

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA
DALAM PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN
DI KOTA PAREPARE**



OLEH

**TRI ANDIKAH SYAMSUDDIN
NIM: 2020203893202017**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**ANALISIS STRATEGI DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA
DALAM PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN
DI KOTA PAREPARE**



OLEH

**TRI ANDIKAH SYAMSUDDIN
NIM: 2020203893202017**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Pariwisata Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PARIWISATA PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan
Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di
Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Tri Andikah Syamsuddin

Nim : 2020203893202017

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

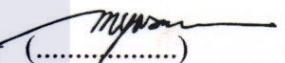
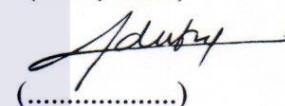
Program Studi : Pariwisata Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat penetapan pembimbing skripsi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
B.5143/In.39/FEBI.04/PP.00.9/08/2023

Pembimbing Utama : Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. (.....)
NIP : 196103201994031004

Pembimbing Pendamping : Adhitia Pahlawan Putra, M.Par
NIP : 199211102020121015

Disetujui oleh

Mengetahui

Dekan,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag

NIP. 19710208 200112 2 002

PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Tri Andikah Syamsuddin

Nim : 2020203893202017

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

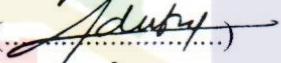
Program Studi : Pariwisata Syariah

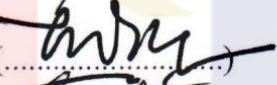
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat penetapan pembimbing skripsi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
B.5143/In.39/FEBI.04/PP.00.9/08/2023

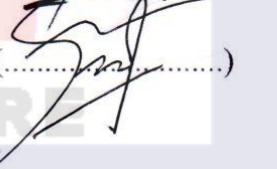
Tanggal Kelulusan : 05 Desember 2024

Disetujui oleh

Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. (Ketua) 

Adhitia Pahlawan Putra, M.Par (Sekretaris) 

Dr. Andi Bahri S., M.E.,M.Fil.I. (Anggota) 

Sulkarnain, S.E., M.Si. (Anggota) 

Mengetahui



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ
وَصَاحِبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. berkat hidayah, taufik dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat Bapak Syamsuddin dan yang tercinta Ibu Nahariah di mana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat waktu.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan bapak Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. selaku Pembimbing I dan bapak Adhitia Pahlawan Putra, M.Par selaku Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapan terimakasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan ucapan terim kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas pengabdiannya yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Mustika Syarifuddin, M.Sn Ketua Prodi Pariwisata atas dukungan dan bantuannya terhadap penulis.

4. Bapak Pengaji Skripsi Dr. Andi Bahri S., M.E.,M.Fil.l. dan Suryadi Kadir, M.M. yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pariwisata yang telah meluangkan waktunya untuk dalam mendidik penulis selama studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
6. Bapak dan Ibu pengelola perpustakaan IAIN Parepare yang telah banyak membantu penulis dalam mendapatkan referensi.
7. Bapak/Ibu Staff dan Admin fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai berbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
8. Keluarga dan saudara saya yang selalu memberikan doa dukungan kepada saya dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman mahasiswa Program Studi Pariwisata, teman seperjuangan KPM dan PPL ikut meluangkan waktunya untuk menemani dan membantu menyelesaikan penelitian ini.

Penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah Swt, berkenan menilai segala kebijakan sebagai amal jariyah dan memberikan Rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi.

Parepare, 15 Maret 2024 M
1 DzulHijjah 1444 H
Penulis



TRI ANDIKAH SYAMSUDDIN
NIM: 2020203893202017

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

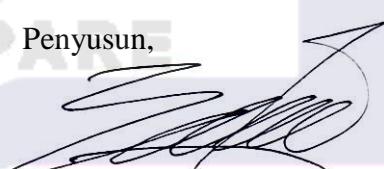
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Andikah Syamsuddin
Nim : 2020203893202017
Tempat/Tanggl Lahir : Parepare, 30 November 2002
Program Studi : Pariwisata Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 15 Maret 2024

Penyusun,


TRI ANDIKAH SYAMSUDDIN
NIM: 2020203893202017

ABSTRAK

Tri Andikah Syamsuddin, Analisis Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di Kota Parepare. (Dibimbing Oleh Moh Yasin Soumena dan Adhitia Pahlawan Putra)

Kota Parepare memiliki peluang pariwisata yang cukup baik, namun masih belum mempunyai minat khusus yang diberikan kepada wisatawan. Pelayanan wisata Kota Parepare dinilai masih kurang dan juga minimnya toko souvenir.

Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian lapangan, dan data primer dan sekunder digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Tiga metode pengumpulan data digunakan dokumentasi, wawancara, dan observasi. Tiga metode analisis data digunakan reduksi, display, dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Perencanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dalam mengelola wisata di Kota Parepare yaitu mempromosikan wisata yang ada di Kota Parepare, 2. Pelaksanaan Dinas Pemuda, Olahraga Dan Pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare yaitu dengan media sosial yang terdiri *Instagram, WhatsApp, Website, dan Facebook*, selain itu ada pengadaan festival 3. Hambatan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare yaitu keterbatasan dana dan infrastruktur tidak terawat. Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Kota Parepare telah melakukan berbagai upaya dalam mempromosikan budaya lokal sebagai bagian dari strategi pengeloaan potensi objek wisata dengan cara memanfaatkan teknologi digital untuk promosi, termasuk media sosial dan platform online lainnya.

Kata kunci: Strategi, Promosi, Media Sosial



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penulisan.....	12
D. Kegunaan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Tinjauan Penelitian Relevan	13
B. Tinjauan Teori.....	18
1. Manajemen Strategi	18
2. Pengelolaan	26
3. Pariwisata	27
C. Tinjauan Konseptual	34
D. Kerangka Pikir	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	37

C.	Fokus Penelitian.....	37
D.	Jenis dan Sumber Data.....	38
E.	Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	39
F.	Uji Keabsahan Data	40
G.	Teknik Analisis Data	41
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A.	Hasil Penelitian.....	43
1.	Perencanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Potensi Objek Wisata Di Kota Parepare.....	45
2.	Pelaksanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Objek Wisata Di Kota Parepare.....	47
3.	Hambatan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Objek Wisata Di Kota Parepare.....	54
B.	Pembahasan	56
1.	Perencanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Potensi Objek Wisata Di Kota Parepare	56
2.	Bagaimana Pelaksanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Objek Wisata Di Kota Parepare ...	58
3.	Hambatan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Objek Wisata Di Kota Parepare.....	67
	BAB V PENUTUP.....	71
A.	Simpulan	71
B.	Saran	72
	DAFTAR PUSTAKA	73
	LAMPIRAN.....	78
	BIODATA PENULIS	99

DAFTAR GAMBAR

No	Nama	Halaman
1.1	Kerangka Fikir	36



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat Pengantar dari Kampus	79
2.	Surat Rekomendasi Penelitian	80
3.	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	81
4.	Pedoman Wawancara	82
5.	Transkip Wawancara	82
6.	Surat Keterangan Wawancara	90
7.	Dokumentasi	95
8.	Biodata Penulis	99

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Tha	th	te dan ha
ج	Jim	j	Je
ه	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Dhal	dh	de dan ha
ر	Ra	r	Er

ڙ	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	qi
ڪ	Kaf	k	ka
ڦ	Lam	i	el
ڻ	Mim	m	em
ڻ	Nun	n	en
ڻ	Wau	w	we
ھ	Ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ڻ	Ya	y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

a) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ٰ	Fathah	a	A
ٰ	Kasrah	i	I
ٰ	Dammah	u	U

b) Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	fathah dan ya	ai	a dan i
وَ	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
َ ِ ُ	fathah dan alif atau ya	a	a dan garis di atas
ُ	kasrah dan ya	i	i dan garis di atas
ُ	dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتٌ : Mata

رَمَى : Rama

قَيْلٌ : Qila

يَمُوتُ : Yamūtu

4. *Ta marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- a) *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- b) *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha(h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudah al-jannah atau raudatul jannah

المَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i> atau <i>al-madinatul fadilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh :

رَبَّنَا	: <i>Rabbana</i>
نَجَّا إِنَا	: <i>Najjaina</i>
الْحَقُّ	: <i>Al-Haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>Al-hajj</i>
نُعْمَ	: <i>Nu ‘imā</i>
عَدُوٌّ	: <i>‘Aduwwn</i>

Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah maka ia ditransliterasikan sebagai huruf *maddah* (i).

Contoh :

عَرَبِيٌّ	: ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلِيٌّ	: ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ڻ (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung

yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (*bukan asy-syamsu*)

الرَّزْلَةُ : *al-zalzalah* (*bukan az-zalzalah*)

الْفَلْسَافَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمِرُونَ : ta'murūna

النَّوْءُ : an-Nau'

شَيْءٌ : syai'un

أُمْرٌ : umirtu

8. Kata Bahasa Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam Bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *sunnah*, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

Fi zilal al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

Dīnullāh دِيْنُ اللَّهِ

بِاللَّهِ Billah

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh :

هُنْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ Hum fi rahmatillah

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

Wa ma muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi' a linnasi lalladhi bi Bakkata mubarkan

Syahru Ramadan al-ladhi unzila fih al-Qur'an

Nazir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

*Abu al-Walid Muhammad Ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abu al-Walid Muhammad (bukan : Rusyd, Abu al-Walid
Muhammad Ibnu)*

*Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid
(bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)*

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah :

swt. = *subhanahu wa ta'ala*

saw. = *sallallahu 'alaihi wasallam*

a.s. = *'alaihi al-sallam*

r.a = *radiallahu 'anhu*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir Tahun

w. = Wafat Tahun

QS.../...4 = QS. Al-Baqarah/2:4 atau QS. Al-Imran/3:4

HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	بدونمكان
صهوى	=	صلاللهعاليه وسلم
ط	=	طبعه
دن	=	بدونناشر
الخ	=	الآخره/لآخرها
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).

Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawankawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris.Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dinas Pariwisata adalah lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas pengembangan dan pengelolaan sektor pariwisata di suatu wilayah atau negara. Tujuan utama dari Dinas Pariwisata adalah meningkatkan potensi pariwisata dan mempromosikan destinasi wisata agar dapat menarik wisatawan, baik domestik maupun internasional.

DISPOPAR, singkatan dari Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata, merupakan instansi pemerintah daerah yang memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola dan mengembangkan tiga bidang utama: pemuda, olahraga, dan pariwisata.

Dalam bidang pemuda, DISPOPAR berperan dalam pengembangan potensi dan keterampilan generasi muda. Tugasnya mencakup penyelenggaraan pelatihan, seminar, dan kegiatan-kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan, kewirausahaan, dan kepemimpinan pemuda. Instansi ini juga berfungsi untuk memberdayakan pemuda melalui dukungan terhadap organisasi kepemudaan serta memberikan kesempatan bagi mereka untuk terlibat dalam berbagai kegiatan positif yang dapat membentuk karakter dan keterampilan mereka.

Di bidang olahraga, DISPOPAR bertugas untuk memfasilitasi dan mengembangkan berbagai program dan kegiatan olahraga. Ini termasuk penyelenggaraan event olahraga, penyediaan fasilitas olahraga, dan promosi olahraga di kalangan masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan

partisipasi masyarakat dalam olahraga, baik untuk tujuan rekreasi maupun kompetisi, serta mendukung pengembangan atlet lokal.

Dalam sektor pariwisata, DISPOPAR memiliki peran penting dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata di daerahnya. Instansi ini bertugas untuk merencanakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan strategi pengelolaan wisata, termasuk pengembangan infrastruktur wisata, promosi destinasi, dan penyelenggaraan acara-acara wisata. DISPOPAR juga berperan dalam mengoordinasikan berbagai stakeholder terkait, seperti pelaku usaha pariwisata dan masyarakat lokal, untuk memastikan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi bagi daerah.

Secara keseluruhan, DISPOPAR bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pengembangan pemuda, olahraga, dan pariwisata, yang pada akhirnya dapat mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial di daerahnya.

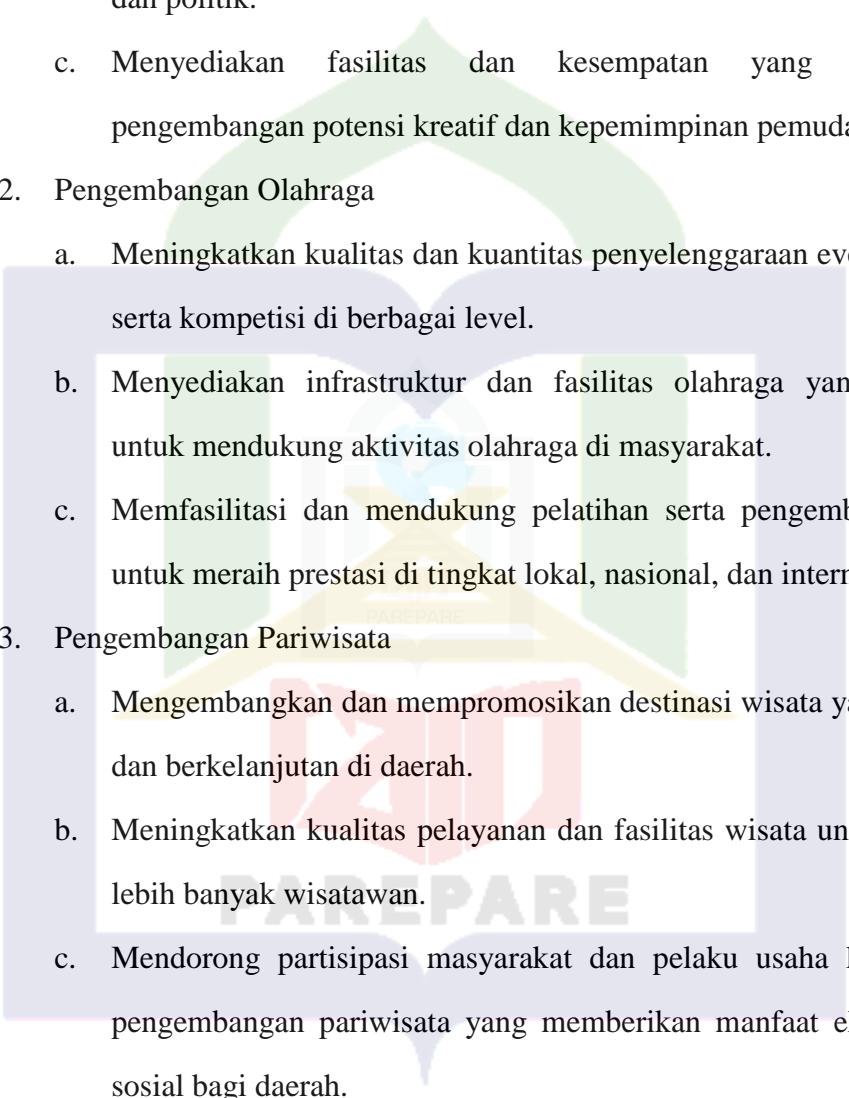
Visi dan misi DISPOPAR (Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata) biasanya dirumuskan untuk mencerminkan tujuan dan arah strategis instansi tersebut dalam mengelola dan mengembangkan bidang pemuda, olahraga, dan pariwisata.

Visi:

"Mewujudkan generasi muda yang berprestasi, olahraga yang berkualitas, dan pariwisata yang berkelanjutan, guna mendukung pembangunan daerah yang berdaya saing."

Misi:

1. Pengembangan Pemuda

- 
- a. Meningkatkan kapasitas dan kualitas pemuda melalui program-program pendidikan, pelatihan, dan pemberdayaan.
 - b. Mendorong partisipasi aktif pemuda dalam kegiatan sosial, ekonomi, dan politik.
 - c. Menyediakan fasilitas dan kesempatan yang mendukung pengembangan potensi kreatif dan kepemimpinan pemuda.
2. Pengembangan Olahraga
 - a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas penyelenggaraan event olahraga serta kompetisi di berbagai level.
 - b. Menyediakan infrastruktur dan fasilitas olahraga yang memadai untuk mendukung aktivitas olahraga di masyarakat.
 - c. Memfasilitasi dan mendukung pelatihan serta pengembangan atlet untuk meraih prestasi di tingkat lokal, nasional, dan internasional.
 3. Pengembangan Pariwisata
 - a. Mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan di daerah.
 - b. Meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas wisata untuk menarik lebih banyak wisatawan.
 - c. Mendorong partisipasi masyarakat dan pelaku usaha lokal dalam pengembangan pariwisata yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi daerah.

Pengembangan Destinasi Pariwisata Merencanakan, mengelola, dan mengembangkan destinasi pariwisata agar menjadi daya tarik bagi wisatawan. Ini melibatkan peningkatan infrastruktur pariwisata, seperti jalan, bandara,

akomodasi, dan fasilitas lainnya. Pengembangan destinasi pariwisata adalah suatu proses strategis yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas suatu lokasi sebagai destinasi wisata. Proses ini melibatkan perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan berbagai inisiatif untuk memperbaiki dan memperkaya pengalaman wisatawan serta memaksimalkan potensi ekonomi dan sosial dari sektor pariwisata.

Analisis Potensi dan Keberlanjutan, Identifikasi sumber daya alam, budaya, sejarah, dan infrastruktur yang dapat menjadi daya tarik wisata. Perhatikan juga keberlanjutan lingkungan dan sosial untuk memastikan pengembangan yang berkelanjutan. Perencanaan Strategis, Buat rencana strategis yang melibatkan pemangku kepentingan lokal, termasuk pemerintah, masyarakat setempat, dan pelaku usaha pariwisata. Tentukan visi, misi, dan tujuan jangka panjang untuk destinasi tersebut.

Infrastruktur Pariwisata, Tingkatkan infrastruktur pariwisata, termasuk transportasi, akomodasi, dan fasilitas umum. Hal ini dapat melibatkan perbaikan jalan, pengembangan bandara, pembangunan hotel, dan fasilitas lainnya. Pemasaran dan Branding, Rancang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas destinasi. Ini termasuk kampanye iklan, promosi online, partisipasi dalam pameran pariwisata, dan upaya branding untuk membedakan destinasi dari yang lain.

Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Berikan pelatihan kepada para pelaku usaha pariwisata, seperti pemandu wisata, agar mereka dapat memberikan pelayanan yang berkualitas. Kembangkan kapasitas masyarakat lokal untuk berpartisipasi dalam sektor pariwisata.

Diversifikasi Produk Pariwisata, Ciptakan beragam produk dan kegiatan pariwisata untuk menarik berbagai jenis wisatawan. Ini dapat mencakup pariwisata budaya, petualangan, kuliner, dan sebagainya.

Konservasi dan Pengelolaan Lingkungan, Lindungi dan kelola sumber daya alam dan lingkungan dengan bijak. Upayakan keseimbangan antara pariwisata dan konservasi untuk menjaga keindahan dan keberlanjutan destinasi. Partisipasi Masyarakat, Melibatkan masyarakat setempat dalam proses pengembangan. Dukungan dan partisipasi aktif dari masyarakat dapat memastikan keberlanjutan program pariwisata. Evaluasi dan Pemantauan Berkelanjutan, Lakukan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan destinasi pariwisata. Terapkan perubahan dan penyesuaian sesuai kebutuhan untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang.¹

Pengembangan destinasi pariwisata yang baik membutuhkan kerjasama antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat setempat. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan, suatu destinasi pariwisata dapat menjadi tujuan yang menarik dan memberikan manfaat positif bagi semua pihak yang terlibat.

Promosi dan Pemasaran Pariwisata, Melakukan berbagai kegiatan promosi dan pemasaran untuk meningkatkan visibilitas destinasi pariwisata. Ini dapat melibatkan kampanye iklan, partisipasi dalam pameran pariwisata, dan strategi pemasaran online.

Dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata, Dinas Pariwisata sebuah Kota kecil telah mengambil langkah-langkah strategis. Melalui

¹ Nurdin Hidaya, *Strategic Approach to Sustainable Destination Development* (Madrid: World Tourism Organization (UNWTO), 2020), hal. 41.

penelitian pasar yang cermat, mereka berhasil mengidentifikasi profil target audience dan tren pasar yang relevan. Dengan memfokuskan pada penciptaan identitas yang kuat melalui branding destinasi, termasuk logo dan slogan yang mencolok, mereka berusaha membedakan diri dari destinasi wisata lainnya. Kampanye iklan yang terdiversifikasi melibatkan saluran tradisional seperti televisi dan cetak, serta pemanfaatan media sosial untuk berinteraksi langsung dengan wisatawan potensial dan membangun komunitas daring yang aktif. Selain itu, partisipasi dalam pameran pariwisata dan kerjasama dengan agen perjalanan serta pelaku industri pariwisata menjadi bagian integral dari strategi mereka. Dengan menyajikan konten digital yang menarik melalui situs web informatif, kampanye promosi khusus, dan kolaborasi dengan influencer pariwisata, Dinas Pariwisata berupaya menciptakan pengalaman wisata yang tak terlupakan dan motivasi kunjungan wisatawan. Melalui evaluasi terus-menerus terhadap efektivitas kampanye dan kreativitas yang berkelanjutan, mereka berharap dapat membawa destinasi pariwisata mereka ke tingkat yang lebih tinggi.²

Pelatihan dan Sertifikasi, Memberikan pelatihan kepada para pelaku usaha pariwisata, seperti pemandu wisata, agar dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada wisatawan. Dinas Pariwisata juga dapat mengeluarkan sertifikasi untuk menjamin kualitas layanan.

