

SKRIPSI

**BRANDING EKOWISATA KARST SEBAGAI STRATEGI PEMERINTAH
DALAM MENINGKATKAN WISATAWAN DI KABUPATEN MAROS**

Disusun dan diusulkan oleh :

NURPADILLANG

Nomor Stambuk : 105640167312



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Branding Ekowisata Karst Sebagai Strategi
Pemerintah dalam Meningkatkan Wisatawan Di
Kabupaten Maros

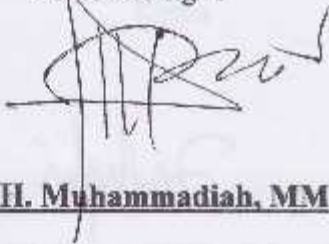
Nama Mahasiswa : Nurpadillang

Nomor Stambuk : 105640167312

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

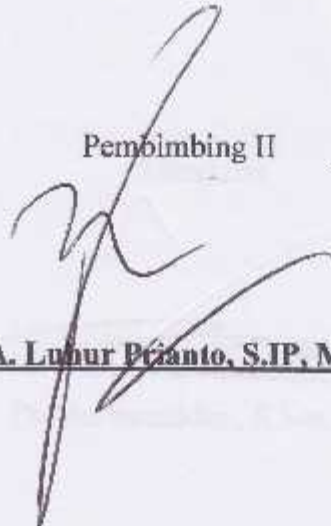
Menyetujui.

Pembimbing I



Dr. H. Muhammadiyah, MM

Pembimbing II



A. Luhur Prianto, S.IP, M.Si

Mengetahui

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Unismuh Makassar



Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si

Ketua Jurusan

Ilmu Pemerintahan



A. Luhur Prianto, S.IP, M.Si

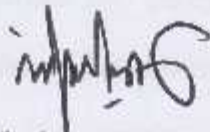
PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh TIM penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan Surat keputusan / undangan menguji Skripsi Dekan fisipol Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor : 1773/FSP/A.1-VIII/XII/39/2017 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dalam program study Ilmu Pemerintahan di Makassar pada hari Rabu 27 Desember Tahun 2017.

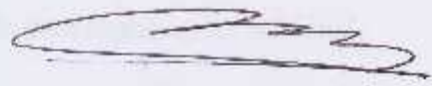
TIM PENILAI

Ketua

Sekretaris



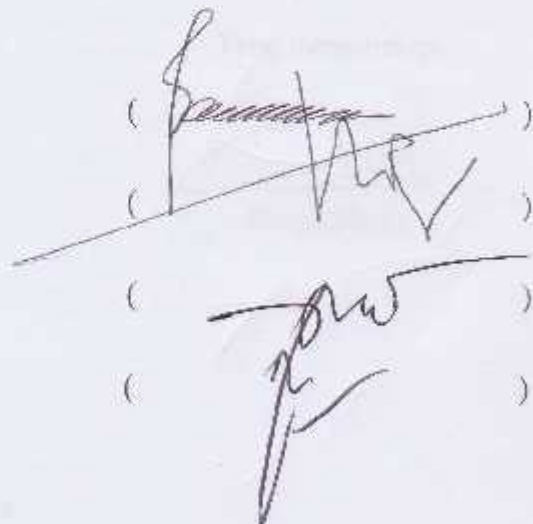
Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si



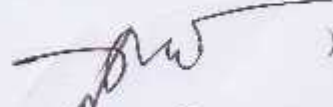



Dr. Burhanuddin, S.Sos, M. Si

Penguji:

1. Dr. H. Lukman Hakim, M.Si
2. Dra. Hj. St. Nurmacta, MM
3. Dr. H. Amir Muhiddin, M.Si
4. A. Luhur Prianto, S.IP, M.Si



()
()
()
()

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Nurpadillang

Nomor Stambuk : 105640167312

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain atau telah ditulis dan dipublikasikan orang lain atau melakukan plagiat. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku, sekalipun itu pencabutan gelar akademik.

Makassar, 5 Oktober 2016

Yang menyatakan,

Nurpadillang

ABSTRAK

NURPADILLANG. 2017. *Branding Ekowisata Karst Sebagai Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Wisatawan Di Kabupaten Maros* (dibimbing oleh H. Muhammadiyah, dan A. Luhur Prianto)

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bertujuan untuk bagaimana strategi serta upaya-upaya pemerintah dalam meningkatkan kunjungan kawasan wisata Karst Kabupaen Maros.

Informan penelitian seluruhnya berjumlah sembilan orang yaitu berasal dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros, Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung, pengelola pariwisata, pengunjung pariwisata dan tokoh masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif serta penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi dilapangan dengan tujuan memperoleh data yang valid yaitu wawancara langsung di lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemerintah dalam meningkatkan wisatawan di Kabupaten Maros meliputi (a). Aksesibilitas sebagai bentuk pemerintah Kabupaten Maros dalam menyediakan sarana publik yang meliputi jalan, jembatan agar wisatawan lebih mudah untuk mengunjungi wisata sebagai bentuk kenyamanan ketika berwisata, (b). Fasilitas dapat diartikan yaitu suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola wisata kawasan Karst Maros untuk kebutuhan wisatawan seperti mushollah, toilet, tempat bersantai atau peristirahatan bagi pengunjung (c). Daya tarik yaitu sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Berdasarkan Hasil Penelitian Ini, Menunjukkan bahwa strategi pemerintah lebih dominan ke fasilitas hal ini di tunjukkan dengan adanya seperti mushollah, toilet, tempat bersantai atau peristirahatan bagi pengunjung, tempat sampah dan rumah informasi yang layak.

Upaya pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisata Karst Maros yang meliputi (a). Website, yaitu kmpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks. (b). Media sosial ialah sarana dalam media online untuk bersosialisasi yang berbasis internet. (c) Brosur merupakan suatu alat untuk promosi barang atau jasa yang terbuat dari kertas yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi. penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pemerintah yang lebih dominan dalam meningkatkan kunjungan wisata di Kabupaten Maros yaitu melalui media sosial karena sebagian masyarakat aktif menggunakan media sosial seperti instagram dan media sosial lainnya.

Kata Kunci : Ekowisata, Strategi Pemerintah, Kawasan Karst

KATA PENGANTAR



Allah maha Pengasih dan Penyayang, demikian kata untuk mewakili atas segala karunia dan nikmat-Nya. Jiwa ini tidak akan berhenti bertahmid atas karunia yang di berikan pada setiap detik waktu, denyut jantung, gerak langkah, serta rasa dan rasio pada_Mu Sang Khalik. Skripsi ini adalah setitik dari sederetan berkah-Mu.

Setiap insan dalam berkarya selalu mencari kesempurnaan, tetapi terkadang kesempurnaan itu terasa jauh dari kehidupan seseorang. Kesempurnaan bagaikan fatamorgana yang semakin dikejar semakin menghilang dari pandangan, bagai pelangi yang terlihat indah dari kejauhan, tetapi menghilang ketika didekati. Demikian juga tulisan ini, kehendak hati ingin mencapai kesempurnaan, tetapi kapasitas penulis dalam keterbatasan. Segala daya dan upaya telah penulis kerahkan untuk membuat tulisan ini selesai dengan baik dan bermanfaat dalam dunia pendidikan, khususnya dalam ruang lingkup Falkutas ilmu sosial dan ilmu politik, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Motivasi dari berbagai pihak sangat membantu dalam perampungan tulisan ini. Segala rasa hormat, penulis mengucapkan terimah kasih kepada kedua orang tua Sangkala dan Sati yang telah berjuang, bedoa, mengasuh, membesarkan, mendidik dan membiayai penulis dalam proses pencarian ilmu. Demikian pula penulis mengucapkan kepada keluarga yang tak henti memberi motivasi dan selalu menemani penulis dengan candanya. kepada pembimbing 1 Dr. H. Muhammadiyah, MM dan

pembimbing II A. Luhur Prianto S.Ip, M.Si, yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi sejak awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

Tidak lupa penulis juga mengucapkan terimah kasih kepada; Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar, Dr H. Abd Rahman Rahim SE, MM. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, Dr. H. Muhammad Idris, M.Si dan A. Luhur Prianto S.Ip, M.Si ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan serta seluruh dosen dan staf pegawai dalam lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali penulis dengan serangkaian ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada teman seperjuangan penulis Saharuddin, angga nugraha, Muh. Risal, Irwan, hike bin ambo tuo, yang selalu menemaniku dalam suka dan duka, sahabat-sahabatku terkasih dan super gokil tidak ada duanya serta seluruh rekan mahasiswa Jurusan ilmu pemerintahan angkatan 2012 atas segala kebersamaan, motivasi, saran dan bantuannya kepada penulis yang telah memberikan pelangi dalam hidup penulis.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak, selama saran dan kritikan tersebut sifatnya membangun karena penulis yakin bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa ada kritikan. Mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi para pembaca, terutama bagi diri pribadi penulis. Amin

Makassar, 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Penerimaan Tim	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Branding dalam pariwisata.....	9
B. Konsep ekowisata.....	11
C. Konsep Strategi.....	15
D. Konsep potensi gunung karst.....	19
E. Konsep Pemerintah Daerah.....	22
F. Konsep peningkatan kunjungan wisata.....	25
G. Kerangka Pikir.....	27
H. Fokus Penelitian.....	28
I. Deskripsi Fokus Penelitian.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
B. Jenis dan Tipe Penelitian.....	30
C. Sumber Data.....	31
D. Informan Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data	33

G.Pengabsahan Data	34
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
B.Strategi Pemerintah Dalam Branding Ekowisata Karst Sebagai Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Wisatawan di Kabupaten Maros.....	57
C. Upaya Pemerintah Dalam Branding Ekowisata Karst Sebagai Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Wisatawan di Kabupaten Maros	70
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyak negara bergantung dari industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh Organisasi Pemerintah maupun non pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang non-lokal. Menurut Undang Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Pariwisata di definisikan sebagai bentuk suatu proses kepergian sementara dan seseorang, lebih memilih ketempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain. Mereka menangani jasa mulai dari transportasi, jasa keramahan, tempat tinggal, makanan, minuman, dan jasa bersangkutan lainnya seperti bank, asuransi, keamanan dan juga menawarkan tempat istirahat, budaya, pelarian, petualangan, dan pengalaman baru serta berbeda lainnya. Wisata memiliki beragam motif, minat, ekspektasi, karakteristik, sosial, ekonomi, budaya dan sebagainya. Orang yang melakukan perjalanan wisata disebut dengan

wisatawan (tourism) batasan tentang wisatawan juga sangat bervariasi, mulai dari yang umum sampai dengan yang sangat teknis spesifik.

