengembangkan koordinasi dengan stakeholder terkait. Dalam meningkatkan promosi perlu disusun program-program pemasaran pariwisata secara terpadu dan dirancang bersama antar seluruh elemen pemangku kepentingan
2. Menciptakan citra daerah tujuan wisata dalam hal ini wisata sejarah dan budaya dapat memberikan pengalaman kepada wisatawan
3. Meningkatkan usaha promosi obyek dan daya tarik wisata yang ada.
4. Tujuan dari promosi ini adalah membentuk meningkatkan citra dari Kota Tanjungpinang sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang potensial. Sehingga menyebabkan naiknya tingkat kunjungan wisatawan.

5. Mengembangkan materi informasi kepariwisataan. Usaha promosi produk wisata melalui penyebaran brosur atau buku saat ini perlu ditingkatkan lagi seperti pembuatan CD interaktif dan website mengenai kepariwisataan untuk mempromosikan kepariwisataan Kota Tanjungpinang
5. Mengembangkan kelembagaan yang dapat mendukung pembangunan kepariwisataan Kota Tanjungpinang. Upaya kelembagaan yang dapat dilakukan antara lain:
  1. Pembinaan kelompok sadar wisata dengan menanamkan prinsip yang terdiri atas aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah-tamah dan kenangan
  2. Pembinaan kelompok swadaya masyarakat dan kelembagaan lainnya yang terkait dan mendukung pengembangan wisata Kota Tanjungpinang. Sebagian dari kelompok-kelompok wisata tersebut bergerak di berbagai bidang usaha jasa pariwisata termasuk jasa homestay, cendramata, jasa pemandu wisata dan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, Jakarta Rineka Cipta.
- Depdikbud. 2001, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2006, *STRATEGI Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta : Erlangga
- Pendit, Nyoman S. 2006, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta : PT Pradnya Paramitha
- Pitana, I Gede. S Diarta, I Ketut. 2009, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta: Andi
- Rangkuti, Freddy. 2006, *Analisis SWOT Teknik Memebelah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Siagian, Sondang P. 2003, *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES
- Soehartono. Irawan. 2002, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta : Remaja Rosdakarya
- Suyanto M. 2007, *Strategi Mngement Global Most Admired Companies*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2005, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung : CV Alfabeta
- Tjiptono,F .2000, *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi