

SKRIPSI

**STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM PENGELOLAAN
KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE**



OLEH:

MUH REZA ANUGRAH

NIM: 18.93202.013

PAREPARE

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

2023

**STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM PENGELOLAAN
KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE**



OLEH:

MUH REZA ANUGRAH

NIM: 18.93202.013

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Parepare

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

2023

**STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM PENGELOLAAN
KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi
Pariwisata Syariah**

Disusun dan diajukan oleh

**MUH REZA ANUGRAH
NIM: 18.93202.013**

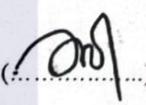
**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

2023

PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan
Kepariwisataaan Di Kota Parepare
Nama Mahasiswa : Muh Reza Anugrah
NIM : 18.93292 013
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Pariwisata Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B.4393/In 39.8/PP.00.9/10/2021

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Arqam, M.Pd. 
NIP : 19740329 200212 1 001
Pembimbing Pendamping : Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. 
NIP : 19911030 201903 1006

Mengetahui:



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

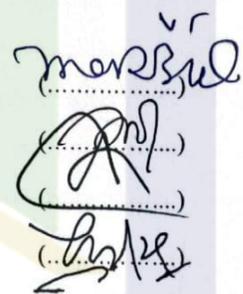

Dalijah Muhammadun, M. Ag
NIP. 19710308 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan
Kepariwisataan Di Kota Parepare
Nama Mahasiswa : Muh Reza Anugrah
NIM : 18.93292 013
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Pariwisata Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B.4393/In 39.8/PP.00.9/10/2021
Tanggal Kelulusan : 13 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Arqam, M.Pd Ketua
Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M Sekretaris
Dr. Hannani, S.Ag., M.Ag. Anggota
Dr. Andi Bahri, S. M.E., M.Fil.I Anggota



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Salifah Muhammadun, M. Ag
710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat hidayah, taufik dan hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis ucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga dan setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Najamuddin dan Ibunda tercinta Muslimah Hafid yang merupakan kedua orangtua penulis yang telah memberi semangat, nasihat-nasihat, serta berkah dan doa tulusnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya. Terima kasih kepada saudara-saudariku tercinta dan keluarga yang turut serta memberikan semangat.

Penulis telah banyak menerima bantuan dan bimbingan dari Bapak Dr. Arqam, M. Pd. dan Bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. Selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah

diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag. Sebagai “Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Mustika Syarifuddin, M.Sn selaku ketua Program Studi Pariwisata Syariah yang telah banyak memberikan arahan selama penulis menempuh studi di IAIN Parepare
4. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas penyelesaian studi.
5. Kepala Perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi pada skripsi ini.
6. Segenap Admin Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare atas segala arahan dan bantuannya.
7. Bapak Amaran Agung Hamka, S. STP., M.Si selaku Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata beserta seluruh jajarannya yang telah membantu dalam penelitian ini.
8. Semua teman-teman seperjuangan Prodi Pariwisata Syariah angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang telah memberi warna

tersendiri kepada penulis selama berada di IAIN Parepare dan telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terimah kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-nya

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dari pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga segala bantuan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak mendapat balasan yang pantas dan sesuai dari Allah SWT. Penulis juga berharap semoga skripsi ini bernilai ibadah di sisinya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institu Agama Islam Negeri Parepare.

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

Parepare, 1 Februari 2023
Rajab 1444
Penulis

Muh Reza Anugrah
NIM. 18.93292 013

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muh Reza Anugrah

Nim : 18.93292 013

Tempat/ Tgl. Lahir : 20 September 1999

Program Studi : Pariwisata Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataaan
Di Kota Parepare

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

Parepare, 1 Februari 2023
Penyusun,

Muh Reza Anugrah
NIM. 18.93292 013

ABSTRAK

Muh Reza Anugrah. *Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisata Di Kota Parepare*. (di bimbing oleh Bapak Arqam dan Bapak Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin)

Penelitian ini mengangkat tentang Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisata Di Kota Parepare, dengan sub masalah 1) Strategi strategi Dinas Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare. 2) Aspek apa yang menjadi potensi objek wisata di Kota Parepare, 3) Faktor yang menjadi hambatan/kendala dalam mengelola objek wisata Kota Parepare. Strategi yang digunakan oleh Dinas Kepariwisata Kota Parepare adalah menggunakan analisis SWOT untuk menyusun Strategi yang tepat untuk mengelola kepariwisataan di Kota Parepare.

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang lain dan perilaku yang dapat diamati. Teknik yang digunakan berupa teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.

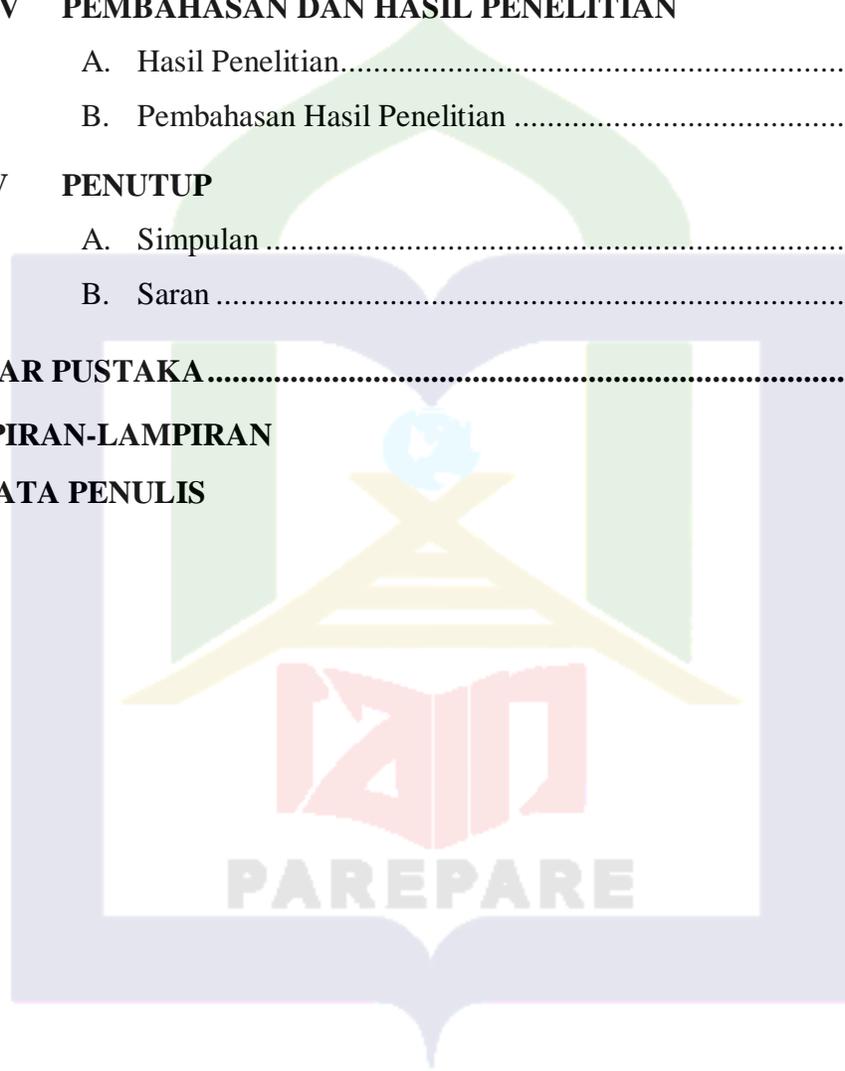
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan Dinas Pariwisata dalam pengelolaan pariwisata yaitu menggunakan Analisis SWOT. Potensi objek wisata yang di fokuskan di Kota Parepare yaitu objek wisata alam dan objek wisata buatan. Adapun Faktor penghambat, yakni kendala atau yang menjadi penghalang dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata adalah 1) Sarana dan Prasarana, 2) Sumber Daya Manusia, 3) Aksesibilitas

Kata Kunci: Strategi, Pengelolaan Pariwisata

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Penelitian Relevan	9
B. Tinjauan Teoritis	12
C. Kerangka Konseptual.....	25
D. Kerangka Pikir.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Fokus Penelitian	30

D. Sumber Data.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Uji Keabsahan Data.....	33
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian	44
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENULIS	



DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	29



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Nama Lampiran	Halaman
1	Instrumen Penelitian	63
2	Surat Izin Penelitian dari Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare	65
3	Surat Izin Penelitian Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	66
4	Surat Keterangan Wawancara	68
5	Dokumentasi	73
6	Biodata Penulis	76

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

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:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	sin	S	Es

ش	syin	Sy	es dan ya
ص	shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أَوْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نَا / نَائِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

يٰ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وٰ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مات : māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : yamūtu

4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

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

Kalau pada kata yang terakhir 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 الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

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 : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمٌ : *nu‘ima*

عُدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يِ), maka ia ditransliterasi seperti 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 لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. 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*)

الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

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

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>Umirtu</i>

8. Kata 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 sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. *Lafẓ 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:

دِينُ اللَّهِ *Dīnillah* بِاِلهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan 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 mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

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

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
بـ	=	بدون

صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	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).
 Karenadalam 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 kawan-kawan”) 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

Indonesia adalah negara kepulauan dan jelas bahwa semua pulau dari Sabang sampai Merauke memiliki objek wisata salah satu keunggulan Indonesia adalah memiliki banya potensi wisata. Indonesia kaya akan kekayaan budayaannya, sumber daya alam, adat istiadat, tempat wisata, religi, wisata kuliner, musik tradisional, dll. Hal tersebut merupakan sebuah daya tarik yang sangat kuat bagi wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia menikmati keindahan alam dan kekayaan wisatanya. Budaya yang ada di Inonesia berbeda di setiap provinsi sesuai dengan potensi wisata yang mempunyai ciri khas dari masing-masing provinsi.

Pariwisata merupakan kegiatan dinamis yang melibatkan banyak orang dan merangsang berbagai industri. Di era globalisasi saat ini, industri pariwisata menjadi faktor utama perekonomian dunia dan industri global. Pariwisata mendatangkan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya dalam industri pariwisata.¹

Pariwisata merupakan sekumpulan elemen yang saling terkait yang terdiri dari wisatawan, destinasi, pariwisata, industri, dan lain-lain, yang merupakan kegiatan pariwisata. Pariwisata menjadi sumber devisa utama karena Indonesia merupakan negara dengan berbagai jenis wisata seperti wisata alam, sosial dan budaya tersebar dari Sabang sampai Merauke. Indonesia tidak hanya memiliki banyak tempat wisata alam yang indah, tetapi juga kaya akan wisata budaya, terbukti dengan banyaknya

¹Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, (Jakarta: Grasindo, 2010), hlm. 1.

situs peninggalan sejarah dan banyaknya adat budaya masyarakat setempat serta kesenian yang menarik wisatawan mancanegara, sehingga menawarkan banyak peluang. itu dan menjadikan Indonesia salah satu tujuan wisata di kawasan ini.²

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

Di bagian utara berbatasan dengan kabupaten Sidenreng Rappang dan dibagian selatan berbatasan dengan Kabupaten Barru.³ Tak hanya itu, Parepare juga mempunyai potensi wisata serta objek wisata yang dikunjungi. objek wisata dikota parepare dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain: objek wisata budaya, objek wisata kuliner, objek wisata alam, objek wisata religi, objek wisata, industri

²Helln Angga Devi dan R.B. Soemanto, Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar, *Jurnal Sosiologi DILEMA*, Vol.32, No.1 Tahun 2017, hlm. 34-35.

