

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BUDAYA DI KOTA  
TANJUNGPINANG**

**NASKAH PUBLIKASI**



**Oleh:**

**YULIANI  
NIM : 100563201221**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
TANJUNGPINANG  
2017**

# **STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BUDAYA DI KOTA TANJUNGPINANG**

**YULIANI**

Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Maritim Raja Ali Haji

## **A B S T R A K**

Kota Tanjungpinang memiliki objek wisata lainnya seperti cagar budaya, makam-makam bersejarah, tarian-tarian tradisional serta event-event khas daerah. Namun fenomena yang terjadi di Kota Tanjungpinang adalah masih belum dapat mempromosikan daya tarik pariwisata. Dalam melaksanakan tugas dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mendapat berbagai masalah dan tantangan dalam menyelenggarakan setiap program kegiatan kepariwisataan dan kebudayaan. Permasalahan yang dihadapi Dinas dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang selama tahun anggaran 2016, terjadi defisit anggaran 2016 yang mengakibatkan ada 3 kegiatan yang tidak dapat dilaksanakan dan terjadi efesiensi anggaran kegiatan tersebut serta permasalahan yang lainnya

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pengembangan Objek Wisata Budaya Di Kota Tanjungpinang. Dalam penelitian ini jumlah sampelnya adalah 6 orang pegawai dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang yang mana masing-masing tugasnya berkaitan secara langsung dengan peningkatan wisatawan di Kota Tanjungpinang. Kemudian informan juga melibatkan pihak swasta yaitu travel dan tokoh masyarakat. Teknik analisa data deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian adalah Pemerintah Kota (Pemko) Tanjungpinang telah menyiapkan anggaran sebesar Rp10 miliar untuk mendongkrak sektor pariwisata. Anggaran sebanyak itu nantinya dikhususkan untuk publik, yaitu untuk kegiatan yang menghibur masyarakat. Untuk lebih memfokuskan peta pariwisata di Kota Tanjungpinang, Hal tersebut bertujuan agar semua kegiatan dapat dilakukan dengan baik dan terstruktur. Namun kenyataannya hal ini belum bisa di kelola dengan baik. Karena kegiatan sangat minim kemudian promosi juga belum dilakukan secara optimal, dan masih kurangnya pemeliharaan sarana prasarana wisata budaya di Kota Tanjungpinang.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sudah ada strategi Pengembangan Objek Wisata Budaya Di Kota Tanjungpinang sudah ada namun belum berjalan dengan baik. Permasalahannya adalah Pemerintah Kota (Pemko) Tanjungpinang telah menyiapkan anggaran sebesar Rp10 miliar untuk mendongkrak sektor pariwisata. Namun kenyataannya hal ini belum bisa di kelola dengan baik. Karena kegiatan sangat minim kemudian promosi juga belum dilakukan secara optimal, dan masih kurangnya pemeliharaan sarana prasarana wisata budaya di Kota Tanjungpinang. Berikut saran yang dapat diberikan yaitu harus ada komitmen pemerintah daerah khususnya dalam memberikan pendanaan agar setiap kegiatan dapat berjalan dengan baik. Harus ada kerjasama antara swasta dan pemerintah dalam mempromosikan

wisata budaya di Kota Tanjungpinang. Harus ada evaluasi berkaitan dengan strategi yang sudah ada agar pelaksanaan di lapangan lebih tepat sasaran.

Kata Kunci : Pariwisata, Strategi, Objek wisata



## ABSTRACT

*Tanjungpinang city have other sights such as cultural heritage, historic tombs, traditional dances as well as typical regional events. However, the phenomenon which occurred in the town of Tanjung Pinang is still not able to promote a tourism attraction. In carrying out the duties and functions of the Department of culture and tourism got a wide range of issues and challenges in organizing any activity program of tourism and culture. The problems faced by the Office of culture and the city of Tanjung Pinang for the past fiscal year 2016, 2016 budget deficits occurred that resulted in three activities that could not be implemented and the activities budget efficiency occur as well as other problems*

*The purpose of this research is to know the strategy of development of the cultural attractions in the city of Tanjung Pinang. In this study the number of sampelnya is 6 employees of the Tourism Office of the city of Tanjung Pinang which each task related directly with the increase of tourists in the town of Tanjung Pinang. Then the informant also involves private parties i.e. travel and community leaders. A descriptive qualitative data analysis techniques.*

*The result of the research was the City Government (Pemko) Tanjungpinang has prepared a budget amounting to Rp10 billion to boost the tourism sector. The budget as much as it was later set aside for the public, i.e. for activities that entertain the community. To better focus the map of tourism in the town of Tanjung Pinang, it aims to have all activities can be done well and structured. But in reality this can not at manage it well. Very minimal activity since then promotions have also not yet performed optimally, and lack of maintenance of cultural tourism infrastructure in the town of Tanjung Pinang.*

*Conclusions in this study is there is already a strategy for the development of cultural attractions in the city of Tanjung Pinang already exists but hasn't been going well. At issue is the City Government (Pemko) Tanjungpinang has prepared a budget amounting to Rp10 billion to boost the tourism sector. But in reality this can not at manage it well. Very minimal activity since then promotions have also not yet performed optimally, and lack of maintenance of cultural tourism infrastructure in the town of Tanjung Pinang.*

*The following suggestions can be given i.e. There must be a commitment from the local government especially in providing funding so that each activity can be run well. There should be cooperation between the private and the Government in promoting cultural tourism in the city of Tanjung Pinang. There should be an evaluation with regard to the existing strategy in order to make the implementation on the ground are more appropriate target.*