Dalam mendukung pertumbuhan sektor pariwisata, Dinas Pariwisata suatu wilayah telah menekankan pentingnya pelatihan dan sertifikasi bagi pelaku usaha pariwisata. Melalui program pelatihan yang komprehensif, mereka berupaya meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pemandu wisata, penyedia

² Cooper, *Principles and Character of Tourism* (Ingris: Gilber, 2018), hal. 110.

layanan akomodasi, dan pelaku usaha lainnya. Pelatihan mencakup aspek-aspek seperti keramahan, komunikasi efektif, dan pengetahuan tentang destinasi wisata.

Dalam upaya meningkatkan standar layanan, Dinas Pariwisata juga mengeluarkan sertifikasi untuk para profesional pariwisata. Sertifikasi ini diharapkan dapat memberikan jaminan kualitas layanan kepada wisatawan dan memberikan kepercayaan kepada mereka yang bekerja di sektor pariwisata.

Program pelatihan tidak hanya berfokus pada keterampilan praktis, tetapi juga mencakup aspek etika dan tanggung jawab sosial. Dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya pelestarian budaya dan lingkungan, Dinas Pariwisata berusaha menciptakan kesadaran yang lebih besar di antara pelaku usaha pariwisata.

Pentingnya pelatihan dan sertifikasi ini tidak hanya terbatas pada peningkatan kualitas layanan, tetapi juga berdampak positif pada citra destinasi pariwisata secara keseluruhan. Wisatawan cenderung merespons positif terhadap destinasi yang menunjukkan komitmen terhadap pengembangan sumber daya manusia di sektor pariwisata.³

Selain itu, Dinas Pariwisata berperan aktif dalam memfasilitasi pelatihan dan menggandeng lembaga-lembaga pendidikan dan pelatihan terkemuka. Hal ini menciptakan sinergi antara pemerintah, industri pariwisata, dan lembaga pendidikan untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan dalam sektor ini.

Melalui kombinasi pelatihan dan sertifikasi, Dinas Pariwisata berharap menciptakan lingkungan dimana para pelaku usaha pariwisata dapat memberikan

³ Adhitia Pahlawan Putra, "Analisis Spasial Persebaran Coffee Shop di Kintamani: Kajian Risiko Bencana dalam Pariwisata Berkelanjutan," *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 224–34.

pengalaman yang lebih baik kepada wisatawan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada perkembangan positif sektor pariwisata secara keseluruhan.⁴

Di tengah keindahan alam dan kekayaan budaya sebuah destinasi, pengelolaan kepariwisataan memainkan peran penting dalam mengarahkan perkembangan industri pariwisata. Di mana kebijakan dan tindakan bersatu untuk menciptakan pengalaman berkesan bagi wisatawan dan memberikan manfaat positif bagi masyarakat setempat.

Pemerintah dan pihak terkait bekerja bersama untuk mengidentifikasi potensi wisata, baik alam maupun budaya, yang dapat menarik perhatian pengunjung. Penilaian terhadap keunikan destinasi menjadi landasan pembangunan strategi pengelolaan kepariwisataan. Partisipasi masyarakat lokal menjadi fokus utama. Dalam sesi dialog terbuka dan pertemuan komunitas, suara masyarakat didengarkan dengan seksama. Proses perencanaan melibatkan pemberdayaan masyarakat dalam pengambilan keputusan, memastikan bahwa mereka merasa memiliki dan terlibat dalam perkembangan pariwisata.

Pemasaran destinasi menjadi tantangan kreatif. Tim pemasaran berfokus pada citra positif dan unik destinasi, menjangkau berbagai segmen pasar. Pendekatan berkelanjutan mewarnai strategi pemasaran, menekankan pada pelestarian alam dan budaya agar destinasi dapat dinikmati oleh generasi mendatang. Manajemen sumber daya pariwisata menjadi kunci keberlanjutan. Upaya pelestarian alam dan warisan budaya diintegrasikan dalam kebijakan dan praktik pengelolaan. Sumber daya manusia, dari pemandu lokal hingga pekerja industri kreatif, diperhatikan untuk memastikan kualitas layanan yang unggul.

⁴ Presiden RI, *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan*.

Partisipasi masyarakat bukan hanya di tingkat perencanaan tetapi juga dalam pelaksanaan. Program pelatihan dan pendidikan membantu masyarakat lokal menjadi bagian integral dari industri pariwisata. Inisiatif seperti homestay, kuliner lokal, dan kerajinan tangan menjadi wujud keterlibatan masyarakat dalam menciptakan pengalaman pariwisata yang autentik. Manajemen krisis dan risiko menjadi bagian penting dari strategi pengelolaan. Perencanaan darurat diimplementasikan untuk menghadapi tantangan yang mungkin timbul, seperti bencana alam atau situasi kesehatan.⁵

Pariwisata merupakan salah satu sumber negara yang mempunyai potensi dan memberikan banyak kontribusi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi negara. Industri pariwisata Indonesia sangat mudah dikelola dengan meningkatkan infrastruktur, keamanan dan pengelolaan yang baik untuk menciptakan industri pariwisata yang diminati dan sangat dipuaskan oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Dalam hal ini menimbulkan rasa ingin melakukan perjalanan kembali, dengan kata lain menimbulkan efek positif bagi masyarakat dan negara.

Kota Parepare merupakan salah satu Kota di Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota Parepare merupakan salah satu Daerah Tingkat II di Provinsi Sulawesi Selatan. Kota ini memiliki luas 99,33 km² dan berpenduduk 140.000 jiwa. Salah satu orang paling terkenal yang lahir di Kota ini adalah B.J. Habibie, Presiden ketiga Indonesia. Suku yang tinggal di Kota Parepare adalah suku Bugis dan bahasa yang digunakan adalah bahasa Bugis dan mayoritas penduduknya

⁵ Hidayah, hal. 39.

beragama Islam. Kota Parepare terletak di sebuah teluk yang menghadap ke Selat Makassar.

Pertumbuhan sektor pariwisata juga dapat melebihi kegiatan ekonomi seperti penyerapan tenaga kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan Daerah dan negara. Sektor pariwisata mulai menyatu dengan sektor lain untuk meningkatkan pendapatan negara.⁶ Oleh karena itu sektor pariwisata merupakan salah satu penghasil pendapatan Daerah yang diandalkan di Daerah Kota Parepare, untuk itu perlu lebih diperhatikan oleh pemerintah dalam mengelola sektor wisata yang ada di Daerah Kota Parepare.

Dinas Pariwisata dan UPTD adalah instansi pemerintah yang berwenang mengelola potensi wisata di Daerah dengan rencana pengembangan wisata dan kebijakan kepariwisataan yang dapat membawa manfaat bagi masyarakat dan wisatawan dalam pelaksanaan pembangunan. Juga meningkatkan daya tarik pariwisata dan meningkatkan kualitas pelayanan dan infrastruktur di sektor pariwisata.

Pariwisata menggambarkan pendekatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam industri pariwisata. Konsep ini mencakup berbagai aspek, mulai dari akomodasi hingga aktivitas rekreasi, yang diatur sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Akomodasi, seperti hotel atau villa, tidak hanya menyediakan fasilitas khusus seperti kiblat dan tempat ibadah, tetapi juga beroperasi dengan mematuhi norma-norma, memastikan kebersihan dan etika makan yang sesuai dengan prinsip Islam. Restoran dan makanan dalam Pariwisata harus memenuhi standar kehalalan dan etika makan Islam. Selain itu,

⁶ Rudi Salam Sinaga, *Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya* (Medan: Graha Ilmu, 2021), hal. 80.

program rekreasi dan hiburan yang sesuai dengan nilai-nilai agama menjadi fokus, dengan penekanan pada paket wisata keluarga yang sesuai dengan . Penghargaan terhadap etika dan adab Islam serta kegiatan edukasi dan kebudayaan Islam juga menjadi bagian integral dari pengalaman Pariwisata . Dengan memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan Muslim, Pariwisata menjadi alternatif yang menarik dalam industri pariwisata global.

Kota Parepare memiliki peluang pariwisata yang cukup baik, namun masih belum mempunyai minat khusus yang diberikan kepada wisatawan. Pelayanan wisata Kota Parepare dinilai masih kurang, apalagi soal pelayanan berbasis seperti beberapa kawasan wisata yang ada di arab, dan juga minimnya toko souvenir. Selain itu, dirasa penting untuk meningkatkan fasilitas seperti mushola, hotel berbasis , dan informasi mengenai destinasi wisata di Kota Parepare guna mencapai tujuan pengembangan pariwisata Daerah berbasis . Karena Kota Parepare mempunyai potensi wisata yang menjanjikan, destinasi wisata pun akan terus dikelola secara optimal agar target sebagai Kota wisata tersebut dapat terealisasi lebih cepat.

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa Kota Parepare mempunyai beberapa potensi wisata yang cukup besar apabila dikelola dan dikembangkan dengan tepat. Maka hal tersebut tentu akan menjadi sebuah daya tarik wisata serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan menunjang pendapatan asli Daerah (PAD).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka terdapat 3 rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare?
2. Bagaimana pelaksanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare?
3. Apa hambatan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana perencanaan Pemerintah Daerah dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare?
2. Untuk mengetahui Bagaimana pelaksanaan dinas pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare?
3. Untuk mengetahui Apa hambatan Dinas Pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare?

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan menjadi media informasi sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait pengelolaan dan pengembangan potensi wisata Kota Parepare.
2. Secara praktis penelitian ini dapat menjadi suatu bahan masukan dan evaluasi bagi pemerintah pada umumnya dalam rangka meningkatkan pengembangan pariwisata khususnya pariwisata yang ada di Kota Parepare.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pertama, penelitian oleh Akbar B. Mappagala dalam tulisannya yang berjudul “Penataan Ruang Kawasan Tepi Pantai Mattirotasi dalam Menunjang kepariwisataan di Kota Parepare”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Akbar B. Mappagala melakukan kajian perencanaan kawasan kawasan pantai Mattirotasi di Kota Parepare untuk mendukung pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penataan ruang kawasan pesisir Pantai Mattirotasi Kota Parepare dan dapat menentukan arah penataan ruang kawasan Pantai Mattirotasi untuk mendukung pariwisata di Kota Parepare. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif-kuantitatif atau penelitian terapan yang didukung oleh hasil data berdasarkan hasil survey. Hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat beberapa kendala dan permasalahan utama dalam mendukung penataan ruang batas kawasan Pantai Mattirotasi, seperti: B. Isu lingkungan (sampah), orderan pedagang kaki lima, ruang-ruang yang mendukung kawasan seperti: Toilet, tempat parkir, pemeliharaan pekarangan dan kegiatan masyarakat dalam mengurangi estetika dan keindahan pantai. Selain perencanaan terkait tata ruang kawasan pantai Mattirotasi, diharapkan mampu meningkatkan kualitas lingkungan dan mengembangkan peluang masyarakat lokal serta menyelenggarakan kegiatan di kawasan pantai Mattirotasi untuk melindungi keberadaan dan menerima sumber daya alam.⁷

⁷ Akbar B. Mappagala, “Penataan Ruang Kawasan Tepi Pantai Mattirotasi dalam Menunjang kepariwisataan di kota Parepare” (UIN Alauddin Makassar, 2019), hal. 119.

Perbedaan penelitian ini, membahas mengetahui penataan ruang kawasan pesisir Pantai Mattirotasi Kota Parepare dan dapat menentukan arah penataan ruang kawasan Pantai Mattirotasi untuk mendukung pariwisata di Kota Parepare, Sedangkan peneliti Dalam konteks ini, membahas tentang Bagaimana strategi Pemerintah Daerah dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare, Bagaimana hasil dinas pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare, dan Apa faktor penghambat dalam pengelolaan pariwisata

Kedua, penelitian oleh Mei Sari dalam tulisannya yang berjudul “Pengembangan Wisata Halal Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Mei Sari melakukan kajian pengembangan wisata halal di Dinas Pariwisata Daerah Pantai Barat untuk meningkatkan perekonomian Daerah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran wisata halal dalam meningkatkan perekonomian Daerah Kabupaten Pesisir Barat. Studi kasus dan penelitian lapangan digunakan sebagai jenis penelitian. Kajian menemukan bahwa untuk mengembangkan potensi wisata halal di Kabupaten Pesisir Barat, Dinas Pariwisata menggunakan moda pengembangan wisata terbuka. Mode terbuka ini bersifat spontan, biasanya ditandai dengan hubungan yang intens antara wisatawan dan sekitarnya. masyarakat ditandai. Wisata halal pesisir barat memang tidak bisa memberikan kontribusi yang besar dan berdampak signifikan terhadap perekonomian Daerah karena wisata halal tidak tercantum dalam peraturan Daerah dan kerjasama antara pemerintah Kota dan pemerintah Daerah tidak terjalin. Pantai Barat sebagai Wisata Halal. Namun, pariwisata membayar

pajak penghasilan ke wilayah tersebut, meskipun nilai nominal tahunannya tidak diungkapkan.⁸

Perbedaan penelitian ini, membahas Strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kota Parepare dalam rangka meningkatkan objek wisata Kota Parepare, Sedangkan peneliti Dalam konteks ini, membahas tentang Bagaimana strategi Pemerintah Daerah dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare, Bagaimana hasil dinas pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare, dan Apa faktor penghambat dalam pengelolaan pariwisata.

Ketiga, penelitian oleh Hutapea dalam tulisannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Muara”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hutapea melakukan kajian strategi pengembangan kawasan wisata Muara di wilayah administrasi Tapanuli Utara Sumatera Utara pada tahun 2015. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Tapanuli Utara berinvestasi dalam rencana pembangunan jangka menengah 2014-2019 dan membuat program. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tapanuli Utara melaksanakan program atau strategi untuk mengembangkan kawasan wisata Muara, namun tidak semua program yang direncanakan dilaksanakan, kurangnya pendanaan dan kurangnya investasi eksternal menjadi salah satu penyebabnya. Alasan pengembangan Kawasan Wisata Muara kurang optimal. Dari segi perencanaan strategis cukup baik, pengorganisasian juga cukup baik yaitu pegawai ditempatkan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Tapanuli Utara atau menghadapi pekerjaan tergantung wilayah dan status, dan melibatkan masyarakat. Tokoh masyarakat dan penggiat lingkungan untuk mengembangkan kawasan wisata Muara,

⁸ Mei Sari, “Pengembangan Wisata Halal Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah,” 2 (2022), 50 (hal. 23).

meskipun pelaksanaannya belum optimal, karena relatif kekurangan dana. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sudah berupaya secara maksimal dalam melaksanakan rencana utama, namun tidak ada pengawasan karena menurut wawancara dengan kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, DPRD hanya mengontrol sebagai pengawas di awal penyusunan anggaran, Pengawasan DPRD di tengah. Pengembangan objek wisata Muara sudah on track untuk meminimalisir penyalahgunaan anggaran dan efisiensi kebijakan.⁹

Perbedaan penelitian ini, membahas kendala/hambatan dalam mengelola objek wisata Kota Parepare, Sedangkan peneliti Dalam konteks ini, membahas tentang Bagaimana strategi Pemerintah Daerah dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare, Bagaimana hasil dinas pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare, dan Apa faktor penghambat dalam pengelolaan pariwisata .

Keempat, penelitian oleh Andri Oktosilva dalam tulisannya yang berjudul “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Andri Oktosilva mengkaji strategi Tourist Board dalam pengelolaan pariwisata di Tana Toraja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi Tourist Board dalam meningkatkan pariwisata di Tana Toraja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan jenis data primer dan sekunder yang diperoleh dari observasi dan wawancara serta observasi langsung.¹⁰

⁹ Hutapea, *Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Muara* (Tapanuli Utara: Graha Ilmu, 2019), hal. 80.

¹⁰ Andri Okta Silva, *Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata* (Tana Toraja: Graha Ilmu, 2020), hal. 20.

Perbedaan penelitian ini, membahas strategi Dinas Pariwisata Kota Parepare dalam meningkatkan potensi dan objek wisata Parepare, Sedangkan peneliti Dalam konteks ini, membahas tentang Bagaimana strategi Pemerintah Daerah dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare, Bagaimana hasil dinas pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare, dan Apa faktor penghambat dalam pengelolaan pariwisata .

Keempat, penelitian oleh Aldian Anggi Saputra dalam tulisannya yang berjudul “Analisis Strategi Dinas Pariwisata Provinsi Riau”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aldian Anggi Saputra Analisis Strategi Dinas Pariwisata Provinsi Riau Dalam Pengelolaan Pariwisata Di Provinsi Riau Penelitian ini dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Adapun yang menjadi latar belakangnya adalah potensi pariwisata alam di Riau serta prioritas pembangunan pariwisata oleh pemerintah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi dalam pengelolaan pariwisata di Provinsi Riau. Batasan penelitian ini yaitu difokuskan pada jenis wisata alam. Untuk menganalisis strategi Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam pengelolaan pariwisata di Provinsi Riau tersebut terdapat 3 indikator yang menjadi ukuran, yaitu: pengembangan, kelembagaan, dan pengaturan.¹¹

Perbedaan penelitian ini, membahas bagaimana strategi Dinas Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata Kota Parepare, aspek dalam mengembangkan potensi objek wisata Kota Parepare, dan faktor penghambat dalam mengembangkan potensi objek wisata, Sedangkan peneliti Dalam konteks ini, membahas tentang Bagaimana strategi Pemerintah Daerah dalam mengelola

¹¹ Aldian Anggi Saputra, “Analisis Stratgei Dinas Pariwisata Provinsi Riau” (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020), hal. 15.

potensi objek wisata di Kota Parepare, Bagaimana hasil dinas pariwisata dalam mengelola objek wisata di Kota Parepare, dan Apa faktor penghambat dalam pengelolaan pariwisata .

B. Tinjauan Teori

1. Manajemen Strategi

Manajemen Strategi adalah suatu pendekatan terencana dan terorganisir yang digunakan oleh organisasi untuk merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi langkah-langkah strategis dalam mencapai tujuan jangka panjangnya. Analisis mendalam terhadap lingkungan internal dan eksternal menjadi langkah awal dalam menentukan strategi, dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman di lingkungan sekitarnya. Setelah itu, perumusan strategi melibatkan proses pengambilan keputusan yang matang untuk menetapkan arah strategis, alokasi sumber daya, dan metode pelaksanaan.¹²

Implementasi strategi melibatkan transformasi rencana strategis menjadi tindakan nyata yang terintegrasi dengan operasional sehari-hari organisasi. Dalam proses ini, kemungkinan penyesuaian struktur organisasi, sistem, dan budaya perusahaan dapat terjadi. Evaluasi dan kontrol menjadi tahap penting untuk memantau kinerja organisasi dan memastikan bahwa implementasi strategi sesuai dengan rencana awal. Seiring berjalannya waktu, inovasi dan adaptasi menjadi aspek krusial dalam manajemen strategi, memungkinkan organisasi untuk tetap relevan dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

¹² Efri Novianto, *Manajemen Strategi* (Kutai Kartanegara: Deepublish, 2019), hal. 60.

Strategi berasal dari kata Yunani strategos, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, Sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.¹³ Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.¹⁴

Pariwisata religi dalam perspektif masyarakat pada umumnya berupa wisata ziarah, umrah, haji dan lain-lain. Sebenarnya pariwisata religi bukan hanya wisata ziarah melainkan pariwisata adalah tren baru pariwisata dunia yang dapat berupa wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan yang keseluruhannya dibingkai dalam nilai-nilai islam. Allah SWT berfirman dalam surah Al-Ankabut ayat ke 20:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقُ ثُمَّ أَللَّهُ يُنِشِّئُ الْنَّشَاءَ الْآخِرَةَ

إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

¹³ Antonio, *Bank Syariah* (Jakarta: Gemala Sani, 2001), hal. 153–57.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2000), hal. 17.