³https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota_Parepare, (Diakses pada tanggal 17 juni 2021)

dan infrastruktur yang bagus dimana ini sangat berpotensi untuk dijadikan wisata halal.

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.⁴ 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 mengelolah sektor wisata yang ada di daerah Kota Parepare.

Kebijakan pengembangan pariwisata perkotaan sangat penting untuk mendukung kesuksesan objek wisata pembangunan pariwisata nasional. Pertumbuhan dan pengelolaan pariwisata harus diantisipasi agar pengelolaan tetap pada jalurnya dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Perkembangan suatu tempat wisata memberikan kontribusi yang cukup besar apabila dikelola secara profesional, karena pariwisata merupakan kontribusi bagi daerah tersebut, pariwisata bisa mempercepat perkembangan kawasan di tempat wisata itu.

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.

⁴Rotua Kristin Simamora dan Rudi Salam Sinaga, Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara, *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, Vol 4, No. 1 Tahun 2016, hlm. 80.

Menurut Damanik dan Weber, unsur penawaran wisata yang harus dikuasai oleh destinasi wisata sering disebut dengan Triple A yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas dan pelayanan. Misalnya untuk menikmati keindahan alam, seperti fenomena alam yang indah dan unik, seperti di atas pohon sehingga pengunjung atau masyarakat dapat menikmati pemandangan hijaunya kebun teh yang indah dan udara yang sejuk, sehingga wisatawan dapat datang ke tempat wisata ini dengan nyaman.

Dalam pemanfaatan peluang pariwisata yang menguntungkan di masa mendatang, perlu juga diselenggarakan usaha yang menguntungkan untuk menjamin kelangsungan kegiatan pariwisata, dan juga membuka peluang investasi bagi pemanfaatan kegiatan pariwisata melalui pengelolaan berbagai potensi secara optimal. menarik dunia usaha untuk melakukan kegiatan penanaman modal di Kota Parepare, dari sini dapat disimpulkan bahwa kegiatan perekonomian meningkat dan khususnya secara langsung mempengaruhi taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat, serta mendukung pertumbuhan pendapatan daerah. Potensi objek wisata dalam kajian ini lebih menitikberatkan pada daya tarik destinasi dari segi fasilitas serta pelayanan yang bisa dikembangkan oleh pemerintah kota, pengusaha dan dinas pariwisata. Perkembangan pariwisata sangat erat kaitannya dengan pelestarian budaya populer.

Model implementasi pengelolaan destinasi wisata daerah yang diterapkan pada pengelolaan potensi wisata daerah Kota Parepare mengacu pada kondisi nyata terkini berupa potensi dan permasalahan wisata. Pengelolaan pariwisata melibatkan berbagai pemangku kepentingan (pemerintah, lembaga, warga), sumber daya manusia, program, keuangan dan lembaga. Berdasarkan partisipasi *stakeholder* dan kondisi yang ada, maka akan dikembangkan suatu program yang bertujuan untuk

memberikan arahan yang jelas bagi pengelolaan tempat wisata di Kota Parepare.⁵

Daya tarik destinasi wisata merupakan salah satu aset terpenting dalam menumbuhkan dan mengelola daya tarik target. Karena merupakan mata rantai terpenting dari kegiatan kepariwisataan, karena faktor yang paling penting dalam menarik pengunjung atau wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata dengan potensi dan daya tarik destinasi wisata tersebut.⁶

Kota Parepare memiliki peluang pariwisata yang cukup baik, namun masih belum mempunyai daya tarik yang disuguhkan kepada wisatawan. Pelayanan wisata Kota Parepare dinilai masih kurang, seperti beberapa kawasan wisata yang masih belum mempunyai kelompok peminat yang pasti, dan juga minimnya toko souvenir. Selain itu, dirasa penting untuk meningkatkan informasi mengenai destinasi wisata di Kota Parepare guna mencapai tujuan pengembangan pariwisata daerah. 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.

Data Pengunjung
Di Kota Parepare tahun 2019-2021

Wisatawan	2019	2020	2021
Mancanegara	2,073	40,104	839,016
Nusantara	768,421	988	1,541
Total	770,494	41.092	840,557

Sumber: Adyatama Pariwisata & Ekonomi Kreatif DKOP Parepare

⁵Wahyu Rohayati dan Desi Sumaranti, Analisis Pengelolaan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Merangin Tahun 2018, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 8No, 01 Tahun 2019, hlm. 29-30.

⁶Helln Angga Devi dan R.B. Soemanto, loc. cit.

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). Maka penulis mengambil judul: “STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Dinas Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare?
2. Aspek apa yang menjadi potensi objek wisata di Kota Parepare?
3. Apa faktor yang menjadi hambatan/kendala dalam mengelola objek wisata 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 strategi Dinas Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare?
2. Untuk mengetahui Aspek apa yang menjadi potensi objek wisata di Kota Parepare?
3. Untuk mengetahui faktor yang menjadi hambatan/kendala dalam mengelola objek wisata 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

Akbar B. Mappagala melakukan kajian perencanaan kawasan kawasan pantai Mattirotas 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 Mattirotas, 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 Mattirotas, 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

Adapun perbedaan penelitian Akbar B Mappagala untuk mengetahui penataan ruang yang terdapat di kawasan tepi Pantai Mattirotasi dalam menunjang kepariwisataan di Kota Parepare sedangkan penelitian ini tentang strategi dinas pariwisata Kota Parepare dalam meningkatkan potensi wisata Kota Parepare

⁷ Akbar B. Mappagala, “Penataan Ruang Kawasan Tepi Pantai Mattirotasi Dalam Menunjang Kepariwisata Di Kota Parepare” (*Skripsi Thesis*; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Alauddin Makassar, 2017) hal.119

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

Adapun perbedaan penelitian ini yakni Strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kota Parepare dalam rangka meningkatkan objek wisata Kota Parepare. Hutapea melakukan kajian strategi pengembangan kawasan wisata Muara di wilayah administrasi Tapanul Utara Sumatera Utara pada tahun 2015. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Tapanul Utara berinvestasi dalam rencana pembangunan jangka menengah 2014-2019 dan membuat program. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tapanul Utara melaksanakan program atau strategi untuk mengembangkan kawasan wisata Muara, namun tidak semua program yang

⁸ Mei Sari, "Pengembangan Wisata Halal Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat Dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah" (*Jurnal*, Vol. 2, 2022) h. 23.

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 Tapanul Utara atau menghadapi pekerjaan tergantung wilayah dan status, dan melibatkan masyarakat. Tokoh masyarakat dan penggiat lingkungan untuk mengembangkan kawasan wisata Muara, 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 kebijakan⁹.

Adapun perbedaan penelitian ini yaitu lokasi penelitian di Kantor Dinas Pariwisata Kota Parepare. Faktor yang menjadi kendala/hambatan dalam mengelola objek wisata Kota Parepare. 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

Adapun perbedaan penelitian ini berfokus pada strategi Dinas Pariwisata Kota

⁹ Hutapea, "Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Muara Kabupaten Tapanuli Utara Provinsi Sumatera Utara" (*Skripsi Sarjana*; Ilmu Pemerintahan: Universitas Riau, 2017) h.80

¹⁰ Andri Oktasilva, "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tanah Toraja" (*Skripsi Sarjana*; Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2017) h.20

Parepare dalam meningkatkan potensi dan objek wisata Parepare

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

Adapun perbedaan penelitian ini yaitu lokasi penelitian yang berada di Kota Parepare, 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.

B. Tinjauan Teori

1. Pengertian Strategi

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,

¹¹ Aldian Anggi Saputra, “Analisis Strategi Dinas Pariwisata Provinsi Riau” (*Skripsi Thesis*; UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020) h.15

sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.¹² Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efesiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.¹³

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:

عِى النَّشَاةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۖ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنش

Terjemahnya:

Katakanlah: “Berjalalah di (muka bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari pemulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS. Al-Ankabut: 20)¹⁴

Ayat diatas menunjukkan 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

¹²Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001), hlm. 153-157.

¹³Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 17

¹⁴Depertemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Cet. X; Bandung: Diponegoro, 2010), hal. 398.

bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah jadi pariwisata halal tidak hanya terbatas dengan wisata religi saja.¹⁵

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 pelaksanaannya, atau direalisikannya. Dengan demikian strategi diarahkan untuk bagaimana organisasi itu berupaya memanfaatkan atau mengusahakan agar dapat mempengaruhi lingkungannya.¹⁶

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

¹⁵Kurniawan Gilang Widagdyo, *Analisis Pasar Pariwisata Indonesia*, The journal of Tauhidinomics Vol. 1 No. 1, 2015, hal. 2.

¹⁶Sofjan Assauri, *Strategic Management* (Jakarta: Raja Grafindo Prasad, 2013) h.3

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.
- 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 sector produk atau jasa dan sector fungsi yang serupa sebagai yang di tetapkan dalam batasan bisnis nya atau dalam sector yang sangat serupa.
- 2) Strategi Ekspansi merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan bila perusahaan memfokus kan keputusan strategi nya pada

peningkatan ukurannya dalam langkah kegiatan yang sekarang atau yang telah ada.¹⁷

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:¹⁸

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 mencakup 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 diverifikasi, 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. Perumusan strategi tersebut adalah sebagai berikut:

¹⁷William Glueck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Erlangga, 1988) h.216

¹⁸Free R David, *Managemen Strategi dan Konsep*, (Jakarta: Perhalindo, 2002) h.1

- 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 alternative.
- f) Pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan

2) Penerapan Strategi

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 ialah 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 kearah sasaran yang ditentukan.¹⁹

2. Pengelolaan

Manajemen berasal dari kata *manage to man*. Kata *manage* berarti mengatur atau mengelola, sedangkan kata *man* berarti manusia. Kalau kedua kata tersebut

¹⁹Free R David, *Managemen Strategi dan Konsep*, (Jakarta: Perhalindo, 2002) h.104

digabungkan maka, manajemen berarti mengelola atau mengatur manusia.²⁰

Pengelolaan merupakan suatu proses yang membantu merumuskan kebijakan-kebijakan dan pencapaian tujuan. Peran pemerintah dalam penelolan pariwisata, seperti melaksanakan pembinaan kepariwisataan dalam bentuk pengaturan, pemberian bimbingan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan.

Menurut G.R Terry pengelolaan merupakan sebagai proses yang has yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan usaha mencapai sasaran-sasaran dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.²¹

Menurut menteri kehutanan No. 4 tahun 2012, kegiatan pengelolaan dan pengembangan kepariwisataan alam 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 seorang untuk tinggal sementara
- b. Jasa boga dan restoran, industri jasa di bidang penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.
- c. Transportasi dan jasa angkuran, industry usaha jasa yang bergerak dibidang angkutan darat, laut dan udara
- d. Atraksi wisata, kegiatan wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan atau pengunjung.²²

²⁰Karyioto, *Dasar-Dasar Manajemen Teori, Definis Dan Konsep*, (Yogyakarta: Cv Andi Offest, 2016), hal. 1.