*Keywords: tourism, strategies, tourist attractions*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Sektor kepariwisataan terbukti mampu menopang perekonomian rakyat dan sekarang ini keberadaannya sangat diperlukan dan merupakan salah satu sektor penting untuk memperoleh devisa dan peningkatan penerimaan pemerintah. Majunya sektor pariwisata disuatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang berkunjung. Kedatangan wisatawan tersebut akan mendatangkan penerimaan bagi daerah yang dikunjunginya. Bagi wisatawan mancanegara yang datang dari luar negeri, kedatangan mereka akan mendatangkan devisa dalam negara. Semakin banyaknya wisatawan berkunjung maka akan memberi dampak yang positif bagi Daerah Tujuan Wisata terutama sebagai sumber pendapatan daerah (Nasrul, 2010)

Obyek Dan Daya Tarik Wisata adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Obyek dan daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan travel motivation dan travel fashion, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan semata-mata hanya merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu, misalnya

penyediaan aksesibilitas atau fasilitas. (Marpaung, 2002:78)

Pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Berdasarkan pengertian ini dapat dinyatakan bahwa adanya wisatawan yang berkunjung membuat aktivitas pemerintah daerah, swasta dan anggota masyarakat di daerah tujuan wisata menjadi bertambah. Pemerintah melalui jalur birokrasinya mengatur kedatangan dan kepulangan wisatawan. Swasta berperan dalam menyediakan tempat penginapan (hotel), hiburan (diskotik dan karaoke), dan tempat makan minum (restoran). Sementara itu masyarakat setempat berperan sebagai penunjuk jalan (guide) dan menyediakan barangbarang cenderamata. (Soekadijo dalam Purnamawati, 2001: 50)

Sebagai Negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia memiliki banyak potensi pariwisata bahari yang sangat indah. Laut Indonesia menyediakan keragaman hayati dan keindahan pantai yang dapat menjadi tujuan utama wisatawan. Sektor pariwisata bahari Indonesia yang belum dimanfaatkan dengan baik, harus terus didorong agar meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun luar negeri.

Wisata bahari merupakan salah satu program unggulan dan prioritas dalam pembangunan kepariwisataan nasional dengan arah pengembangan yang terdiri dari: pengenalan tempat tujuan wisata, dukungan bagi kampanye pelestarian lingkungan, dan peningkatan wisata budaya bahari. Pengembangan potensi wisata bahari memiliki arti strategis dalam pengembangan budaya bahari, usaha multisektor, ekonomi daerah, dan

penguatan peran serta masyarakat. (<http://presidenri.go.id/maritim/maksimalkan-potensi-wisata-bahari-indonesia.html>)

Wisata Bahari Kepulauan Riau tercatat sebagai destinasi penyumbang wisatawan mancanegara nomor 3 di Indonesia setelah Bali dan Jakarta. Dengan lebih dari 96% wilayahnya adalah lautan atau 242.825 Lm<sup>2</sup>, telah menjadikan Kepulauan Riau sebagai sektor bahari dan paket wisata yang di unggulkan. beragam keindahan alam bahari Kepulauan Riau siap untuk digali, dibangun, dikembangkan, lalu dipasarkan baik ke tingkat nasional maupun internasional. Suguhan alam bahari Kepulauan Riau tersaji pada hampir semua wilayah pantai dan lautannya, mengingat kepulauan riau adalah daerah kepulauan. (Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau, 2015)

Kota Tanjungpinang memiliki wisata pantai dan bahari yang juga menjadikannya sebagai wisata budaya, Kota Tanjungpinang juga memiliki objek wisata lainnya seperti cagar budaya, makam-makam bersejarah, tarian-tarian tradisional serta *event-event* khas daerah. Di kota Tanjungpinang terdapat pulau Penyengat sebagai pulau bersejarah karena di pulau ini terdapat masjid bersejarah dan makam-makam Raja Haji Fisabilillah dan Raja Ali Haji yang kedua-duanya adalah pahlawan nasional. Salah satu keunikan dari Kota Tanjungpinang bahwa kota Tanjungpinang bukan hanya sebuah kota wisata saja tetapi disebut sebagai kota budaya, dimana di Kota Tanjungpinang tersebar cagar budaya yang diharapkan mampu menarik

wisatawan. Cagar budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan. (UU No.11 tahun 2010, pasal 1 ayat 1).

Hal ini sangat membutuhkan peran dari Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang untuk dapat mempromosikan daerah wisata daerah yang dapat menarik wisatawan asing untuk dapat berkunjung ke Tanjungpinang yang nantinya dapat meningkatkan angka kunjungan wisata pada setiap tahunnya. Pemerintah harus memiliki strategi dalam mengembangkan wisata di Kota Tanjungpinang, dimana strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh masyarakat atau wisatawan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.

Wisata Budaya adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik budaya dengan memanfaatkan potensi budaya dari tempat yang dikunjungi tersebut.



Beberapa objek wisata yang ada di Kota Tanjungpinang, yang menyimpan banyak sejarah dan budaya adalah sebagai berikut :

1. Pulau Penyengat, dimana di pulau ini banyak menyimpan sejarah istana melayu yang berkembang di Kota Tanjungpinang, kemudian adanya mesjid yang memiliki cerita dan sejarah. Masjid Raya Sultan Riau adalah sebuah masjid tua dan bersejarah di Indonesia. Masjid ini berada di dalam pulau Penyengat Kota Tanjungpinang. Tempat wisata di Tanjungpinang ini memiliki keunikan sendiri yaitu salah satu bahan bangunannya adalah dengan menggunakan putih telur. Masjid Raya Sultan Riau ini menjadi situs cagar budaya pemerintah Indonesia.
2. Museum Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah. Museum Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah adalah salah satu upaya Pemerintah Kota Tanjungpinang untuk memberikan ruang luas kepada seluruh masyarakat, untuk mengetahui dan mempelajari benda koleksi warisan budaya kota Tanjungpinang.
3. Vihara Avalokitesvara Graha merupakan vihara Buddha yang terbesar se-Asia Tenggara yang tepatnya berada di kota Tanjungpinang yang terletak di Batu 13 jalan raya Senggarang. Vihara ini dijadikan sebagai tempat memperdalam ilmu agama, belajar untuk menjadi bhiksu, dan juga berguru oleh warga dari daerah lokal maupun dari luar negeri seperti

Singapura, Malaysia, dan juga Tiongkok. Selain sebagai tempat ibadah, tempat ini menjadi objek wisata bagi warga asing dari Malaysia, Singapura, maupun Thailand. Di vihara ini juga dapat dijumpai patung Dewi Kuan Yin Phu Sha yang dinobatkan oleh Museum Rekor Indonesia sebagai patung Dewi Kuan Yin terbesar di dalam ruangan.