Terjemahnya:

“Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, Maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”¹⁵

Ayat diatas menunjukan kepada manusia untuk merenungi keindahan ciptaan Allah swt, menikmati indahnya alam nan agung sebagai pendorong jiwa manusia untuk meningkatkan keimanan terhadap keesaan Allah swt dan memotivasi memenuhi kewajiban hidup.

Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata halal sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika jadi pariwisata halal tidak hanya terbatas dengan wisata religi saja.¹⁶

Strategi dirumuskan sebagai salah satu hal yang ingin dicapai, sebagai upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang bisa dikerjakan oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Suatu strategi dari suatu kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan itu belum tentu dapat menjangkau atau memenuhi pilihan yang dianggap penting dari suatu hal yang dihadapi oleh pemimpin atau eksekutif. Secara jelas, strateg merupakan suatu peralatan komunikasi, dimana orang strategi harus berupaya untuk dapat meyakinkan bahwa orang yang tepatlah yang dapat mengetahui apa maksud dan tujuan dari organisasinya, serta bagaimana hal tersebut ditempatkan dalam pelaksanaan

¹⁵ Kementerian Agama RI, “Al Qur'an Al Karim.”

¹⁶ Kurniawan Gilang Widagdyo, “Analisis Pasar Pariwisata Indonesia,” 1 (2015), 50 (hal. 2).

aksinya, atau direalisasikannya. Dengan demikian strategi diarahkan untuk bagaimana organisasi itu berupaya memanfaatkan atau mengusahakan agar dapat mempengaruhi lingkungannya.¹⁷

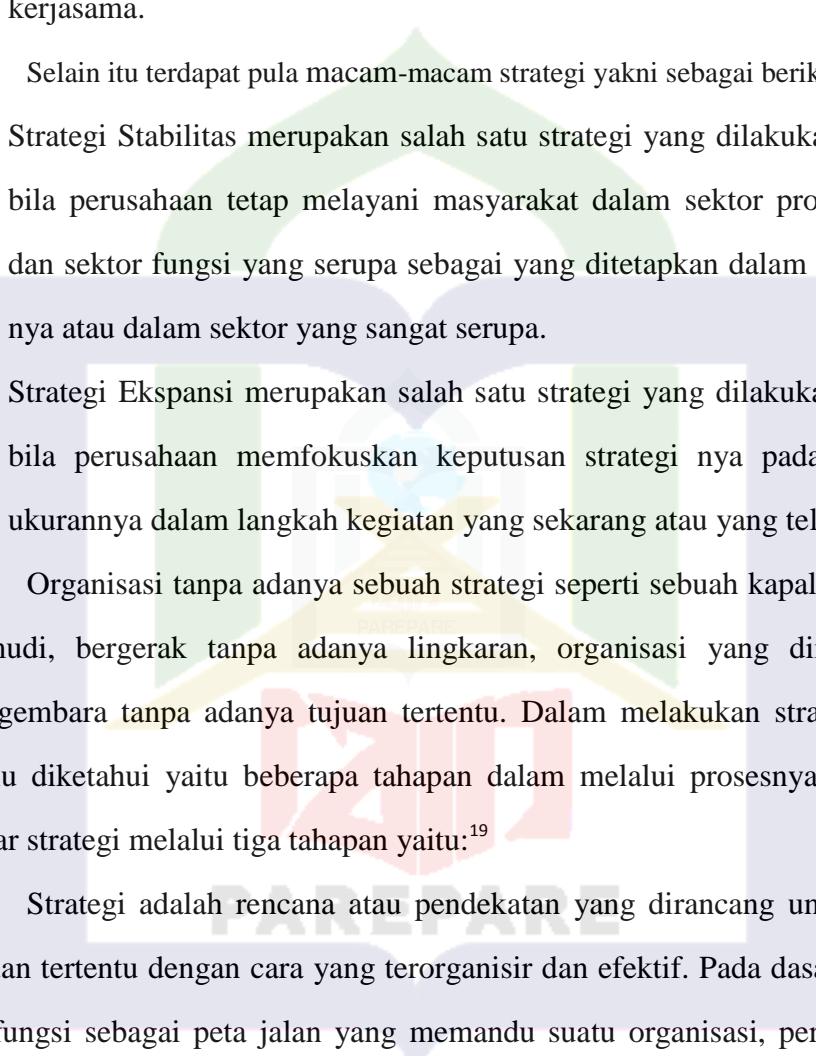
Strategi mempunyai konsep sekurang-kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu

- 1) Perspektif tentang visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya.
- 2) Sebagai acuan tentang penilaian konsistensi ataupun konsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- 3) Rincian langkah praktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.
- 4) Perencanaan supaya memperjelas arah yang dituju organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjang.
- 5) Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.

Strategi adalah suatu hal yang penting karena strategi sangat mendukung terwujudnya suatu tujuan. Strategi mendukung sesuatu yang unik dan berbeda dari lawan. Strategi juga bisa mempengaruhi kesuksesan masing-masing perusahaan pula karena pada dasarnya strategi dapat dikatakan sebagai rencana untuk jangka panjang. Namun terdapat perbedaan antara strategi dan taktik. Strategi sebagai upaya meningkatkan citra sebagai jasa transportasi pariwisata melalui pelayanan public yang relevan bagi masyarakat dapat ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Bicara dengan ramah dan mudah dimengerti oleh orang lain.

¹⁷ Assauri, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Prasada, 2013), hal. 3.

- 
- 2) Pemberian pelayanan administrasi umum yang berorientasi kepada masyarakat yang dilayani, inklusif, accessible dan lain-lain.
 - 3) Pemberian komitmen serta manfaat dan arti penting tanggung jawab dan kerjasama.

Selain itu terdapat pula macam-macam strategi yakni sebagai berikut:

- 1) Strategi Stabilitas merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan bila perusahaan tetap melayani masyarakat dalam sektor produk atau jasa dan sektor fungsi yang serupa sebagai yang ditetapkan dalam batasan bisnis nya atau dalam sektor yang sangat serupa.
- 2) Strategi Ekspansi merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan bila perusahaan memfokuskan keputusan strategi nya pada peningkatan ukurannya dalam langkah kegiatan yang sekarang atau yang telah ada.¹⁸

Organisasi tanpa adanya sebuah strategi seperti sebuah kapal tanpa adanya kemudi, bergerak tanpa adanya lingkaran, organisasi yang dimiliki seperti pengembara tanpa adanya tujuan tertentu. Dalam melakukan strategi hal yang perlu diketahui yaitu beberapa tahapan dalam melalui prosesnya, secara garis besar strategi melalui tiga tahapan yaitu:¹⁹

Strategi adalah rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang terorganisir dan efektif. Pada dasarnya, strategi berfungsi sebagai peta jalan yang memandu suatu organisasi, perusahaan, atau individu dalam mencapai hasil yang diinginkan. Elemen utama dari strategi

¹⁸ William Gule, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 2019), hal. 216.

¹⁹ Free R David, *Manajemen Strategi Dan Konsep* (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hal. 1.

meliputi penetapan tujuan, analisis situasi, pemilihan taktik, alokasi sumber daya, implementasi, serta pemantauan dan evaluasi.

Langkah pertama dalam menyusun strategi adalah menetapkan tujuan dan sasaran yang jelas. Tujuan ini harus spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan memiliki batasan waktu. Dengan adanya tujuan yang jelas, organisasi dapat mengarahkan upaya dan sumber daya ke arah yang benar. Selanjutnya, analisis situasi sangat penting untuk memahami kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi pencapaian tujuan. Analisis ini sering mencakup evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT), serta faktor-faktor lain seperti pasar dan kompetisi.

Setelah analisis dilakukan, langkah berikutnya adalah memilih pendekatan atau taktik yang akan digunakan untuk mencapai tujuan. Pilihan ini bisa melibatkan berbagai strategi, seperti pengembangan produk baru, ekspansi ke pasar baru, atau peningkatan efisiensi operasional. Penting juga untuk mengalokasikan sumber daya yang diperlukan—baik anggaran, tenaga kerja, maupun teknologi—untuk mendukung pelaksanaan strategi.

Implementasi strategi adalah tahap di mana rencana dilaksanakan melalui tindakan konkret dan koordinasi di seluruh bagian organisasi. Selama proses ini, pemantauan dan evaluasi secara berkala diperlukan untuk memastikan bahwa strategi berjalan sesuai rencana dan tujuan tercapai. Berdasarkan hasil evaluasi, strategi mungkin perlu disesuaikan untuk menanggapi perubahan situasi atau tantangan baru. Dengan pendekatan yang terencana dan adaptif, strategi membantu organisasi untuk merespons dinamika lingkungan dan mencapai hasil yang diinginkan secara efektif.

1) Perumusan Strategi

Langkah pertama yang dilakukan adalah membuat strategi yang akan dilakukan. Di dalamnya sudah termasuk pengembangan tujuan tentang peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menetapkan strategi alternatif dan memilih strategi yang akan digunakan.

Perumusan strategi mencangkup penentuan kebijakan dan bisnis apa yang akan dimasuki, kebijakan atau bisnis apa yang akan tidak dijalankan, bagaimana cara mengalokasikan sumber daya, perlukah melakukan ekspansi atau diversifikasi, perlukah perusahaan atau lembaga pemerintahan terjun ke pasar internasional, dan bagaimana cara untuk menghindari keputusan atau kebijakan yang dapat merugikan. Karena tidak ada organisasi yang memiliki sumber daya yang tak terbatas, para penyusun strategi harus memutuskan strategi alternatif mana yang akan paling menguntungkan perusahaan dan lembaga pemerintahan.²⁰

Perumusan strategi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pengembangan visi dan misi.
- b. Kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal.
- c. Identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi.
- d. Penetapan tujuan jangka panjang.
- e. Pencarian strategi-strategi alternatif.
- f. Pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan

2) Penerapan Strategi

²⁰ Mustika Syarifuddin, “Implementasi Teori Six'a Dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Harapan Ammani,” *Jurnal Pariwisata*, 2023, 43–44.

Setelah memilih dan menetapkan sebuah strategi yang cocok maka langkah selanjutnya yaitu menerapkan strategi yang sudah dipilih tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, jika tidak maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan.

Penerapan strategi mengharuskan perusahaan, organisasi, dan lembaga pemerintahan untuk menetapkan tujuan pada setiap tahun, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan pegawai-pegawai, dan mengalokasikan sumber daya, sehingga perumusan strategi-strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan.

Tahap penerapan strategi adalah sebagai berikut:

- a. Penyiapan anggaran
 - b. Penciptaan struktur organisasi yang efektif.
 - c. Pengembangan serta pemanfaatan sistem informasi.
 - d. Pengembangan budaya yang suportif pada strategi.
 - e. Pengerahan ulang upaya-upaya pemasaran.
 - f. Pengaitan kompensasi karyawan atau pegawai dengan kinerja organisasi, perusahaan, dan lembaga pemerintahan.
- 3) Evaluasi Strategi

Tahapan terakhir dari tahapan strategi yaitu mengevaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan agar keberhasilan yang dapat dicapai, dapat diukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi pada evaluasi ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui apakah sasaran telah tercapai sesuai keinginan.

Beberapa macam aktivitas mendasar agar bisa melakukan evaluasi strategi yaitu:

- a) Faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang menjadi dasar pembuatan strategi dan faktor-faktor eksternal (berupa peluang dan ancaman)
- b) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan maka disitulah tindakan korektif diperlukan
- c) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diterapkan dengan hasil yang didapat). Menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individu dan menyimak kemajuan yang dibuat ke arah sasaran yang ditentukan.²¹

2. Pengelolaan

Manajemen berasal dari kata manage to man. Kata manage berarti mengatur atau mengelola, sedangkan kata man berarti manusia. Kalau kedua kata tersebut digabungkan maka, manajemen berarti mengelola atau mengatur manusia.²² Pengelolaan merupakan suatu proses yang membantu merumuskan kebijakan-kebijakan dan pencapaian tujuan. Peran pemerintah dalam pengelolaan pariwisata, seperti melaksanakan pembinaan kepariwisataan dalam bentuk pengaturan, pemberian bimbingan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan.

Menurut G.R Terry pengelolaan merupakan sebagai proses yang khas yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang

²¹ R David, hal. 104.

²² Karyoto, *Dasar Dasar Manajemen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hal. 1.

dilakukan untuk menentukan usaha mencapai sasaran-sasaran dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.²³

Menurut menteri kehutanan No. 4 tahun 2012, kegiatan pengelolaan dan pengembangan kepariwisataan alam dapat dapat dilakukan di taman nasional dengan memperhatikan asas kelestarian. Pengelolaan pariwisata alam di Taman Nasional dapat dilakukan di zona pemanfaatan. Hal yang harus dilakukan dalam kegiatan pengelolaan pariwisata terdiri dari beberapa unsur yaitu:

- a. Akomodasi, tempat seseorang untuk tinggal sementara
- b. Jasa boga dan restoran, industri jasa di bidang penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.
- c. Transportasi dan jasa angkutan, industry usaha jasa yang bergerak di bidang angkutan darat, laut dan udara
- d. Atraksi wisata, kegiatan wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan atau pengunjung.²⁴

3. Pariwisata

Pariwisata menggambarkan pendekatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam industri pariwisata. Konsep ini mencakup berbagai aspek, mulai dari akomodasi hingga aktivitas rekreasi, yang diatur sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Akomodasi, seperti hotel atau villa, tidak hanya menyediakan fasilitas khusus seperti kiblat dan tempat ibadah, tetapi juga beroperasi dengan mematuhi norma-norma, memastikan kebersihan dan etika makan yang sesuai dengan prinsip Islam. Restoran dan makanan dalam Pariwisata harus memenuhi standar kehalalan dan etika makan Islam. Selain itu, program rekreasi dan hiburan yang

²³ Zasri M Ali, *Dasar Dasar Manajemen* (Pekanbaru: Suska Press, 2008), hal. 2–3.

²⁴ David, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Andi Offset, 2010), hal. 21.

sesuai dengan nilai-nilai agama menjadi fokus, dengan penekanan pada paket wisata keluarga. Penghargaan terhadap etika dan adab Islam serta kegiatan edukasi dan kebudayaan Islam juga menjadi bagian integral dari pengalaman Pariwisata. Dengan memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan Muslim, Pariwisata menjadi alternatif yang menarik dalam industri pariwisata global.²⁵

Pariwisata adalah bentuk pariwisata yang berlandaskan pada prinsip-prinsip ajaran Islam, yang bertujuan untuk menyediakan pengalaman wisata yang sesuai dengan nilai-nilai dan aturan. Konsep ini mencakup berbagai aspek mulai dari kepatuhan terhadap hingga peningkatan kualitas spiritual bagi para wisatawan.

Dalam hal kepatuhan terhadap, pariwisata memastikan bahwa seluruh fasilitas dan layanan yang disediakan, seperti makanan, akomodasi, dan aktivitas, sesuai dengan prinsip halal dan haram dalam Islam. Ini termasuk penyediaan makanan halal, area sholat, dan tempat wudhu, serta memastikan bahwa aktivitas wisata tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Selain itu, pariwisata juga berfokus pada penghormatan terhadap nilai-nilai Islam dengan menghindari kegiatan yang dapat dianggap haram atau tidak etis. Hal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang ramah bagi wisatawan Muslim, di mana mereka dapat menjalani aktivitas wisata tanpa merasa tertekan atau tidak nyaman.

Di sisi lain, pariwisata berupaya meningkatkan kualitas spiritual wisatawan dengan menyediakan pengalaman yang mendekatkan mereka pada aspek spiritual Islam. Ini bisa berupa kunjungan ke tempat-tempat suci, pembelajaran

²⁵ Nukhbatul Basyariah, “Konsep Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Islam,” *Youth & Islamic Economic*, 2.01s (2021), 1–6 (hal. 3).

tentang sejarah dan budaya Islam, atau partisipasi dalam kegiatan keagamaan selama perjalanan.

Konsep ini juga mencakup aspek kesejahteraan sosial dengan mendorong manfaat ekonomi yang adil bagi komunitas lokal. Pariwisata berupaya untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, memastikan bahwa kegiatan wisata tidak hanya menguntungkan wisatawan tetapi juga memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi masyarakat lokal.

Akhirnya, pariwisata menjaga lingkungan dengan prinsip keberlanjutan, memastikan bahwa kegiatan wisata tidak merusak lingkungan dan sumber daya alam. Dengan pendekatan ini, pariwisata berusaha menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan secara fisik, emosional, dan spiritual, sambil tetap menghormati nilai-nilai Islam dan mendukung kesejahteraan sosial.

Menurut H. Kodhyat, pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan, maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, budaya, alam dan ilmu.²⁶

Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan di jelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan pariwisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha pemerintah dan pemerintah Daerah. Penjelasan tentang pariwisata bahwa didukung berbagai layanan oleh masyarakat dan juga pemerintah maka

²⁶ Desi Purnama Sari, "Pengembangan Sistem Informasi Dan Promosi Pariwisata Berbasis WEB," 1 (2010), 56 (hal. 2).

diadakan pengembangan dan pelestarian supaya kawasan wisata tetap terjaga kelestariannya.²⁷

Supaya bisa dikategorikan sebagai pariwisata apabila pariwisata tersebut telah memenuhi keempat kriteria sebagai berikut:

- a. Seseorang atau kelompok melakukan perjalanan di luar kediaman atau tempat tinggalnya dengan mengunjungi berbagai tempat.
- b. Tujuan perjalanan yang dilakukan hanya untuk bersenang-senang, dan menambah wawasan baru tanpa harus melibatkan urusan bisnis atau mencari nafkah di negara, Kota/Daerah yang dikunjungi tersebut.
- c. Perjalanan yang dilakukan oleh para wisatawan tersebut minimal dalam waktu 24 jam atau lebih.
- d. Uang yang dibelanjakan para wisatawan tersebut memang sudah dibawa dari negara asalnya dimana dia sudah memperoleh uang itu dari hasil kerjanya selama di tempat tinggal/kediamannya, bukan dari hasil usaha yang dia lakukan dalam perjalanan pariwisatanya.²⁸

Perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok tersebut mempunyai dorongan tersendiri karena ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun karena atas dasar keinginan lainnya, seperti rasa ingin tahu mereka terhadap suatu Daerah yang akan mereka kunjungi, menambah pengalaman baru ataupun untuk belajar. Setiap orang yang melakukan perjalanan pariwisata tentu memiliki tujuan masing-masing, contohnya seperti perjalanan yang dilakukan atas dasar kepentingan ekonomi, hal ini memberikan dorongan

²⁷ Undang Undang No 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

²⁸ Siti Farida, “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Pengembangan Wisata Premium Dan Dampaknya Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Labuan Bajo,” 1 (2021), 80 (hal. 30–31).

terhadap orang tersebut untuk membuka suatu usaha di tempat wisata dengan tujuan meningkatkan pendapatan ekonomi dari sektor pemanfaatan sumber daya pariwisata. Begitu pula dengan dorongan kepentingan yang lainnya seperti agama, budaya, politik dan seterusnya semuanya akan memberikan dorongan terhadap orang atau kelompok untuk melakukan sebuah perjalanan wisata sesuai dengan tujuannya masing-masing.²⁹

Ada beberapa konsep pendekatan pemasaran pariwisata diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Konsep Produksi

Konsep ini menempatkan pertimbangan bahwa konsumen hanya mau membeli barang yang bisa dibeli dengan harga murah dan cepat didapat. Untuk pariwisata yang memenuhi dua kriteria ini adalah produk pariwisata buatan atau kemasan baru dan untuk mass production. Taman rekreasi, resort wisata buatan, souvenir buatan pabrik dan event olahraga dan convention dapat menggunakan pendekatan produksi ini.

2) Konsep Produk

Konsep produk ini menggunakan asumsi bahwa konsumen hanya akan membeli barang yang memiliki keunikan, inovatif dan superioritas. Produk pariwisata ini dapat dijual dengan pendekatan ini adalah pariwisata minat khusus yang bertemakan budaya (heritage dan living culture), alam (ekowisata, wisata pendidikan dan penelitian) dan souvenir kerajinan tangan.

3) Konsep Penjualan

²⁹ Moh. Yasin Soumena, "Strategi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata dalam Pengembangan Pariwisata Syariah Kota Parepare," *Shi'ar: Sharia Tourism*, 2022, 120–30.

Pemasaran yang berguna untuk menjual produk untuk mendapatkan laba dari penjualan yang banyak volumenya dengan promosi yang agresif. Produk pariwisata yang dapat dijual dengan pendekatan ini adalah bentuk pariwisata profane misalnya taman rekreasi, souvenir produksi seperti buatan pabrik, event olahraga, exhibition dan convention.