²¹Zasri M. Ali, *Dasar-dasar Manajemen*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), hlm. 2-3.

²²David, *Manajemen Strategi Konsep Edisi*, (Jakarta, 2010), hlm. 21.

3. Pariwisata

Menurut H. Kodhyat, kepariwisataan 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 social, budaya, budaya, alam dan ilmu.²³

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 di dukung berbagai layanan oleh masyarakat dan juga pemerintah maka diadakan pengembangan dan pelestarian supaya kawasan wisata tetap terjaga kelestariannya.²⁴

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

- a. Seseorang atau kelompok melakukan perjalanan diluar 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

²³Desi Purnamasari, "Pengembangan Sistem Informasi Dan Promosi Pariwisata Berbasis Web", Jurnal Skripsi, (Stimik Pringsewu Lampung, 2010), hlm. 2.

²⁴Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

kerjanya selama di tempat tinggal/kediamannya, bukan dari hasil usaha yang dia lakukan dalam perjalanan pariwisatanya.²⁵

Perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok tersebut mempunyai dorongan tersendiri karena ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, ataupun karena atas dasar keinginan lainnya, seperti rasa ingin tau 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 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.

Strategi Pemasaran Pariwisata merupakan kegiatan pemasaran yang mencakup upaya melakukan identifikasi keinginan atau kebutuhan konsumen jasa pariwisata, penentuan produk yang ditawarkan, penentuan harga, promosi dan penelitian pasar. Dalam dunia persaingan yang semakin tajam pengusaha harus aktif mendekati pasar. Konsumen adalah raja, oleh karena itu kepuasan konsumen harus dijaga. Kepuasan pelanggan untuk setia berlangganan dapat ditingkatkan melalui marketing proses yang meliputi: identifikasi keinginan (saat ini dan yang akan datang) untuk menganalisis permintaan pasar, antara lain:

²⁵Siti Farida, “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Pengembangan Wisata Premium Dan Dampaknya Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Labuan Bajo”, (Skripsi Sarjana; Program Studi Ilmu Pemerintahan: Mataram, 2021) h. 30-31

- a. Analisis SWOT produsen jasa pariwisata
- b. Melakukan promosi (promotion)
- c. Perencanaan marketing mix
- d. Penentuan target
- e. Menciptakan produk yang tepat (product).
- f. Menentukan harga yang tepat (pricing) dan mendistribusikan secara efektif (place).
- g. Evaluasi hasilnya

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

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 olah raga, exhibition dan convention.

4) Konsep Ekologikal dan Humanistik

Konsep yang mempertimbangkan adanya profit dicapai melalui kepuasan konsumen dengan cara pengidentifikasian 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 pengidentifikasian kebutuhan dan keinginan wisatawan. Seluruh produk wisata seharusnya menggunakan

pendekatan ini.²⁶

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata 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. Kepariwisata 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

²⁶Siti Farida, "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Pengembangan Wisata Premium Dan Dampaknya Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Labuan Bajo", (Skripsi Sarjana; Program Studi Ilmu Pemerintahan: Mataram, 2021) h. 32-34

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.²⁷

C. Tinjauan Konseptual

Objek wisata dikelompokkan ke dalam 3 (tiga) jenis, yaitu :

1. Objek wisata alam, misal: laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain- lain.
2. Objek wisata budaya, misal: upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara

²⁷Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan*, Bab I (Ketentuan Umum) Pasal 1

panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum, dan lain-lain.

3. Objek wisata buatan, misal: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan, ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusatperbelanjaan dan lain-lain.²⁸

Kota Parepare sebagai kota dengan julukan”Bandar Madani”yang disematkan sejak tahun 1540, membuat kota ini menjadi wilayah strategis dalam bidang perdagangan dan ekonomi. Melalui sektor pariwisata, pemerintah daerah setempat siap menjadikan Kota ini sebagai salah satu Kota Tujuan Wisata yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan. Selaku pihak/lembaga yang mengemban tanggung jawab kepariwisataan, Dinas Olahraga Pemuda dan Pariwisata dalam hal ini bidang Pariwisata memiliki 2 (dua) divisi, yaitu destinasi wisata dan promosi pemasaran wisata.

Di mana kedua divisi tersebut saling berkaitan satu sama lain. Pada divisi promosi dan pemasaran wisata bergerak dalam mempromosikan serta “menjual” apa yang telah dibuat oleh divisi destinasi wisata. Kegiatan promosi dan pemasaran wisata diselenggarakan dengan festival budaya serta event-event pariwisata lainnya, serta promosi dalam bentuk brosur dan melalui media sosial. Sementara itu, pada divisi destinasi wisata menyelenggarakan pelatihan- pelatihan untuk pelaku wisata, misalnya para pemandu pariwisata (tour guide). Selain itu juga merangkul para pelaku usaha perhotelan.

Upaya dalam memperkenalkan budaya lokal yang khas baru sajadilaksanakan

²⁸Mappi, *Pradikta* (2013, hlm: 14).

pada 27 September- 2 Oktober 2019 di Tonrangeng River Side, yakni Festival Salo Karajae yang merupakan event/kegiatan/agenda tahunan. Dalam acara tersebut, pemerintah kota setempat sangat termotivasi dalam mengembangkan potensi wisata yang ada. Selaku Walikota Parepare H.M.Taufan Pawe mengatakan, pelaksanaan festival Salo Karajae yang dirangkaikan dengan festival budaya lokal Mallipa di kawasan Tonrangeng itu, membuat roda perekonomian di Kota Parepare berjalan. Sehingga mampu meningkatkan perputaran ekonomi dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Selain itu, dalam acara tersebut juga mempromosikan produk dan jasa yang dihasilkan oleh pelakon bisnis UMKM tersebut. Selain itu, suatu event (pagelaran budaya) mampu menumbuhkan dan meningkatkan rasa nasionalis/cinta budaya terhadap budaya daerah sendiri. Berdasarkan penelitian penulis pada 2020, penulis melihat Kota Parepare ini sangat menarik di mata wisatawan disebabkan oleh kota ini memiliki histori yang ikonik yaitu menjadi tempat kelahiran B.J. Habibie selaku Presiden RI ke-3. Maka hal tersebut merupakan suatu kekuatan dan juga peluang Kota Parepare dalam mengembangkan kepariwisataannya.

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 analisis SWOT. Penulis menggunakan teori tersebut untuk mengevaluasi strategi Badan Pariwisata dalam mengelola pariwisata di Kota Parepare. Dengan bantuan analisis SWOT, 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.

Teori analisis SWOT adalah teori bahwa setiap organisasi harus merencanakan sesuatu dan menganalisis ruang lingkup masalah yang terkait dengan organisasi untuk kerangka waktu yang berbeda yaitu. H. rencana global, rencana strategis dan rencana operasional. Analisis SWOT berguna untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal suatu organisasi dengan berbagai elemen yang dapat dianalisis dalam kerangka organisasi tersebut. Selain itu, analisis SWOT merupakan analisis komprehensif yang dapat memberikan gambaran evaluasi (framework/kerangka kerja) dan menentukan keputusan strategis untuk masa depan.

Dengan bantuan analisis SWOT diharapkan organisasi mampu secara cermat menyeimbangkan kondisi internal dengan kekuatan, kelemahan dan peluang serta ancaman dari lingkungan eksternal. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena permasalahannya berkaitan dengan manusia (dalam hal ini strategi pengembangan pariwisata instansi terkait yaitu Dinas OPP Kota Parepare) yang pada dasarnya berdasarkan observasi.

Menurut Nasution, “pada dasarnya penelitian kualitatif terdiri dari mengamati orang-orang di lingkungannya, berinteraksi dengan mereka, dan mencoba memahami bahasa dan interpretasi mereka terhadap dunia di sekitar mereka”.²⁹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana dilakukannya penelitian. Lokasi yang dipilih oleh penulis untuk penelitian ini adalah di Dinas Pariwisata (DISPAR) Kota Parepare, yang bertempat di Jalan Beringin, Kelurahan Bumi Harapan, Kecamatan Bacukiki Barat. Dan beberapa kawasan objek wisata, seperti: Monumen Cinta Sejati Ainun-Habibie, Monumen Lapangan Andi Makkasau, Pantai Paputo, Torangeng River Side, Kebun Raya Jompie, dan destinasi wisata lainnya. Waktu penelitian penulis membutuhkan waktu kurang lebih 2 bulan.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk menjawab permasalahan dalam penelitian, yaitu strategi apa yang diterapkan/diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Parepare. Seperti dicatat Suryono, strategi terutama mengacu pada hal-hal berikut: Implementasi kebijakan, definisi tujuan yang ingin dicapai dan definisi cara penggunaan fasilitas.³⁰

²⁹Nasution *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung, (2003, hlm. 5).

³⁰Agus Suryono, *Pengantar Teori Pembangunan Kabupaten Malang*, 2004, h.80.

Strategi selalu berkaitan dengan 3 hal yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi *threat*/ancaman yang ada. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah. Pemerintah setempat (dalam hal ini Dinas OPP) bagaimana melakukan upaya dalam mengelola sarana dan prasarana pariwisata yang kemudian penelitian ini dianalisis SWOT, yakni *Strenght* yang dimaksud adalah semua potensi wisata yang dimiliki oleh Kota Parepare, *Weakness* adalah kelemahan pariwisata yang ada di Kota Parepare, *Oppurtunity* adalah peluang yang dimiliki Kota Parepare serta *Threat* adalah ancaman terhadap perkembangan pariwisata di Kota Parepare.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data lisan, bukan berupa angka. Data kualitatif ini diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara, analisis dokumen atau observasi yang disajikan dalam catatan lapangan (transkrip). Bentuk informasi kualitatif lainnya adalah gambar yang diperoleh melalui fotografi dan rekaman audio.

2. Sumber Data

Sumber informasi adalah orang atau informasi tertentu yang dapat memberikan informasi tentang sesuatu yang ingin kita ketahui. Data primer dan data sekunder digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini.

a. Data Primer

Data primer yaitu, data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian atau data yang bersumber dari informan yang berkaitan dengan Strategi

Pengembangan Pariwisata Kota Parepare.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu, data yang berasal dari sumber-sumber yang berhubungan dengan objek penelitian didapatkan dalam bentuk laporan-laporan dan dokumen-dokumen.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan sistematis yang berkenaan dengan perhatian terhadap fenomena yang tampak.³¹ Observasi adalah mengamati kejadian, gerak, atau proses.³² Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dengan adanya metode ini maka akan mendapat data secara ril berdasarkan hasil pengamatan di lapangan yang telah dilakukan. Dalam observasi ini peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.³³

3. Dokumentasi

³¹M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (Kencana, hlm.137).

³²Sanafiah Faizal, *Format-format Penelitian Sosial* (Cet. V; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 200, hlm. 71).

³³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014, hlm 142).