4. Komplek Makam Daeng Marewa yang terletak di kota piring bt.8. Kompleks makam dikelilingi tembok nisan berbentuk silinder, jirat berjenjang empat. Terdapat 12 makam lain dengan berbagai bentuk nisan dan jirat. Makam utama adalah Daeng Marewah. Pada bagian tenggara terdapat pula makam Tun Abbas bendahara Seri Maharaja Johor (1735) dengan nisan pada bagian atas berbentuk bulat, berbahan sandstone dan berhias floral. Makam berada pada cungkup dengan struktur beton dan atap kayu.
5. Senggarang. Kompleks Vihara Dharma Sanana. Dibangun sekitar 200-300 tahun yang lalu oleh imigran dari Cina daratan pada abad ke-18 M. Komplek vihara ini memiliki empat bangunan utama, tiga di antaranya merupakan kelenteng dan merupakan bangunan awal, berada pada bagian depan kompleks menghadap ke laut. Bangunan yang keempat berada di bagian belakang kelenteng pada tanah lebih tinggi, dibangun pada masa kemudian.

Berikut ini daftar Benda Cagar Budaya yang berada di pusat Kota Tanjungpinang:

1. Kompleks Makam (Kerkhoff) Belanda
2. Rumah Jil Belanda (Rutan Klas II Tanjungpinang)
3. Benteng Prince Hendrik
4. GPIB Bethel
5. Gedung Pengadilan Tertua
6. Klenteng Tien Hou Kong
7. Gedung Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang
8. Gedung Peninggalan Belanda (Gedung LP3N)
9. Kompleks Gedung Daerah
10. Gedung BPLH Kab. Bintan
11. SD-SMP Bintan
12. Eks SD 001 (Hollandsch Inlandssch Scholl)
13. Gedung Eks Asrama Pelajar
14. Masjid Raya Al-Hikmah
15. SMP 1 Tanjung Pinang (Midel Baree Scholl)
16. Kompleks Makam Kerkhoff Belanda Kompleks makam ini dipergunakan sejak awal abad ke-19 M hingga sekitar tahun 1960-an.

Namun fenomena yang terjadi di Kota Tanjungpinang adalah masih belum dapat mempromosikan daya tarik pariwisata khususnya dalam hal memperkenalkan Kota Tanjungpinang tidak hanya sebagai kota wisata tetapi kota budaya yang menyimpan banyak cerita masa lalu sebagai sejarah yang dapat dijadikan pengetahuan bagi pengunjung.

Berdasarkan penelitian terdahulu Ratika (2013) menjelaskan bahwa 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, banyaknya program kerja yang belum terlaksana, terbatasnya anggaran untuk pembangunan pariwisata, rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia dalam pengelolaan pariwisata.

Kota Tanjungpinang dalam beberapa tahun terakhir berkembang menjadi destinasi wisata lokal maupun mancanegara. Namun permasalahannya adalah kurangnya pendanaan karena dalam pariwisata, kondisi alam saja tidak cukup. Perlu adanya obyek wisata buatan yang memaksimalkan potensi alam yang ada. Masalah lain yang jadi kendala Tanjungpinang untuk berkembang yakni energi listrik. Sekarang beberapa investor sudah mau, cuma kendalanya bagaimana sistem pembebasan lahan. Itu yang harus kita jamin. (Sumber Kompas 16 Mei 2017)

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mendapat berbagai masalah dan tantangan dalam menyelenggarakan setiap program kegiatan kepariwisataan dan kebudayaan. Permasalahan yang dihadapi Dinas dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang selama tahun anggaran 2016, terjadi defisit anggaran 2016 yang mengakibatkan ada 3 kegiatan



yang tidak dapat dilaksanakan dan terjadi efisiensi anggaran kegiatan tersebut serta permasalahan yang lainnya, diantaranya sebagai berikut :

### **Urusan Pariwisata**

1. Masih terbatasnya Sumber Daya Manusia yang memahami kehumasan dalam memberikan informasi dan pengelolaan Kepariwisataaan.
2. Masih minimnya minat investor dalam menanamkan investasinya di bidang kepariwisataan di Kota Tanjungpinang.
3. Ketatnya persaingan pasar baik di tingkat nasional maupun internasional.
4. Kurangnya penanaman jiwa bisnis kepariwisataan bagi seluruh elemen masyarakat.
5. Masih diperlukannya kerjasama secara menyeluruh dalam pengembangan pariwisata dalam segala aspek.
6. Masih belum seluruhnya menyadari terhadap pentingnya data yang akurat.
7. Lemahnya koordinasi instansi terkait.
8. Masih adanya program kegiatan hasil sikronisasi yang belum ditindaklanjuti secara konkrit.
9. Masih kurangnya pengembangan berbagai daya tarik wisata baru dan pemeliharaan berbagai daya tarik wisata yang sudah ada.
10. Belim optimalnya penyelenggaraan event-event kepariwisataan dalam

rangka meningkatkan daya tarik wisata.

11. Belum memadainya infrastruktur, sarana prasarana wilayah dan aksesibilitas dalam rangka menarik wisatawan untuk berkunjung Ke Kota Tanjungpinang.
12. Masih kurangnya kesadaran masyarakat tentang manfaat pariwisata terhadap peningkatan ekonomi.
13. Belum optimalnya pemberdayaan/keterlibatan masyarakat di sekitar daya tarik wisata.
14. Belum maksimalnya pelayanan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan baik di tempat umum maupun di daya tarik wisata / objek wisata.
15. Masih kurang intensifnya jejaring, kerjasama dan koordinasi yang sinergis (keterpaduan) antar pelaku pariwisata (stakeholder).