Menurut Kusumaningrum (2009) bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja atau sering berliburan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain. Kawasan pariwisata merupakan bagian kegiatan ekonomi yang multi dimensional yang tidak hanya mempunyai tujuan akhir berupa output ekonomi atau nilai finansial yang diperoleh tetapi juga menyangkut persoalan sosial, agama, budaya dan keamanan yang bahkan menjadi ruh pariwisata untuk dieksploitasi menjadi daya tarik wisata yang mempunyai daya jual tinggi. Pariwisata berkembang menjadi industri pariwisata yang melibatkan kepentingan berbagai pihak yang bahkan antar daerah atau antar negara. Disisi lain pengembangan pariwisata berada pada area tatanan wilayah administrasi pemerintah daerah yang memiliki otoritas dan otonomi daerah yang mempunyai aplikasi luas terhadap pengembangan pariwisata. dalam pengembangan potensi wisata akan menjadi saling ketergantungan antara daerah yang satu dengan daerah yang lainnya.

Pengembangan potensi wisata alam dalam daerah dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan melibatkan peran Pemerintah daerah dalam pengelolaan wisata alam. Dengan demikian pendapatan asli daerah yang merupakan gambaran potensi keuangan pada pada umumnya mengandalkan unsur pajak daerah dan retribusi daerah dapat menggali potensi sumber daya alam yang berupa objek wisata. Pemerintah menyadari bahwa sektor pariwisata bukanlah merupakan sektor penyumbang terbesar dalam

pendapatan daerah, tetapi berpotensi dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Pariwisata merupakan sumber daya alam yang tidak akan pernah habis, oleh karena itu sektor pariwisata harus dirawat dan dijaga keberadaannya dan merupakan salah satu sektor penyumbang devisa terbesar bagi perekonomian negara.

Wilayah Kabupaten Maros merupakan salah satu kabupaten tempat tujuan wisata di Provinsi Sulawesi Selatan antara lain: rekreasi Bantimurung, Kolam renang, Tempat pra Sejarah Leang-Leang, Bantimurung, Bugis waterpark Maros, Rammang-Rammang dan masih banyak lagi potensi lainnya yang bisa dikembangkan. Seperti halnya pengembangan potensi gunung karst yang membentang dari Maros ke Pangkep. Gugusan karst yang terdapat di kabupaten Maros dan Pangkep, Sulawesi selatan yang sebagai masuk dalam wilayah Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung. Keunikan kawasan karst Maros yang tidak terdapat pada kawasan-kawasan karst lainnya di Indonesia karena mempunyai bentang alam yang unik dan khas yang biasa disebut tower karst. Kawasan itu, bukit-bukit kapur menjulang tinggi dengan tebing. Karst Maros bukan sekedar deretan cadas. Berbeda dengan kebanyakan kawasan karst di tempat-tempat lain yang pada umumnya berbukit kerucut, karst Maros berbentuk menara karst yang berdiri sendiri maupun berkelompok membentuk gugusan pegunungan batu gamping yang menjulang tinggi. Di antara bukit-bukit tersebut membentang dataran dengan permukaannya yang rata.

Wisata gunung Karst Maros salah satunya terdapat di taman wisata leang-leang yang memiliki sejarah yang sangat menarik. Selain gunung karst yang ada di sekitarnya dapat disaksikan pula berbagai macam peninggalan peninggalan nenek moyang antara lain seperti gambar babi rusa dan puluhan tangan yang melekat pada dinding-dinding gua yang berwarna merah marun. Leang dalam bahasa Makassar berarti gua atau liang, dimana terdapat banyak sekali gua-gua disekitar gunung karst maros dan berbagai aktivitas pun dapat dilakukan di sini. Kawasan Karst Maros memiliki banyak keunikan-keunikan tersendiri didalamnya. Berbagai potensi wisata yang dimiliki oleh daerah destinasi wisata ditanah air, baik di daerah sudah maju maupun yang kurang berkembang, adalah modal dasar pengembangan kepariwisataan indonesia namun mengandalkan kekayaan alam, budaya, dan kesenian saja belum cukup untuk mendongkrak angka kunjungan wisatawan, diperlukan langkah strategis untuk memasarkan dan merancang pola pengembangan pariwisata yang sesuai dengan karakter daerah setempat.

Kawasan karst Maros masuk dalam Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung yang merupakan konserfasi yang ditunjuk berdasarkan fungsi mengembang kawasan perlindungan sistem penyangga kehidupan, pengawetan keanekaragaman jenis tumbuhan dan satwa beserta ekosistemnya. Pemanfaatan sumber daya alam hayati dan ekosistemnya secara lestari merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan pengelolaan kawasan konserfasi. Dalam artikel Dedi Asriady, (2011) pengelolaan pariwisata alam pada Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung belum terkelolah dengan

peraturan perundangan yang berlaku. Kawasan wisata Bantimurung yang merupakan primadona wisata di propinsi Sulawesi Selatan yang pada saat ini masih dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Maros. Hingga saat ini belum ada solusi terbaik dalam penertiban dan penataan pengelolaan objek wisata tersebut, mengingat kawasan wisata ini merupakan sumber PAD Kabupaten Maros terbesar kedua setelah pertambangan. Untuk itu maka perlu disusun perangkat perencanaan pengembangan wisata pada Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung yang sinergis dan terintegrasi dalam pembangunan regional dan nasional. Suatu perencanaan yang diarahkan pada upaya pendayagunaan potensi objek wisata alam dengan tetap memperhatikan prinsip keseimbangan antara kepentingan pemanfaatan dan pelestarian alam.

Adapun penelitian yang sebelumnya pernah di bahas tentang Wisata Gunung Batu Karst Maros oleh Harnida dan Muhammad Tahir (2012), yaitu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pemerintah daerah dalam pengembangan obyek wisata Hutan Batu Rammang-rammang Kabupaten Maros dan mengetahui upaya pemerintah dalam pengembangan obyek wisata hutan batu rammang-rammang Kabupaten Maros dengan menggunakan indikator pemerintah sebagai fasilitator, regulator dan mediator. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum peran pemerintah dalam pengembangan obyek wisata hutan batu rammang- rammang di Kabupaten Maros belum maksimal. Sebagai fasilitator, pemerintah belum banyak memfasilitasi aktifitas masyarakat setempat. Sebagai mediator, pemerintah daerah kurang keinginan dan keluhan dari masyarakat di daerah tersebut

terkait peningkatan sarana dan prasarana. Sebagai regulator, pemerintah daerah kurang berkominikasi mengenai aturan pelestarian objek wisata tersebut.

Kabupaten Maros kaya dengan tempat wisata baru dan alami, Maros memiliki tempat wisata yang tidak ada di daerah lain. Hal ini akan menjadikan Maros nantinya sebagai salah satu daerah paling diminati wisatawan asing dan lokal, namun wisata gunung karst Maros belum terlalu diketahui oleh masyarakat luas serta kurangnya partisipasi pemerintah maupun masyarakat setempat dalam meningkatkan kunjungan wisata Gunung Karst Kabupaten Maros. Maka dari itu alasan saya meneliti mengenai kawasan gunung karst dan sekitarnya yaitu karena merupakan kawasan karst terluas di Indonesia serta patut untuk dikembangkan oleh pemerintah yaitu salah satunya meningkatkan kunjungan wisata kawasan gunung karst Kabupaten Maros yang tepatnya terdapat di taman wisata leang-leang Kabupaten Maros dengan mengangkat judul *Branding Ekowisata Karst Sebagai Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Wisatawan Di Kabupaten Maros*.

B. Rumusan Masalah

1. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam Branding Ekowisata karst sebagai Strategi dalam meningkatkan wisatawan di Kabupaten Maros?
2. Untuk mengetahui upaya-upaya pemerintah dalam Branding Ekowisata Karst sebagai Strategi dalam meningkatkan wisatawan di Kabupaten Maros?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh Pemerintah dalam Branding Ekowisata Karst sebagai strategi dalam meningkatkan wisatawan di Kabupaten Maros?
2. Untuk mengetahui upaya-upaya Pemerintah dalam Branding Ekowisata Karst sebagai strategi dalam meningkatkan wisatawan di Kabupaten Maros?

3. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dalam mengetahui Branding Ekowisata Karst sebagai Strategi dalam meningkatkan wisatawan di Kabupaten Maros sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran.

2. Kegunaan Prakris

Menambah wawasan mengenai Branding Ekowisata karst sebagai strategi dalam meningkatkan wisatawan di Kabupaten Maros untuk selanjutnya dijadikan sebagai acuan dalam bersikap dan berperilaku juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Branding Dalam Pariwisata

Branding merupakan serangkaian proses dan aktivitas untuk menciptakan suatu brand. pariwisata sesungguhnya tidak terlepas dari kebudayaan sebuah masyarakat sebab dalam kunjungan wisata, paling tidak terjadi kontak dan interaksi kebudayaan wisatawan dengan kebudayaan penduduk setempat. Setiap daerah wisata mempunyai citra (*image*) tertentu, yaitu mental seseorang terhadap suatu destinasi yang didalamnya mengandung keyakinan, kesan dan persepsi Pitana dan Gayatri (2005). Perkembangan branding dari sekedar merek atau nama dagang dari suatu produk, jasa atau perusahaan yang berkaitan dengan hal-hal yang kasat mata dari merek seperti nama dagang, logo atau ciri visual lainnya kini juga berarti citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi dan anggapan di benak konsumen.