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang tersedia dalam catatan dokumen yang berfungsi sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara yang mendalam.³⁴

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah informasi yang tidak berbeda antara informasi yang diperoleh peneliti dengan informasi yang sebenarnya ada pada obyek penelitian, sehingga dapat diperhatikan keabsahan informasi yang disajikan.³⁵ Uji keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu uji kepercayaan (*credibility*) dan uji kepastian (*confirmability*). Uji kepercayaan (*credibility*) berfungsi untuk:

1. Melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai;
2. Mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.³⁶

Uji keabsahan data yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan sumber lainnya.³⁷

³⁴Basrowi Suandi, *Memahami Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rineka Indah, 2008, hlm.158).

³⁵ Muhammad Kamal Zubair, dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare 2020*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020, hlm. 23).

³⁶Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (hlm. 324).

³⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (hlm. 330).

Dalam penelitian ini, metode triangulasi yang digunakan peneliti adalah pemeriksaan melalui sumber, waktu, dan tempat. Pemeriksaan melalui sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Selanjutnya, uji kepastian (*confirmability*) data. Uji kepastian data merupakan uji untuk memastikan bahwa sesuatu itu objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat, dan penemuan seseorang. Jika disepakati oleh beberapa atau banyak orang, barulah dapat dikatakan objektif.³⁸

G. Teknik Analisis Data

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

1. Reduksi Data

Reduksi data berarti meringkas, menetapkan prioritas, memfokuskan pada yang hakiki, mencari tema dan pola. Data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan dan mencari data jika diperlukan.³⁹

Data yang diperoleh merupakan informasi pengelolaan pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), kemudian disederhanakan dan disajikan dengan memilih informasi yang relevan, kemudian memfokuskan pada informasi yang paling penting, kemudian mengarahkan data tersebut ke pemecahan masalah, dan memilih data yang menjawab permasalahan penelitian.

³⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (hlm. 324-326).

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011, hlm. 247)

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.⁴⁰

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.⁴¹ Kesimpulan data dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti.

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011, hlm. 249).

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011, hlm. 252).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengelola Potensi Objek Wisata Di Kota Parepare

Strategi adalah seperangkat cara, ide, rencana untuk diterapkan secara keseluruhan dalam waktu tertentu. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. UNDP dan WTO (*Tourism Development Plan and World Tourism Organization*) konsep pengembangan pariwisata di kawasan tertentu, yaitu: Interaksi tidak langsung mendekati model pembangunan ini, memungkinkan daerah atau desa untuk mendapatkan keuntungan tanpa interaksi langsung dengan wisatawan. Dan interaksi langsung yaitu memungkinkan wisatawan tinggal atau tinggal di perumahan milik desa atau kawasan tersebut.

Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang dapat dicapai dengan mengkomunikasikan apa yang sedang dilakukan, siapa yang melakukannya, bagaimana hal itu dilakukan dan kepada siapa hal-hal tersebut dapat dikomunikasikan, dan juga harus dipahami bahwa kinerja yang dihasilkan harus dievaluasi. Sebuah strategi pemilihan yang terintegrasi dan harus dipahami bahwa masalah keputusan dapat dianggap penting sebelum para manajer atau pemimpin yang tidak yakin untuk mencapai atau melaksanakan keputusan. Strategi berurusan dengan bagaimana organisasi berusaha menggunakan atau mempengaruhi lingkungannya.⁴²

⁴²Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Jakarta: RajaGrafindo Prasada, 2010) h.3

Data Pengunjung
Di Kota Parepare tahun 2019-2021

Wisatawan	2019	2020	2021
Mancanegara	2,073	40,104	839,016
Nusantara	768,421	988	1,541
Total	770,494	41.092	840,557

Sumber: Adyatama Pariwisata & Ekonomi Kreatif DKOP Parepare

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui seluruh kekuatan dan kelemahan yang terlihat untuk mendapatkan gambaran perkembangan pariwisata yang ada di Kota Parepare berdasarkan peluang yang ada. Dari penelitian penulis tentang wisata kota di Parepare, penulis dapat memperoleh hasil sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah keunggulan kompetitif positif dari suatu perusahaan yang menunjukkan kerangka kerja organisasi yang bersifat baik, yaitu keunggulan atau kekuatan untuk mencapai tujuan tersebut. Maka dari itu kekuatan yang dimiliki oleh kepariwisataan Kota Parepare dari hasil wawancara dengan Muzakkir salah satu Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang mengatakan bahwa:

“Objek wisata di Parepare sangat banyak dan dikenal oleh banyak orang salah satunya itu dek yang paling banyak diketahui adalah monument cinta sejati habibie ainun karena kota Parepare ini adalah kota kelahiran Presiden ke-3 RI yaitu Bapak B.J Habibie”⁴³

Menurut Muzakkir yang merupakan kekuatan wisata yang terdapat di Kota Parepare adalah Monumen Cinta Sejati Habibie Ainun dikarenakan di beberapa

⁴³Muzakkir AM, Pegawai Negeri Sipil (PNS), *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022

kabupaten atau kota di Sulawesi Selatan bahkan di luar pulau Sulawesi sudah banyak yang tau jika Kota Parepare adalah kota kelahiran Presiden ke 3 Indonesia adalah salah satu daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik dari wisatawan lokal maupun dari luar Kota Parepare. Muzakkir juga mengatakan bahwa mobilitas pada kawasan wisata wilayah perkotaan bisa di jangkau, berikut hasil wawancaranya:

“seperti yang kita ketahui dek kalo Parepare itu adalah salah satu daerah yang sangat strategis untuk ditempati singgah apalagi kalau perjalanan jauh misalnya di anjungan cempae, tonrangeng river side, senggol, taman mattiro tasi dan tempat lainnya. Kalo di Parepare itu memang lebih memfokuskan pada destinasi wisata buatan karena Kota Parepare tidak cukup luas dibandingkan kabupaten-kabupaten lainnya yang ada di Sulawesi Selatan”⁴⁴

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa Kota Parepare lebih fokus kepada destinasi buatan karena parepare adalah salah satu daerah yang sangat strategis sehingga ketika wisatawan yang berhenti untuk datang istirahat bisa sekaligus menikmati destinasi wisata yang ada di Parepare misalnya Tonrangeng River Side, Taman Mattiro Tasi, Monumen Cinta Habibie Ainun dan Anjungan Cempae. Selaras yang dikatakan oleh Andi Fardani Irawati yang bekerja sebagai ASN (Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif) berikut hasil wawancaranya:

“kalo wisata-wisata yang ada di Kota Parepare itu sangat banyak sekali mulai dari objek wisata kuliner, wisata alam, wisata buatan, wisata religi dan masih banyak lagi. Tapi yang identik sekali dengan Parepare itu objek wisata buatanya karena melihat Parepare itu adalah perkotaan jadi kami juga mengikut kepada Walikota untuk membuat destinasi wisata buatan untuk menarik wisatawan dari luar daerah”⁴⁵

Menurut Andi Fardani bahwa Kota Parepare adalah satu kota yang

⁴⁴Muzakkir AM, Pegawai Negeri Sipil (PNS), *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022

⁴⁵Andi Fardani Irawati W, ASN (Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif), *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022.

memiliki objek wisata sebab banyak lokasi ataupun tempat wisata yang disuguhkan mulai dari wisata alam, wisata religi maupun wisata buatan dan menitikberatkan pada tiga aspek pemebangunan yakni pada bidang pendidikan, kesehatan dan pariwisata.

Dari beberapa hasil wawancara di atas bisa dipahami bahwa kekuatan yang dimiliki oleh kepariwisataan Kota Parepare sangatlah banyak mulai dari aspek pendidikan, kesehatan, maupun pariwisata. Apalagi Parepare ini terkenal dengan kota kelahiran Presiden ke 3 Indonesia yaitu Bapak B.J Habibie di mana Kota Parepare merupakan tanah kelahiran beliau. Kota Parepare sudah menjadi salah satu kota destinasi wisata karena sudah banyak sekali lokasi maupun tempat-tempat wisata yang bisa dikunjungi. Karena lokasi Parepare sangat kecil dibandingkan daerah lain jadi lebih memfokuskan ke destinasi wisata buatan.

b. Kelemahan (*weakness*)

Weakness adalah sebuah kondisi dimana tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis yang menunjukkan adanya kelemahan atau kekurangan. Berikut adalah wawancara dengan seorang pengunjung destinasi wisata tersebut, berikut hasil wawancaranya:

“begini kak, di Parepare itu banyak memang wisatanya yang bagus-bagus dan juga banyak dari luar daerah yang berkunjung kesini apalagi di Taman Mattiro Tasi tapi yang perlu sebenarnya ditingkatkan adalah kesadaran kebersihannya kak, karena banyak orang yang singgah istirahat disana tapi lupa membuang sampahnya sehingga itu sampahnya terbang dan berserakan dimana-mana sehingga mengganggu pemandangan bagi orang yang melihatnya”⁴⁶

Menurut Muhammad Irgi salah satu pengunjung objek wisata, ia

⁴⁶Muhammad Irgi, Siswa Sekolah Menengah Atas, *Wawancara*, di Parepare, 12 November 2022

mengatakan bahwa minimnya kesadaran masyarakat akan kebersihan dan keindahan lingkungan di objek wisata yang ada di Kota Parepare, masyarakat harus lebih bisa meningkatkan kesadarannya akan kebersihan agar destinasi wisata yang ada jumlah pengunjungnya akan tetap bertambah . Salah satu pengunjung objek wisata Lapangan Wisata A. Makassar mengatakan bahwa:

“dulu sebelum adanya corona kondisi lapangan sangat ramai apalagi di samping lapangan ada Monumen Cinta Sejati Habibie-Ainun yang menjadi ciri khas Kota Parepare akan tetapi sekarang sudah mulai sepi karena pedagang kaki lima yang dulunya berjualan kini pindah tempat ada yang pindah ke Anjungan Cempae, Tanggul, ataupun di Taman Mattiro Tasi, fasilitas-fasilitas yang terdapat di objek wisata kadang dirusaki oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab”⁴⁷

Selain itu Muzakkir juga mengatakan bahwa anggaran dalam pengelolaan objek wisata sangat penting karena kebutuhan dana yang cukup besar dalam pengelolaan objek wisata. Berikut ini hasil wawancara dengan Muzakkir salah satu pegawai di Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare:

“sebenarnya banyak sekali potensi wisata yang dimiliki Kota Parepare ini namun dalam pengembangannya harus banyak anggaran yang digunakan, makanya masih banyak yang belum terealisasi karena masalah pendanaan ini dek”⁴⁸

Dari hasil wawancara salah satu pengunjung yaitu Muh. Ridha Fahreza mengatakan bahwa seringkali pengunjung merusak sarana dan prasarana yang telah disediakan di objek wisata tersebut yang artinya masih banyak masyarakat yang tidak bertanggung jawab serta keterbatasan anggaran. Tak hanya itu kesadaran masyarakat akan kebersihan juga kurang karena masih banyak sampah yang ada di setiap destinasi wisata yang ada di Kota Parepare.