### **Urusan Kebudayaan**

1. Lemahnya database seniman/budayawan sehingga akan berdampak pada kurang optimalnya pemberian taliasih.
2. Aktualisasi dan pengembang seni budaya masih berorientasi pada pelestarian dan kurang berorientasi pada pengemasan daya tarik wisata budaya berdampak pada kunjungan wisata.
3. Belum optimalnya penyelenggaraan event-

event kebudayaan dalam rangka meningkatkan daya tarik wisata.

4. Masih terbatasnya dukungan anggaran dari Provinsi untuk pengembangan pariwisata dan Kebudayaan di Kota Tanjungpinang.
5. Kegiatan sinerjitas antara Provinsi dengan Kota Tanjungpinang masih kurang.
6. Masih diperlukannya kerjasama secara menyeluruh dalam pengembangan kebudayaan dalam segala aspek.
7. Belum maksimalnya penyusunan dokumen kesejahteraan seni dan budaya yang dimiliki Kota Tanjungpinang.

Didasari akan fenomena-fenomena di atas, maka penulis berkeinginan menganalisa permasalahan tersebut kedalam sebuah usulan penelitian dengan judul : **“STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BUDAYA DI KOTA TANJUNGPINANG**

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang dan identifikasi masalah maka dapat ditarik perumusan masalah : “Bagaimana Strategi Pengembangan Objek Wisata Budaya Di Kota Tanjungpinang?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi

Pengembangan Objek Wisata Budaya Di Kota Tanjungpinang

### **D. Kerangka Berfikir**

Kerangka berpikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan. Uraian dalam kerangka berpikir menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel penelitian. Dalam penelitian ini akan melihat manajemen strategik terdiri dari empat langkah utama (Mulyadi, 2007:36):

#### **Bagan I**

#### **Kerangka Berfikir**



### **E. Metode Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini adalah bersifat penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, menurut Sugiono (2012 : 6) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain, tetapi penelitian

untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

## **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisa data Deskriptif, Kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Moleong (2004:35) menyatakan analisa dan kualitatif adalah proses pengorganisasian data kedalam pola dan kategori serta satu uraian dasar, sehingga dapat dikemukakan tema yang seperti disarankan oleh data. Adapun langkah – langkah analisa data yang dilakukan adalah : (1) menelaah dari semua data yang tersedia dari berbagai sumber, (2) reduksi data yang dilakukan dengan membuat abstraksi, (3) menyusun data kedalam satuan-satuan, (4) pengkategorian data sambil membuat koding, (5) mengadakan pemeriksaan keabsahan data, dan (6) penafsiran data secara deskripsif

## **BAB II LANDASAN TEORITIS**

### **A. Strategi**

Mintzberg dan Waters dalam Majid (2015: 3) mengemukakan bahwa strategi adalah pola umum tentang keputusan atau tindakan (*strategies are realized as patterns in stream of decisions or actions*). Hardy, Langley, dan Rose dalam Majid (2015 : 3)

mengemukakan yaitu *strategy is perceived as a plan or a set of explicit intention preceeding and controlling actions* (strategi dipahami sebagai rencana atau kehendak yang mendahului dan mengendalikan kegiatan). Sedangkan menurut Hunger dan Wheelen (2003 : 4) berpendapat bahwa : “Manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian”.

Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture* menurut David dalam Rahayu ( 2015 : 123 ). Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi merupakan suatu rangkaian proses pengambilan keputusan strategik yang meliputi perumusan (formulating), implementasi (implementing), serta evaluasi (evaluating) dalam mencapai tujuan. Siagian dalam Rahayu ( 2015 : 123 ) menyebutkan bahwa manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian organisasi tersebut.

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Dilihat dari perkembangannya, konsep mengenai

strategi terus berkembang, hal ini dapat dilihat dari adanya konsep mengenai strategi oleh para ahli. Menurut Chandler dalam Rangkuti (2006 : 3) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perubahan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Menurut Hamel dan Prahalad dalam Rangkuti (2006 : 4) strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (selalu meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa yang akan datang. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang akan terjadi.

Kemudian definisi strategi berdasarkan pendekatan hirarkis yang berhubungan dengan konsep misi, tujuan dan taktik perusahaan Andrews, Steiner dan Minner dalam Rangkuti (2006 : 4) dalam hal ini, strategi didefinisikan sebagai cara dimana perusahaan mencapai tujuan atau visi dan misi perusahaan yang ditetapkan. Sedangkan manajemen strategis adalah proses dimana visi dan misi perusahaan ditetapkan. bagaimana strategis spesifik yang dipilih dan bagaimana strategi tersebut diimplementasikan melalui kebijakan atau taktik yang spesifik pula. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep yang lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.

Hal ini diperlukan, karena perubahan sering terjadi sangat jauh

sehingga diperlukan adanya faktor-faktor strategis yang sangat penting untuk masa depan perusahaan yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*), bila terjadi perubahan dalam lingkungan (Hunger dan Wheelen, 2003 : 9).