Globalisasi yang telah mengikis batas administrasi negara telah mengikis kearifan lokal bangsa. Daya tarik lokalitas ini menjadi penting, di tengah kebosanan terhadap budaya massa yang dibawa oleh global. Anthoy Giddens (2001) mengemukakan globalisasi menjadi alasan bagi kebangkitan kembali identitas budaya lokal di berbagai belahan dunia. Hal ini juga mungkin perlu menjadi perhatian bagi Pemerintah setempat. Dengan mengembangkan citra yang di kabupaten itu sendiri niscaya ketertarikan wisatawan berkunjung ke sebuah wisata murni karena inisiatif menikmati

budaya masyarakatnya bukan keterpaksaan karena maraknya even pertemuan atas gagasan pemerintah itu sendiri.

Membangun merek sebuah negara bukanlah sebuah strategi sederhana, sebuah merek harus memiliki identitas yang jelas. Menurut Ghodeswar (2008), brand identity adalah sekumpulan asosiasi merek yang unik yang menunjukkan janji yang akan disampaikan ke konsumen, positioning tidak akan lengkap tanpa diferensiasi, diferensiasi adalah bukti yang kuat menyampaikannya apa yang dijanjikan diferensiasi yang sinergi dengan menciptakan brand dengan baik. Kartajaya H (2011). Merek tergantung pada upaya untuk membangun merek yang dilakukan, dan nilai ini akan berubah-ubah naik atau turun tergantung pada upaya yang dilakukan. Upaya-upaya meningkatkan ekuitas merek merupakan hal yang penting, Karena ekuitas merek yang tinggi tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan dapat ditingkatkan dengan cara-cara tertentu. Cara untuk meningkatkan ekuitas merek dapat dilakukan dengan memilih nama atau logo identitas merek yang baik. Selain itu bisa juga melalui program pemasaran dan komunikasi pemasaran. Usaha komunikasi pemasaran yang efektif dan konsisten sangat dibutuhkan untuk membangun dan mempertahankan kualitas merek. Merek produk yang memiliki ekuitas yang tinggi adalah produk yang memiliki kualitas tinggi dan merepresentasikan nilai yang baik. Apabila kualitas merek meningkat, maka akan menumbuhkan loyalitas konsumen pada produk atau merek tersebut.

Pitana, I Gde (2009) mengatakan bahwa sebagai negara besar dengan ribuan pulau dan aneka ragam identitas daerah, membranding Indonesia sebagai destinasi wisata adalah penuh tantangan. "Kita sudah mempunyai branding Wonderful Indonesia, tantangannya adalah bagaimana menyelaraskan branding individu tiap-tiap destinasi dengan branding kolektif Indonesia dan sebaliknya.

A.1 Fungsi dan Tujuan Branding

fungsi Branding adalah untuk menanamkan image dan citranya di masyarakat bahkan konsumennya, jika perusahaan tersebut memiliki produk yang mereka jual sehingga dengan adanya Branding diharapkan brand atau merek, mereka akan senantiasa di ingat oleh masyarakat atau konsumen dalam jangka waktu yang lama serta terdapat tiga tujuan dalam membangun brand, yaitu membentuk persepsi, membangun kepercayaan dan membangun citra kepada brand Neumeier (2003)

A.2 Unsur-Unsur Branding

Unsur penting dari suatu brand adalah nama dagang atau merek. Namun demikian brand tidak cukup bila hanya didukung dengan lambang atau simbol identitas visual yang secara konsisten dan sistematis diterapkan pada berbagai media pendukung komunikasi pemasaran suatu brand.

Unsur-unsur branding adalah sebagai berikut:

- Nama merek
- Logo
- Penampilan visual

- Juru bicara
- Kata-kata
- Suara

B. Konsep Ekowisata

Ekowisata mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Namun pengertian ekowisata adalah suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami. memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan wisata, maka dewasa ini kegiatan pariwisata lebih digiatkan. Selain untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitarnya. Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan ekowisata kawasan hutan tropika yang terbesar di kepulauan yang sangat menjanjikan untuk ekowisata dan wisata khusus. Kawasan hutan yang dapat berfungsi sebagai kawasan wisata yang berbasis lingkungan adalah kawasan Pelestarian Alam Taman Nasional, Taman Hutan Raya, Taman Wisata Alam, kawasan Suaka Alam (Suaka Margasatwa) dan Hutan Lindung melalui kegiatan wisata alam bebas, serta Hutan Produksi yang berfungsi sebagai Wahana Wisata. Fandeli, (2000).

Menurut Fandeli (2000) ciri-ciri ekowisata dan perkembangannya mulanya hanya bercirikan bergaul dengan alam untuk mengenali dan menikmati. Meningkatnya kesadaran manusia akan meningkatkan kerusakan /perusakan oleh ulah manusia sendiri telah menimbulkan/menumbuhkan rasa

cinta rasa alam pada semua anggota masyarakat dan keinginan untuk sekedar menikmati telah berkembang menjadi memelihara dan menyayangi yang berarti mengkonservasi secara lengkap.

Dalam Fandeli (2000) menjelaskan bahwa ada lima aspek utama berkembangnya ekowisata yaitu:

1. Adanya keaslian alam dan budaya
2. Keberadaan dan dukungan masyarakat
3. Pendidikan dan pengalaman
4. Keberlanjutan dan
5. Kemajuan manajemen pengelolaan ekowisata

Ekowisata lebih populer dan banyak dipergunakan dibandingkan dengan terjemahan yang seharusnya yaitu ekotourism tentang ekowisata mengalami pengertian dari waktu ke waktu. Namun pada hakikatnya ekowisata dapat diartikan sebagai bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat. Fandeli dan Mukhlison (2000)

Diharapkan terdapat saling pengertian terhadap apa yang boleh dilakukan wisatawan atau apa yang harus dibatasi oleh masyarakat terhadap potensi sumber daya yang dijadikan dasar pengembangan ekowisata dan dasar pengembangan inovasi kreativitas masyarakat untuk mendorong pertumbuhan ekowisata di daerahnya. dan ada beberapa tujuan, manfaat serta sasaran dalam pengembangan ekowisata menurut Sastrayuda Gumelar S. (2010) yaitu:

1. Tujuan

- a. Mendorong usaha pelestarian dan pembangunan berkelanjutan.
- b. Membangun kesadaran dan penghargaan atas lingkungan dan budaya di daerah tujuan wisata, baik bagi diri wisatawan, masyarakat setempat maupun para penentu kebijakan dibidang kebudayaan dan kepariwisataan setempat.
- c. Mengurangi dampak negatif berupa kerusakan atau pencemaran lingkungan dan budaya lokal akibat kegiatan wisata.
- d. Memberikan keuntungan ekonomi secara langsung bagi konservasi melalui kontribusi atau pengeluaran ekstra wisatawan.
- e. Mengembangkan ekonomi masyarakat dan pemberdayaan masyarakat setempat dengan menciptakan produk wisata alternatif yang mengedepankan nilai-nilai dan keunikan.

2. Manfaat

- a. Mendidik wisatawan tentang fungsi dan manfaat lingkungan, alam dan budaya.
- b. Meningkatkan kesadaran dan penghargaan akan lingkungan dan budaya sambil memperkecil dampak kegiatan manusia terhadap lingkungan tersebut.
- c. Bermanfaat secara ekologi, sosial, ekonomi bagi masyarakat setempat.
- d. Menyumbang langsung pada pelestarian dan berkelanjutan manajemen lingkungan alam dan budaya yang terkait.

- e. Memberikan berbagai alternatif pemikiran bagi penentu kebijakan dalam menyusun kebijakan, program pengembangan ekowisata di kota/ kabupaten di Jawa Barat.

3. Sasaran

- a. Terwujudnya kesadaran antara wisatawan dengan masyarakat setempat tentang konservasi.
- b. Terwujudnya saling pengertian diantara wisatawan dan masyarakat setempat dalam menata mengembangkan potensi ekowisata berdasarkan kepada pengalaman dan tukar pikiran tentang budaya, pengalaman hidup dan cara-cara konservasi alam diantara mereka, sehingga menghasilkan satu produk yang tepat.
- c. Terwujudnya organisasi masyarakat setempat yang bertujuan mengelola usaha pariwisata guna menunjang kebutuhan wisatawan selama berada lokasi ekowisata dan dalam rangka mengembangkan hubungan dengan berbagai organisasi ekowisata nasional maupun internasional.
- d. Terwujudnya prinsip saling pengertian melalui prinsip kemitraan dengan cara meningkatkan pemahaman yang sama mengenai lingkungan, permasalahan lingkungan serta peranan masing-masing komponen, yaitu pemerintah, pengusaha maupun masyarakat, masing-masing mempunyai kepentingan dan kapasitas berbeda dibidang lingkungan. Perbedaan porsi itulah yang harus dipahami masing-

masing pihak, sehingga melahirkan pola kemitraan yang saling menunjang.

- e. Terwujudnya rasa bangga masyarakat terhadap lingkungan dan budayanya, sehingga dapat berpengaruh juga terhadap wisatawan untuk dapat menghargai lingkungan dan budaya masyarakat setempat.

C. Konsep Strategi

Strategi pertama kali dikemukakan oleh Sedarmayanti (2014) menyebutkan bahwa strategi merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Artinya bahwa para para manajer memainkan peran penting yang aktif sadar dan rasional dalam merumuskan strategi. Sedangkan berdasarkan perspektif kedua strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada defenisi ini pasti setiap orang mempunyai strategi meskipun strategi tidak pernah dirumuskan secara umum.