4) Konsep Ekologikal dan Humanistik

Konsep yang mempertimbangkan adanya profit dicapai melalui kepuasan konsumen dengan cara pengidentifikasi kebutuhan wisatawan dengan pengintegrasian kegiatan pemasaran dengan mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Pemasaran yang demikian ini diperankan oleh pemerintah untuk produk-produk pariwisata kawasan yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah seperti halnya kawasan taman nasional dan taman hutan raya.

5) Konsep Pelanggan

Konsep ini adalah bagaimana cara pengembangan dari konsep pemasaran, dimana kepuasan konsumen harus diusahakan tercapainya kepuasan setiap pelanggan secara individual. Seluruh produk wisata hendaknya menggunakan konsep ini dalam pemasaran pariwisata.

6) Konsep Pemasaran

Suatu konsep yang diterapkan dengan mempertimbangkan bahwa keuntungan mampu dicapai melalui upaya memberikan kepuasan kepada konsumen yang terlebih dahulu melakukan pengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Seluruh produk wisata seharusnya menggunakan pendekatan ini.³⁰

³⁰ Farida, hal. 32–34.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Bab I (Ketentuan Umum) Pasal 1 Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
- d. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
- e. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- f. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum,

fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

- g. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- h. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- i. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
- j. Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.³¹

C. Tinjauan Konseptual

Manajemen Strategi adalah suatu pendekatan terencana dan terorganisir yang digunakan oleh organisasi untuk merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi langkah-langkah strategis dalam mencapai tujuan jangka panjangnya. Analisis mendalam terhadap lingkungan internal dan eksternal menjadi langkah awal dalam menentukan strategi, dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman di lingkungan sekitarnya. Setelah itu, perumusan strategi melibatkan proses pengambilan

³¹ Undang Undang No 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

keputusan yang matang untuk menetapkan arah strategis, alokasi sumber daya, dan metode pelaksanaan.

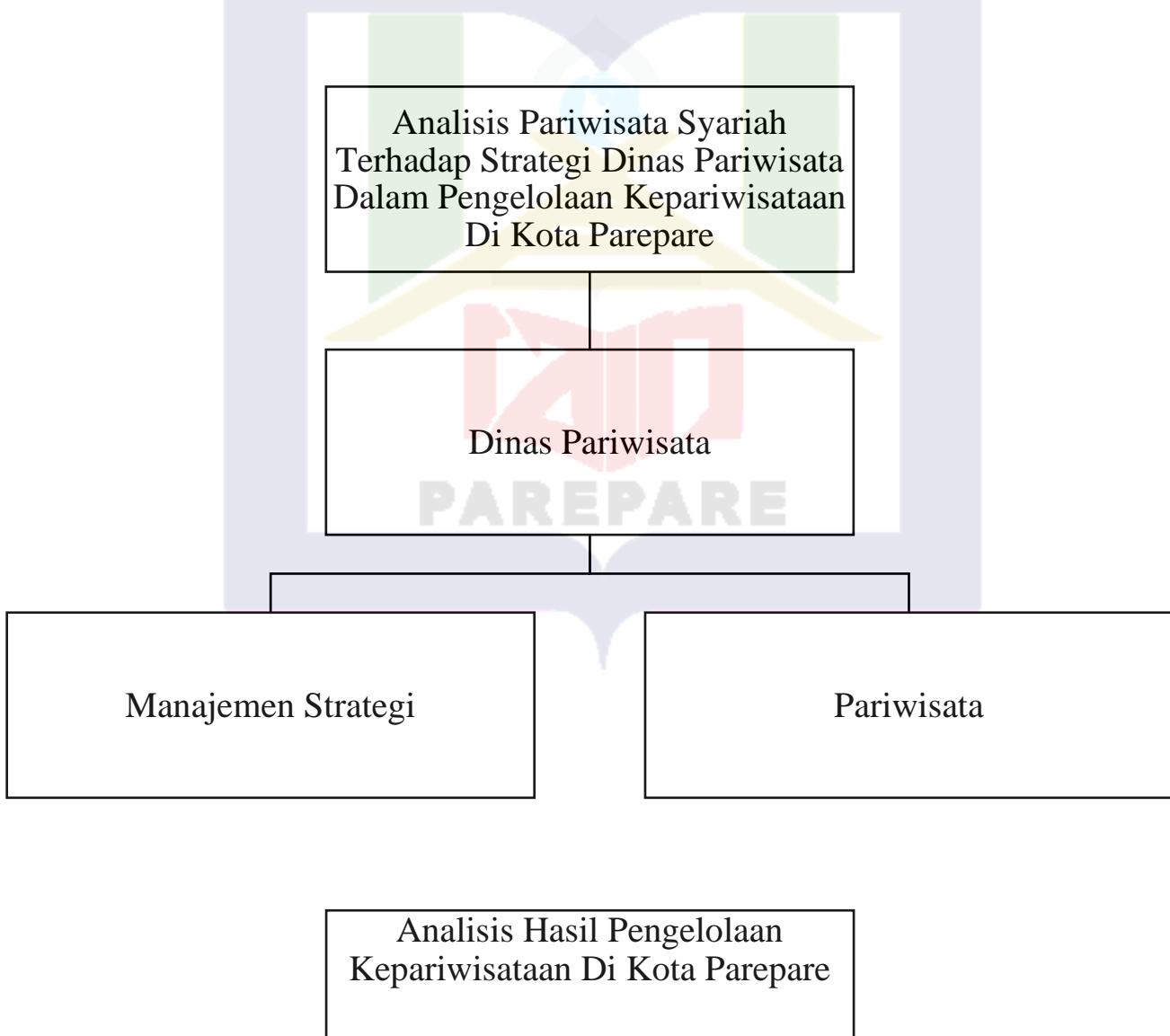
Melalui teori manajemen strategi masalah masalah yang ada di dalam penelitian ini yaitu Bagaimana perencanaan Pemerintah Daerah dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare pada masa pemerintahan Taufan Pawe, akan mudah membantu peneliti dalam menyusun nantinya karena manajemen strategi mempunyai poin yang dapat membantu dalam penyusunan nantinya yaitu Perumusan, Implementasi, Evaluasi. Tiga poin ini dapat mengukur rencana pemerintah daerah apakah sesuai dengan prinsip-prinsip .

D. Kerangka Pikir

Pengembangan industri pariwisata merupakan salah satu keberhasilan untuk meningkatkan pendapatan Daerah dan nasional. Sebagai langkah awal dalam memilih dan menentukan destinasi yang layak mendapat prioritas untuk kemungkinan pengembangan, perlu dilakukan penilaian potensi destinasi tersebut.

Diantara berbagai teori yang dikemukakan oleh para ahli di atas, penulis memilih salah satu teori strategi yaitu Manajemen Strategi. Penulis menggunakan teori tersebut untuk mengetahui perencanaan dan pelaksanaan PEMDA dalam pengelolaan kepariwisataan pada masa pemerintahan Taufan Pawe. Dengan bantuan Manajemen Strategi, penulis dapat mengidentifikasi potensi destinasi wisata Kota Parepare. dan dapat menjangkau para informan yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Indikator untuk evaluasi strategis adalah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Manajemen Strategi adalah suatu pendekatan terencana dan terorganisir yang digunakan oleh organisasi untuk merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi langkah-langkah strategis dalam mencapai tujuan jangka panjangnya. Analisis mendalam terhadap lingkungan internal dan eksternal menjadi langkah awal dalam menentukan strategi, dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman di lingkungan sekitarnya. Setelah itu, perumusan strategi melibatkan proses pengambilan keputusan yang matang untuk menetapkan arah strategis, alokasi sumber daya, dan metode pelaksanaan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Sumber datanya dari studi lapangan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, adapun fokus penelitian mengamati secara langsung strategi Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Ddalam pengelolaan kepariwisataan di kota Parepare. Penelitian ini sifatnya tidak berbentuk angka berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami.³² Peneliti dengan menggunakan metode analisis Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Ddalam pengelolaan kepariwisataan di kota Parepare.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana dilakukannya penelitian. Lokasi yang dipilih oleh penulis untuk penelitian ini adalah di Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Parepare, yang bertempat di Jalan Beringin, Kelurahan Bumi Harapan, Kecamatan Bacukiki Barat. Waktu penelitian 01 maret 2024 sampai 01 april 2024 .

C. Fokus Penelitian

Fokus pada peneliti ini adalah masalah-masalah yang bersumber dari pengalaman peneliti atau melalui pengetahuan yang diperoleh melalui keputusan ilmiah maupun keputusan lainnya. Adapun fokus penelitian ini adalah;

³² Nasution, *Metode Penelitian* (Bandung: Erlangga, 2003), hal. 5.

1. Strategi Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dalam Mengelola kepariwisataan di Kota Parepare.³³

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang artinya data yang menjelaskan terkait penelitian ini. Data kualitatif ini diperoleh dari observasi langsung yang dilakukan peneliti yang berada di Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Kota Parepare untuk wawancara langsung oleh Staff Disporapar dan dokumentasi.

2. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah Staff Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Kota Parepare sebanyak 5 (Lima) orang, Dilakukan wawancara dengan cara wawancara terstruktur dimana peneliti menyusun pertanyaan sebagai bahan untuk mewawancarai Staff Disporapar terkait Strategi Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dalam mengelola kepariwisataan di kota parepare.

b. Data Sekunder

Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa buku-buku yang berkaitan dengan topik penelitian diantaranya Strategi Dinas,

³³ Agus Suryono, *Teori Pembangunan* (Malang: Erlangga, 2019), hal. 80.

Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dalam mengelola kepariwisataan di Kota Parepare

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Observasi

Adapun observasi yang dilakukan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata merupakan observasi partisipan yang menggunakan lembar observasi untuk mengamati Strategi Dinas, Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dalam Pengelolaan Kepariwisataan di kota parepare Dalam hal ini, peneliti meninjau langsung ke lapangan atau lokasi untuk melakukan pengamatan yang *real* dengan meneliti langsung lokasi Dinas, Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Kota Parepare.³⁴ Observasi adalah mengamati kejadian, gerak, atau proses.³⁵

2. Wawancara

Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai Staff Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Kota Parepare yang berjumlah 5 orang dengan cara wawancara terstruktur dengan membawa pedoman wawancara yang telah disusun oleh peneliti. Wawancara ini dilakukan dengan tatap muka dengan Staff di Dinas tersebut. Peneliti juga melakukan wawancara tidak terstruktur atau pertanyaan bebas dalam artian tidak menggunakan pedoman

³⁴ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kencana: Erlangga, 2015), hal. 137.

³⁵ Sanapiah Faisal, *Format Penelitian* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), hal.

wawancara dimana menanyakan hal-hal apa saja terkait dengan kebutuhan peneliti.³⁶

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan hasil foto yang dikumpulkan yang didapatkan peneliti terkait dengan proses penelitian yang telah dilakukan peneliti di Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata. Adapun dokumentasi yang dikumpulkan yaitu pada saat wawancara Staff Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata.³⁷

F. Uji Keabsahan Data

Validitas informasi atau keabsahan data adalah data yang dikumpulkan, dan tidak semuanya benar. Karena konfirmasi informasi ini diperlukan untuk memverifikasi keakuratan informasi tersebut, karena informasi tersebut mungkin masih kurang atau memiliki kesenjangan dan ketidaklengkapan.³⁸ Ada beberapa teknik dalam uji keabsahan data yaitu, teknik credibility, transferability, dependability, dan confirmability. Adapun yang dipake oleh peneliti yaitu teknik credibility(kredibilitas) antara lain dilakukan dengan Meningkatkan ketekunan dan Triangulasi

1. Meningkatkan ketekunan yaitu peneliti membaca berbagai referensi buku atau jurnal maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan Temuan yang diteliti

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 142.

³⁷ Basrowi Suwandi, *Memahami Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Rineka Indah, 2008), hal. 158.

³⁸ Muhammad Kamal Zubair, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), hal. 23.

2. Triangulasi yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara yaitu:

- a) Triangulasi Sumber yaitu mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yaitu Staff Dinas, Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata.

Triangulasi Teknik yaitu untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Data yang diperoleh dari wawancara dengan Staff Disporapar akan dicek kembali dengan observasi dan dokumentasi. Bilamana ada data yang tidak sesuai akan di diskusikan kembali dengan pihak yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang benar, atau mungkin semuanya benar, cuman sudut pandangnya yang berbeda-beda.³⁹

G. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data, ada beberapa langkah pokok yang harus dilakukan, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data secara inti, yaitu proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Hasil wawancara, hasil observasi, hasil studi dokumentasi diubah menjadi bentuk tulisan (*script*) sesuai dengan formatnya masing-masing.⁴⁰ Dalam hal ini, reduksi data yang telah peneliti lakukan pada penelitian di Dinas, Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Kota Parepare, yaitu menjadikan bentuk tulisan dari hasil wawancara, hasil observasi, dan hasil

³⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Erlangga, 2013), hal. 324.

⁴⁰ Sugiyono, hal. 247.

dokumentasi sebagai bentuk upaya penyusunan proses dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

2. Model Data

Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, ikon, dan sejenisnya. Dengan penyajian data dapat diorganisasikan, dimasukkan ke dalam pola relasional, sehingga lebih mudah dipahami. Selain itu, data dapat disajikan dalam bentuk deskripsi singkat, diagram, hubungan antar kelas, *flowchart*, dan sejenisnya.⁴¹

Penyajian materi dalam penelitian ini memudahkan peneliti untuk memahami ilmu yang diperoleh di lapangan. Sehingga bisa dilihat seberapa siap Dinas Pariwisata dalam mengelola pariwisata di Kota Parepare.

3. Kesimpulan

Kesimpulan yang disajikan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data. Dalam hal ini, kesimpulannya masuk akal karena, seperti yang dikatakan, rumusan masalah dalam penelitian kualitatif hanya bersifat transisi dan berkembang saat penelitian dilakukan di lapangan.⁴² Kesimpulan data dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti.

⁴¹ Sugiyono, hal. 249.

⁴² Sugiyono, hal. 252.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

DISPOPAR, singkatan dari Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata, merupakan instansi pemerintah daerah yang memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola dan mengembangkan tiga bidang utama: pemuda, olahraga, dan pariwisata.

Dalam bidang pemuda, DISPOPAR berperan dalam pengembangan potensi dan keterampilan generasi muda. Tugasnya mencakup penyelenggaraan pelatihan, seminar, dan kegiatan-kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan, kewirausahaan, dan kepemimpinan pemuda. Instansi ini juga berfungsi untuk memberdayakan pemuda melalui dukungan terhadap organisasi kepemudaan serta memberikan kesempatan bagi mereka untuk terlibat dalam berbagai kegiatan positif yang dapat membentuk karakter dan keterampilan mereka.

Di bidang olahraga, DISPOPAR bertugas untuk memfasilitasi dan mengembangkan berbagai program dan kegiatan olahraga. Ini termasuk penyelenggaraan event olahraga, penyediaan fasilitas olahraga, dan promosi olahraga di kalangan masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam olahraga, baik untuk tujuan rekreasi maupun kompetisi, serta mendukung pengembangan atlet lokal.

Dalam sektor pariwisata, DISPOPAR memiliki peran penting dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata di daerahnya. Instansi ini bertugas untuk merencanakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan strategi pengelolaan wisata, termasuk pengembangan infrastruktur wisata, promosi

destinasi, dan penyelenggaraan acara-acara wisata. DISPOPAR juga berperan dalam mengoordinasikan berbagai stakeholder terkait, seperti pelaku usaha pariwisata dan masyarakat lokal, untuk memastikan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi bagi daerah.

Secara keseluruhan, DISPOPAR bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pengembangan pemuda, olahraga, dan pariwisata, yang pada akhirnya dapat mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial di daerahnya.

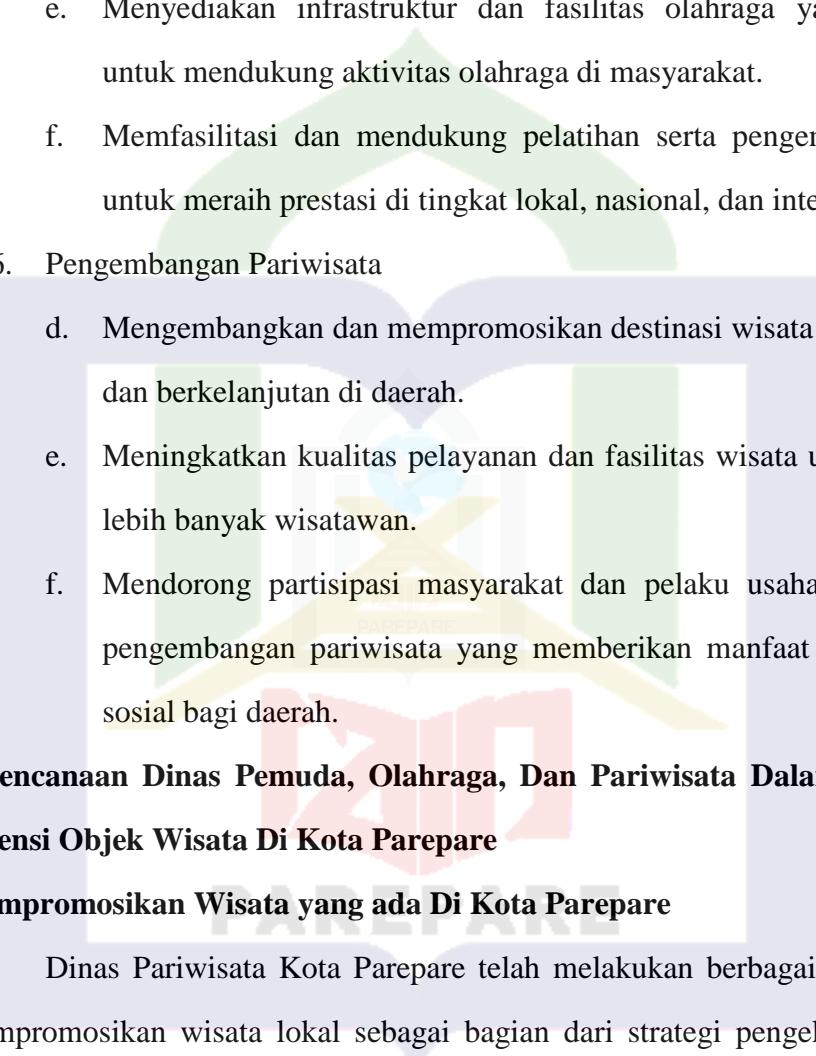
Visi dan misi DISPOPAR (Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata) biasanya dirumuskan untuk mencerminkan tujuan dan arah strategis instansi tersebut dalam mengelola dan mengembangkan bidang pemuda, olahraga, dan pariwisata.

Visi:

"Mewujudkan generasi muda yang berprestasi, olahraga yang berkualitas, dan pariwisata yang berkelanjutan, guna mendukung pembangunan daerah yang berdaya saing."

Misi:

4. Pengembangan Pemuda
 - d. Meningkatkan kapasitas dan kualitas pemuda melalui program-program pendidikan, pelatihan, dan pemberdayaan.
 - e. Mendorong partisipasi aktif pemuda dalam kegiatan sosial, ekonomi, dan politik.
 - f. Menyediakan fasilitas dan kesempatan yang mendukung pengembangan potensi kreatif dan kepemimpinan pemuda.

- 
5. Pengembangan Olahraga
 - d. Meningkatkan kualitas dan kuantitas penyelenggaraan event olahraga serta kompetisi di berbagai level.
 - e. Menyediakan infrastruktur dan fasilitas olahraga yang memadai untuk mendukung aktivitas olahraga di masyarakat.
 - f. Memfasilitasi dan mendukung pelatihan serta pengembangan atlet untuk meraih prestasi di tingkat lokal, nasional, dan internasional.
 6. Pengembangan Pariwisata
 - d. Mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan di daerah.
 - e. Meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas wisata untuk menarik lebih banyak wisatawan.
 - f. Mendorong partisipasi masyarakat dan pelaku usaha lokal dalam pengembangan pariwisata yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi daerah.
1. **Perencanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Potensi Objek Wisata Di Kota Parepare**
 - a. **Mempromosikan Wisata yang ada Di Kota Parepare**

Dinas Pariwisata Kota Parepare telah melakukan berbagai upaya dalam mempromosikan wisata lokal sebagai bagian dari strategi pengelolaan potensi objek wisata. Salah satu langkah utama adalah penyelenggaraan festival secara rutin, yang menampilkan berbagai bentuk seni dan tradisi lokal seperti tarian, musik, dan pameran kerajinan. Festival-festival ini berhasil menarik perhatian

wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri, meningkatkan jumlah kunjungan ke Kota Parepare.