Pengendalian strategi adalah bagaimana caranya pemantauan harus dilakukan dalam mengimplementasikan strategi pilihan, apakah terjadi penyimpangan atau kesenjangan. Sistem pengendalian strategi sangatlah penting, untuk menjamin efisiensi dan efektifitas perusahaan. Tujuan utama dari pengendalian strategi adalah untuk memastikan bahwa kebijakan dan rencana-rencana ditaati dan agar keputusan yang diambil konsisten dengan strategi. Newman dan Logan dalam Suyanto (2007 : 243) menggunakan *terminology* “pengendalian sistem terkemuka” untuk menyoroti beberapa karakteristik penting dari pengendalian strategi. Suatu rentang waktu yang penting terjadi antara awal implementasi strategi dengan pencapaian dari hasil yang diharapkan. Hery Mintzberg dalam Suyanto (2007 : 245) menyebutkan bahwa persoalan sebagaimana baiknya organisasi membuat rencana strategi, tetapi strategi yang berbeda akan muncul. Memulai dengan strategi yang direncanakan atau diharapkan berhubungan dengan beberapa hal :

- a. Strategi yang diharapkan dapat direalisasikan yang disebut strategi dengan sengaja.
- b. Strategi yang diharapkan tidak dapat

direalisasikan yang disebut strategi tidak realisasi.

- c. Strategi yang terealisasi yang tidak pernah diharapkan disebut strategi darurat.

Meskipun sistem pengendalian harus diuat dengan situasi yang khusus tetapi sistem pengendalian mengikuti proses dasar yang sama, yang biasanya mengikuti enam langkah sebagai berikut :

1. Menentukan apa yang dikendalikan
2. Menetapkan standar
3. Mengukur kerja
4. Membandingkan kerja dengan standar
5. Menentukan alasan penyimpangan
6. Melakukan tindakan koreksi.

Strategi sangat penting untuk menentukan kesuksesan organisasi, sehingga inilah yang menjadi alasan mengapa mempelajari strategi menjadi amat sangat bermanfaat dan menjanjikan. Melalui manajemen strategi, manajer pada semua tingkat dari suatu perusahaan dapat berinteraksi dalam menyusun perencanaan strategi dan mengimplemntasikan straegi. Menurut Pearce dan Robinson dalam Kuncoro (2006 : 2) manfaat manajemen strategi adalah sebagai berikut :

- a) Formulasi strategi meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mencegah masalah. Menejer yang

mendorong stafnya untuk menyadari pentingnya perencanaan justru akan diingatkan oleh stafnya dalam memantau dan memprediksi tanggung jawabnya karena mereka menjadi sadar tentang perlunya poerencanaan strategi.

- b) Keputusan strategi berbasis kelompok akan dapat ditarik dari berbagai alternatif yang terbaik. Proses manajemen strategi menghasilkan keputusan yang lebih bagus karena interaksi kelompok dalam perusahaan menghasilkan fariasi strategis yang lebih banyak. Selain itu, prediksi berdasarkan perspektif anggota kelompok dapat meningkatkan seleksi atas berbagai pilihan strategi.

- c) Dilibatkannya karyawan dalam formulasi strategi akan meningkatkan pemahaman mereka mengenai hubungan produktifitas dan bonus dalam setiap perencanaan strategi, dan pada gilirannya



meningkatkan motivasi mereka.

- d) Penolakan atas perubahan dapat dikurangi. Partisipasi dalam formulasi strategi akan membuat proses pengambilan keputusan menjadi demokratis dan jauh dari kesan otoriter.

Cangara (2013:103) menjelaskan tentang penetapan strategi dapat menggunakan model analisis SWOT sebagai peralatan untuk mengukur : kekuatan-kekuatan, kelemahan-kelemahan, peluang-peluang yang mungkin bisa diperoleh dan ancaman-ancaman yang bisa ditemui.

Berdasarkan hal di atas, Cangara (2013:104-105) menjelaskan secara detail mengenai analisis SWOT sebagai berikut :

- a. *Strengths* (S)/Kekuatan yang dimaksudkan disini khususnya bagi pemerintah dalam melaksanakan suatu kebijakan adalah adanya dukungan dana dan dukungan oleh pemerintah.
- b. *Weaknes* (W)/Kelemahan adalah komponen yang harus dianalisis dan memerlukan pembenahan yang bersifat internal, seperti kualitas tenaga kerja/pegawai yang melaksanakan kebijakan tersebut.
- c. *Opportunities* (O)/Peluang yang bisa diperoleh untuk mendukung suatu kebijakan, misalnya kepatuhan masyarakat dalam mentaati kebijakan tersebut.
- d. *Threats* (T)/Ancaman merupakan unsur luar yang harus dianalisis dengan baik, seperti adanya

kebijakan pemerintah yang tiba-tiba dikeluarkan/ditetapkan yang tidak berpihak kepada kelanjutan kebijakan sebelumnya, masyarakat tidak mematuhi kebijakan yang telah ditetapkan, dan munculnya protes atau demo (unjuk rasa) dari masyarakat.

Berpedoman pada empat komponen yang digunakan dalam analisis SWOT, maka komponen kekuatan dan kelemahan berada dalam ranah internal instansi. Kedua komponen ini erat hubungannya dengan sumber daya dan manajemen. Sedangkan komponen peluang dan ancaman terjadi karena hasil dinamika yang terjadi dalam masyarakat. Kedua komponen ini banyak ditentukan oleh kemampuan komunikasi, jaringan, dan kerjasama dengan orang lain (Cangara, 2013:106).

Bima Anggarasena (2010:72-74) menjelaskan bahwa terdapat lima komponen strategi yang perlu diperhatikan dalam mewujudkan terciptanya ketertiban, keamanan, dan kenyamanan masyarakat adalah sebagai berikut:

a. *Engineering*

Wujud strategi yang dilakukan melalui serangkaian kegiatan pengamatan, penelitian dan penyelidikan terhadap faktor penyebab gangguan atau hambatan keamanan, keselamatan, ketertiban dan kelancaran lalu lintas serta memberikan saran-saran berupa langkah-langkah perbaikan dan penanggulangan serta pengembangannya kepada instansi-instansi yang berhubungan dengan permasalahan lalu lintas.

b. *Education*

Segala kegiatan yang meliputi segala sesuatu untuk menumbuhkan pengertian, dukungan dan pengikutsertaan masyarakat secara aktif dalam usaha menciptakan keamanan, keselamatan, ketertiban dan kelancaran berlalu lintas dengan sasaran masyarakat terorganisir dan masyarakat tidak terorganisir sehingga menimbulkan kesadaran secara personal tanpa harus diawasi oleh petugas.

c. *Enforcement*

Merupakan segala bentuk kegiatan dan tindakan dari polri dibidang lalu lintas agar Undang-undang atau ketentuan perundang-undangan lalu lintas lainnya ditaati oleh semua para pemakai jalan.