Dalam hal ini pengertian strategi ialah merupakan kegiatan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan eksternal suatu pasar. Adapun kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati secara hati-hati terhadap persaingan, peraturantingkat inflasi, siklus bisnis,keunggulan, dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman. Rangkuti (2009)

Strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang terjadi, dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus

berkembang, hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir, pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lainnya yang berkaitan sangat ditentukan suksesnya strategi yang disusun. Strategi adalah suatu pola alokasi sumber daya yang memungkinkan suatu organisasi memelihara bahkan meningkatkan kinerjanya. Strategi yang baik adalah suatu strategi yang menetralkan ancaman atau tantangan dan merebut peluang-peluang yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang tersedia serta meniadakan atau memperbaiki kelemahan-kelemahan yang masih ada, LAN-RI (2008)

C. 2 Tujuan Strategi

Tujuan strategi mengarahkan apa yang hendak dikerjakan diwaktu yang akan datang, yaitu dalam jangka waktu yaitu sekitar 3 sampai 5 tahun untuk mencapai kunci dari perubahan masa depan. Arah itu harus tegas bagi keseluruhan organisasi. Tujuan strategi merupakan payung perencanaan dalam mengintegrasikan usaha dari semua unit kerja dan personil kedalam suatu kegiatan menyeluruh dan menyatu dari suatu organisasi, untuk dapat melakukan itu tujuan stratejik harus lebih tajam daripada misi, tetapi masih cukup luas untuk dapat mendorong lahirnya kreatifitas dan inovasi bagi semua unit kerja dan personil kedalam suatu kegiatan menyeluruh dan menyatuh dari suatu organisasi untuk dapat melakukan itu tujuan stratejik harus lebih tajam daripada misi tetapi masih cukup luas untuk dapat mendorong lahirnya kreatifitas dan inovasi bagi semua unit kerja. J. Salusu (2000).

Apabila tujuan strategi berjalan dengan lancar maka itu sudah merupakan kunci keunggulan dan kesuksesan, sebab arahnya sudah jelas yaitu mendapatkan manfaat yang besar dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Juga menciptakan kondisi yang mendorong pertumbuhan dan kemajuan yang akan dicapai. Tujuan strategik adalah kunci menuju kelangsungan hidup organisasi ini berarti pada saat yang kritis ia harus memusatkan perhatian segera, jelas dan bahkan agresif terhadap hal-hal yang memerlukan perubahan, hal ini dimaksudkan menanggulangi situasi yang bisa mengancam organisasi yang dapat memperbaharui stabilitas keuangan dan kejutan hidup organisasi. J Sulusu (2000)

C. 3 Tingkat-Tingkat strategi

Merujuk pada pandangan J. Salusu (2000) menjelaskan ada 4 tingkatan strategi yaitu

1. (*Enterprise strategi*) Strategi perusahaan strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. ,masyarakat adalah kelompok yang berada diluar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Dalam masyarakat yang tidak terkendali itu, ada pemerintah dan berbagi kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial lainnya. Dalam strategi interprise terlihat relas antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi, strategi itu juga menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha

untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

2. (*Bussines strategy*) Strategi bisnis: strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran ditengah masyarakat ,bagaimana menempatkan organisasi di hari para pengusaha,para donor dan sebagainya. Semuanya ini dimaksud untuk dapat memperoleh keuntungan–keuntungan strategi yang sekaligus mampu menunjang perkembangan organisasi lebih baik.
3. (*Functional strategy*) Strategi fungsional merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain yang mempunyai 3 jenis strategi fungsional yaitu strategi fungsional, manajemen dan isu stratejik yang antara lain berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya dan pengembangan.
4. (*Corporate Strategy*) strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut Grand Strategi yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Pertanyaan apa yang menjadi bisnis atau urusan kita dari bagaimana kita mengendalikan bisnis itu tidak semata-mata untuk dijawab oleh suatu organisasi pemerintahan dan organisasi nonprofit. strategi yang disusun dalam suatu bisnis, dimana perusahaan akan bersaing dengan cara mengubah distinctive competence menjadi competitive advantage. Masalah yang cukup penting dari strategi ini adalah menentukan startegi apa yang akan dikembangkan, bisnis apa yang ingin dipertahankan dan bisnis apa yang ingin dilepaskan.

Tingkat-tingkat strategi itu merupakan kesatuan yang bulat dan menjadi isyarat bagi setiap pengambil keputusan tertinggi bahwa mengelola organisasi tidak boleh dilihat dari sudut kerapian administratif semata, tetapi juga hendaknya memperhitungkan soal kesehatan organisasi dari sudut ekonomi.

D. Konsep Potensi Wisata Kawasan Karst

Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia potensi merupakan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan yang meliputi kekuatan, kesanggupan, dan daya karakteristik merupakan ciri-ciri yang dimiliki sehingga berbeda dengan yang lain. Potensi kawasan karst merupakan nilai manfaat yang ekosistem kawasan karst meliputi sumber daya alam dan lingkungan yang meliputi ilmu pengetahuan, objek lingkungan, kondisi budaya masyarakat, habitat flora dan fauna yang spesifik, Eko Haryono (2000).

Karakteristik kawasan karst merupakan ciri-ciri morfologi akibat pengaruh karstifikasi dan bentuk lahannya, sehingga memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan daerah lainnya ataupun memiliki variasi kenampakan karst, Eko Haryono, (2000) karakteristik kawasan karst memiliki pengaruh terhadap potensi kawasan karst yang ada, meliputi eksokarst dan endokarst dan berpengaruh terhadap sumber daya alam yang ada.

Kawasan karst di Indonesia amatlah luas. Kawasan karst pun memiliki potensi, manfaat dan peran penting bagi ekosistem dan manusia. Sayangnya, kawasan karst justru semakin terancam hilang. Indonesia sendiri memiliki kawasan karst seluas 15,4 juta ha. Karst mempunyai pengertian sebagai suatu

kawasan yang memiliki karakteristik relief dan khas, terutama disebabkan oleh derajat pelarutan batu-batuannya yang intensif. Karakteristik karst yang unik bisa dilihat dari bentang alam di permukaan dan di bawah permukaan yang secara khas terbentuk dari batuan gamping dan dolomit. Di lapisan permukaan, kawasan karst ditandai dengan terbentuknya bukit-bukit dan lembah-lembah yang terjal. Sedangkan lapisan bawah tanah terjadi pelarutan menyebabkan terbentuknya ruangan-ruangan, lorong sungai bawah tanah, yang di kenal dengan gua atau sistem perguaan gua yang terbentuk di kawasan karst di Indonesia. Indonesia adalah negara dengan bentang kawasan karst yang luas. Diperkirakan Indonesia memiliki kawasan karst seluas 15,4 juta ha yang tersebar hampir di seluruh Indonesia. Bappenas (2003)

Fungsi kawasan karst secara garis besar dapat dibedakan menjadi tiga yaitu fungsi ekologis, hidrologis, dan sosial ekonomi. Ketiga tersebut perlu dilindungi melalui pengelolaan yang berwawasan lingkungan dan berwawasan kedepan. Tidak semua kawasan karst yang perlu dilindungi dan kawasan karst yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan sosial ekonomi. Kriteria kawasan karst yang perlu dilindungi fungsinya antara lain sebagai berikut. Sutikno dan Eko Haryono (2000).

1. Mempunyai nilai alami, sosial, ekonomi dan kultural tinggi
2. Mempunyai karakteristik kenampakan karst yang lengkap dalam satu situs
3. Tingkat degradasi lingkungan rendah
4. Mempunyai nilai kelangkaan tinggi

Strategi pengelolaan sumber daya alam kawasan karst ditujukan untuk mencapai fungsi saintik, ekonomi dan sosial budaya harus memperhatikan empat aspek yaitu Sutikno (2005)

1. Perubahan yang mencakup perubahan lingkungan, sosial, sistem ekonomi dan sistem politik.
2. Kompleksitas, kawasan karst mempunyai kompleksitas yang tinggi sehingga dampak aktifitas manusia selalu kompleks dan tidak semua dapat diprediksi.
3. Ketidak pastian lingkungan secara totalitas itu merupakan satu sistem sehingga lingkungan penuh ketidak pastian dan dalam mengambil keputusan untuk mengelola sumber daya. Sumber daya alam harus hati-hati.
4. Konflik, dalam pengalokasian sumber daya alam kebanyakan menimbulkan konflik dan perbedaan pandangan ideologi dan harapan.

Pengelolaan sumber daya alam pada kawasan karst harus didasari oleh asas dan strategi yang tepat. Pola yang terlalu dianut dalam pengelolaan sumber daya kawasan karst untuk tujuan ekonomi harus mempertahankan asas konservasi dan asas efisien antara lain adalah Sutikno (2005):

1. Mengutamakan pengelolaan sumber daya alam yang dapat diperbaharui
2. Menghemat sumber daya alam yang langka.
3. Memelihara kemampuan sumber daya alam menopang pembangunan yang berasaskan keberlanjutan.
4. Mengembangkan rencana penggunaan dan tata ruang yang baik.

5. Merehabilitasi kerusakan sumber daya alam yang telah terjadi.
6. Memberi nilai kelangkaan terhadap sumber daya alam yang langka dan memberikan prioritas untuk penyelamatan dan perlindungan.

E. Konsep Pemerintah Daerah

Keberadaan pemerintah daerah secara tegas dijamin dan diatur dalam Undang-Undang Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan undang-undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah dalam menimbang bahwa 1. Sesuai dengan pasal 18 ayat (7) Undang - Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1994 susunan dan tata cara penyelenggaraan pemerintahan daerah diatur dalam Undang – Undang 2. Bahwa penyelenggaraan pemerintah daerah untuk terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerintahan, keadilan, dan kekhasan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia; 3. Bahwa efesiensi dan efektifitas penyelenggara pemerintah daerah perlu di tingkatkan dengan lebih memperhatikan aspek-aspek hubungan antara Pemerintah pusat dan pemerintah daerah serta peluang dan tantangan persaingan global dalam kesatuan sistem penyelenggaraan pemerintah daerah;

Dalam penyelenggaraan otonomi daerah mempunyai hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban tersebut diwujudkan dalam bentuk rencana kerja pemerintah daerah dan dijabarkan dalam bentuk pendapatan belanja dan pembiayaan daerah yang dikelola dalam sistem pengelolaan keuangan daerah.

Pengelolaan keuangan daerah dimaksud dilakukan secara efisien, efektif, transparan, akuntabel, tertib, adil, patut, dan taat pada peraturan perundang-undangan.