Seperti yang di katakan oleh Nidaul Fadilah Sirah:

“visi dan misi kita itu kita lebih ke pengolaan promosi pariwisata alam sama kebudayaaan jadi kita itu mempromosikan budaya yang ada di kota parepare”⁴³

Selain itu, Dinas Pariwisata juga memanfaatkan teknologi digital untuk promosi, termasuk media sosial dan platform online lainnya. Konten digital seperti video, artikel, dan foto-foto yang menampilkan budaya lokal telah diproduksi dan disebarluaskan untuk menarik minat wisatawan, terutama dari kalangan muda yang lebih sering menggunakan media digital.

Seperti yang di katakan oleh Khairunnisa Burnas:

“Meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang pariwisata di kalangan wisatawan domestik dan internasional dengan menetapkan tujuan untuk meluncurkan kampanye promosi yang menyasar pasar-pasar potensial dan meningkatkan visibilitas pariwisata di media sosial dan platform digital.”⁴⁴

Dalam konteks digital, pemanfaatan media sosial dan platform online oleh Dinas Pariwisata telah memberikan dampak signifikan, terutama dalam menjangkau wisatawan muda. Namun, untuk menjaga keberlanjutan dan dampak jangka panjang, penting untuk terus berinovasi dalam pembuatan konten serta memperluas jangkauan promosi melalui kerjasama dengan influencer atau media partner yang memiliki audiens luas.

⁴³Nidaul Fadilah Sirah, ASN (Wawancara di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare: 25 Maret 2024).

⁴⁴Khairunnisa Burnas, PNS (Wawancara di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare: 25 Maret 2024).

2. Pelaksanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Objek Wisata Di Kota Parepare

a. Sosial Media

1) Instagram

Dinas Pariwisata Kota Parepare telah secara aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat utama dalam mempromosikan dan mengelola objek wisata di kota ini. Instagram dipilih karena popularitasnya yang tinggi di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, yang merupakan target utama dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan. Melalui akun Instagram resmi, Dinas Pariwisata rutin mengunggah konten-konten visual yang menarik, seperti foto-foto dan video singkat yang menampilkan keindahan objek wisata di Parepare, informasi acara atau event, serta cerita budaya yang ada di kota ini.

Seperti yang di katakan oleh Risamawati, S.A.B:

“saya sangat berkomitmen untuk memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, sebagai strategi utama dalam promosi dan pengelolaan objek wisata kami. Instagram memungkinkan kami untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang merupakan target utama kami. Kami secara rutin mengunggah konten visual menarik, termasuk foto dan video yang menampilkan keindahan objek wisata, informasi tentang acara, serta cerita budaya lokal.”⁴⁵

pelaksanaan strategi digital melalui Instagram telah memberikan kontribusi signifikan dalam pengelolaan objek wisata di Kota Parepare. Dengan perencanaan dan eksekusi yang lebih matang, Instagram dapat

⁴⁵Risamawati, S.A.B, *PNS* (Wawancara di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare: 25 Maret 2024).

menjadi alat yang lebih efektif dalam mendukung pengembangan pariwisata di kota ini.



Gambar. 1.1 Instagram Disporapar Kota Parepare

Dinas Pariwisata juga menggunakan fitur Instagram Stories dan Reels untuk menyajikan konten yang lebih dinamis dan interaktif. Fitur-fitur ini memungkinkan mereka untuk memberikan informasi terkini kepada followers, seperti kondisi cuaca di lokasi wisata, update acara, dan rekomendasi aktivitas bagi wisatawan. Selain itu, Instagram juga digunakan sebagai platform untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat dan wisatawan melalui fitur komentar dan direct message, di mana Dinas Pariwisata dapat merespons pertanyaan, saran, atau keluhan dengan cepat. Adapun link instagram untuk mempermudah wisatawan dalam mendapatkan informasi tentang wisata di kota parepare

https://www.instagram.com/disporapar_parepare

2) WhatsApp

Dinas Pariwisata Kota Parepare telah memanfaatkan *WhatsApp* sebagai salah satu platform komunikasi utama dalam pengelolaan objek wisata. *WhatsApp* digunakan secara strategis untuk mendistribusikan informasi kepada masyarakat dan wisatawan dengan cara yang cepat dan efisien. Salah satu fungsi utama *WhatsApp* dalam konteks ini adalah sebagai saluran untuk memberikan informasi real-time mengenai objek wisata, seperti jadwal acara, perubahan waktu operasional, atau kondisi cuaca di lokasi wisata.

Seperti yang di katakan oleh Andi Fadani Irmawati:

“saya sangat menyadari pentingnya komunikasi yang efektif dalam mengelola objek wisata. Oleh karena itu, kami telah mengoptimalkan penggunaan *WhatsApp* sebagai platform utama untuk memberikan informasi secara real-time dan berinteraksi langsung dengan masyarakat serta wisatawan. Melalui *WhatsApp*, kami tidak hanya dapat menyampaikan informasi terkait jadwal acara dan kondisi objek wisata, tetapi juga menjalin hubungan yang lebih erat dengan para pelaku usaha lokal dan komunitas, sehingga koordinasi dalam pengelolaan wisata dapat berjalan lebih lancar dan responsif.”⁴⁶

Dinas Pariwisata juga menggunakan *WhatsApp* untuk berinteraksi langsung dengan wisatawan melalui layanan pesan instan. Wisatawan dapat menghubungi nomor *WhatsApp* yang disediakan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang objek wisata, rute perjalanan, hingga rekomendasi tempat makan atau penginapan. Selain itu, *WhatsApp Groups* juga digunakan untuk menjalin komunikasi yang lebih intensif dengan pelaku usaha wisata lokal, komunitas, dan stakeholder lainnya. Dalam grup

⁴⁶ Andi Fadani Irmawati, *Bidan Promosi dan Pemasaran Pariwisata* (Wawancara di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare: 25 Maret 2024).

ini, Dinas Pariwisata dapat menyampaikan informasi, mengoordinasikan acara, serta menerima masukan atau laporan dari anggota grup.

3) *Website*

Dinas Pariwisata Kota Parepare telah mengembangkan dan mengelola website resmi yang bertujuan untuk mempromosikan potensi pariwisata kota ini kepada publik, baik secara lokal maupun internasional. Website tersebut dirancang untuk menjadi pusat informasi utama mengenai berbagai objek wisata yang ada di Parepare. Pada platform ini, pengguna dapat menemukan berbagai informasi mendetail tentang destinasi wisata unggulan di kota ini, seperti Pantai Lumpue, Taman Mattirotasi, dan Monumen Cinta Habibie-Ainun. Setiap objek wisata disertai dengan deskripsi yang jelas mengenai keunikan, daya tarik, dan nilai sejarah atau budaya yang dimiliki, serta informasi praktis seperti alamat, jam operasional, harga tiket masuk, dan fasilitas yang tersedia.

Seperti yang di katakan oleh Andi Fadani Irmawati:

“Kami berusaha menyajikan informasi yang selengkap mungkin, mulai dari deskripsi objek wisata unggulan seperti Pantai Lumpue, Taman Mattirotasi, hingga Monumen Cinta Habibie-Ainun, lengkap dengan detail praktis seperti alamat, jam operasional, dan harga tiket. Selain itu, website ini juga dilengkapi dengan kalender kegiatan untuk acara budaya dan festival, serta berita terkini tentang pariwisata di Parepare.”⁴⁷

Selain menyediakan informasi dasar mengenai objek wisata, website ini juga mencakup fitur-fitur tambahan seperti kalender kegiatan yang menampilkan jadwal acara budaya, festival, dan kegiatan pariwisata lainnya yang diadakan di Parepare.

⁴⁷ Andi Fadani Irmawati, *Bidan Promosi dan Pemasaran Pariwisata* (Wawancara di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare: 25 Maret 2024).



Gambar 1.2 Website DISPORA Kota Parepare

Berita terkini mengenai perkembangan pariwisata juga secara rutin dipublikasikan untuk menjaga agar informasi yang tersedia tetap relevan dan up-to-date. Website ini juga menyertakan informasi kontak yang dapat dihubungi oleh wisatawan yang membutuhkan bantuan lebih lanjut atau ingin melakukan reservasi di <https://pareparetourism.id/>. Dalam beberapa kesempatan, website ini juga digunakan sebagai platform untuk mengumumkan program-program promosi pariwisata yang diluncurkan oleh Dinas Pariwisata.

4) *Facebook*

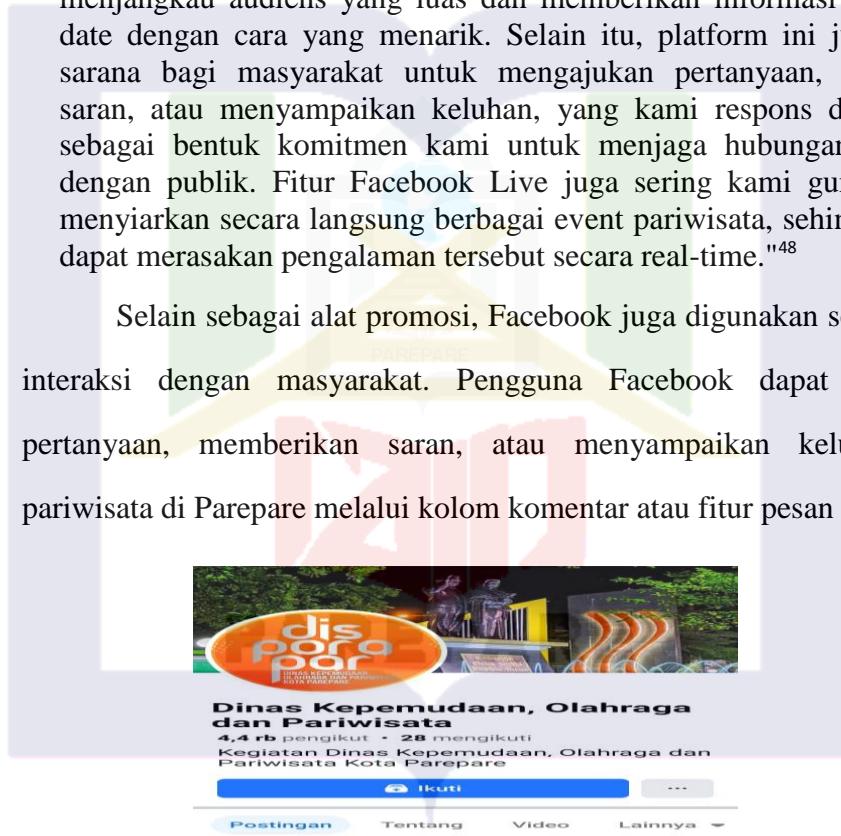
Dinas Pariwisata Kota Parepare memanfaatkan platform Facebook sebagai salah satu sarana utama untuk mempromosikan objek wisata dan berkomunikasi dengan masyarakat. Facebook digunakan untuk menyebarkan informasi terkait destinasi wisata, event, dan promosi pariwisata lainnya di Kota Parepare. Melalui halaman resmi Facebook, Dinas Pariwisata rutin memposting konten yang meliputi foto dan video objek wisata, artikel mengenai tempat-tempat menarik, serta pengumuman acara-acara budaya

yang akan digelar. Postingan-postingan ini dilengkapi dengan caption yang informatif dan terkadang disertai ajakan atau himbauan kepada warga dan wisatawan untuk mengunjungi lokasi-lokasi tertentu.

Seperti yang dikatakan oleh Tika Rosanti:

"Kami di Dinas Pariwisata Kota Parepare memanfaatkan Facebook sebagai salah satu media untuk mempromosikan objek wisata serta berinteraksi langsung dengan masyarakat. Melalui halaman resmi kami, kami secara rutin memposting foto, video, dan artikel tentang destinasi wisata unggulan serta mengumumkan acara budaya dan promosi pariwisata yang akan datang. Facebook memungkinkan kami untuk menjangkau audiens yang luas dan memberikan informasi yang up-to-date dengan cara yang menarik. Selain itu, platform ini juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengajukan pertanyaan, memberikan saran, atau menyampaikan keluhan, yang kami respons dengan cepat sebagai bentuk komitmen kami untuk menjaga hubungan yang baik dengan publik. Fitur Facebook Live juga sering kami gunakan untuk menyiarkan secara langsung berbagai event pariwisata, sehingga audiens dapat merasakan pengalaman tersebut secara real-time."⁴⁸

Selain sebagai alat promosi, Facebook juga digunakan sebagai media interaksi dengan masyarakat. Pengguna Facebook dapat mengajukan pertanyaan, memberikan saran, atau menyampaikan keluhan terkait pariwisata di Parepare melalui kolom komentar atau fitur pesan pribadi.



Gambar 1.3 Facebook DISPORAPAR Kota Parepare

⁴⁸Tika Rosanti, ASN (Wawancara di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare: 25 Maret 2024).

Dinas Pariwisata merespons pertanyaan dan masukan dengan cepat, yang mencerminkan komitmen mereka dalam menjaga hubungan yang baik dengan publik. Penggunaan fitur Facebook juga dimanfaatkan untuk menyiarkan langsung berbagai kegiatan atau event pariwisata, memungkinkan audiens untuk merasakan pengalaman tersebut secara real-time di <https://www.facebook.com/pareparedisporapar?mibextid=ZbWKwL>.

b. Pengadaan festival

Festival yang dilaksanakan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Parepare merupakan acara tahunan yang bertujuan untuk mempromosikan pariwisata dan budaya lokal. Festival ini biasanya mencakup berbagai kegiatan, seperti pameran seni dan budaya, kompetisi olahraga, bazar kuliner, dan pertunjukan musik. Data yang dikumpulkan dari observasi dan wawancara menunjukkan bahwa festival ini merupakan salah satu upaya utama pemerintah kota dalam meningkatkan citra Parepare sebagai destinasi wisata.

Seperti yang di katakan oleh Tika Rosanti:

"Salah satu cara untuk mempromosikan wisata yang ada di kota parepare ini dengan cara mengadakan festival, ini bertujuan untuk mempromosikan Kota Parepare sebagai destinasi wisata yang menarik dan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan budaya dan olahraga. Kami ingin menunjukkan kekayaan budaya lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui berbagai kegiatan yang melibatkan komunitas."⁴⁹

Festival biasanya dilaksanakan selama 3-5 hari di lokasi pusat kota yang strategis, seperti tempat wisata di Kota Parepare atau area terbuka lainnya.

⁴⁹Tika Rosanti, ASN (Wawancara di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare: 25 Maret 2024).

Kegiatan festival meliputi berbagai program, seperti pertunjukan seni, lomba, bazar, dan workshop.



Gambar 1.4 Festival Salo Karejae

Partisipasi dalam festival melibatkan berbagai pihak, termasuk masyarakat lokal, pelaku seni, pengusaha lokal, serta pengunjung dari luar kota. Data menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat lokal dalam festival cukup tinggi, yang terlihat dari banyaknya peserta dan pengunjung yang hadir.

3. Hambatan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Objek Wisata Di Kota Parepare

a. Keterbatasan dana

Salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Kota Parepare dalam pengelolaan objek wisata adalah keterbatasan dana yang tersedia. Anggaran yang dialokasikan untuk sektor pariwisata sering kali dicukupkan, yaitu mencukupi untuk kebutuhan dasar tetapi tidak memadai untuk pengembangan dan inovasi yang lebih luas. Kondisi ini menyebabkan Dinas Pariwisata harus sangat selektif dalam menentukan prioritas program dan kegiatan yang dapat dilaksanakan. Beberapa program promosi dan

pengembangan objek wisata terpaksa dikurangi skala pelaksanaannya atau bahkan ditunda karena tidak tersedianya dana yang cukup.

Seperti yang dikatakan oleh Khairunnisa Burnas:

“Anggaran yang tersedia untuk pelaksanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare masih dianggap kurang memadai oleh sebagian pihak, terutama dalam hal promosi destinasi pariwisata dan pengembangan infrastruktur yang dibutuhkan untuk mendukung pertumbuhan sektor pariwisata.”⁵⁰

Dalam konteks promosi, keterbatasan dana juga mempengaruhi kemampuan Dinas Pariwisata untuk melakukan pemasaran yang lebih agresif, baik melalui media massa maupun digital. Akibatnya, promosi objek wisata Parepare cenderung kurang optimal dibandingkan dengan daerah lain yang memiliki anggaran lebih besar. Selain itu, upaya untuk memperbaiki dan memperluas infrastruktur wisata juga sering kali terhambat, karena anggaran yang ada hanya cukup untuk perawatan rutin, bukan untuk pengembangan baru.

b. Infrastruktur tidak terawat

Infrastruktur tidak terawat menjadi suatu penghambat dalam mengelola objek wisata di kota parepare, Banyak fasilitas wisata di Kota Parepare, seperti gedung-gedung, paviliun, dan area publik, terlihat usang dan tidak terawat dengan baik. Cat yang mengelupas, struktur bangunan yang retak, dan kerusakan lainnya menjadi masalah umum. Fasilitas seperti toilet, tempat parkir, dan area istirahat sering kali tidak dirawat. Ketersediaan fasilitas ini sangat penting untuk kenyamanan wisatawan, dan kekurangan fasilitas ini dapat mengurangi pengalaman mereka secara keseluruhan.

Seperti yang dikatakan oleh Nidaul Fadilah Sirah:

⁵⁰Khairunnisa Burnas, *PNS* (Wawancara di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare: 25 Maret 2024).

“menurut saya kurangnya kita itu terletak pada infrastruktur yang memadai menjadi salah satu kelemahan dalam perencanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare. Hal ini meliputi akses transportasi yang terbatas, kurangnya akomodasi, dan fasilitas pendukung lainnya.”⁵¹

Pengalaman wisatawan dapat sangat terpengaruh oleh kondisi infrastruktur, Akses jalan yang buruk dan fasilitas umum yang terbatas dapat mengakibatkan ketidaknyamanan, yang pada gilirannya dapat mengurangi kepuasan wisatawan dan merugikan reputasi objek wisata. Infrastruktur yang buruk dapat menghambat pengembangan lebih lanjut dari objek wisata. Tanpa infrastruktur yang memadai, sulit untuk melakukan perbaikan, pembaruan, atau penambahan fasilitas yang dapat meningkatkan daya tarik dan kualitas objek wisata.

B. Pembahasan

1. Perencanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Potensi Objek Wisata Di Kota Parepare Mempromosikan Wisata yang ada Di Kota Parepare

Strategi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dalam mempromosikan wisata Parepare menunjukkan hasil yang cukup positif. Penyelenggaraan festival berhasil menjadi magnet bagi wisatawan dan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kunjungan. Ini membuktikan bahwa wisata di Kota Parepare merupakan aset penting yang dapat dioptimalkan untuk mengembangkan sektor pariwisata. Hal ini sejalan dengan teori Efri Novianto yang mengatakan Implementasi strategi melibatkan transformasi rencana strategis menjadi tindakan nyata yang terintegrasi dengan operasional sehari-hari organisasi. Dalam proses ini, kemungkinan penyesuaian struktur organisasi,

⁵¹Nidaul Fadilah Sirah, ASN (Wawancara di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare: 25 Maret 2024).

sistem, dan budaya perusahaan dapat terjadi. Evaluasi dan kontrol menjadi tahap penting untuk memantau kinerja organisasi dan memastikan bahwa implementasi strategi sesuai dengan rencana awal. Seiring berjalananya waktu, inovasi dan adaptasi menjadi aspek krusial dalam manajemen strategi, memungkinkan organisasi untuk tetap relevan dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis.⁵²

Namun, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas promosi Wisata ini. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan anggaran yang menghambat pelaksanaan event secara optimal. Selain itu, kolaborasi yang kurang erat antara Dinas Pariwisata dan komunitas budaya lokal juga dapat mengurangi keberlanjutan upaya pelestarian budaya. Oleh karena itu, diperlukan strategi tambahan seperti peningkatan kerjasama dengan sektor swasta dan komunitas untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.⁵³

Dalam konteks digital, pemanfaatan media sosial dan platform online oleh Dinas Pariwisata telah memberikan dampak signifikan, terutama dalam menjangkau wisatawan muda. Namun, untuk menjaga keberlanjutan dan dampak jangka panjang, penting untuk terus berinovasi dalam pembuatan konten serta memperluas jangkauan promosi melalui kerjasama dengan influencer atau media partner yang memiliki audiens luas.⁵⁴

⁵²Efri Novianto, *Manajemen Strategi* (Kutai Kartanegara: Deepublish, 2019), hal. 60.

⁵³Maria Ana Munar a dan Jens Kr. Steen Jacobsen, "Motivasi berbagi pengalaman wisata melalui media sosial," *Tourism Management*, 43 (2019), 46–54.

⁵⁴Wondwesen Tafesse et al., "Menerapkan pemasaran media sosial secara strategis : penilaian empiris strategis : penilaian empiris," *Journal of Marketing Management*, 1376.9–10 (2020), 732–749.