1) Preventif

Segala usaha dan kegiatan untuk memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, memelihara keselamatan orang, benda, masyarakat termasuk memberikan perlindungan dan pertolongan khususnya mencegah terjadinya pelanggaran yang meliputi pengaturan lalu lintas, penjagaan lalu lintas, pengawalan lalu lintas dan patroli lalu lintas.

2) Represif

Merupakan serangkaian tindakan penyidik untuk mencari dan menemukan sesuatu peristiwa yang diduga sebagai tindak pidana yang meliputi penindakan

pelanggaran lalu lintas dan penyidikan kecelakaan lalu lintas.

d. *Encouragement*

Encouragement bisa diartikan : *desakan/pengobar semangat*. Bahwa untuk mewujudkan kamseltibcar Lantas juga dipengaruhi oleh faktor individu setiap pemakai jalan, dimana Kecerdasan Intelektual individu / kemampuan memotivasi dalam diri guna menumbuhkan kesadaran dalam dirinya untuk beretika dalam berlalu lintas dengan benar sangat dibutuhkan untuk mewujudkan hal tersebut.

Menumbuhkan motivasi dalam diri bisa dipengaruhi oleh faktor Internal (kesadaran diri seseorang) maupun eksternal (lingkungan sekitarnya). Selain dari pada itu desakan semangat untuk menciptakan situasi lalu lintas harus dimiliki oleh semua *stakeholder* yang berada pada struktur pemerintahan maupun non pemerintah yang berkompeten dalam bidang lalu lintas sehingga semua komponen yang berkepentingan serta pengguna jalan secara bersama memiliki motivasi dan harapan yang sama dengan mengaplikasikannya didalam aksi nyata pada kehidupan berlalu lintas di jalan raya.

e. *Emergency Preparedness and Response*

Kesiapan dalam tanggap darurat dalam menghadapi suatu permasalahan lalu lintas harus menjadi prioritas utama dalam upaya penanganannya, kesiapan seluruh komponen stake holder bidang lalu lintas senantiasa mempersiapkan diri

baik sumber daya manusia, sarana dan prasarana serta hal lainnya dalam menghadapi situasi yang mungkin terjadi, pemberdayaan kemajuan informasi dan teknologi sangat bermanfaat sebagai pemantau lalu lintas jalan raya disamping keberadaan petugas dilapangan, dalam mewujudkan *Emergency Preparedness and response* ini perlu adanya konsignes yang jelas di seluruh stake holder dan dalam pelaksanaannya harus dapat bekerja sama secara terpadu sesuai dengan S.O.P yang telah ditetapkan bersama

### **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang**

Tanjungpinang adalah salah satu pusat peninggalan kerajaan melayu yang mempunyai peran yang sangat besar dalam Kebudayaan Melayu. Sebagai sebuah Kota Otonomi Tanjungpinang terus berbenah diri untuk maju dan berkembang yang dikenal sebagai Kota Gurindam. Setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, yang telah dirubah dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, telah terjadi perubahan paradigma dalam Pemerintahan Daerah, yang semula lebih berorientasi sentralistik menjadi desentralistik dan menjalankan otonomi seluas-luasnya.

Salah satu aspek penting kebijakan otonomi daerah dan

desentralistik adalah meningkatkan pelayanan umum dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan daya saing daerah. Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Tanjungpinang Tahun 2008 – 2013 merupakan kelanjutan dan pembaharuan dari tahap pembangunan yang sudah terencana, namun belum mencapai tujuan sebagaimana yang sudah direncanakan dalam pembangunan daerah sebelumnya.

Pembangunan satu daerah memerlukan arah dan identitas masa depan. Untuk menjabarkannya, maka Pemerintah Kota Tanjungpinang menetapkan Visi Kota Tanjungpinang, yaitu “Terwujudnya Kota Tanjungpinang sebagai Pusat Perdagangan dan Jasa Industri, Pariwisata serta Pusat Budaya Melayu dalam Lingkungan Masyarakat yang Agamais Sejahtera Lahir dan Bathin pada Tahun 2020 “. Dalam menetapkan Visi, Kota Tanjungpinang sangat dipengaruhi oleh kedudukan Tanjungpinang sebagai Ibu Kota Provinsi Kepulauan Riau dan letak geografis yang strategis sebagai gerbang perdagangan dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura.

Untuk mewujudkan visi tersebut di atas, maka Pemerintah Kota Tanjungpinang menetapkan Misi Kota Tanjungpinang sebagai berikut :

1. Meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat melalui pengembangan pemberdayaan masyarakat dalam penanganan dan penanggulangan kemiskinan dengan peran serta seluruh