Pemerintah daerah dalam penyelenggaraan urusan pemerintah memiliki hubungan pemerintah pusat dengan pemerintah daerah. Dimana hubungan tersebut meliputi wewenang, keuangan, pelayanan umum, pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya lainnya. Dalam penyelenggaraan suatu urusan pemerintah khususnya pemerintah daerah sangat berkaitan erat dengan beberapa asas dalam pemerintahan suatu Negara yang pertama asas desentralisasi adalah sebuah bentuk pemindahan tanggung jawab, wewenang dan sumber daya dll, dari pemerintah pusat ke level pemerintah daerah. Dasar dari inisiatif ini adalah desentralisasi dapat memindahkan proses pengambilan keputusan ke tingkat pemerintah yang lebih dekat dengan masyarakat karena merekalah yang akan merasakan langsung pengaruh program pelayanan yang dirancang, dan kemudian dilaksanakan oleh pemerintah.

Sebagai industri perdagangan jasa, kegiatan pariwisata tidak terlepas dari peran serta pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Pemerintah bertanggung jawab atas empat hal utama yaitu perencanaan (*planning*) daerah atau kawasan pariwisata, pembangunan (*development*) fasilitas utama dan pendukung pariwisata, pengeluaran kebijakan pariwisata, dan pembuatan dan penegakan peraturan (*regulation*). Berikut ini adalah penjelasan mengenai peran-peran pemerintah dalam bidang pariwisata tersebut.

1. Perencanaan pariwisata merupakan industri yang memiliki kriteria-kriteria khusus mengakibatkan dampak positif dan negatif. Dalam pariwisata, perencanaan bertujuan untuk mencapai cita-cita atau tujuan pengembangan pariwisata.
2. Pembangunan pariwisata umumnya dilakukan oleh sektor swasta terutama pembangunan fasilitas dan jasa pariwisata, selain itu pemerintah juga berperan sebagai penjamin dan pengawas para investor yang menanamkan modalnya dalam bidang pembangunan pariwisata.
3. Kebijakan pariwisata merupakan perencanaan jangka panjang yang mencakup tujuan pembangunan dan cara atau prosedur pencapaian tujuan tersebut yang dibuat dalam pernyataan-pernyataan formal seperti hukum dan dokumen-dokumen resmi lainnya. Kebijakan yang dibuat pemerintah harus sepenuhnya dijadikan panduan dan ditaati. Kebijakan-kebijakan yang harus dibuat dalam pariwisata adalah kebijakan yang berhubungan dengan pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesempatan kerja, dan hubungan politik terutama politik luar negeri bagi daerah tujuan wisata yang mengandalkan wisatawan manca negara.
4. Peraturan pariwisata memiliki peran yang sangat penting terutama dalam melindungi wisatawan dan memperkaya atau mempertinggi pengalaman perjalanan.

Selain itu pemerintah daerah maupun pusat juga bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya alam seperti: flora dan fauna yang langka, air, tanah, dan udara agar tidak terkena pencemaran yang dapat mengganggu

bahkan merusak suatu ekosistem. Oleh karena itu penerapan semua peraturan dan undang-undang yang berlalu mutlak dilaksanakan oleh pemerintah.

F. Konsep Peningkatan Kunjungan Wisata

Destinasi atau tempat tujuan Pariwisata adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat unsur: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, masyarakat serta wisatawan yang saling terkait dan melengkapi untuk terwujudnya kegiatan kepariwisataan. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu kepariwisataan sulit untuk dikembangkan. Daya tarik wisata atau (*tourist attraction*), istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Mulyo (2005).

Menurut Damardjati, RS (2001), kunjungan wisata adalah jumlah wisatawan yang datang dari suatu tempat pada jangka waktu tertentu, dalam kegiatan pariwisata kegiatan wisatawan merupakan tujuan produk pembangunan pariwisata, keberhasilannya dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang datang. Dalam dunia pariwisata objek dan pariwisata mempunyai pengertian sebagai suatu yang dapat menjadi daya tarik bagi seseorang atau calon wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Indonesia merupakan negara yang kaya akan seni dan budaya, banyak wisatawan

mancanegara yang mengagumi pulau-pulau yang ada di Indonesia beserta seni dan adat budayanya.

Kunjungan wisatawan asing maupun lokal bisa memberi kebanggaan tersendiri bagi Indonesia, untuk kunjungan wisata mancanegara ke Indonesia selain membuat seni budaya Indonesia lebih dikenal dan dikagumi di negara-negara lain. Kunjungan wisata mancanegara juga akan menambah perolehan devisa. Kunjungan wisatawan ke tempat-tempat biasanya selalu berdasarkan kualitas dan fasilitas yang diberikan oleh objek wisata tersebut. Dimana jika calon wisata mendapatkan informasi tentang objek dan daya tarik wisata yang menarik pasti mereka akan penasaran akan mengunjungi tempat wisata tersebut.

Faktor pembentuk daya tarik wisata lain yang berfungsi untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata atau kawasan wisata, yang mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Mulyo (2005)

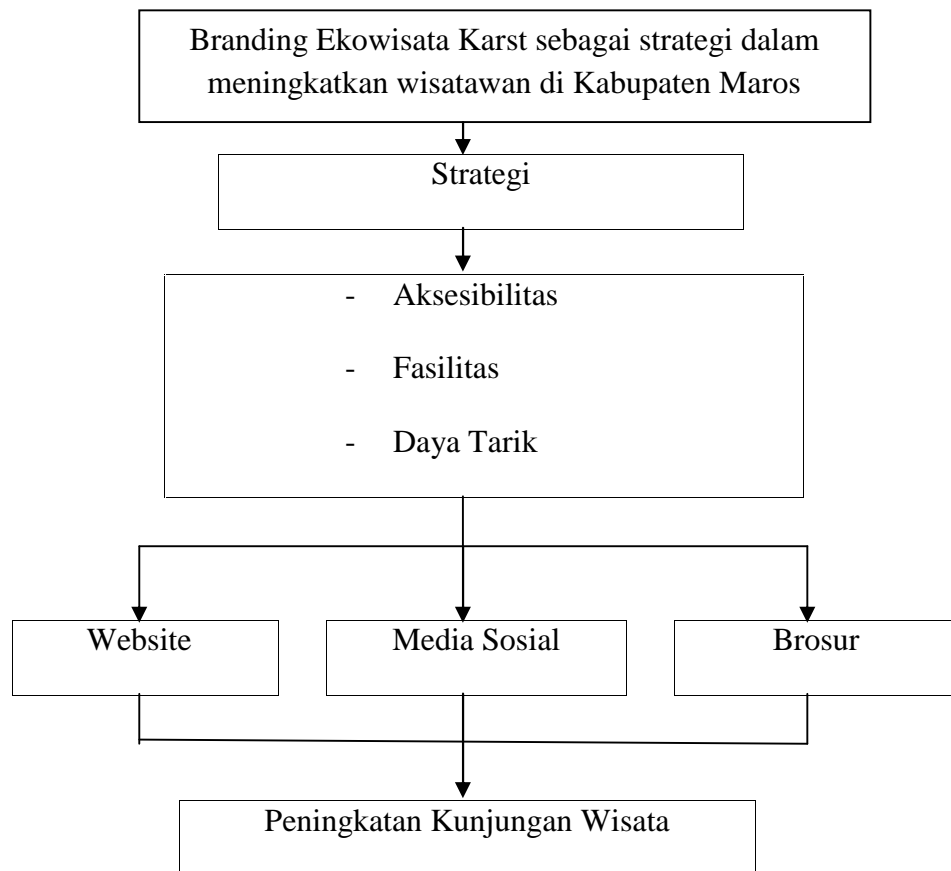
1. Kenyamanan yang bersifat alami seperti iklim, bentuk tanah, pemandangan, hutan belukar, flora, fauna, serta pusat kesehatan.
2. Hasil ciptaan manusia. Faktor ini terbagi dalam dua bagian yaitu:
 - a. Benda yang memiliki nilai sejarah dan keagamaan seperti monument sejarah, rumah adat, museum, art gallery, dan
 - b. Kegiatan yang bersifat kebudayaan seperti acara tradisional pameran festival, upacara perkawinan, dan kesenian rakyat.

3. Tata cara hidup masyarakat secara tradisional yang dapat ditawarkan kepada wisatawan (kondisi sosial budaya masyarakat) yang menjadi daya tarik tersendiri dalam suatu pariwisata.

Ketiga faktor diatas merupakan beberapa tindakan yang bisa dilakukan agar para wisatawan tertarik dengan tempat wisata yang dipromosikan, sehingga konsumen dapat merasa nyaman dan akhirnya mempromosikan kepada orang lain. Fasilitas yang diberikan ditempat wisata juga bisa menarik pengunjung sehingga bisa menambah tingkat kunjungan wisata.

G. Kerangka Pikir

Kawasan karst memiliki nilai tersendiri yang khas, kawasan karst juga sangat penting bagi ekosistem dan manusia. Suatu branding dalam pengelolaan pariwisata harus memiliki potensi yang bisa dikembangkan serta keunikan–keunikan yang mempunyai ciri khas yaitu termasuk kawasan gunung karst Kabupaten Maros serta strategi dalam peningkatan kunjungan wisata yaitu aksesibilitas, fasilitas dan daya tarik. Membangun infrastruktur merupakan kunci dalam pengembangan pariwisata Dalam rangka pengembangan pariwisata , maka dapat dilihat pada bagan berikut ini:

Bagan Kerangka Pikir:**H. Fokus Penelitian**

1. Branding ekowisata sebagai strategi pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisata kawasan gunung karst Kabupaten Maros dalam meningkatkan kunjungan wisata kawasan karst yaitu bagaimana mempunyai strategi seperti perlunya adanya Aksesibilitas, Fasilitas dan Daya tarik serta upaya dalam peningkatan kunjungan wisata yaitu melalui website, media sosial dan brosur.

I. Deskripsi Fokus Penelitian

1. Aksesibilitas yaitu menyangkut sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait.
2. Fasilitas yaitu mencakup mengenai serangkaian sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh pengunjung guna membuat pengunjung merasa nyaman.
3. Daya tarik yaitu merupakan modal utama sebagai sumber kepariwisataan salah satunya menikmati keindahan alam atau sesuatu yang unik.
4. Website merupakan kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks, data, gambar video ataupun gabungan dari semuanya.
5. Media Sosial merupakan sarana media online untuk sosialisasi yang berbasis internet.
6. Brosur merupakan suatu alat untuk promosi barang atau jasa terbuat dari kertas yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi mengenai jasa atau produk.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan yaitu mulai tanggal 23 Desember sampai 23 Februari. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kabupaten Maros, dengan tujuan untuk mengetahui Branding Ekowisata sebagai Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Kawasan Gunung Karst Kabupaten Maros.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Dimana penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi lapangan dengan tujuan memperoleh data yang valid yaitu wawancara langsung di lapangan.