Secara keseluruhan, promosi wisata sebagai bagian dari perencanaan pariwisata di Kota Parepare telah berjalan dengan baik, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Dengan mengatasi tantangan yang ada, upaya ini dapat terus ditingkatkan untuk memaksimalkan potensi budaya lokal sebagai daya tarik wisata yang berkelanjutan.

2. Bagaimana Pelaksanaan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Objek Wisata Di Kota Parepare

a. Sosial Media

1) *Instagram*

Penggunaan Instagram oleh Dinas Pariwisata Parepare sebagai bagian dari strategi pemasaran digital menunjukkan hasil yang efektif dalam meningkatkan visibilitas objek wisata kota ini. Visual yang menarik dan konten yang terkurasai dengan baik mampu menarik perhatian pengguna Instagram, yang kemudian berkontribusi pada peningkatan minat untuk mengunjungi objek wisata di Parepare. Instagram, dengan jangkauan globalnya, juga membantu memperluas pasar pariwisata Parepare hingga ke luar negeri, terutama di kalangan wisatawan internasional yang mencari destinasi baru melalui platform digital.⁵⁵

Namun, meskipun Instagram telah memberikan dampak positif, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah kebutuhan untuk terus berinovasi dalam pembuatan konten agar tetap relevan dan menarik bagi audiens yang terus berkembang. Selain itu, manajemen akun Instagram memerlukan sumber daya yang memadai, baik

⁵⁵D Leung et al., “Media sosial dalam pariwisata dan perhotelan: Tinjauan literatur,” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30.1–2 (2021), 3–22.

dari segi kreativitas konten, frekuensi unggahan, hingga keterlibatan dengan audiens, yang membutuhkan komitmen dan konsistensi dari tim pengelola.⁵⁶

Untuk meningkatkan efektivitas penggunaan Instagram, Dinas Pariwisata dapat mempertimbangkan kolaborasi dengan influencer atau content creator lokal dan nasional yang memiliki audiens yang sesuai dengan target pasar pariwisata Parepare. Kolaborasi semacam ini dapat membantu menjangkau lebih banyak calon wisatawan dan memperkuat citra Parepare sebagai destinasi wisata yang menarik dan modern.⁵⁷

Secara keseluruhan, pelaksanaan strategi digital melalui Instagram telah memberikan kontribusi signifikan dalam pengelolaan objek wisata di Kota Parepare. Dengan perencanaan dan eksekusi yang lebih matang, Instagram dapat menjadi alat yang lebih efektif dalam mendukung pengembangan pariwisata di kota ini.

2) *WhatsApp*

Pemanfaatan *WhatsApp* oleh Dinas Pariwisata Parepare terbukti sangat efektif dalam menjalin komunikasi yang cepat dan personal dengan masyarakat dan wisatawan. *WhatsApp*, dengan fitur pesan instan dan group chat-nya, memungkinkan Dinas Pariwisata untuk menyebarkan informasi secara langsung dan menjangkau berbagai kalangan dengan mudah. Kecepatan respons yang ditawarkan oleh *WhatsApp* juga meningkatkan

⁵⁶M M Mariani dan M Predvoditeleva, “Bagaimana karakteristik budaya pengulus daring dan pengalaman yang dirasakan mempengaruhi peringkat daring hotel? Analisis empiris terhadap reputasi daring hotel-hotel di Moskow,” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31.12 (2022), 4536–4558.

⁵⁷W Tafesse, “Strategi konten dan respons audiens di halaman merek Facebook,” *Marketing Intelligence & Planning*, 38.2 (2023), 213–227.

kepuasan wisatawan, karena mereka dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan dengan segera.⁵⁸

Namun, penggunaan *WhatsApp* juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, mengingat *WhatsApp* lebih bersifat tertutup dibandingkan platform media sosial lainnya seperti Instagram atau Facebook. Selain itu, meskipun *WhatsApp* efektif dalam komunikasi langsung, penggunaannya memerlukan manajemen yang cermat, terutama dalam mengelola banyaknya pesan masuk dari berbagai pihak. Jika tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat menyebabkan overload informasi dan keterlambatan dalam merespons pesan.⁵⁹

Untuk mengoptimalkan penggunaan *WhatsApp*, Dinas Pariwisata dapat mengintegrasikan layanan *WhatsApp* dengan sistem informasi lainnya, seperti chatbot otomatis yang dapat menjawab pertanyaan umum secara real-time. Selain itu, pemanfaatan *WhatsApp Business* dengan fitur yang lebih lengkap juga dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan efisiensi komunikasi dan pengelolaan pesan.⁶⁰

Secara keseluruhan, *WhatsApp* telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam pelaksanaan strategi pengelolaan objek wisata di Kota Parepare. Dengan peningkatan manajemen dan inovasi dalam penggunaan

⁵⁸F Rahman, “Pemanfaatan WhatsApp dalam komunikasi organisasi,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7.1 (2019), 12–23.

⁵⁹S Hidayat, “Penggunaan WhatsApp dalam pelayanan publik di era digital,” *Jurnal Administrasi Publik*, 10.2 (2020), 134–145.

⁶⁰A Suryani, “Inovasi digital dalam pelayanan publik: Studi kasus penggunaan WhatsApp Business,” *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5.3 (2021), 89–98.

platform ini, *WhatsApp* dapat terus menjadi alat yang efektif dalam mendukung pengembangan pariwisata di Parepare.

3) *Website*

Pengelolaan website oleh Dinas Pariwisata Kota Parepare menunjukkan langkah strategis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memajukan sektor pariwisata. Di era di mana informasi dapat diakses secara instan melalui internet, keberadaan website yang informatif dan mudah diakses menjadi sangat penting dalam menarik perhatian wisatawan. Website ini berperan sebagai pintu gerbang pertama bagi calon wisatawan yang ingin mengetahui lebih jauh mengenai Parepare, bahkan sebelum mereka memutuskan untuk berkunjung. Melalui platform ini, Dinas Pariwisata berusaha menciptakan kesan pertama yang positif dengan menyediakan informasi yang lengkap, akurat, dan menarik.⁶¹

Namun, meskipun website ini sudah memiliki struktur yang baik dan konten yang cukup komprehensif, terdapat beberapa aspek yang masih bisa ditingkatkan untuk mengoptimalkan fungsinya. Salah satu tantangan utama adalah memastikan bahwa konten di website selalu diperbarui secara berkala. Informasi yang usang atau tidak relevan dapat menurunkan kredibilitas website dan mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu, Dinas Pariwisata perlu menetapkan prosedur operasional standar untuk pembaruan konten, termasuk monitoring berkala dan

⁶¹D Arianto, “Peran website dalam promosi pariwisata: Studi kasus pada Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta,” *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 5.2 (2022), 45–56.

koordinasi dengan pengelola objek wisata untuk memastikan bahwa setiap informasi yang ditampilkan akurat dan up-to-date.⁶²

Selain itu, optimasi website dari segi aksesibilitas juga menjadi faktor penting. Mengingat bahwa mayoritas pengguna internet saat ini mengakses informasi melalui perangkat mobile, website harus dirancang dengan antarmuka yang responsif dan ramah pengguna pada berbagai jenis perangkat. Fitur-fitur interaktif, seperti tur virtual atau integrasi dengan platform media sosial lainnya, juga dapat ditambahkan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dan membuat pengalaman pencarian informasi menjadi lebih menarik.⁶³

Lebih lanjut, Dinas Pariwisata juga dapat mempertimbangkan untuk menerapkan strategi pemasaran digital yang lebih agresif, seperti optimasi mesin pencari (SEO) dan pemasangan iklan berbasis internet, guna meningkatkan visibilitas website di kalangan audiens yang lebih luas. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan website Dinas Pariwisata Kota Parepare dapat berfungsi secara maksimal sebagai alat promosi yang efektif dan efisien, sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke kota ini.

4) *Facebook*

Pemanfaatan Facebook oleh Dinas Pariwisata Kota Parepare sebagai bagian dari strategi pengelolaan pariwisata mencerminkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin digital.

⁶²P Sari, “Optimalisasi website sebagai media promosi pariwisata di era digital,” *Jurnal Teknologi Informasi*, 6.1 (2023), 78–90.

⁶³T Hamdani, “Strategi pemasaran pariwisata berbasis website: Studi kasus Dinas Pariwisata Kota Bandung,” *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12.3 (2019), 102–115.

Facebook, dengan jumlah pengguna yang sangat besar, menjadi platform yang efektif untuk menjangkau audiens yang luas, baik di dalam negeri maupun internasional. Melalui konten yang visual dan interaktif, Dinas Pariwisata mampu menampilkan keindahan objek wisata di Parepare secara menarik, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan jumlah wisatawan.⁶⁴

Keberadaan halaman resmi Facebook juga memungkinkan Dinas Pariwisata untuk membangun komunitas online yang loyal. Dengan rutin mengunggah konten yang menarik dan relevan, Dinas Pariwisata dapat mempertahankan engagement yang tinggi dari pengguna, yang pada gilirannya akan meningkatkan awareness dan minat terhadap pariwisata Parepare. Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, penting bagi Dinas Pariwisata untuk mengelola akun Facebook dengan strategi yang lebih terencana. Misalnya, dengan menyusun kalender konten yang mencakup postingan regular tentang topik-topik tertentu, serta memanfaatkan analisis data Facebook Insights untuk memahami jenis konten yang paling disukai oleh audiens.⁶⁵

Namun demikian, penggunaan Facebook juga menghadapi tantangan tersendiri. Salah satunya adalah kebisingan informasi di platform tersebut, di mana pengguna dibombardir dengan berbagai macam konten dari berbagai sumber. Untuk itu, konten yang diposting oleh Dinas Pariwisata harus benar-benar menonjol agar dapat menarik perhatian pengguna. Ini bisa dilakukan

⁶⁴R Fauziah dan Y Rahmawati, “Penggunaan media sosial Facebook sebagai strategi pemasaran pariwisata di era digital,” *Jurnal Komunikasi Digital*, 7.1 (2020), 24–35.

⁶⁵N Amalia, “Strategi media sosial dalam meningkatkan pariwisata lokal: Studi kasus Dinas Pariwisata Kota Malang,” *Jurnal Pariwisata & Komunikasi*, 8.2 (2021), 67–78.

dengan meningkatkan kualitas visual dan narasi konten, serta mengadopsi tren konten terbaru seperti cerita pengguna (user-generated content) atau kampanye interaktif.⁶⁶

Dengan demikian, pengelolaan akun Facebook oleh Dinas Pariwisata tidak hanya sebagai media komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai platform untuk berinteraksi dan membangun hubungan yang kuat dengan wisatawan dan masyarakat. Keberhasilan strategi ini akan sangat bergantung pada konsistensi dalam pengelolaan konten, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan tren digital, serta keterlibatan aktif dalam menanggapi umpan balik dari audiens.

b. Pengadaan Festival

Pelaksanaan festival oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Parepare menunjukkan hasil yang positif dari segi pelaksanaan dan partisipasi masyarakat. Festival ini berhasil menarik perhatian baik dari penduduk lokal maupun pengunjung luar kota, yang dapat dilihat dari jumlah peserta dan pengunjung yang membludak. Ini menunjukkan bahwa festival telah memenuhi salah satu tujuannya, yaitu meningkatkan daya tarik wisata Kota Parepare.

Festival ini memberikan dampak positif dalam aspek sosial dan ekonomi. Secara sosial, festival ini berfungsi sebagai sarana untuk mempererat hubungan antarwarga dan mempromosikan budaya lokal. Secara ekonomi, festival berkontribusi pada peningkatan pendapatan pengusaha lokal, terutama bagi mereka yang berpartisipasi dalam bazar dan stand kuliner.⁶⁷

⁶⁶I G Satria, “Optimalisasi media sosial untuk promosi pariwisata: Studi kasus Dinas Pariwisata Provinsi Bali,” *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pariwisata*, 9.3 (2022), 145–158.

⁶⁷T Yulianto, “Pengaruh Festival Budaya Terhadap Pengembangan Pariwisata Daerah: Studi Kasus Festival Kota Tua Jakarta,” *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 8.2 (2023), 99–112.

Namun, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Misalnya, meskipun pengelolaan anggaran umumnya efisien, beberapa keluhan terkait fasilitas sanitasi dan pengaturan lalu lintas menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan. Pengalaman festival sebelumnya menunjukkan bahwa perencanaan yang lebih matang dan perhatian terhadap detail seperti fasilitas publik dapat meningkatkan kualitas pelaksanaan acara.

Selama pelaksanaan festival, Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata biasanya melakukan perbaikan sementara pada infrastruktur kota, seperti penataan area festival, peningkatan fasilitas umum, dan penyediaan fasilitas tambahan seperti toilet umum dan area parkir. Perbaikan ini tidak hanya bermanfaat selama festival berlangsung tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi pengunjung yang datang ke kota di luar periode festival.⁶⁸

Festival sering kali mendorong pengembangan fasilitas wisata di sekitar objek wisata. Misalnya, peningkatan area sekitar festival yang digunakan untuk pameran atau bazar dapat meningkatkan daya tarik objek wisata yang berada di dekatnya. Peningkatan fasilitas ini membuat objek wisata lebih nyaman dan menarik bagi pengunjung, meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan.

Festival ini memfasilitasi keterlibatan komunitas lokal dalam pengelolaan dan promosi objek wisata. Partisipasi dalam festival tidak hanya melibatkan pelaku seni dan pengusaha lokal, tetapi juga masyarakat umum yang turut serta dalam berbagai kegiatan. Keterlibatan ini menciptakan rasa memiliki dan

⁶⁸A Nugroho, “Festival sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisata: Studi Kasus Festival Pasar Seni di Yogyakarta,” *Jurnal Seni dan Budaya*, 10.1 (2019), 45–56.

kepedulian terhadap objek wisata, yang pada gilirannya mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam menjaga dan mempromosikan destinasi wisata.⁶⁹

Festival ini sering kali melibatkan sektor swasta, seperti sponsor dan pengusaha lokal, dalam penyelenggaraan acara. Kolaborasi ini memperkuat sinergi antara pemerintah dan sektor swasta, yang dapat berkontribusi pada pengembangan objek wisata. Dukungan dari sponsor dan mitra kerja sama dapat menyediakan dana tambahan, mempromosikan acara, dan meningkatkan kualitas pengalaman wisata.

Festival memberikan dampak ekonomi yang positif bagi pengusaha lokal melalui peningkatan penjualan selama acara berlangsung. Stand bazar dan kuliner yang berpartisipasi dalam festival sering kali mengalami lonjakan penjualan, yang berdampak langsung pada pendapatan mereka. Selain itu, peningkatan jumlah wisatawan juga berkontribusi pada pendapatan sektor akomodasi, restoran, dan jasa lainnya di kota Parepare.

Selama festival, terdapat peningkatan kebutuhan akan tenaga kerja untuk berbagai tugas, seperti keamanan, pelayanan pengunjung, dan pengelolaan acara. Ini menciptakan lapangan kerja sementara yang bermanfaat bagi masyarakat setempat dan dapat memberikan peluang bagi mereka untuk memperoleh pendapatan tambahan.⁷⁰

Festival berfungsi sebagai platform untuk membangun citra positif Kota Parepare sebagai destinasi wisata yang hidup dan dinamis. Acara yang sukses dan meriah dapat meningkatkan persepsi publik terhadap kota, menjadikannya

⁶⁹R Hidayat, “Kolaborasi Pemerintah dan Swasta dalam Penyelenggaraan Festival Pariwisata,” *Jurnal Manajemen Pariwisata Indonesia*, 9.3 (2020), 134–145.

⁷⁰M Sulastri, “Dampak Ekonomi Festival Budaya terhadap Pengusaha Lokal,” *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6.2 (2021), 67–79.

sebagai tempat yang menarik untuk dikunjungi. Citra positif ini dapat menarik lebih banyak wisatawan dan investor yang tertarik untuk mengeksplorasi potensi wisata dan ekonomi kota.⁷¹

3. Hambatan Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Dalam Mengelola Objek Wisata Di Kota Parepare

a. Keterbatasan dana

Keterbatasan dana yang dihadapi Dinas Pariwisata Parepare memberikan dampak yang signifikan terhadap efektivitas pengelolaan objek wisata di kota ini. Dengan anggaran yang terbatas, Dinas Pariwisata harus menghadapi kenyataan bahwa banyak potensi wisata yang belum dapat digarap secara maksimal. Misalnya, beberapa objek wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan masih kurang diperhatikan karena dana yang tersedia lebih difokuskan pada objek yang sudah ada.

Selain itu, keterbatasan dana juga mempengaruhi kemampuan Dinas Pariwisata dalam menjaga kualitas layanan dan infrastruktur di objek wisata yang ada. Tanpa dana yang memadai, pemeliharaan fasilitas umum seperti toilet, tempat istirahat, dan akses jalan sering kali tidak optimal, yang pada akhirnya dapat menurunkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat mengurangi daya tarik Parepare sebagai destinasi wisata dan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.⁷²

⁷¹A Setiawan, “Pengaruh Festival terhadap Pengembangan Wisata dan Partisipasi Masyarakat,” *Jurnal Pariwisata & Pengembangan Daerah*, 7.4 (2022), 89–100.

⁷²A Setiawan, “Pengaruh Festival terhadap Pengembangan Wisata dan Partisipasi Masyarakat,” *Jurnal Pariwisata & Pengembangan Daerah*, 7.4 (2023), 89–100.

Untuk mengatasi hambatan ini, Dinas Pariwisata perlu mencari solusi kreatif dalam pengelolaan dana yang ada. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah menjalin kemitraan dengan sektor swasta, baik melalui program CSR (Corporate Social Responsibility) maupun kemitraan strategis lainnya. Selain itu, Dinas Pariwisata juga dapat mengeksplorasi sumber-sumber pendanaan alternatif, seperti dana hibah atau bantuan dari pemerintah pusat dan lembaga internasional, yang dapat digunakan untuk pengembangan sektor pariwisata di Parepare.⁷³

Secara keseluruhan, kendala dana yang terbatas memang menjadi tantangan besar dalam pengelolaan objek wisata di Parepare. Namun, dengan strategi yang tepat dan kolaborasi yang efektif, Dinas Pariwisata dapat mengatasi hambatan ini dan terus mendorong perkembangan pariwisata di kota ini.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata Kota Parepare telah berupaya untuk mengelola potensi objek wisata dengan berbagai strategi yang ada. Perencanaan yang dilakukan mencakup promosi budaya lokal melalui berbagai kegiatan dan event, serta pemanfaatan media sosial untuk menarik minat wisatawan. Dalam pelaksanaannya, Dinas Pariwisata telah menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp sebagai alat utama untuk promosi dan komunikasi dengan wisatawan, yang terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik objek wisata Parepare.⁷⁴

⁷³Permana, “Tantangan dan Peluang Birokrasi di Era Digital.,” *Jurnal Administrasi Publik*, 17.1 (2019), 1–15.

⁷⁴S Rahmawati, “Efektivitas Festival dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Kota Bandung,” *Jurnal Pengembangan Pariwisata Indonesia*, 11.1 (2020), 77–88.

Namun demikian, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi dalam pengelolaan pariwisata di Kota Parepare, terutama terkait keterbatasan dana yang tersedia. Keterbatasan ini berdampak pada kemampuan Dinas Pariwisata untuk melaksanakan program-program promosi dan pengembangan wisata secara optimal. Meskipun demikian, Dinas Pariwisata tetap berupaya mencari solusi alternatif, termasuk menjalin kemitraan dengan sektor swasta dan mencari sumber pendanaan lain, untuk mengatasi kendala tersebut.⁷⁵

Secara keseluruhan, meskipun masih terdapat tantangan, Dinas Pariwisata Kota Parepare telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam mengelola dan mengembangkan potensi wisata di kota ini. Dengan peningkatan dalam manajemen anggaran, inovasi dalam strategi promosi, serta kolaborasi yang lebih luas, potensi wisata Parepare dapat terus dikembangkan untuk mencapai hasil yang lebih optimal di masa depan.

b. Infrastruktur tidak terawat

Hambatan yang dihadapi oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata dapat menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Wisatawan mungkin memilih untuk mengunjungi destinasi lain yang menawarkan fasilitas yang lebih baik dan pengalaman yang lebih nyaman. Penurunan kunjungan berdampak langsung pada pendapatan dari sektor pariwisata dan ekonomi lokal. Infrastruktur yang tidak memadai berdampak pada pengalaman keseluruhan wisatawan. Ketidaknyamanan akibat akses jalan yang buruk, fasilitas umum yang kurang, dan kurangnya sarana pendukung dapat mengurangi kepuasan wisatawan dan mengakibatkan ulasan negatif yang merugikan reputasi objek wisata.