- stake holders pembangunan secara terpadu.
2. Mengembangkan dan meningkatkan mutu sumber daya manusia agar mampu menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi.
  3. Memberdayakan masyarakat dan seluruh kekuatan ekonomi kota untuk mengembangkan potensi ekonomi daerah yang berbasis kerakyatan, dengan bertumpu pada mekanisme pasar yang adil, efektivitas pengelolaan sumber daya alam dan manusia yang produktif, mandiri, maju, berdaya saing dan berkelanjutan.
  4. Mengembangkan tata nilai kebudayaan melayu dan kaedah-kaedah keagamaan dalam rangka menjadikan Kota Tanjungpinang sebagai pusat kebudayaan melayu dan mengembangkan pariwisata di kawasan Kepulauan Riau.
  5. Mengembangkan prasarana, sarana dan utilitas kota dalam rangka pengembangan wilayah, pengembangan kegiatan ekonomi, sosial, budaya dan kawasan tertinggal yang bertumpu pada agribisnis dan agroindustri yang berwawasan lingkungan.
  6. Menjalani dan mengembangkan hubungan kerjasama di dalam maupun dengan luar negeri untuk memperlancar akses komunikasi dan transformasi guna mengaktifkan pengelolaan sumber daya alam, peningkatan sumber daya manusia, serta peningkatan dan pengembangan potensi di bidang ekonomi, sosial dan budaya melayu.
  7. Memelihara dan memantapkan stabilitas politik, ekonomi, sosial, budaya, keamanan, dan ketertiban masyarakat melalui upaya penegakan hukum secara konsisten dan transparan, serta pengembangan kehidupan masyarakat kota yang agamis dan harmonis dan menjunjung tinggi nilai-nilai budaya melayu yang toleran dan terbuka.
  8. Meningkatkan kualitas serta kuantitas aparatur pemerintah kota untuk meningkatkan kapasitas pemerintahan kota agar efektif, handal dan profesional dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat sehingga mampu mengelola dan mengembangkan sumber daya secara berdaya guna dan berhasil guna bagi kemajuan, peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat serta pengembangan kota.
- Dengan demikian Kota Tanjungpinang mempunyai kesempatan yang terbentang luas untuk mengatur, mengurus dan menata pengembangan pembangunan. Peluang yang cukup luas tersebut khususnya pembangunan di bidang Kebudayaan dan Pariwisata sebagaimana ditetapkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Walikota Tanjungpinang serta mempunyai tugas pokok membantu Walikota dalam melaksanakan urusan Pemerintahan Daerah berdasarkan asas

otonomi dan tugas pembantuan di bidang Kebudayaan dan Pariwisata

## **BAB IV**

### **ANALISA DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Perencanaan laba jangka panjang (*long-range profit planning*)**

Pihak dinas sudah melakukan kerjasama dengan baik terhadap pihak diluar dinas yang mana bertujuan untuk meningkatkan potensi wisata di Kota Tanjungpinang serta nantinya akan memberikan dampak terhadap peningkatan kunjungan wisata di Kota Tanjungpinang. Kota Tanjungpinang sangat dikenal dengan wisata sejarahnya yang mana hal ini tentunya memberikan ciri khas tersendiri bagi Kota Tanjungpinang untuk dikunjungi oleh wisatawan baik itu dari berbagai daerah maupun dari mancanegara yang nantinya memberikan keuntungan bagi Kota Tanjungpinang sendiri.

Hasil penelitian adalah Dinas Pariwisata memiliki perencanaan jangka panjang, Dinas Pariwisata memiliki perencanaan jangka panjang yang tertuang dalam rencana strategis yaitu mengembangkan kepariwisataan dan kebudayaan yang bedaya saing dan berkelanjutan di Kota Tanjungpinang, dengan mengembangkan destinasi, jaringan pemasaran dan atraksi wisata yang mempunyai daya saing dan berkelanjutan, kemudian meningkatkan potensi budaya lokal yang memiliki daya saing sebagai daya tarik wisata

#### **2. Perencanaan laba jangka pendek (*short-range profit planning*)**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dianalisa bahwa Dinas Pariwisata memiliki perencanaan jangka pendek yang tertuang dalam kegiatan-kegiatan tahunan, yaitu pengembangan destinasi wisata dengan pembangunan tempat wisata, pengembangan aksesibilitas/moda transportasi, mengadakan festival, atau event kepariwisataan seperti festival sungai carang, lomba mancing festival bahari, Tanjungpinang internasional dragon boat, pelaksanaan pengelolaan kawasan wisata, dan pelaksanaan seminar kebudayaan.

#### **3. Pengimplementasian (*implementation*)**

##### **a. Program**

Hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui juga terdapat beberapa kegiatan dan agenda yang sudah disusun untuk membuat acara yang berhubungan dengan peningkatan potensi wisata Kota Tanjungpinang sejalan dengan harapan agar kunjungan wisatawan ke Kota Tanjungpinang meningkat yang nantinya dapat memberikan dampak baik terhadap peningkatan kunjungan wisata Kota Tanjungpinang. Kegiatan agenda tersebut yaitu peningkatan SDM kepariwisataan, peningkatan pengembangan destinasi wisata, peningkatan promosi kepariwisataan, pelestarian cagar budaya, seni dan budaya lokal juga melakukan event festival seni dan budaya berskala nasional.



## **b. Anggaran**

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diketahui bahwa adanya dana yaitu Rp. 6.177.288.700 yang dirincikan sebagai berikut :

Program pengembangan nilai budaya :

Rp. 284.000.000

Program pengembangan pemasaran pariwisata : Rp. 1.679.973.500

Program pengelolaan kekayaan budaya :

Rp. 500.000.000

Program pengembangan destinasi wisata : Rp. 2.487.786.200

Program Pengelolaan keragaman budaya : Rp. 1.100.650.000

Program Promosi dan Pengembangan Produk : Rp. 124.879.000

## **4. Pemantauan (monitoring)**

Dalam melakukan perjalanan wisata, seorang wisatawan memerlukan bermacam jasa dan produk wisata yang dibutuhkannya. Berbagai macam jasa dan produk wisata inilah yang disebut dengan komponen pariwisata. Komponen pariwisata ini dapat disediakan oleh pihak pengusaha, masyarakat atau siapapun yang berminat untuk menyediakan jasa pariwisata. Komponen pariwisata ini bisa meliputi Objek dan daya tarik wisata, akomodasi, angkutan wisata,

sarana dan fasilitas wisata, prasarana wisata.