⁴⁷Muhammad Ridha Fahreza, Siswa Sekolah Menengah Atas, *Wawancara*, di Parepare, 12 November 2022

⁴⁸Muzakkir AM, Pegawai Negeri Sipil (PNS), *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022

c. Peluang (*opportunity*)

Opportunity merupakan sebuah kesempatan atau peluang yang dimiliki oleh suatu organisasi dalam mengembangkan organisasi tersebut ke arah yang lebih baik. Berikut hasil wawancara dengan Sri Diany yang bekerja sebagai ASN:

“kalau mau dipikir-pikir di Parepare itu sangat banyak sekali mi tempat wisatanya contohnya itu wisata alam, destinasi wisata buatan, wisata pendidikan. Salah satu destinasi yang banyak dikunjungi adalah Lapangan A.Makkasau adalah tempat yang multifungsi dan cocok untuk mengadakan kegiatan-kegiatan besar disana”⁴⁹

Menurut Sri Diany Lapangan A. Makkassau adalah suatu tempat yang mempunyai banyak kegunaan, selain cocok untuk tempat menggelegar festival/event juga kawasan olahraga. Selaras yang dikatakan oleh Bapak Muzakkir, berikut hasil wawancaranya:

“Selain lapangan A. Makkassau juga terdapat Stadion Gelora B.J Habibie yang sekarang sedang populer dan ketika orang dari luar daerah datang untuk menonton sepak bola PSM maka kita akan suguhkan wisata alam atau wisata kuliner kepada supporter yang datang dari daerah lain sehingga hal tersebut bisa dijadikan sebagai promosi pariwisata”⁵⁰

Menurut Bapak Muzakkir bahwa tidak hanya fokus pada destinasi wisata buatan saja melainkan juga akan berfokus pada *Sport Tourism* apabila orang yang datang untuk menonton bola kita bisa menyuguhkan beberapa objek wisata misalnya wisata kuliner atau wisata lainnya yang ada di Parepare.

d. Ancaman (*Threats*)

Threats yang di maksud merupakan sebuah keadaan yang mengancam dari luar, baik berupa tantangan, tekanan dan hambatan. Seperti yang dikatakan

⁴⁹Sri Diany, S.ST Par. MM, Aparatur Sipil Negara, *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022

⁵⁰Muzakkir AM, Pegawai Negeri Sipil (PNS), *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022

oleh Muhammad Irgi salah satu pengunjung objek wisata, berikut hasil wawancaranya:

“Lapangan A. Makkasau ini dulunya adalah kawasan olahraga akan tetapi seiring dengan berjalannya waktu sudah beralih fungsinya jadi tempat wisata. Itu juga Monumen Cinta Sejati tidak perlu ditambahkan atau dikurangi di tempat ini karena jika ramai dengan pengunjung takutnya tempat ini bisa terbengkalai kak saking banyaknya orang dan lama kelamaan akan kurangi penanganannya”⁵¹

Menurut Muhammad Irgi terdapat beberapa kekurangan yang terdapat di Monumen Cinta Sejati. Namun Irgi mengatakan bahwa sudah pas rasanya yang artinya tidak perlu dikurangi ataupun ditambahkan pada tempat ini, ditakutkan adalah pelayanan tempat ini akan lalai saking banyaknya pengunjung jika tidak diperhatikan dengan baik. Selain itu Andi Fardani juga berpendapat bahwa:

“ada beberapa destinasi wisata yang belum optimal contohnya itu Monumen Korban 40.000 Jiwa yang di sekelilingnya banyak nya penjual makanan dan minuman. Bukanmi tempat wisata religi berubahmi menjadi wisata kuliner”⁵²

Menurut Andi Fardani Kawasan Monumen Korban 40.000 Jiwa ini belum dimanfaatkan secara tepat karena tempat ini justru dijadikan sebagai wisata kuliner dikarenakan banyaknya pedagang yang mengelilingi Monumen tersebut, kebanyakan pengunjung yang datang hanya sekedar menjadikan tempat ini sebagai membeli makanan atau minuman, bukan sebagai tempat yang beredukasi.

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas maka dapat diidentifikasi beberapa faktor kunci keberhasilan yang berfungsi untuk lebih memfokuskan strategi

⁵¹Muhammad Irgi, Siswa Sekolah Menengah Atas, *Wawancara*, di Parepare, 12 November 2022

⁵²Andi Fardani Irawati W, ASN (Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif), *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022.

organisasi dalam rangka pencapaian tujuan dan misi organisasi secara efektif dan efisien. Dengan mempertimbangkan strategi-strategi tersebut maka diperoleh beberapa faktor penentu keberhasilan dalam pengelolaan pariwisata melalui beberapa program yaitu:

- a) Program pengembangan destinasi wisata
- b) Program *event* pariwisata dan promosi pariwisata
- c) Program pemasaran pariwisata
- d) Program pembangunan sarana dan prasarana

2. Apa Yang Menjadi Potensi Objek Wisata Di Kota Parepare

Potensi wisata merupakan sesuatu yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik sebuah objek wisata. Kategori potensi wisata yang ada di Kota Parepare yaitu ada dua yakni Potensi Wisata Alam dan Wisata Buatan.

a. Potensi Wisata Alam

Salah satu objek wisata alamyaitu : gunung, danau, sungai laut, pantai, pemandangan alam dan lain-lain. Menurut Muzakkir terdapat beberapa destinasi wisata yang ada di Kota Parepare. Berikut hasil wawancara dengan Muzakkir:

“salah satu wisata alam yang ada di Kota Parepare yaitu, Pantai tonrangeng, Goa Tompangeng, Pantai Lumpue, Kebun Raya Jompie, Gunung Assokang dan masih banyak lagi dan adami juga beberapa yang sudah kulupami dek”⁵³

Menurut Muzakkir terdapat beberapa ojek wisata yang bisa dikunjungi di Kota Parepare ada wisata gunung, wisata pantai, wisata goa kelelawar. Meskipun objek wisata alam di Kota Parepare belum terlalu bagus sehingga hanya sedikit pengunjung yang datang. Beberapa permasalahan misalnya daya tarik objek wisata belum maksimal untuk meningkatkan jumlah wisatawan, promosi dan

⁵³Muzakkir AM, Pegawai Negeri Sipil (PNS), *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022

pemasaran produk wisata belum maksimal.

b. Potensi Wisata Buatan

Wisata buatan terus menjadi fokus utama pemerintah dalam mengembangkan pariwisata di perkotaan. Wisata buatan kemudian juga semakin berkembang, namun sebagian besar tetap dijalankan oleh masyarakat. Menurut Muh Ridha sangat banyak destinasi wisata buatan yang ada di Parepare dan sekarang sangat ramai dengan pengunjung. Berikut hasil wawancaranya:

“salah satu wisata yang sekarang banyak di kunjungi itu Anjungan Cempae yang dulunya tempat itu hanya tempat pelelangan ikan akan tetapi sekarang sudah menjadi destinasi wisata yang banyak sekali dikunjungi terutama orang tua dan anak-anaknya dan paling ramai sekali itu kalau malam minggu”⁵⁴

Menurut Muh Ridha salah satu objek destinasi wisata buatan yang memiliki banyak pengunjung yaitu Anjungan Cempae dan bukan hanya masyarakat Kota Parepare saja yang datang kesana melainkan juga banyak dari daerah-daerah lain yang berbatasan dengan Parepare.

3. Faktor Hambatan Dalam Mengelola Objek Wisata Kota Parepare.

Pengelolaan destinasi wisata memang tidak lepas dari faktor penghambat. Masalah yang menyebabkan kurangnya daya tarik tempat wisata yang ada adalah tidak dikelola dengan cukup baik oleh pemerintah terkait dan komponen sarana dan prasarana yang sebelumnya berfungsi sebagai daya dukung pengembangan pariwisata tidak tertata dengan baik. Tempat wisata di daerah ini. Seperti yang dipaparkan oleh Sri Diany dalam wawancaranya yaitu:

“hal yang sebenarnya jadi penghambat pengelolaan objek wisata itu karena masih kurang sekali sarana dan prasarana pendukung di setiap objek wisata

⁵⁴Muhammad Ridha Fahreza, Siswa Sekolah Menengah Atas, *Wawancara*, di Parepare, 12 November 2022

terutama di destinasi wisata alam yang masih sangat kurang”⁵⁵

Menurut Sri Diany, kurangnya fasilitas serta pengelolaan potensi wisata masih belum sepenuhnya maksimal. Hal ini karena tidak ada dana yang dialokasikan untuk pengembangan industri pariwisata. Sementara itu, menurut Muzakkiri, sumber daya manusia menjadi faktor penghambat pengelolaan destinasi wisata. Berikut hasil wawancara dengan Muzakkir:

“kalau menurut saya dek yang paling menghambat kita disini untuk mengelola destinasi wisata adalah sumber daya manusia dan masyarakat masih kurang pengetahuannya mengenai wisata”⁵⁶

Dari beberapa hasil wawancara dengan narasumber yakni yang menjadi salah satu penghambat pengelolaan objek wisata adalah fasilitas sarana dan prasarana yang kurang memadai sehingga kesulitan untuk mengembangkan destinasi wisata serta sumber daya manusia yang menjadi faktor penghambat karena minimnya pengetahuan tentang pengelolaan destinasi wisata.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengelola Potensi Objek Wisata Di Kota Parepare

Strategi dapat dikaji dalam pengambilan keputusan yakni matrik *strenght*, *weakness*, *opportunity*, *Treats*. Analisis SWOT memberikan instansi pemerintah sebuah strategi yang efektif dalam mencapai tujuan berdasarkan berbagai aspek eksternal dan internal. Strategi-strategi ini bukan hanya ditujukan untuk mencari keuntungan, tetapi juga dapat digunakan oleh organisasi nirlaba dan lembaga pemerintah. Analisis SWOT juga berguna dalam rencana pemasaran ketika Anda ingin menargetkan sasaran pemasaran yang tepat. Dalam hal ini, lembaga pemerintah harus

⁵⁵Sri Diany, S.ST Par. MM, Aparatur Sipil Negara, *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022

⁵⁶Muzakkir AM, Pegawai Negeri Sipil (PNS), *Wawancara*, di Parepare, 11 November 2022

mempertimbangkan hal-hal seperti modal, demografi pelanggan, lembaga pemerintah, serta struktur dan sumber daya bisnis. Instansi pemerintah dan perusahaan yang ingin bertahan harus mampu beradaptasi dengan perubahan tren, persaingan, kondisi ekonomi dan faktor sosial lainnya.⁵⁷

Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk mengetahui segala kekuatan dan kelemahan yang dapat diketahui sehingga diperoleh gambaran perkembangan pariwisata di Kota Parepare berdasarkan peluang yang ada. Dengan bantuan analisis SWOT, organisasi diharapkan dapat secara akurat menyeimbangkan kondisi internal dengan kekuatan, kelemahan dan peluang serta ancaman dari lingkungan eksternal.⁵⁸