⁷⁵M Nurhadi, “Pengembangan Infrastruktur Wisata Melalui Penyelenggaraan Festival Daerah,” *Jurnal Manajemen Kota*, 8.1 (2021), 59–70.

Keterbatasan anggaran dari pemerintah daerah atau lembaga pengelola sering kali menjadi penyebab utama infrastruktur yang tidak memadai. Anggaran yang terbatas menyulitkan untuk melakukan perbaikan, pemeliharaan, atau pembangunan fasilitas baru yang diperlukan. Kurangnya perencanaan yang matang dalam pengembangan infrastruktur wisata dapat menyebabkan kekurangan fasilitas dan sarana yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Tanpa strategi yang jelas, investasi dalam infrastruktur menjadi tidak efektif.⁷⁶

Solusi untuk mengatasi infrastruktur tidak memadai adalah Peningkatan koordinasi antara Disporapar, Dinas Pekerjaan Umum, dan instansi terkait lainnya sangat penting untuk memastikan perencanaan dan pelaksanaan proyek infrastruktur berjalan dengan baik. Forum komunikasi yang lebih efektif dan pertemuan rutin dapat membantu memperbaiki koordinasi dan memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam proses pengembangan infrastruktur. Mendorong sektor swasta untuk berinvestasi dalam infrastruktur wisata melalui insentif atau kemitraan publik-swasta.⁷⁷ Kerja sama ini dapat mempercepat pembangunan infrastruktur dan meningkatkan kualitas fasilitas. Insentif seperti potongan pajak atau hak eksklusif dapat menarik minat sektor swasta untuk berinvestasi dalam proyek pariwisata. Peningkatan anggaran yang dialokasikan untuk pengelolaan dan pengembangan objek wisata adalah langkah pertama yang penting. Pemerintah daerah dapat mencari sumber pendanaan tambahan melalui hibah, pinjaman, atau kerjasama dengan sektor swasta.⁷⁸

⁷⁶I Susanti, “Peran Festival dalam Mempromosikan Budaya Lokal dan Meningkatkan Daya Saing Pariwisata,” *Jurnal Pariwisata & Ekonomi Kreatif*, 6.2 (2022), 112–123.

⁷⁷A Wahyudi, “Peran Pemerintah dalam Penyelenggaraan Festival dan Dampaknya terhadap Pembangunan Pariwisata,” *Jurnal Administrasi Publik & Pariwisata*, 9.2 (2023), 45–58.

⁷⁸Suryadi Kadir, “Pengelolaan Objek Wisata Permandian Air Panas Sulili Di Kabupaten Pinrang,” *Jurnal Pariwisata*, 2023, 23–24.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Perencanaan Dinas Pemuda, olahraga, dan Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata di kota Parepare adalah dengan cara mempromosikan wisata yang ada di Kota Parepare.
2. Pelaksanaan Dinas Pemuda, olahraga, dan Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata di kota Parepare antara lain:
 - a. Sosial media seperti instagram, whatsapp, website, Facebook, dan lain sebagainya.
 - b. Pengadaan festival oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata kota parepare menunjukkan hasil yang positif dari segi pelaksanaan dan partisipasi masyarakat.
3. Hambatan yang Dihadapi Dinas Pemuda, olahraga, dan Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare antara lain:
 - a. Keterbatasan dana menjadi hambatan utama, memengaruhi kemampuan untuk melaksanakan program promosi dan pengembangan secara optimal.
 - b. Infrastruktur tidak terawat menjadi suatu penghambat dalam mengelola objek wisata di kota parepare.

B. Saran

1. Untuk pemerintah disarankan untuk Mengalokasikan anggaran yang lebih besar untuk sektor pariwisata agar Dinas Pariwisata dapat melaksanakan program promosi dan pengembangan objek wisata secara lebih efektif dan berkelanjutan.
2. Untuk IAIN Kota Parepare Menjalin kerja sama dengan Dinas Pariwisata dan lembaga terkait untuk menciptakan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan industri pariwisata lokal dan mempersiapkan tenaga kerja yang terampil.
3. Untuk Peneliti Selanjutnya, disarankan Melakukan studi lebih mendalam mengenai efektivitas berbagai strategi pemasaran digital dalam konteks pariwisata lokal, termasuk analisis terhadap penggunaan media sosial dan aplikasi komunikasi seperti Instagram dan WhatsApp.

DAFTAR PUSTAKA

- Al quran Al Qarim
- Ali, M A, Pariwisata : Konsep, Kebijakan, dan Aplikasi (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019)
- Amalia, N, “Strategi media sosial dalam meningkatkan pariwisata lokal: Studi kasus Dinas Pariwisata Kota Malang,” Jurnal Pariwisata & Komunikasi, 2021.
- Saputra Anggi, Aldian, “Analisis Strategi Dinas Pariwisata Provinsi Riau” UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- Antonio, Bank Jakarta: Gemala Sani, 2001.
- Arianto, D, “Peran website dalam promosi pariwisata: Studi kasus pada Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta,” Jurnal Komunikasi Pariwisata, 2022.
- Assauri, Manajemen Strategi Jakarta: Raja Grafindo Prasada, 2013.
- Mappagala, B. Akbar, “Penataan Ruang Kawasan Tepi Pantai Mattirotasi dalam Menunjang kepariwisataan di kota Parepare” UIN Alauddin Makassar, 2019.
- Ba, Nukhbatal, “Konsep Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Islam,” Youth & Islamic Economic, 2021.
- Cooper, Principles and Character of Tourism, Ingris: Gilber, 2018.
- David, Manajemen Strategi, Jakarta: Andi Offset, 2010.
- Dewi, S, dan T Andriani, Pengelolaan Wisata Ramah Muslim di Indonesia: Studi Kasus Beberapa Daerah (Yogyakarta: UGM Press, 2020)
- Faisal, Sanapia, Format Format Penelitian, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Farida, Siti, “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Pengembangan Wisata Premium Dan Dampaknya Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Labuan Bajo,” 2021.
- Fauziah, R, dan Y Rahmawati, “Penggunaan media sosial Facebook sebagai strategi pemasaran pariwisata di era digital,” Jurnal Komunikasi Digital, 2020.
- Gilang Widagdyo, Kurniawan, “Analisis Pasar Pariwisata Indonesia,” 2015.

Gule, Wiliam, Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan, Jakarta: Erlangga, 2019.

Hamdani, T, "Strategi pemasaran pariwisata berbasis website: Studi kasus Dinas Pariwisata Kota Bandung," Jurnal Pariwisata Indonesia, 2019,

Hasan, R, "Model Promosi Wisata di Era Digital," Jurnal Pariwisata dan Perhotelan Indonesia, 2021

Hidayah, Nurdin, Strategic Approach to Sustainable Destination Development, Madrid: World Tourism Organization UNWTO, 2020.

Hidayat, R, "Kolaborasi Pemerintah dan Swasta dalam Penyelenggaraan Festival Pariwisata," Jurnal Manajemen Pariwisata Indonesia, 2020.

Hidayat, S, "Penggunaan WhatsApp dalam pelayanan publik di era digital," Jurnal Administrasi Publik, 2020.

Hutapea, Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Muara, Tapanuli Utara: Graha Ilmu, 2019.

Kamal Zubair, Muhammad, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.

Kadir Suryadi, "Pengelolaan Objek Wisata Permandian Air Panas Sulili Di Kabupaten Pinrang," Jurnal Pariwisata, 2023.

Karyoto, Dasar Dasar Manajemen, Yogyakarta: Andi Offset, 2016.

Kurniawan, T, "Peran Anggaran dan Koordinasi Antar Instansi dalam Pengembangan Infrastruktur Pariwisata di Jawa Barat," Jurnal Kebijakan Publik & Pembangunan, 2019.

Kusuma, D., & Susanto, A, "Tantangan dan Peluang Pengembangan Keuangan Mikro di Indonesia," Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, 2022

Leung, D, R Law, H Hoof, dan D Buhalis, "Media sosial dalam pariwisata dan perhotelan: Tinjauan literatur," Journal of Travel & Tourism Marketing, 2021.

M Ali, Sasri, Dasar Dasar Manajemen, Pekanbaru: Suska Press, 2008.

Mariani, M M, dan M Predvoditeleva, "Bagaimana karakteristik budaya pengulus

- daring dan pengalaman yang dirasakan mempengaruhi peringkat daring hotel? Analisis empiris terhadap reputasi daring hotel-hotel di Moskow,” International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2022.
- Moleong, Lexy J., Metodologi Penelitian Kualitatif, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Munar a, Maria Ana, dan Jens Kr. Steen Jacobsen, “Motivasi berbagi pengalaman wisata melalui media sosial,” Tourism Management, 2019.
- Mungin, M. Burhan, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kencana: Erlangga, 2015.
- Nafi, Dian, Manajemen Pariwisata Berkelanjutan (Surabaya: Airlangga University Press, 2023)
- Nasution, Metode Penelitian, Bandung: Erlangga, 2003.
- Novianto, Efri, Manajemen Strategi, Kutai Kartanegara: Deepublish, 2019.
- Nugroho, A, “Festival sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisata: Studi Kasus Festival Pasar Seni di Yogyakarta,” Jurnal Seni dan Budaya, 2019.
- Nur, A, “Kolaborasi Pemerintah Daerah dan Masyarakat dalam Mengembangkan Pariwisata di Kawasan Indonesia Timur,” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2022,
- Nurhadi, M, “Pengembangan Infrastruktur Wisata Melalui Penyelenggaraan Festival Daerah,” Jurnal Manajemen Kota, 2021.
- Okta Silva, Andri, Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata, Tana Toraja: Graha Ilmu, 2020.
- Permana, “Tantangan dan Peluang Birokrasi di Era Digital.,” Jurnal Administrasi Publik, 2019.
- Prasetyo, A, “Pengaruh Infrastruktur Pariwisata Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi,” Jurnal Pariwisata dan Pembangunan Ekonomi, 2022.
- Presiden RI, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan
- Purnama Sari, Desi, “Pengembangan Sistem Informasi Dan Promosi Pariwisata

- Berbasis WEB,” 2010.
- Putra, Pahlawan Adhitia, Analisis Spasial Persebaran Coffee Shop di Kintamani: Kajian Risiko Bencana dalam Pariwisata Berkelanjutan, *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 2022.
- R David, Free, Manajemen Strategi Dan Konsep, Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Rahman, F, “Pemanfaatan WhatsApp dalam komunikasi organisasi,” Jurnal Ilmu Komunikasi, 2019.
- Rahmat, T, “Strategi Optimalisasi Pengelolaan Objek Wisata dengan Dana Terbatas di Kabupaten Bantul,” Jurnal Pariwisata & Pembangunan Daerah, 2020.
- Rahmawati, S, “Efektivitas Festival dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Kota Bandung,” Jurnal Pengembangan Pariwisata Indonesia, 2020.
- Salam Sinaga, Rudi, Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya, Medan: Graha Ilmu, 2021.
- Sari, Mei, “Pengembangan Wisata Halal Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah,” 2022.
- Sari, N, dan R Yulianti, “Strategi Peningkatan Infrastruktur Pariwisata Melalui Kemitraan Pemerintah dan Swasta di Daerah Destinasi Wisata,” Jurnal Pengembangan Daerah, 2023.
- Sari, P, “Optimalisasi website sebagai media promosi pariwisata di era digital,” Jurnal Teknologi Informasi, 2023.
- Satria, I G, “Optimalisasi media sosial untuk promosi pariwisata: Studi kasus Dinas Pariwisata Provinsi Bali,” Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pariwisata, 2022.
- Setiawan, A, “Pengaruh Festival terhadap Pengembangan Wisata dan Partisipasi Masyarakat,” Jurnal Pariwisata & Pengembangan Daerah, 2022,
- Soumena, Yasin Moh, Strategi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata dalam Pengembangan Pariwisata Syariah Kota Parepare, Shi’ar: Sharia Tourism, 2022.
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2010.

- Suharno, E, "Pengaruh Keterbatasan Anggaran pada Pengembangan Pariwisata Daerah: Studi Kasus Kota Solo," *Jurnal Manajemen Pariwisata Indonesia*, 2019.
- Sulastri, M, "Dampak Ekonomi Festival Budaya terhadap Pengusaha Lokal," *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 2021.
- Suryadi, A, "Peran Kemitraan Strategis dan CSR dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan," *Jurnal Ekonomi & Bisnis Pariwisata*, 2021.
- Suryani, A, "Inovasi digital dalam pelayanan publik: Studi kasus penggunaan WhatsApp Business," *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 2021.
- Suryono, Agus, *Teori Pembangunan*, Malang: Erlangga, 2019.
- Susanti, I, "Peran Festival dalam Mempromosikan Budaya Lokal dan Meningkatkan Daya Saing Pariwisata," *Jurnal Pariwisata & Ekonomi Kreatif*, 2022.
- Suwandi, Basrowi, *Memahami Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Rineka Indah, 2008.
- Syarifuddin Mustika, Implementasi Teori Six'a Dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Harapan Ammani, *Jurnal Pariwisata*, 2023.
- Tafesse, W, "Strategi konten dan respons audiens di halaman merek Facebook," *Marketing Intelligence & Planning*, 2023.
- Tafesse, Wondwesen, Anders Wien, Sekolah Bisnis, dan Uit- Universitas Arktik Norwegia, "Menerapkan pemasaran media sosial secara strategis : penilaian empiris strategis : penilaian empiris," *Journal of Marketing Management*, 2020.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2000.
- Undang Undang No 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- Wahyudi, A, "Peran Pemerintah dalam Penyelenggaraan Festival dan Dampaknya terhadap Pembangunan Pariwisata," *Jurnal Administrasi Publik & Pariwisata*, 2023.
- Yulianto, T, "Pengaruh Festival Budaya Terhadap Pengembangan Pariwisata Daerah: Studi Kasus Festival Kota Tua Jakarta," *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 2023.

LAMPIRAN



Surat Pengantar dari Kampus



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📲 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-579/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2024

29 Januari 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: TRI ANDIKAH SYAMSUDDIN
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 30 November 2002
NIM	: 2020203893202017
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Pariwisata Syariah
Semester	: VII (Tujuh)
Alamat	: JL. PANTAI ASHUAN, KELURAHAN UJUNG LARE, KECAMATAN SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS PARIWISATA SYARIAH TERHADAP STRATEGI DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA DALAM PENGELOLAAN KEPAWISETAAN DI KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Surat Rekomendasi Penelitian

SRN IP0000107


PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 107/IP/DPM-PTSP/2/2024

Dasar :

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendeklegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA	TRI ANDIKAH SYAMSUDDIN	
NAMA		
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE	
Jurusan	: PARIWISATA SYARIAH	
ALAMAT	: JL. PANTI ASUHAN NO. 8 PAREPARE	
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :	
JUDUL PENELITIAN : ANALISIS PARIWISATA SYARIAH TERHADAP STRATEGI DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA DALAM PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE		
LOKASI PENELITIAN : DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA KOTA PAREPARE		
LAMA PENELITIAN : 01 Maret 2024 s.d 01 April 2024		
a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan		
Dikeluarkan di: Parepare Pada Tanggal : 26 Februari 2024		
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE		
 <u>Hj. ST. RAHMMAH AMIR, ST, MM</u> <u>Pembina Tk. 1 (IV/b)</u> <u>NIP. 19741013 200604 2 019</u>		
Biaya : Rp. 0.00		

Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian



PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE
DINAS KEPEMUDAAN, OLAHRAGA DAN PARIWISATA
Jl. Beringin No. 4 Parepare. Email : disporaparparepare@mail.com KodePos : 91122

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800/ 98 /DISPORAPAR

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H.M.ISKANDAR NUSU, S.STP.,M.Si
Nip : 19780303 199612 1 001
Jabatan : Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata
Kota Parepare
Instansi : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare

Menerangkan Bawa :

Nama : TRI ANDIKAH SYAMSUDDIN
Jurusan : Pariwisata Syariah
Universitas/Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Alamat : Jl. Panti Asuhan No. 8 Parepare

Yang tersebut namanya diatas benar telah melakukan penelitian/wawancara dengan judul penelitian **"ANALISIS PARIWISATA SYARIAH TERHADAP STRATEGI DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA DALAM PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE"** yang dilaksanakan mulai pada tanggal 01 Maret 2024 s.d 01 April 2024 pada Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 25 April 2024

Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga
Dan Pariwisata Kota Parepare

H.M.ISKANDAR NUSU, S.STP.,M.Si
Pembina Utama Muda IV/c
Nip. 19780303 199612 1 001



Transkip Wawancara

1. Apa visi dan misi dalam perencanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare? Kapan?

“visi dan misi kita itu kita lebih ke pengolahan promosi pariwisata alam sama kebudayaan jadi kita itu mempromosikan budaya yang ada di kota parepare”

“Visi kami adalah menjadikan Kota Parepare sebagai destinasi pariwisata unggulan di Sulawesi Selatan yang berbasis pada nilai-nilai budaya lokal dan Islam. Misi kami adalah mengembangkan potensi wisata yang ada melalui pengelolaan yang berkelanjutan, meningkatkan sarana dan prasarana, serta melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan wisata sehingga mereka merasakan manfaat ekonomi secara langsung.”

“memperkuat Parepare sebagai kota wisata berbasis komunitas, di mana masyarakat setempat dapat berpartisipasi aktif dalam pengelolaan dan pemeliharaan tempat wisata.”

“Visi kami untuk Kota Parepare adalah menjadi kota yang mempromosikan pariwisata edukatif dan budaya. Misinya adalah mengembangkan destinasi yang dapat menjadi pusat pembelajaran bagi wisatawan, memfasilitasi penelitian pariwisata berbasis komunitas, dan memperkuat kerja sama dengan institusi pendidikan untuk mendukung pengelolaan wisata yang inovatif dan informatif.”

“Meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang pariwisata di kalangan wisatawan domestik dan internasional dengan menetapkan tujuan untuk meluncurkan kampanye promosi yang menyasar pasar-pasar potensial dan meningkatkan visibilitas pariwisata di media sosial dan platform digital”

2. Apa yang menjadi titik kekuatan dan kelemahan dalam perencanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare?

“Keberagaman atraksi wisata alam dan budaya menjadi salah satu kekuatan utama dalam perencanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare. Dari pantai hingga pegunungan, serta warisan budaya yang kaya, menyediakan berbagai pilihan bagi wisatawan.”

“Kurangnya infrastruktur pariwisata yang memadai menjadi salah satu kelemahan dalam perencanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare.

Hal ini meliputi akses transportasi yang terbatas, kurangnya akomodasi, dan fasilitas pendukung lainnya.”

“Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata menjadi titik kekuatan penting. Melalui keterlibatan aktif masyarakat lokal, pengelolaan pariwisata dapat lebih berkelanjutan dan memperkaya pengalaman wisatawan.”

“Kurangnya promosi dan pemasaran pariwisata menjadi salah satu kelemahan yang signifikan. Tanpa upaya yang memadai dalam memasarkan potensi pariwisata Kota Parepare secara luas, potensi wisatawan yang berkunjung dapat terabaikan.”

“Kerjasama antara pemerintah daerah, sektor swasta, dan lembaga non-pemerintah menjadi titik kekuatan penting dalam perencanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare. Kolaborasi ini dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata.”

3. Apa peluang dan ancaman yang mungkin mempengaruhi pengelolaan pariwisata di Kota Parepare?

“Potensi untuk pengembangan ekowisata yang berkelanjutan di Kota Parepare merupakan salah satu peluang utama. Dengan memanfaatkan keindahan alamnya, seperti pantai-pantai yang masih alami dan hutan-hutan tropis, Kota Parepare dapat menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman berwisata yang bertanggung jawab.”

“Perubahan iklim dan dampaknya terhadap lingkungan merupakan ancaman serius bagi pengelolaan pariwisata di Kota Parepare. Kenaikan suhu, peningkatan intensitas cuaca ekstrem, serta kerusakan lingkungan dapat mengurangi daya tarik wisata alam dan mengganggu infrastruktur pariwisata.”

“Pengembangan atraksi wisata budaya yang unik dan autentik merupakan peluang besar bagi Kota Parepare. Dengan mempromosikan kekayaan budaya seperti tradisi lokal, kuliner khas, dan festival budaya, Kota Parepare dapat menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman budaya yang berbeda.”

“menurut saya kurangnya kita itu terletak pada infrastruktur yang memadai menjadi salah satu kelemahan dalam perencanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare. Hal ini meliputi akses transportasi yang terbatas, kurangnya akomodasi, dan fasilitas pendukung lainnya.”

“Penyediaan infrastruktur pariwisata yang lebih baik, seperti transportasi dan akomodasi, merupakan peluang untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Parepare. Dengan meningkatkan aksesibilitas dan

kenyamanan bagi wisatawan, Kota Parepare dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pendapatan pariwisata.”