Dengan mengetahui komponen pariwisata di atas, maka arah pengembangan pembangunan pariwisata bias terarah dengan baik. Banyak sekali manfaat yang bias didapat jika pembangunan pariwisata ini terarah dan bisa memancing minat wisatawan untuk berkunjung. Maka dari itu untuk mendukung hal tersebut perlu adanya pengawasan yang dilakukan pemerintah terhadap agen-agen travel serta sanggar-sanggar yang ada di Kota Tanjungpinang.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dianalisa bahwa sudah ada strategi Pengembangan Objek Wisata Budaya Di Kota Tanjungpinang sudah ada namun belum

berjalan dengan baik, berikut hasil penelitian :

Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang sudah melakukan kerjasama dengan pihak swasta untuk dapat meningkatkan potensi wisata daerah dan kunjungan wisatawan ke daerah Kota Tanjungpinang, pihak dinas selalu menjalin hubungan baik dengan pihak swasta seperti perhotelan, tempat-tempat hiburan yang mana nantinya akan memberikan warna yang baik untuk pariwisata di kota Tanjungpinang. Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang merupakan salah satu instansi pemerintahan yang bergerak di bidang kepariwisataan serta bertanggung jawab untuk menjaga dan meningkatkan potensi wisata yang ada di Kota Tanjungpinang, dapat diketahui bahwa pegawai pada Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang sudah memiliki pengetahuan dalam melaksanakan pekerjaannya serta dapat menjaga serta melestarikan budaya yang ada di Kota Tanjungpinang dengan melakukan beberapa kegiatan yang nantinya dapat meningkatkan kunjungan wisata di Kota Tanjungpinang. Kemudian pendekatan dengan masyarakat sudah dilakukan dengan baik hal ini terlihat dari beberapa kegiatan baik itu pameran maupun bazar sudah dilaksanakan dengan baik

Permasalahannya adalah Pemerintah Kota (Pemko) Tanjungpinang telah menyiapkan anggaran sebesar Rp10 miliar untuk mendongkrak sektor pariwisata. Anggaran sebanyak itu nantinya dikhususkan untuk publik, yaitu untuk kegiatan yang menghibur masyarakat. Untuk lebih memfokuskan peta pariwisata di Kota Tanjungpinang, Hal

tersebut bertujuan agar semua kegiatan dapat dilakukan dengan baik dan terstruktur. Namun kenyataannya hal ini belum bisa di kelola dengan baik. Karena kegiatan sangat minim kemudian promosi juga belum dilakukan secara optimal, dan masih kurangnya pemeliharaan sarana prasarana wisata budaya di Kota Tanjungpinang.

## B. Saran

Berikut saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Harus ada komitmen pemerintah daerah khususnya dalam memberikan pendanaan agar setiap kegiatan dapat berjalan dengan baik
2. Harus ada kerjasama antara swasta dan pemerintah dalam mempromosikan wisata budaya di Kota Tanjungpinang
3. Harus ada evaluasi berkaitan dengan strategi yang sudah ada agar pelaksanaan di lapangan lebih tepat sasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin Widjaja, Tunggal. 2004. Manajemen Strategik. Edisi Pertama. Harvarindo, Jakarta
- Bambang, Hariadi. 2003. Strategi Manajemen. Bayumedia Publishing, Jakarta.
- Cangara, H. Hafied. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

- Chandler, Michael. 2003. *Dreamweaving Rahasia Menaklukkan Pesaing dalam Bisnis*. PT. Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Dirgantoro, Crown. 2001. *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Grasindo, Jakarta.
- Elly, 2010, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*, Jakarta, Kencana.
- Fred, R. David. 2010. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Husein Umar, 2003. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Karyoso. 2005. *Manajemen Perencanaan dan Penganggaran*, PTIK Press dan Restu Agung. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*. Jakarta: Erlangga.
- Koentjaraningrat. 1993. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. PT. Gramedia. Pustaka Utama
- Lubis, Hari. S.B. dan Martani Husaini. 2004. *Teori Organisasi (Suatu Pendekatan. Makro)*. Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-ilmu Sosial Universitas.
- Majid. 2015. *Strategi Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung : Alfabeta
- Mulyadi. 2007. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen* (edisi.3). Salemba Empat, Jakarta.
- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Pendit. 2006. *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Rahayu. 2015. *Strategi Pemasaran Model Untuk Keunggulan*. Bandung: Rizqi Press
- Rangkuti, F., 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, cetakan. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Ridwan, Mohamad. 2012. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT SOFMEDIA
- Rusmana, Nandang. 2009. *Bimbingan dan Konseling Kelompok Di Sekolah*. Bandung: Rizky Press.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: alfabeta.
- Sunaryo , Bambang, 2013 *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata : Konsep dan aplikasinya di Indonesia*, Yogyakarta; Gava Media.
- Suyanto. 2007. *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Spillane, JJ. 2002. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius

- Tjiptono. 2000. Manajemen Jasa, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tripomo, Tedjo dan Udan. 2005. Manajemen Strategi. Bandung :Rekayasa.
- Umar, Husein, 2003. Strategic Manajemen In Action. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wheelen. 2003. Manajemen Strategis. Penerbit. Andi
- Yoeti. 2006. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung : Angkasa Offset
- Wahab. 2003. Manajemen Kepariwisataaan. Jakarta : Pradnya Paramitha
- Wulan Purnamawat. 2001. Sistem Pariwisata di Agropolitan Batu. Media Masyarakat, Kebudayaan dan Politik Volume : 22 - No. 1 Terbit : 01-2009
- Rantetadung, M (2012). “Analisis Pengaruh Dukungan Pemerintah dan Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Nabire”. Jurnal Agroforensi. 7 (1), 25-32
- Ratika Yana Wardani (2013) Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang (Studi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMRAH
- Jurnal :**
- Anggarasena, B. 2010. Strategi Penegakan Hukum Dalam Rangka Meningkatkan Keselamatan Lalu Lintas Dan Mewujudkan Masyarakat Patuh Hukum. Tesis.
- Nasrul. 2010. Analisis Penerimaan Daerah dari Sektor Pariwisata Di Kota Semarang dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (skripsi)”. Semarang: Universitas Diponogoro.