2. Tipe penelitian

Tipe penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif kualitatif yang dimana penelitian deskriptif ialah untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat individu yang memiliki beberapa perspektif teori yang dapat mendukung penganalisaan yang lebih mendalam terhadap gejala yang terjadi.

C. Sumber Data

1. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda kejadian atau hasil pengujian. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu metode survei dan observasi.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh penelitian secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dari pihak lain. Data dalam arsip (data dokumen) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

D. Informan Penelitian

Informan dari penelitian mengenai Branding Ekowisata Karst sebagai strategi pemerintah dalam meningkatkan Wisatawan di Kabupaten Maros. Dimana yang dimaksud disini adalah orang yang dapat memberikan informan secara objektif, netral, dan dapat dipertanggung jawabkan. Adapun dalam informan penelitian ini yaitu: Kepala Dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Maros, pengelola pariwisata, wisatawan dan toko masyarakat.

Tabel Informan Penelitian

No	Nama Informan	Inisial	Jabatan	Jumlah
1	H. Samsir	SM	Kepala Bidang Ekonomi Kreatif (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maros)	1 Orang
2	Muh. Ridwan	MR	Seksi Promosi Pariwisata (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maros)	1 Orang
3	Kama	KM	Bidang Fungsional (Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung)	1 Orang
4	Dewi	DW	Pokja Perencanaan dan Kerjasama (Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung)	1 Orang
5	Ibrahim	IR	Pemerintah Kelurahan Kalabbirang	1 Orang
6	H. Lahab	LH	Pengelola Pariwisata	1 Orang
7	Suherman	SH	Tokoh Masyarakat	1 Orang
8	Mira	MR	Pengunjung Wisatawan	1 Orang
9	Risky	RS	Pengunjung Wisatawan	1 Orang
Total Informan				9 Orang

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Penulis melakukan penelitian langsung diobjek penelitian untuk melihat aktivitas sesungguhnya yang di lakukan dilapangan untuk megetahui Branding Ekowisata Karst sebagai strategi Pemerintah dalam meningkatkan Wisatawan di Kabupaten Maros.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini dilakukan kegiatan wawancara terhadap orang-orang yang terlibat langsung dalam strategi pemerintah daerah dalam branding pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisata

3. Dokumentasi

Study dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat hal-hal penting selama penelitian berlangsung. Rekaman kegiatan tersebut antara lain berupa foto untuk memperoleh gambaran visual tentang gambaran pemerintah dalam Branding Pariwisata Kabupaten Maros.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah langkah selanjutnya untuk mengelola data dimana data yang diperoleh dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa untuk menyimpulkan persoalan yang diajukan dalam menyusun hasil penelitian. Dalam model ini terdapat 3 komponen pokok. Menurut Miles Matthew B. dan A. Michael Huberman (2007) yaitu:

1. Reduksi data

Data yang direduksi dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan maka lama penelitian dilapangan, maka jumlah data semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, melihat hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membunag yang tidak perlu.

2. Penyajian data

Penyajian data diarahkan agar hasil reduksi terorganisir dan tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami. Pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu. Prosesnya dapat dilakukan dengan cara menampilkan data membuat hubungan antar fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindak lanjuti untuk mencapai tujuan penelitian.

3. Penarikan kesimpulan dan reduksi

Langkah selanjutnya adalah tahap penarikan kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang mendukung tahap-tahap pengumpulan data berikutnya. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti inilah yang disebut sebagai verifikasi data.

G. Pengabsahan Data

Keabsahan data sebagai usaha untuk memenuhi nilai kebenaran penelitian yang berkaitan dengan fenomena judul, validasi data sangat mendukung akhir penelitian, oleh karena itu diperlukan teknik untuk memeriksa keabsahan data. Keabsahan data dalam penelitian ini diperiksa dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi bermakna silang yakni mengadakan pengecekan akan kebenaran data yang akan dikumpulkan dari sumber data menggunakan teknik pengumpulan data yang lain serta pengecekan pada waktu yang berbeda. Menurut Sugiyono, (2009), triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai

pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik bermakna data yang diperoleh di uji keakuratan dan ketidak akuratannya dengan menggunakan teknik tertentu.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Maros terletak dibagian barat Sulawesi Selatan diantara 40 45 ' - 50 07' Lintang Selatan dan 109 205' – 129 12' Bujur timur yang berbatasan dengan Kabupaten Gowa sebelah selatan, Kabupaten Bone di sebelah disebelah barat. Luas wilayah Kabupaten Maros 1.619,12 km² yang secara administratif pemerintahannya menjadi 14 Kecamatan dan 102 Desa/Kelurahan. Kabupaten Maros merupakan wilayah yang berbatasan langsung dengan ibu kota propinsi Sulawesi Selatan, dalam hal ini adalah Kota Makassar dengan jarak kedua kota tersebut berkisaran 30 km dan sekaligus terintegrasi dengan perkembangan metropolitan mamminasata bagian utara yang dengan sendirinya memberikan peluang yang sangat besar terhadap pembangunan di Kabupaten Maros dengan luas wilayah 1.619,12 km² dan terbagi dalam 14 wilayah kecamatan berbatasan wilayah dengan:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pangkep.
- Sebelah Timur berbatasan dengan kabupaten Gowa dan Bone.
- Sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten Gowa dan Makassar.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Selat Makassar.

Kecamatan dan Pembagian wilayah administratif di Indonesia dibawah Kabupaten atau Kota. Kecamatan terdiri atas Desa-Desa atau Kelurahan-Kelurahan yang terdiri atas 14 diantaranya yaitu:

- Turikale
- Maros baros
- Lau
- Bontoa
- Mandai
- Marusu
- Tanralili
- Moncongloe
- Tompobulu
- Bantimurung
- Simbang
- Cenrana
- Camba
- Mallawa

Visi dan Misi Kabupaten Maros

VISI:

Visi pembangunan Kabupaten Maros telah ditetapkan dalam peraturan daerah Kabupaten Maros Yaitu: Peran Mewujudkan perikehidupan Mandiri dan Mapan yang bernuansa iman dan takwa dengan serta masyarakat maros menjadi maju di era pembangunan yang akan datang.

Visi Kabupaten Maros ini mengandung pengertian yang luas yang menggambarkan aspirasi dan cita-cita masyarakat Maros.

1. Bersama masyarakat mewujudkan Maros yang maju mapan dan mandiri dalam nuansa iman dan taqwa dengan arah pengembangan dan perubahan yang berkelanjutan.
2. Maju dalam pengertian adalah terbuka dengan nilai-nilai baru yang positif, konstruksi, selalu menginginkan peningkatan pertumbuhan dan pengembangan berorientasi kemasa depan, tidak muda berpuaskan dengan kondisi yang ada, terdorong mencari hal-hal yang baru dan berpandangan luas.
3. Mandiri dan mapan, wacana mandiri dengan pengertian tidak tergantung sama sesuatu, ketergantungan pada sesuatu tidak sampai menjadi kendala dan selalu berusaha menjadi mencari jalan keluar, mempunyai kemampuan, prakarsa dan motivasi, mempunyai rasa percaya diri, mampu mengelola dan mengembangkan potensi yang dimiliki.
4. Mapan adalah tidak terganggu atau stabil kedudukan sinergis baik antara desa, kecamatan lokal/wilayah.
5. Mandiri dan mapan dalam konsepsi visi Maros merupakan penjabaran dari wacana kemandirian lokal dan visi sulawesi selatan yang merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan.

MISI:

Rumusan misi Maros dijabarkan dari misi pembentukan negara yang tercantum pada pembukaan Undang-Undang Dasar 1945. Misi yang dimaksud memiliki tiga dimensi yakni:

1. Misi Kamtikmas, berupa melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia.
2. Misi kesejahteraan, berupa kemajuan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa.
3. Misi pembentukan lingkungan, berupa ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berlandaskan kemerdekaan perdamaian abadi, dan keadilan sosial.

A.1 Kemiringan tanah (slope)

Kemiringan Lereng merupakan bentuk dari variasi perubahan permukaan bumi secara global, regional atau dikhususkan dalam bentuk suatu wilayah tertentu yang digunakan dalam pengidentifikasian kemiringan lereng adalah sudut kemiringan lereng, titik ketinggian diatas muka laut dan bentang alam berupa bentukan akibat gaya satuan geomorfologi yang bekerja. Secara definisi bahasanya lereng merupakan bagian dari bentang alam yang memiliki sudut miring dan beda ketinggian pada tempat tertentu; sehingga dapat ditarik suatu nilai bahwa dari sudut (kemiringan) lereng merupakan suatu beda tinggi antara dua tempat, yang dibandingkan dengan daerah yang lebih rata atau datar. Berdasarkan data hasil penelitian Laporan Geologi Terpadu Kabupaten Maros, pada peta rupabumi dengan skala 1:50.000 Surwanda Wijaya, dkk (1994) dapat diklasifikasikan pengelompokan sudut lereng yang terdapat di Kabupaten Maros, yaitu sebagai berikut :

- a) Wilayah Sudut Lereng <3%
- b) Wilayah Sudut Lereng 3-5%

- c) Wilayah Sudut Lereng 5-10%
- d) Wilayah Sudut Lereng 10-15%
- e) Wilayah Sudut Lereng 30-70%
- f) Wilayah Sudut Lereng >70%

A.2 Geologi dan Geomorfologi

Geomorfologi adalah pembahasan dari ilmu geologi yang menguraikan kondisi permukaan bumi yang dihubungkan sejajar dengan aspek-aspek topografi (bentangalam, relief, morfologi dan sudut kemiringan lereng dikaitkan dengan kondisi geologi terutama litologi batuan penyusunnya), hal yang akan dibahas dalam sub pembahasan ini adalah *Satuan Geomorfologi dan Kemiringan Lereng*.