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan sebuah kondisi yang menunjukkan keadaan internal suatu organisasi yang menunjukkan kualitas yang baik, yaitu kekuatan untuk mencapai tujuan tertentu mengenai kekuatan pariwisata di Kota Parepare. Kota Parepare layak menjadi tujuan wisata, karena banyak terdapat tempat atau objek wisata. Misalkan salah satu objek wisata utamanya merupakan Monumen Cinta Sejati Habibie-Ainun, ada Lapangan A. Makkasau, Pantai Paputo, Kebun Raya Jompie dan masih banyak lagi.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan dalam lembaga, organisasi, proyek atau konsep bisnis yaitu kelemahan dalam menganalisis, disebabkan oleh tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, yakni beberapa faktor yang merugikan bagi

⁵⁷Siti Farida, "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Pengembangan Wisata Premium Dan Dampaknya Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Labuan Bajo", (Skripsi Sarjana; Program Studi Ilmu Pemerintahan: Mataram, 2021) h.19

⁵⁸Tri Amriani Amanda, "Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kota Parepare Oleh Dinas Olahraga Pemuda Dan Pariwisata Kota Parepare", (Skripsi Sarjana; Program Studi Administrasi Publik: Makassar,2020)

pengembangan objek wisata . Sebagian besar potensi wisata alam yang ada di kawasan Bacukiki belum banyak terjamah dan dikelola. Pemerintah kini lebih fokus pada pengembangan destinasi wisata di perkotaan. Investor di Parepare juga masih minim (masih menunggu investor datang dengan persetujuan pemerintah) karena APBD masih terkonsentrasi di perkotaan.

c. Peluang (*opportunities*)

Dengan meningkatkan kualitas pemahaman masyarakat setempat dengan dilakukannya pelatihan maka akan mengembangkan manajemen pengelolaan objek wisata dalam mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan pada objek wisata di Kota Parepare. Dengan adanya sumber daya manusia dengan mempunyai standar pendidikan yang diharapkan bisa bekerja secara optimal dalam manajemen objek wisata di Kota Parepare.

d. Ancaman (*Threats*)

Kejadian alam yang mengancam kawasan destinasi yaitu musim hujan yang dapat memperberat lalu lintas jalan dan longsor. Kejadian yang tidak diketahui yang merugikan masyarakat sekitar, pemerintah dan pihak lain dengan pengaruh yang cukup menimbulkan kekhawatiran bagi pengunjung atau masyarakat sekitar. Destinasi wisata merupakan segala sesuatu yang dapat dilihat dan dinikmati serta meninggalkan kesan tersendiri, serta didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai.⁵⁹

Dalam pengembangan bidang pariwisata, Dinas Olahraga Pemuda dan Pariwisata Kota Parepare memiliki bidang pengembangan pariwisata, yaitu bidang

⁵⁹Pusfita Vovi Anjela, *Pengembangan Objek wisata alam air terjun timbulun di kanagarian painan kecamatan IV Jurai kabupaten pesisir selatan*, 2014.

destinasi wisata dan bidang pemasaran dan promosi wisata, berikut strategi yang digunakan dalam mengembangkan pariwisata yang tertuang dalam beberapa program sebagai berikut :

a. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata

Berikut program pengembangan destinasi pariwisata yang tertuang dalam kegiatan sebagai berikut:

- 1) Pemilihan duta pariwisata
- 2) Promosi pariwisata tingkat nasional dan partisipatif
- 3) Festival Lovely Habibi Ainun
- 4) Festival budaya di Tonrangeng River Side (TRS)
- 5) Pengelolaan website pariwisata
- 6) Pelaksanaan event lokal di alun-alun Lapangan A. Makkasau Parepare
- 7) Pelaksanaan event lokal di TRS dan Taman mattirotasi
- 8) Promosi pariwisata budaya pada penjemputan tamu-tamu daerah
- 9) Pengelolaan event di Tingkat Kecamatan
- 10) Promosi pariwisata tingkat regional inisiatif

b. Program Promosi Pariwisata dan Event Pariwisata

Berikut program promosi pariwisata dan event pariwisata yang tertuang dalam kegiatan:

- 1) Penataan objek wisata di Tonrangeng River Side
- 2) Penataan panggung wisata di Watang Bacukiki
- 3) Salo Karajae River Tour
- 4) Pengembangan Goa Tompangnge

- 5) Penyediaan Dermaga Jetty dan perahu wisata
- 6) Pengadaan Perahu Katamarang
- 7) Penataan destinasi Salo Karajae
- 8) Pengembangan wisata bahari (pengadaan perahu wisata)
- 9) Penataan Kampung Wisata Watang Bacukiki
- 10) Penataan kawasan destinasi wisata ilmu pengetahuan dan teknologi
- 11) Penataan kawasan wisata urban kilometer nol parepare

c. Program Pembangunan Sarana dan Prasarana Kepariwisata

Berikut program pembangunan sarana dan prasarana kepariwisataan yang tertuang dalam kegiatan:

- 1) Penyediaan fasilitas sarana tempat cinderamata khas Parepare
- 2) Penataan tribun panggung pertunjukan
- 3) Pengadaan lighting dan sound system pertunjukan
- 4) Pengadaan sepeda wisata 5 dimensi
- 5) Pembuatan Posko SAR dan Objek Wisata
- 6) Pembangunan toilet umum pada objek wisata Taman Mattirotasi
- 7) Pembuatan Peta Lokasi Objek wisata
- 8) Pembangunan Gedung Kesenian
- 9) Pembangunan museum Kota parepare
- 10) Pembangunan objek wisata Pantai Lumpue
- 11) Penataan Taman La Mario
- 12) Penataan Lapangan wisata Watang Bacukiki
- 13) Pengadaan Marka / Papan Petunjuk Daya tarik wisata
- 14) Pengembangan objek pariwisata unggulan

- 15) Fasilitasi Salo KarajaE River Tour
- 16) Workshop pemanduan wisata alam Hutan Jompie
- 17) Workshop pemanduan wisata Snorkeling dan Diving Tonrangeng
- 18) Pembuatan RIPOW KSPD I-VI Kota Parepare
- 19) Pembuatan jalan pedestrian wisata dari situs Batukikie ke Assokkang Matuan
- 20) Pembuatan jalan pedestrian dari Pesantren Albadar ke Gua Tompangnge
- 21) Pengadaan sarana pertunjukan pariwisata
- 22) Pengadaan perahu wisata
- 23) Workshop pengembangan daya tarik wisata
- 24) Sosialisasi sadar wisata dan sapta pesona wisata
- 25) Studi banding peningkatan SDM Pengelolaan Manajemen Pariwisata
- 26) Peningkatan kualitas sarana pertunjukan kesenian.

d. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Berikut program pengembangan pemasaran pariwisata Dinas Olahraga Pemuda dan Pariwisata yang dituangkan dalam kegiatan :

- 1) Penerbitan data base statistic pariwisata Kota Parepare 2019-2023
- 2) Pengelolaan TIC
- 3) Pengadaan media promosi
- 4) Branding Pariwisata Kota Parepare di Bandara SHIAM Makassar
- 5) Pengadaan sarana promosi pariwisata
- 6) Studi wawasan di Kota Seribu Event
- 7) Sayembara Branding Tourim Kota Parepare (Logo Pariwisata Daerah)
- 8) Pengadaan bus pariwisata

- 9) Parepare Wisata Expo
- 10) Perayaan nikah massa
- 11) Seleksi dan pengiriman duta Kota Parepare ke Tingkat Provinsi dan Nasional
- 12) Pengadaan/perawatan ruang informasi pariwisata daerah
- 13) Pengadaan rempong kuliner
- 14) Pengadaan toilet umum untuk pelaksanaan event

2. Potensi Objek Wisata Di Kota Parepare

Tempat wisata di kawasan Parepare sangat bermacam-macam mulai dari wisata alam hingga wisata buatan dan wisata spesialis. Wisatawan yang telah berkunjung ke Kota Parepare tidak dapat memungkiri keberadaan destinasi wisata karena terdapat pemandangan alam yang cantik dan eksotik, akan tetapi sampai saat ini pengembangan tempat wisata alam bermasalah. Kendala tersebut antara lain daya tarik destinasi wisata yang belum maksimal untuk mengembangkan jumlah wisatawan, iklan dan pemasaran produk wisata yang belum optimal, pengembangan produk wisata yang stagnan, penyediaan pelayanan dan infrastruktur pariwisata tujuan tidak mencukupi dan keberlanjutan untuk setiap tujuan tidak mencukupi.

Tempat wisata alam yang dapat dikembangkan dengan mempertimbangkan informasi sekunder yang diperoleh dan mengacu pada skala keunikan destinasi wisata. Parepare merupakan kota dengan banyak destinasi dan tempat wisata. Selain itu, gabungan antara panorama alam wisata perkotaan dan keunikan budaya membuat Parepare menjadi daerah yang banyak dikunjungi wisatawan:

No	Jenis Wisata	Nama Objek
----	--------------	------------

1	Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> a. Gunung Assokang b. Gunung Teletubies c. Kebun Raya Jompie d. Pantai Lumpue e. Goa Tompangeng f. Pantai Tonrangeng
2	Wisata Buatan	<ul style="list-style-type: none"> a. Bendungan Lappa Anging b. Taman Mattiro Tasi c. Tonrangeng River Side d. Tugu Adipura Parepare e. Taman Syariah f. Monument Cinta Habibie-Ainun g. Anjungan Cempae
3	Wisata Budaya Cagar Alam	<ul style="list-style-type: none"> a. Kampung Wisata Watang Bacukiki b. Kuburan Datu, Makam 132 c. Tradisi Taulotang d. Sejarah Batu Maringkik Watang Bacukiki
4	Wisata Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> a. Pasar Kuliner b. Café D'carlos

		c. Warkop Teras Empang
5	Wisata Belanja	a. Pasar Senggol b. Pasar Lakessi c. Pasar Sumpang d. Pasar Labukkang
6	Wisata Religi	a. Masjid Agung b. Taman Syariah c. Masjid Raya d. Masjid Terapung
7	Wisata Sejarah	a. Taman Monument Pahlawan 40.000 Jiwa b. Wt. Bacukiki Monument Pahlawan Korban 40.000 Jiwa
8	Wisata Pendidikan	a. Konservasi Kebun Raya Jompie b. Museum Sejarah Lanbangege c. Museum Sejarah Gandaria

Sumber: Statistik Pariwisata Kota Parepare 2011-2017

Di beberapa daerah tujuan wisata jenis-jenis tempat wisata yang unik agar menarik wisatawan untuk jalan-jalan, mengidentifikasi jenis-jenis objek wisata yang dapat dikembangkan serta mengembangkan fasilitas yang mendukung kegiatan wisata tersebut, yaitu:

1. Perjalanan ke hubungan bisnis penting (perjalanan bisnis)

Jenis pariwisata ini menyoroti peluang yang diambil oleh para pelancong rekreasi ini sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai tujuan wisata dan jenis pariwisata lainnya.

2. Wisata Rekreasi (tujuan rekreasi)

Wisata jenis ini dilakukan oleh masyarakat yang ingin memanfaatkan liburannya untuk beristirahat, memulihkan keadaan jasmani dan rohani, sehingga menghilangkan penat dan penat.

3. Wisata olahraga (*sport tourism*)

Destinasi wisata ini untuk tujuan olahraga, menarik penonton dan atlet ke olahraga itu sendiri dan mereka yang ingin mempraktikkannya sendiri.