4. Apa tujuan spesifik dalam pengembangan pariwisata yang ingin dicapai dalam jangka panjang?

“Meningkatkan kontribusi pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dengan menetapkan target peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata dalam jangka panjang, yang akan memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat”.

“Memperluas jaringan destinasi pariwisata dengan menetapkan tujuan untuk mengembangkan lebih banyak tempat wisata dan fasilitas rekreasi yang memenuhi standar.”

“Meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang pariwisata di kalangan wisatawan domestik dan internasional dengan menetapkan tujuan untuk meluncurkan kampanye promosi yang menyasar pasar-pasar potensial dan meningkatkan visibilitas pariwisata di media sosial dan platform digital.”

“Memperkuat infrastruktur pendukung pariwisata dengan menetapkan tujuan untuk meningkatkan aksesibilitas, fasilitas akomodasi, dan layanan transportasi yang ramah, sehingga menciptakan lingkungan yang nyaman dan aman bagi wisatawan.”

“Mendorong pengembangan industri pariwisata yang berkelanjutan dengan menetapkan tujuan untuk mempromosikan kewirausahaan lokal dan investasi dalam bisnis-bisnis pariwisata, dan industri kreatif.”

5. Apa pilihan strategi yang dapat mendukung pengembangan pariwisata seperti promosi ke pasar yang berorientasi atau perencanaan pengembangan layanan yang sesuai dengan prinsip ?

“Melakukan promosi pariwisata melalui saluran-saluran yang berorientasi , seperti media-media yang mengikuti prinsip-prinsip Islam dan jejaring komunitas Islam, untuk menjangkau target pasar yang sensitif terhadap nilai-nilai .”

“Salah satu cara untuk mempromosikan wisata yang ada dikota parepare ini dengan cara mengadakan festival, ini bertujuan untuk mempromosikan Kota Parepare sebagai destinasi wisata yang menarik dan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan budaya dan olahraga. Kami ingin menunjukkan kekayaan budaya lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui berbagai kegiatan yang melibatkan komunitas.”

“Mengadakan program pendidikan dan pelatihan bagi pelaku industri pariwisata untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip dalam penyediaan layanan, seperti pelatihan tentang penyediaan makanan halal dan pelayanan yang ramah .”

“Kami berusaha menyajikan informasi yang selengkap mungkin, mulai dari deskripsi objek wisata unggulan seperti Pantai Lumpue, Taman Mattirotasi, hingga Monumen Cinta Habibie-Ainun, lengkap dengan detail praktis seperti alamat, jam operasional, dan harga tiket. Selain itu, website ini juga dilengkapi dengan kalender kegiatan untuk acara budaya dan festival, serta berita terkini tentang pariwisata di Parepare.”

“Mengembangkan destinasi wisata yang khusus mengakomodasi kebutuhan wisatawan Muslim, seperti tempat ibadah, pusat edukasi Islam, dan lokasi-lokasi bersejarah yang terkait dengan perkembangan Islam, untuk menarik wisatawan yang mencari pengalaman wisata Islami yang mendalam.”

6. Apakah dalam pelaksanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare memiliki anggaran yang memadai atau cukup?

“ Pelaksanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare masih menghadapi tantangan anggaran yang signifikan. Meskipun ada upaya untuk meningkatkan pendanaan pariwisata, namun masih ada kekurangan dalam memenuhi kebutuhan pengembangan dan promosi destinasi pariwisata.”

“Meskipun terdapat anggaran yang dialokasikan untuk pengelolaan pariwisata di Kota Parepare, namun masih perlu peningkatan yang signifikan untuk mengatasi kebutuhan infrastruktur, promosi, dan pengembangan sumber daya manusia di sektor pariwisata.”

“Anggaran yang tersedia untuk pelaksanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare masih dianggap kurang memadai oleh sebagian pihak, terutama dalam hal promosi destinasi pariwisata dan pengembangan infrastruktur yang dibutuhkan untuk mendukung pertumbuhan sektor pariwisata.”

“Penilaian terhadap cukup atau tidaknya anggaran untuk pengelolaan pariwisata di Kota Parepare dapat bervariasi tergantung pada perspektif masing-masing. Meskipun ada yang berpendapat bahwa anggaran tersebut cukup, namun masih ada juga yang menganggap bahwa lebih banyak dana diperlukan untuk mengoptimalkan potensi pariwisata Kota Parepare.”

“Anggaran yang tersedia untuk pelaksanaan pengelolaan pariwisata di Kota Parepare masih dianggap kurang memadai oleh sebagian pihak,

terutama dalam hal promosi destinasi pariwisata dan pengembangan infrastruktur yang dibutuhkan untuk mendukung pertumbuhan sektor pariwisata.”

7. Bagaimana struktur organisasi yang dapat mendukung pelaksanaan pengelolaan pariwisata yang efektif dan apa tanggung jawab dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi ini?

“Bertanggung jawab atas pengembangan dan pengelolaan keseluruhan sektor pariwisata di wilayah yang bersangkutan. Memimpin perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program pariwisata yang berorientasi .”

“Memimpin strategi promosi dan pemasaran destinasi pariwisata . Melakukan kampanye promosi melalui media-media yang berorientasi dan mengelola kerjasama dengan agen perjalanan serta mitra promosi lainnya.”

“Bertanggung jawab atas pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur pariwisata , termasuk akomodasi, fasilitas umum, dan transportasi. Memastikan bahwa infrastruktur yang ada sesuai dengan prinsip-prinsip dan memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.”

“Menetapkan standar dan prosedur sertifikasi untuk produk dan layanan pariwisata . Melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap penyelenggara layanan pariwisata untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip .”

“Merancang dan menyelenggarakan program pelatihan dan edukasi bagi para pelaku industri pariwisata tentang prinsip-prinsip . Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim serta cara memberikan layanan yang ramah .”

8. Apa jenis sistem informasi yang dibutuhkan dalam mendukung pelaksanaan pengelolaan pariwisata dan bagaimana memanfaatkan teknologi informasi tersebut untuk membantu meningkatkan kualitas layanan?

“Diperlukan untuk mengelola informasi terkait destinasi pariwisata, termasuk informasi mengenai atraksi wisata, akomodasi, transportasi, dan aktivitas wisata lainnya. DMS dapat digunakan untuk mengoordinasikan promosi, pemesanan, dan pengelolaan operasional destinasi pariwisata.”

“Dibutuhkan untuk memudahkan wisatawan dalam melakukan reservasi dan pemesanan layanan pariwisata, seperti akomodasi, tiket transportasi, dan tur. Melalui teknologi informasi ini, wisatawan dapat melakukan

transaksi secara mudah dan efisien, meningkatkan kenyamanan dan pengalaman mereka.”

“Berguna untuk menyediakan informasi terkini tentang destinasi pariwisata, termasuk peta, ulasan, dan rekomendasi tempat wisata. Aplikasi mobile dapat memungkinkan wisatawan untuk mengakses informasi secara real-time dan merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik.”

“Penting untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memvisualisasikan data geografis terkait destinasi pariwisata, seperti lokasi atraksi wisata, infrastruktur pariwisata, dan persebaran wisatawan. GIS dapat membantu dalam perencanaan pengembangan pariwisata dan pengambilan keputusan yang lebih baik.”

“Diperlukan untuk mengelola komunikasi antara penyedia layanan pariwisata dan wisatawan. Melalui sistem ini, penyedia layanan dapat merespon pertanyaan, masukan, dan keluhan wisatawan dengan cepat dan efektif, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.”

9. Apa langkah - langkah konkret yang akan diambil untuk mengubah atau memperkuat budaya sesuai dengan nilai - nilai dalam organisasi pariwisata?

“Menyelenggarakan program pelatihan dan pendidikan yang berfokus pada pemahaman dan implementasi nilai-nilai di antara seluruh anggota organisasi pariwisata. Ini dapat mencakup pemahaman tentang prinsip-prinsip hukum Islam, etika bisnis Islam, dan bagaimana menerapkannya dalam praktik sehari-hari.”

“Membentuk tim khusus untuk menyusun kebijakan organisasi yang sesuai dengan nilai-nilai , seperti kehalalan dalam makanan dan minuman, pemisahan gender, dan etika dalam berbisnis. Kebijakan ini harus diimplementasikan secara konsisten di seluruh tingkatan organisasi.”

“Melakukan audit secara berkala untuk memastikan bahwa kegiatan dan praktik organisasi pariwisata mematuhi prinsip-prinsip . Audit ini dapat mencakup aspek keuangan, operasional, dan sosial organisasi untuk memastikan kesesuaian dengan nilai-nilai Islam.”

“Membangun kemitraan dengan lembaga-lembaga dan otoritas , seperti lembaga fatwa dan dewan , untuk mendapatkan panduan dan bimbingan lebih lanjut dalam memperkuat budaya organisasi sesuai dengan nilai-nilai .”

“Mengintegrasikan nilai-nilai ke dalam komunikasi internal organisasi, termasuk surat kabar internal, pertemuan staf, dan pelatihan berkala. Ini

dapat membantu membangun kesadaran dan komitmen terhadap nilai-nilai di seluruh organisasi pariwisata.”

10. Apa jenis promosi yang akan diluncurkan untuk menarik wisatawan yang memiliki minat dalam pariwisata ?

“Meluncurkan kampanye promosi melalui berbagai saluran digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile. Kampanye ini dapat mencakup konten menarik seperti video, gambar, dan ulasan destinasi untuk menarik perhatian wisatawan potensial.”

“Kami di Dinas Pariwisata Kota Parepare memanfaatkan Facebook sebagai salah satu media untuk mempromosikan objek wisata serta berinteraksi langsung dengan masyarakat. Melalui halaman resmi kami, kami secara rutin memposting foto, video, dan artikel tentang destinasi wisata unggulan serta mengumumkan acara budaya dan promosi pariwisata yang akan datang. Facebook memungkinkan kami untuk menjangkau audiens yang luas dan memberikan informasi yang up-to-date dengan cara yang menarik. Selain itu, platform ini juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengajukan pertanyaan, memberikan saran, atau menyampaikan keluhan, yang kami respons dengan cepat sebagai bentuk komitmen kami untuk menjaga hubungan yang baik dengan publik. Fitur Facebook Live juga sering kami gunakan untuk menyiarkan secara langsung berbagai event pariwisata, sehingga audiens dapat merasakan pengalaman tersebut secara real-time.”

“saya sangat berkomitmen untuk memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, sebagai strategi utama dalam promosi dan pengelolaan objek wisata kami. Instagram memungkinkan kami untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang merupakan target utama kami. Kami secara rutin mengunggah konten visual menarik, termasuk foto dan video yang menampilkan keindahan objek wisata, informasi tentang acara, serta cerita budaya lokal.”

“saya sangat menyadari pentingnya komunikasi yang efektif dalam mengelola objek wisata. Oleh karena itu, kami telah mengoptimalkan penggunaan WhatsApp sebagai platform utama untuk memberikan informasi secara real-time dan berinteraksi langsung dengan masyarakat serta wisatawan. Melalui WhatsApp, kami tidak hanya dapat menyampaikan informasi terkait jadwal acara dan kondisi objek wisata, tetapi juga menjalin hubungan yang lebih erat dengan para pelaku usaha lokal dan komunitas, sehingga koordinasi dalam pengelolaan wisata dapat berjalan lebih lancar dan responsif.”

“Menjalin kemitraan dengan maskapai penerbangan, agen perjalanan, dan platform booking online untuk mempromosikan destinasi pariwisata. Menawarkan diskon khusus, paket perjalanan yang disesuaikan, dan

promosi kerjasama dapat memperluas jangkauan promosi dan memudahkan akses wisatawan ke destinasi tersebut.”



Surat Keterangan Wawancara

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : A. Faridah. Iravati
 Alamat : Jl. Beringin No. 4
 Umur : 39 tahun
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : ASN d/Bdg Promosi & Pemasaran Pariwisata)

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada suadara Tri Andikah Syamsuddin, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “**Analisis Pariwisata Syariah Terhadap Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di Kota Parepare**”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE, 25 Maret 2024


A. Faridah. Iravati.....


SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nauli Fachih Sya
Alamat : Jl. Setiawati
Umur : 30 {L.
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : ASN

Menerangkan bahwa telah memberikan ketetapan wawancara kepada suadara Tri Andikah Syamsuddin, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “**Analisis Pariwisata Syariah Terhadap Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di Kota Parepare**”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE, 25 Maret 2024



(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : TRIKA ROSANTI
Alamat : JL. BAMBU RUNCING.
Umur : 46 TAHUN
Jenis kelamin : PEREMPUAN
Pekerjaan : ASH. DISPORE PAR

Menerangkan bahwa telah memberikan keternagan wawancara kepada suadara Tri Andikah Syamsuddin, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “Analisis Pariwisata Syariah Terhadap Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di Kota Parepare”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE,

Maret 2024

(.....) 

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : RIMAWANTI, S.A.B
Alamat : Jl. Besar Ipten
Umur : 27
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : PNS

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada suadara Tri Andikah Syamsuddin, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Analisis Pariwisata Syariah Terhadap Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE, 29 Maret 2024

(.....RIMAWANTI, S.A.B.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : HAEWINNIA BURNAS
 Alamat : Jl. LAHALEDE
 Umur : 40 TAHUN
 Jenis kelamin : PEREMPUAN
 Pekerjaan : PNS .

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada suadara Tri Andikah Syamsuddin, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “Analisis Pariwisata Syariah Terhadap Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di Kota Parepare”.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE,

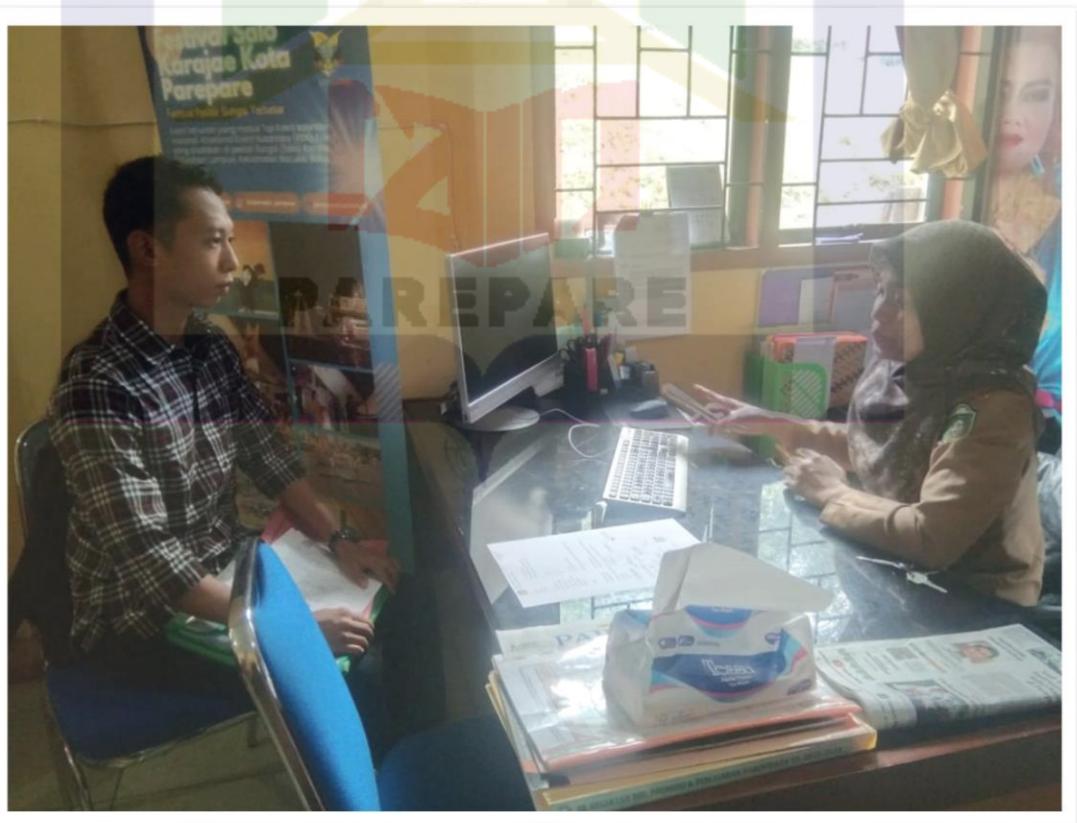
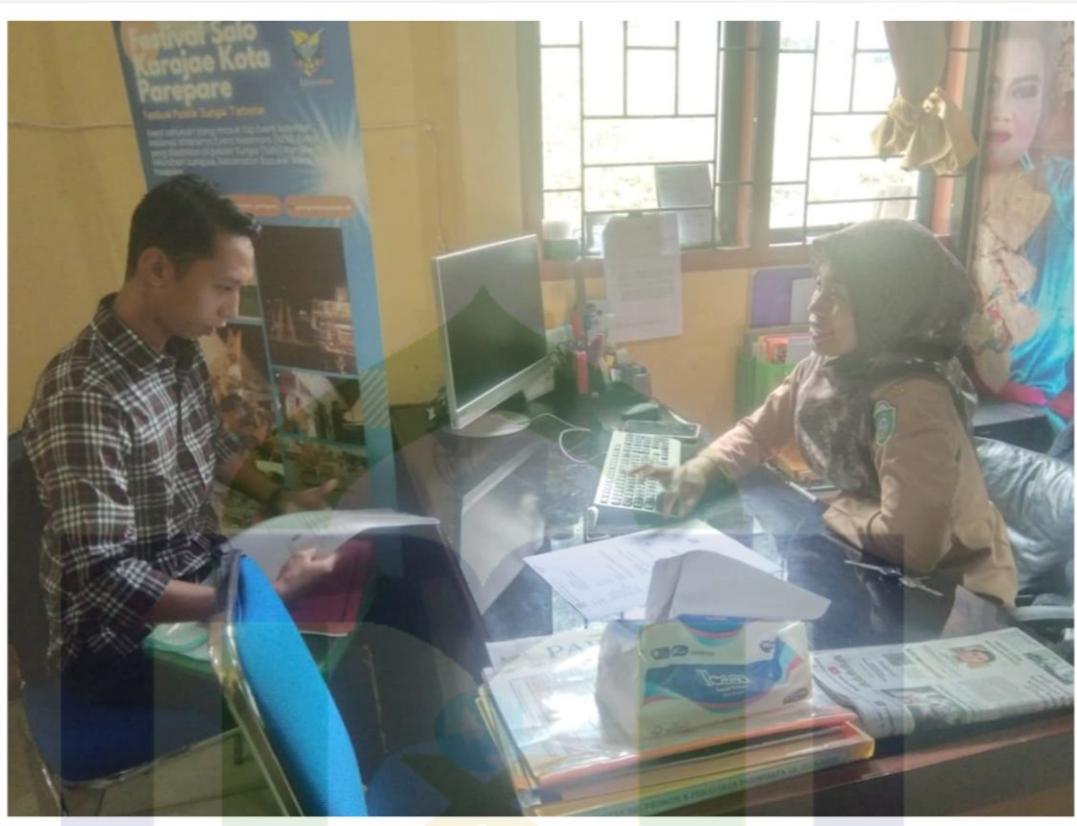
Maret 2024


 (...) HAEWINNIA BURNAS (...) -


Dokumentasi









BIODATA PENULIS



Tri Andikah Syamsuddin, biasa dipanggil Tri, Andika. Lahir di Parepare 30 November 2002. Anak ketiga dari pasangan Bapak Syamsuddin dan Ibu Naheriah, Penulis memiliki 2 saudara kandung, Kakak pertama saya Musdalifah Syamsuddin, S.Pd, dan kakak kedua saya bernama Muhammad Gufran Syamsuddin, S.E . Penulis mulai masuk TK pada tahun 2006-2007 dan melanjutkan pendidikan di SDN 3 Parepare pada tahun 2008-2014, kemudian masuk di SMP NEGERI 2 Parepare pada tahun 2015-2017, dan melanjutkan pendidikannya lagi di SMA NEGERI 2 Parepare pada tahun 2018-2020. Ditahun yang sama, yaitu tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Studi Pariwisata di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Taulan, Kab Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan dan melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Dinas Pariwisata, Pemuda, Dan Olahraga Kabupaten Pinrang Semasa kuliah , penulis juga menghabiskan sebagian besar waktu dengan fokus belajar sambil mengikuti Organisasi Kampus, penulis juga menghabiskan sebagian besar waktu dirumah untuk membantu orang tua. Dan mengerjakan tugas akhirnya sebagai mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan berhasil menyelesaikan studinya pada tahun 2024 dengan judul skripsi : *Analisis Strategi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataan Di Kota Parepare*