Kabupaten Maros terbagi dalam 4 (empat) satuan geomorfologi, sebagai berikut :

- Satuan Pegunungan Vulkanik : menempati bagian utara, tengah dan timur puncak tertinggi Bulu Lekke (1.361 m dpl) menempati luas 30 % dari luas daerah Kabupaten Maros, dinampakkan dengan relief topografi yang tinggi, kemiringan terjal, tekstur topografi yang kasar dan batuan penyusunnya dari batuan gunung api (vulkanik).
- Satuan Perbukitan Vulkanik : Intrusi dan Sedimen : menempati daerah perbukitan yang menyebar secara setempat-setempat sekitar 15 % dari luas kabupaten Maros, diperlihatkan dengan kenampakan topografi berbukit dengan batuan penyusun ; batuan vulkanik, batuan intrusi (batuan beku), dan batuan sedimen

- Satuan Perbukitan Karst : Satuan perbukitan ini tersebar cukup luas pada bagian tengah, timurlaut daerah Kabupaten Maros yang meliputi kecamatan Bontoa, Bantimurung, Simbang, Tanralili, Mallawa dan Camba, ciri khas pada satuan morfologi ini adalah kenampakan topografi berbukit-bukit karst dengan tekstur sangat kasar dengan batu gamping sebagai batuan penyusunnya.
- Satuan Pedataran Alluvium : terletak dibagian barat yang tersebar dengan arah utara-selatan, menempati sekitar 25% dari luas daerah kabupaten Maros. Tercirikan dengan bentuk morfologi topografi datar, relief rendah, tekstur halus dengan batuan dasar endapan alluvium.

A.3 Jenis Tanah

Peta Geologi Lembar Ujung Pandang, Benteng dan Sinjai diperoleh bahwa sifat fisik, tekstur, atau ukuran butir, serta genesa dan batuan penyusunnya maka jenis tanah di kabupaten Maros diklasifikasikan dalam: 4 (empat) tipe:

- a. Alluvial Muda merupakan endapan aluvium (endapan aluvial sungai, pantai dan rawa) yang berumur kuartar (resen) dan menempati daerah morfologi pedataran dengan ketinggian 0-60 m dengan sudut kemiringan lereng <3%. Tekstur beraneka mulai dari ukuran lempung, lanau, pasir, lumpur, kerikil, hingga kerakal, dengan tingkat kesuburan yang tinggi, luas penyebarannya sekitar 14,20% (229,91 km²) dari luas Kabupaten Maros, meliputi Kecamatan Lau, Bontoa, Turikale, Maros Baru,

Moncongloe, Marusu, Mandai, Bantimurung, Camba, Tanralili dan Tompobulu.

- b. Regosol adalah tanah hasil lapukan dari batuan gunung api dan menempati daerah perbukitan vulkanik, dengan ketinggian 110-1.540 m dengan sudut kemiringan lereng $>15\%$. Sifat-sifat fisiknya berwarna coklat hingga kemerahan, berukuran lempung lanauan – pasir lempungan, plastisitas sedang, agak padu, tebal 0,1-2,0 m. Luas penyebarannya sekitar 26,50% (429,06 km²) dari luas Kabupaten Maros meliputi kecamatan Cenrana, Camba, Mallawa dan Tompobulu.
- c. Litosol merupakan tanah mineral hasil pelapukan batuan induk, berupa batuan beku (intrusi) dan/atau batuan sedimen yang menempati daerah perbukitan intrusi dengan ketinggian 3-1.150 m dan sudut lereng $< 70\%$. Kenampakan sifat fisik berwarna coklat kemerahan, berukuran lempung, lempung lanauan, hingga pasir lempungan, plastisitas sedang-tinggi, agak padu, solum dangkal, tebal 0,2-4,5 m. Luas penyebarannya sekitar 37,60 % (608,79 km²) dari luas kabupaten Maros, meliputi kecamatan Mallawa, Camba, Bantimurung, Cenrana, Simbang, Tompobulu, Tanralili dan Mandai.
- d. Mediteran merupakan tanah yang berasal dari pelapukan batugamping yang menempati daerah perbukitan karst, dengan ketinggian 8-750 m dan sudut lereng $> 70\%$. Kenampakan fisik yang terlihat berwarna coklat kehitaman, berukuran lempung pasiran, plastisitas sedang-tinggi, agak padu, permeabilitas sedang, rentan erosi, tebal 0,1-1,5 m. Luas

penyebarannya sekitar 21,70% (351,35 km²) dari luas kabupaten Maros, meliputi kecamatan Mallawa, Camba, Bantimurung, Bontoa, Simbang, Tompobulu dan Tanralili..

A.4 Hidrologi

Keadaan hidrologi Kabupaten Maros, berdasarkan hasil wawancara lapangan dibedakan antara lain air permukaan (sungai, rawa dan sebagainya) dan air yang bersumber di bawah permukaan (air tanah). Air dibawah permukaan yang merupakan air tanah merupakan sumber air bersih untuk kehidupan sehari-hari masyarakat.

Sumber air permukaan di wilayah Kabupaten Maros bersumber dari beberapa sungai yang tersebar di beberapa kecamatan, yang pemanfaatannya untuk kebutuhan rumah tangga dan kegiatan pertanian. Sungai yang terdapat di Kabupaten Maros yakni; Sungai Maros, Parangpaku, Marusu, Pute, Borongkalu, Batu Pute, Matturungeng, Marana, Campaya, Patunuengasue, Bontotanga dan Tanralili.

Sumber daya Air Potensi sumber daya air di Kabupaten Maros selain dipengaruhi oleh kondisi klimatologi wilayah, juga dipengaruhi oleh beberapa aliran sungai yang melintas pada beberapa kawasan. Potensi sumberdaya air tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat untuk kegiatan pertanian dan sumber air baku untuk kebutuhan lainnya.

Potensi sumberdaya air di wilayah Kabupaten Maros yang telah dimanfaatkan oleh penduduk dalam kehidupan kesehariannya untuk berbagai keperluan bersumber dari air tanah dangkal (air permukaan dan air tanah

dalam air tanah dangkal/permukaan dapat berupa air sungai, sumur, rawa-rawa, bendungan, mata air dan lain sebagainya, sedangkan potensi air tanah dalam dengan pemanfaatan air melalui pengeboran.

Penyediaan air minum merupakan suatu kebutuhan pokok penduduk di suatu daerah, terutama pada daerah-daerah yang potensi air tanahnya terbatas dan kualitasnya kurang memadai jika ditinjau dari aspek kesehatan. Meskipun demikian, pengadaan air minum masih terbatas dan umumnya penduduk menggunakan sumur air tanah dangkal, dalam (artesis), air permukaan dan mata air yang bersumber dari pegunungan.

B. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros

Manfaat–manfaat dan peranan pariwisata telah banyak diakui, sehingga pariwisata telah menjadi salah satu bidang yang cukup penting disamping bidang-bidang lainnya, seperti bidang pertanian, pertambangan, industri, politik dan sosial budaya karena kegiatan pariwisata dipercaya dapat menyediakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan taraf hidup masyarakat, meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah serta mampu memberikan dorongan yang berarti terhadap peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pelestarian kebudayaan dan lingkungan hidup.

Pariwisata merupakan faktor penting dalam pembangunan ekonomi suatu daerah, karena kegiatannya mendorong perkembangan beberapa sektor perekonomian daerah seperti : meningkatnya jenis usaha baru yang erat kaitannya dengan pariwisata seperti misalnya : transportasi, hotel (akomodasi dan penginapan), meningkatnya hasil pertanian dan peternakan untuk

kebutuhan hotel dan restoran seperti sayuran, buah, bunga, telur dsb, meningkatnya permintaan terhadap hasil kerajinan tangan, souvenir dan makanan khas, meningkatnya pendapatan asli daerah dari retribusi dan pajak, memberikan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, dan yang paling penting adalah multiflier effect yang ditimbulkan dari pengeluaran wisatawan yang tentunya semua mengarah pada peningkatan kesejahteraan masyarakat seluas-luasnya.

Dalam semangat otonomi daerah yang telah diterapkan, peranan pemerintah daerah dalam menggali potensi serta mengembangkan Pariwisata di wilayahnya sangat besar. Selain itu, pemerintah daerah juga harus mampu menilai potensi secara obyektif dan mengidentifikasi permasalahan serta mampu mencari solusinya. Berkaitan dengan hal tersebut maka pengembangan pariwisata daerah yang mempertimbangkan aspek potensi obyek wisata, kelembagaan, sumber daya manusia, tata ruang, promosi serta fasilitas sangatlah penting.

Potensi Pariwisata Kabupaten Maros sangatlah besar, obyek dan daya tarik wisata terbesar di darat (dalam kawasan hutan konservasi/Taman Nasional) serta daerah laut dan pesisir. Berdasarkan beberapa kajian yang pernah dilakukan, wilayah Kab. Maros memperlihatkan tidak saja keunikan tapi juga keragaman obyek dan khasanah seni dan budaya yang dimiliki merupakan potensi besar untuk pengembangan pariwisata.

Visi dan misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Maros yang merupakan acuan dalam menyelesaikan permasalahan dalam bidang

pembangunan khususnya untuk dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Maros

Visi

1. Mengembangkan kepariwisataan yang dapat memberi kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat
2. Meningkatkan kesadaran, apresiasi dan pemahaman masyarakat terhadap nilai dan keragaman budaya.
3. Meningkatkan kualitas perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan warisan budaya
4. Mewujudkan pengelolaan tugas dan fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang bersih dan profesional.

Sebagai penjabaran visi tersebut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros menetapkan misi sebagai berikut.

1. Mengembangkan kepariwisataan yang berdaya saing, pengembangan objek wisata yang berkelanjutan serta pemasaran yang bertanggung jawab.
2. Melestarikan dan menjunjung tinggi nilai keragaman dan kekayaan budaya dalam rangka memperkuat jati diri dan karakter masyarakat Maros
3. Mengembangkan sumber kebudayaan dan pariwisata
4. Menciptakan tata pemerintahan yang bersih dan profesional.