4. Wisata Budaya

Jenis pariwisata ini dicirikan oleh beberapa motif, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pendidikan dan penelitian, adat istiadat, mempelajari cara hidup orang di negara lain, dll.

5. Perjalanan untuk menikmati perjalanan (*leisure travel*)

Orang-orang yang terlibat dalam jenis wisata ini meninggalkan rumahnya untuk berlibur, menghirup udara segar, bersantai, menikmati keindahan alam, menikmati cerita rakyat setempat, hiburan, dll.⁶⁰

3. Faktor Hambatan Dalam Mengelola Objek Wisata Kota Parepare

Beberapa negara berkembang di seluruh dunia menaruh perhatian pada pengembangan dan promosi pariwisata, dengan harapan dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi negara. Meningkatkan jumlah wisatawan dengan berbagai cara dan dengan masa tinggal yang lebih lama, sehingga beban devisa negara juga

⁶⁰Soekadijo, Anatomi Pariwisata: *Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Linkage*, (Bandung: Angkasa, 2005) h.22

semakin tinggi. Namun hal ini sama sekali tidak mudah, karena harus menghadapi masalah yang dianggap klasik. Pembatasan atau masalah pariwisata di negara berkembang adalah:

- a. Rendahnya volume dan nilai investasi diakibatkan oleh aturan dan kebijakan yang tumpang tindih dan tidak sejalan serta kurangnya koordinasi antar orang yang berkepentingan, yang tidak sepenuhnya mendukung kemudahan proses investasi baik di luar negeri maupun di dalam negeri.
- b. Prasarana dan sarana tempat wisata belum memadai, karena masih banyak pekerjaan pembangunan yang diperlukan di tempat-tempat yang menjadi prioritas sektor lain di luar pariwisata.
- c. Kualitas pelayanan yang buruk diakibatkan oleh SDM yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan yang tidak memenuhi persyaratan keterampilan bekerja di industri pariwisata dengan kata lain, kurikulum yang tidak didasarkan pada keterampilan kerja.
- d. Keterlibatan pelaku ekonomi masih belum optimal sehingga wisatawan belum dapat merasa nyaman dan puas seperti yang diharapkan.
- e. Masalah lingkungan dan keamanan yang tidak didukung dapat berdampak negatif terhadap perkembangan pariwisata negara.
- f. Koordinasi antar pelaku lemah karena masing-masing industri masih menganggap industrinya sendiri sebagai yang terpenting, sehingga terjadi "industrialisasi".

- g. Persaingan antar negara tujuan wisata baik regional maupun internasional.
- h. Peran masyarakat dirasa masih kurang karena sebagian masyarakat masih beranggapan bahwa perkembangan pariwisata dapat menimbulkan kegiatan yang berdampak negatif seperti maksiat, asusila dan lain-lain.⁶¹



⁶¹Ainun Putri Sakinah, “Potensi Objek Wisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Kabupaten Gowa”, (Skripsi Sarjana; Program Studi Ekonomi Pembangunan: Makassar, 2020)

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Berdasarkan analisis strategi Dinas Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata di Kota Parepare yakni menggunakan Analisis SWOT hasil analisis SWOT di atas maka dapat diidentifikasi beberapa faktor kunci keberhasilan yang berfungsi untuk lebih memfokuskan strategi organisasi dalam rangka pencapaian tujuan dan misi organisasi secara efektif dan efisien. Dengan mempertimbangkan strategi-strategi tersebut maka diperoleh beberapa faktor penentu keberhasilan dalam pengelolaan pariwisata melalui beberapa program yaitu: Program pengembangan destinasi wisata, Program *event* pariwisata dan promosi pariwisata, Program pemasaran pariwisata. Program pembangunan sarana dan prasarana
2. Potensi wisata merupakan salah satu objek yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik sebuah objek wisata. Kategori potensi wisata yang ada di Kota Parepare yakni ada dua yakni Potensi Wisata Alam dan Wisata Buatan.
3. Faktor penghambat, yaitu menjadi penghalang serta pembangunan dan pengembangan pariwisata tersebut: a) Sarana dan prasarana adalah salah satu faktor yang menjadi kendala dalam pengembangan pariwisata jika sarana dan prasarana di daerah tersebut belum memadai. b) Sumber daya manusia. c) Aksesibilitas, adalah angkutan menuju obyek wisata dan kondisi jalan sangat erat kaitannya dengan keterjangkauan untuk mencapai lokasi obyek wisata.

B. Saran

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengkaji penelitian ini dengan fokus yang berbeda serta inovasi baru dalam kehidupan terutama di lingkup pariwisata.



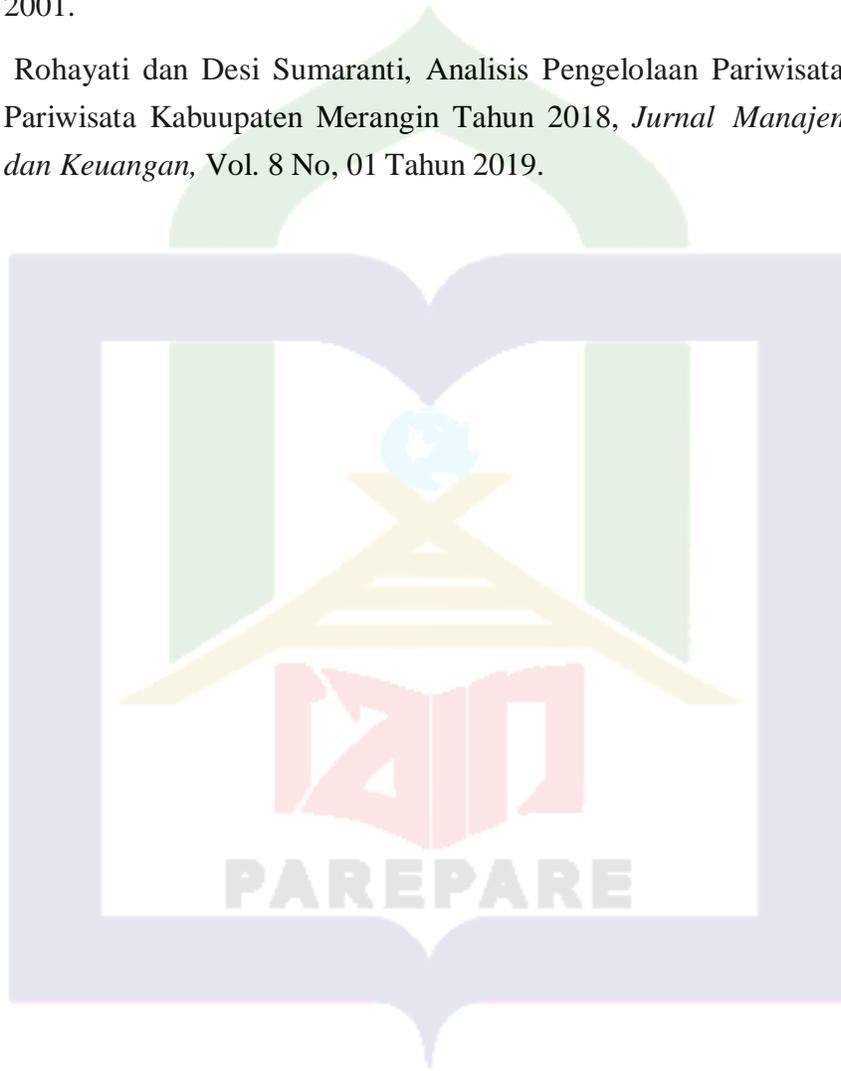
DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

- Achmad Afandi, Sunarti, dan Luchman Hakim, Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Buhari Pulau Gili Noko Kabupaten Gresik (Studi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan olahraga Kabupaten Gresik), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 1 Tahun 2017,
- Agus Suryono, *Pengantar Teori Pembangunan Kabupaten Malang*, 2004. Basrowi Suandi, *Memahami Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rineka Indah, 2008).
- Anjela, Pusfita Vovi. *Pengembangan Objek Wisata Alam Air Terjun Timbulun Di Kanagarian Painan Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan*, 2014.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Management*. Jakarta: Raja Grafindo Prasada, 2013.
- David, Free R. *Managemen Strategi dan Konsep*. Jakakarta: Perhalindo, 2002.
- Depertemen Agama, *Al-quran dan Terjemahnya* (Cet. X; Bandung: Diponegoro, 2010).
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000).
- Freddy, Rangkuti. *Analisis SWOT Teknik Prmbrda Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2014.
- Glueek, William. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga, 1988.
- Helln Angga Devi dan R.B. Soemanto, Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar, *Jurnal Sosiologi DILEMA*, Vol. 32, No. 1 Tahun 2017.
- https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota_Parepare (Diakses pada tanggal 17 juni 2021) Pukul 22:41.
- Hutapea. "Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Muara Kabupaten Tapanuli Utara Provinsi Sumatera Utara " (*Skripsi Sarjana*; Ilmu Pemerintahan: Universitas Riau). (2017).

- Ismayanti, *Pengantar Pariwisata* (Jakarta: Grasindo, 2010).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (Kencana).
- Mappagala, Akbar B. “Penataan Ruang Kawasan Tepi Pantai Mattirotasi Dalam Menunjang Kepariwisata Di Kota Parepare” (*Skripsi Thesis*; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Alauddin Makassar). (2017).
- Mappi, Pradikta Nasution *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung, 2003.
- Muhammad Kamal Zubair, dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare 2020*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020)
- Oktasilva, Andri. “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tanah Toraja” (*Skripsi Sarjana*: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik). (2017).
- Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*, Bab I (Ketentuan Umum) Pasal 1
- Rotua Kristin SImamora dan Rudi Salam Sinaga, Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara, *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, Vol 4, No. 1 Tahun 2016.
- Sakinah, Ainun Putri. 2020. “Potensi Objek Wisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Kabupaten Gowa”. Skripsi Sarjana; Program Studi Ekonomi Pembangunan: Makassar.
- Sanafiah Faizal, *Format-format Penelitian Sosial* (Cet. V; Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 200).
- Saputra, Aldian Anggi. “Analisis Strategi Dinas Pariwisata Provisi Riau” (*Skripsi Thesis*;UIN Sultan Syarif Kasim Riau). (2020).
- Sari, Mei. “Pengembangan Wisata Halal Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat Dalam Meningkatkan Perekonomian Dareah” (*Jurnal*, Vol. 2). (2022).
- Soekadijo. *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Linkage*. Bandung: Angkasa, 2005

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1 Jakarta: GemaInsani, 2001.
- Wahyu Rohayati dan Desi Sumaranti, Analisis Pengelolaan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Merangin Tahun 2018, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 8 No, 01 Tahun 2019.





	<p style="text-align: center;">KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p>
<p style="text-align: center;">VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p>	

NAMA MAHASISWA : MUH. REZA ANUGRAH
 NIM : 18.93202. 013
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : PARIWISATA SYARIAH
 JUDUL : STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM
 PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN DI KOTA
 PAREPARE

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana potensi pariwisata di Kota Parepare?
2. Apa strategi dinas pariwisata dalam pengelolaan kepariwisataan di Kota Parepare?
3. Apa kelebihan objek wisata di Kota Parepare dengan daerah di sekitarnya?
4. Berapa objek wisata yang dimiliki Kota Parepare? Baik yang dikelola pemerintah maupun oleh masyarakat?
5. Dari banyaknya objek wisata yang berada di Kota Parepare wisata mana yang merupakan wisata unggulan di Kota Parepare?
6. Program apa yang telah dirancang dalam upaya strategi pemasaran pariwisata Kota Parepare?

7. Bagaimana cara Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi pariwisata?
8. Bagaimana Strategi Dinas Pariwisata dalam mengelola potensi objek wisata Kota Parepare
9. Aspek apa yang menjadikan potensi wisata di Kota Parepare?
10. Apa faktor yang menjadikan hambatan/kendala dalam mengelola objek wisata Kota Parepare?

Parepare, 09 November 2022

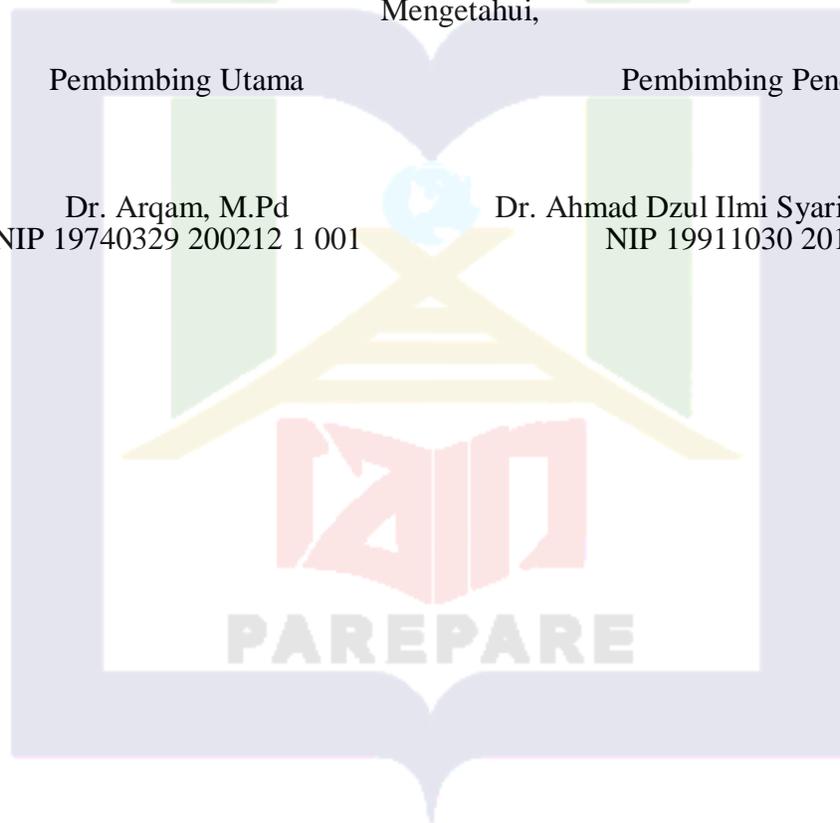
Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Arqam, M.Pd
NIP 19740329 200212 1 001

Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M
NIP 19911030 201903 1006





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

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.4867/In.39.8/PP.00.9/010/2022
Lampiran : -
Hal : 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 : MUH REZA ANUGRAH
Tempat/ Tgl. Lahir : TARAWEANG, 20 MEI 1999
NIM : 18.93.202.013
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PARIWISATA SYARIAH
Semester : IX (SEMBILAN)
Alamat : DUSUN POLEWALI, KELURAHAN WANIO, KECAMATAN
PANCA LAUTANG, KABUPATEN SIDENRENG
RAPPANG

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

STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Oktober sampai selesai. Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Parepare, 11 Oktober 2022

Dekan,



Muztalifah Muhammadun

SRN IP000771



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 771/IP/DPM-PTSP/10/2022

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 Pendelegasian 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 :

MENGIZINKAN

KEPADA NAMA : **MUH. REZA ANUGRAH**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **PARIWISATA SYARIAH**

ALAMAT : **DUSUN POLEWALI, KAB. SIDRAP**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **25 Oktober 2022 s.d 25 November 2022**

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 : **19 Oktober 2022**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pangkat : **Pembina (IV/a)**
NIP : **19741013 200604 2 019**

Biaya : Rp. 0.00

- UJITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan BSR-E
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik



KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan data/penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati Ketentuan Peraturan Perundang -undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasil penelitian kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare) dalam bentuk Softcopy (PDF) yang dikirim melalui email : litbangbappedaparepare@gmail.com.
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Lembar Kedua Izin Penelitian

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhammad Irgy

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 17

Pekerjaan : Siswa

Tingkat Pendidikan : SMA

Alamat : Jln - Sudirman

Menerangkan bahwa

Nama : Muh. Reza Anugrah

NIM : 18.93202.013

Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Pariwisata Syariah

: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Menerangkan bahwa telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisata Di Kota Parepre"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan semestinya.

Parepare,
Yang Bersangkutan

()

Muhammad Irgy

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muh. Ridha Fahrezi

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 17

Pekerjaan : Siswa

Tingkat Pendidikan : SMA

Alamat : Jln. Andi Dewang

Menerangkan bahwa

Nama : Muh. Reza Anugrah

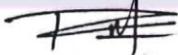
NIM : 18.93202.013

Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Pariwisata Syariah
: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Menerangkan bahwa telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisata Di Kota Parepre"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan semestinya.

Parepare,
Yang Bersangkutan


(Muh. Ridha F.)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

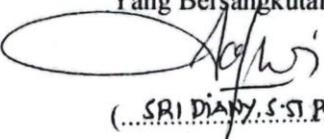
Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : SRI DIANY, S.ST.PAR.MM
Jenis Kelamin : WANITA
Umur : 45 TAHUN
Pekerjaan : ASN.
Tingkat Pendidikan : STRATA 2.
Alamat : Perumahan Orchid Residence A12.
Menerangkan bahwa
Nama : Muh. Reza Anugrah
NIM : 18.93202.013
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Pariwisata Syariah
: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Menerangkan bahwa telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisataannya Di Kota Parepre"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan semestinya.

Parepare,
Yang Bersangkutan


(...SRI DIANY, S.ST.PAR, MM)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ardi Farhani Irawati W
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 36 Tahun
Pekerjaan : ASN (Aduyama Kepariwisata & Ekonomi Kreatif)
Tingkat Pendidikan : S1
Alamat : Kelapa Gading Residence B/S

Menerangkan bahwa

Nama : Muh. Reza Anugrah
NIM : 18.93202.013
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Pariwisata Syariah
: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Menerangkan bahwa telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisata Di Kota Parepre"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan semestinya.

Parepare,
Yang Bersangkutan


(.....A. Fardani.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Mujahid AM.SS

Jenis Kelamin : Pria

Umur : 38

Pekerjaan : PNS

Tingkat Pendidikan : S1

Alamat : Jl. Beringin

Menerangkan bahwa

Nama : Muh. Reza Anugrah

NIM : 18.93202.013

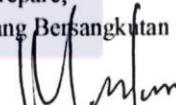
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Pariwisata Syariah

: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Menerangkan bahwa telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisata Di Kota Parepre"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan semestinya.

Parepare,
Yang Bersangkutan

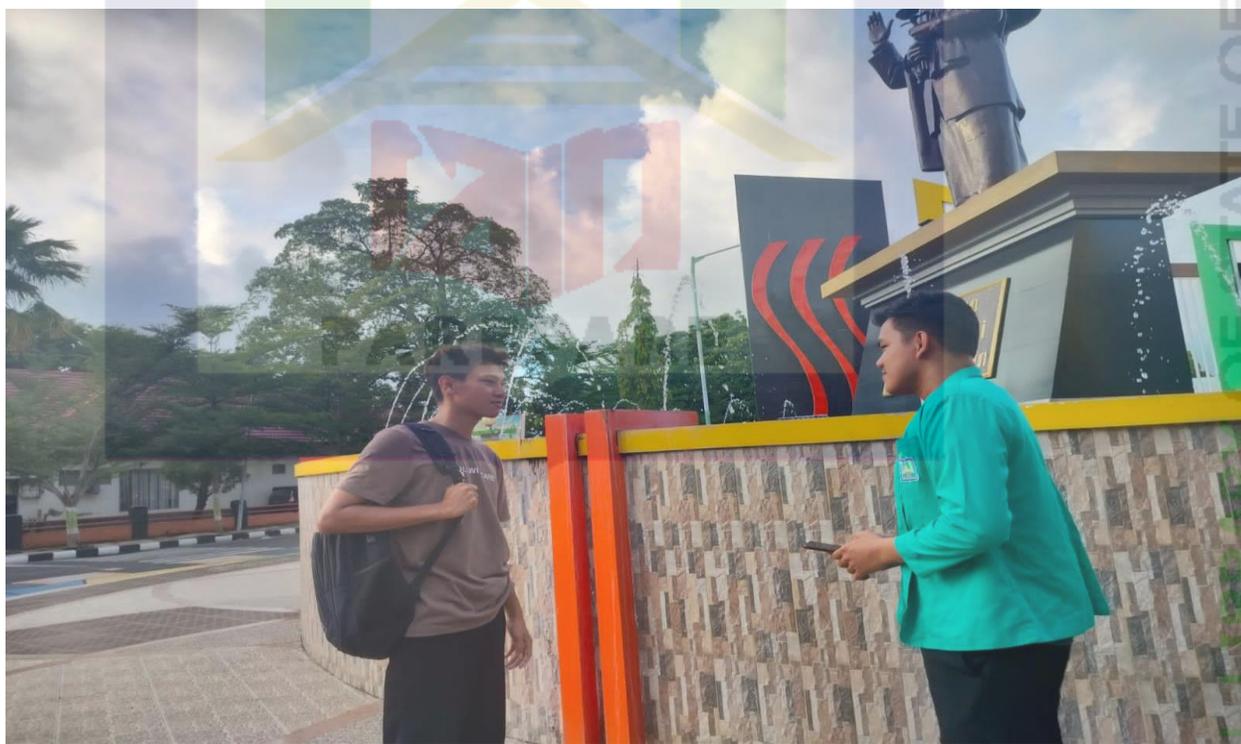


(Mujahid AM.SS)

DOKUMENTASI







BIODATA PENULIS



MUH REZA ANUGRAH, lahir di Pangkajene Kepulauan pada tanggal 20 September 1999, yang merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dengan ayah Najamuddin dan ibu Muslimah Hafid. Penulis mulai masuk pendidikan formal di SD Negeri 1 Wanio 2005-2011, dan melanjutkan Sekolah Tingkat Pertama di Madrasah Tsanawiyah (MTS) DDI Wanio pada tahun 2011-2014, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Akhir di SMAN 1 PANCA LAUTANG pada tahun 2014-2017. Kemudian pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan kejenjang perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri Parepare, mengambil program studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis pernah melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Barru dan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Mario, Kecamatan Kulo, Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengelolaan Kepariwisata Di Kota Parepare”.

Phone : 085931256168, Email : muhr8112@gmail.com