B.1 Gambaran Pelayanan SKPD

Secara umum kondisi internal dan eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros cukup kondusif sehingga memberikan peluang cukup besar bagi segenap jajaran pimpinan dan staf untuk menjalankan tugas, fungsi dan tanggung jawabnya didalam menyalankan tugas dan fungsi pokok masing-masing bidang dengan baik. Hal demikian diindikasikan oleh perkembangan sumber daya internal organisasi dan semakin besarnya partisipasi masyarakat didalam mendukung penerapan sistem perencanaan pembangunan daerah yang lebih mengedepankan peran serta masyarakat.

Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dipimpin oleh Kepala Dinas. Dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh 1 orang Sekertariat dan 4 orang Kepala bidang yaitu:

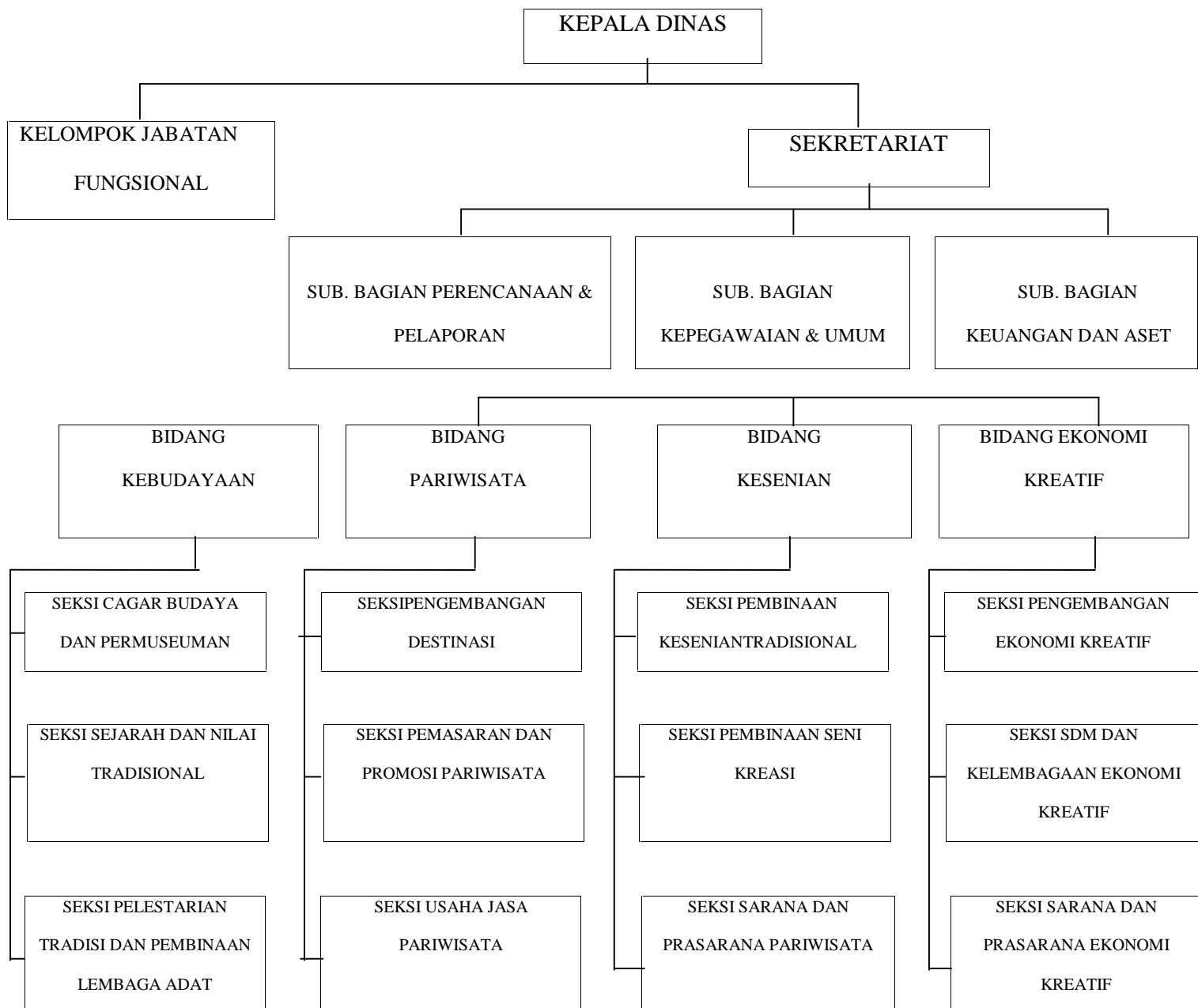
1. Bidang Kebudayaan dan Sejarah
2. Bidang Kepariwisataaan
3. Bidang Ekonomi Kreatif
4. Bidang Kesenian

Kemudian Sekretaris dan masing-masing bidang terdiri dari sub bagian seksi yaitu :

- a. Sekretariat terdiri dari :
 1. Subag Umum dan Kepegawaian
 2. Subag Program
 3. Subag Keuangan
- b. Bidang Kebudayaan terdiri dari :

1. Seksi Cagar Budaya dan Permuseuman
 2. Seksi Sejarah dan Nilai Tradisional
 3. Seksi Pelestarian Tradisi dan Pembinaan Lembaga Adat
- c. Bidang Pariwisata terdiri dari :
1. Seksi Pengembangan Destinasi
 2. Seksi Pemasaran dan Promosi Pariwisata
- d. Bidang Kesenian terdiri dari :
1. Seksi Pembinaan Kesenian Tradisional
 2. Seksi Pembinaan Seni Kreasi
 3. Seksi Sarana dan Prasarana Pariwisata
- e. Bidang Ekonomi Kreatif
1. Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif
 2. Seksi SDM dan Kelembagaan Ekonomi Kreatif
 3. Seksi Sarana dan Prasarana Ekonomi Kreatif

**BAGAN STRUKTUR ORGANISASI DINAS KEBUDAYAAN DAN
PARIWISATA KABUPATEN MAROS**



C. Profil Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung

Secara administrasi Pemerintahan, kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung terletak di wilayah Kabupaten Maros dan Kabupaten Pangkep Kepulauan, Provinsi Sulawesi Selatan. Secara geografis areal ini terletak antara 119 34 17"- 119 55 13" bujur timur dan antara 4 42 49"- 5 06 42 Lintang Selatan.

Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung memangku kawasan konservasi seluas 43,750 Ha. Selain pemangkuan pengelolaan kawasan konservasi, Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung juga berfungsi melaksanakan pengelolaan keanekaragaman hayati yang ada di dalam kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung. Sebagai unit pelaksana teknis di daerah yang melakukan penyelenggaraan urusan pemerintahan di bidang konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya harus mengacu pada arah dan kebijakan pembangunan nasional lingkup Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan tahun 2015-2019 bidang KSDAE adalah program konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistem yang di implementasikan melalui kegiatan pengelolaan taman nasional.

Kawasan karst Maros merupakan bentang alam yang terluas kedua di dunia setelah bentang alam karst yang ada di china bagian selatan, dimana sekitar +-20.000 Ha Kawasa Karst Maros tersebut ditunjukkan menjadi kawasan konservasi antara lain dengan pertimbangan 1) keunikan ekosistemnya yang sebagian besar berupa ekosistem karst yang memiliki potensi sumber daya alam hayati dengan keanekaragaman yang tinggi serta

keunikan dan kekhasan gejala alam dengan fenomena alam yang indah, 2) keberadaan berbagai jenis flora dan fauna endemik, langka dan unik seperti jenis kupu-kupu dan kayu hitam, serta 3) perlindungan sistem tata air beberapa sungai besar dan kecil di provinsi Sulawesi Selatan melalui sistem penggunaan.

Kondisi tersebut fokus utama pengelolaan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung adalah bagaimana menjamin keutuhan ekosistem karst Maros angkep dengan segala potensi didalamnya sehingga berkontribusi positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan tetap memegang prinsip-prinsip kelestarian ekosistemnya. Untuk menjamin arah pengelolaan Taman Nasional Batimurung Bulusaraung sesuai dengan mandat pengelolaannya sejalan dengan arah dan kebijakan pemerintah saat ini perlu dirumuskan yang akan menjadikan tolak ukur keberhasilan pengelolaan untuk perencanaan lima tahun kedepan. Indikator kinerja kegiatan pengelolaan taman wisata Bantimurung dipilih berdasarkan hasil identifikasi dan ekstraksi dari isu-isu strategis yang berkembang, baik internal maupun eksternal.

Indikator kinerja kegiatan (IKK) yang sesuai dengan kondisi dan tipologi pengelolaan serta target kinerja IKK di lingkup Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung terdiri dari:

- Jumlah dokumen perencanaan penataan kawasan konservasi yang tersusun dan mendapat pengesahan sebanyak 1 dokumen zonasi.
- Jumlah paket data dan informasi kawasan konservasi yang valid pada satu unit taman nasional.

- Jumlah kerjasama pembagunan strategis dan kerjasama penguatan fungsi pada kawasan konservasi sebanyak lima perjanjian kerjasama.
- Jumlah kawasan konservasi yang ditingkatkan efektifitas pengelolaannya hingga memperoleh nilai indeks MEET minimal 70% pada 1 unit taman nasional.
- Jumlah dokumen perencanaan prngelolaan kawasan konservasi yang tersusun dan mendapat pengesahan sebanyak 5 dokumen rencana pengelolaan.
- Luas kawasan konservasi terdegrasi yang dipulihkan kondisi ekosistemnya seluas 50 Ha.
- Jumlah desa di daerah penyangga kawasan konservasi yang dibina sebanyak 4 desa selama 5 tahun.

Secara kewilayahan batas-batas Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung adalah sebagai berikut:

- Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Bangkep, Barru dan Bone.
- Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Maros dan Kabupaten Bone.
- Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Maros.
- Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Maros dan Kabupaten Pangkep.

Penyelenggaraan upaya konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya menjadi tanggung jawab pemerintah selaku pengelola negara, yang dalam hal ini diwakili oleh Balai TN Bantimurung Bulusarang, Direktorat Jenderal Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistem (KSDAE),

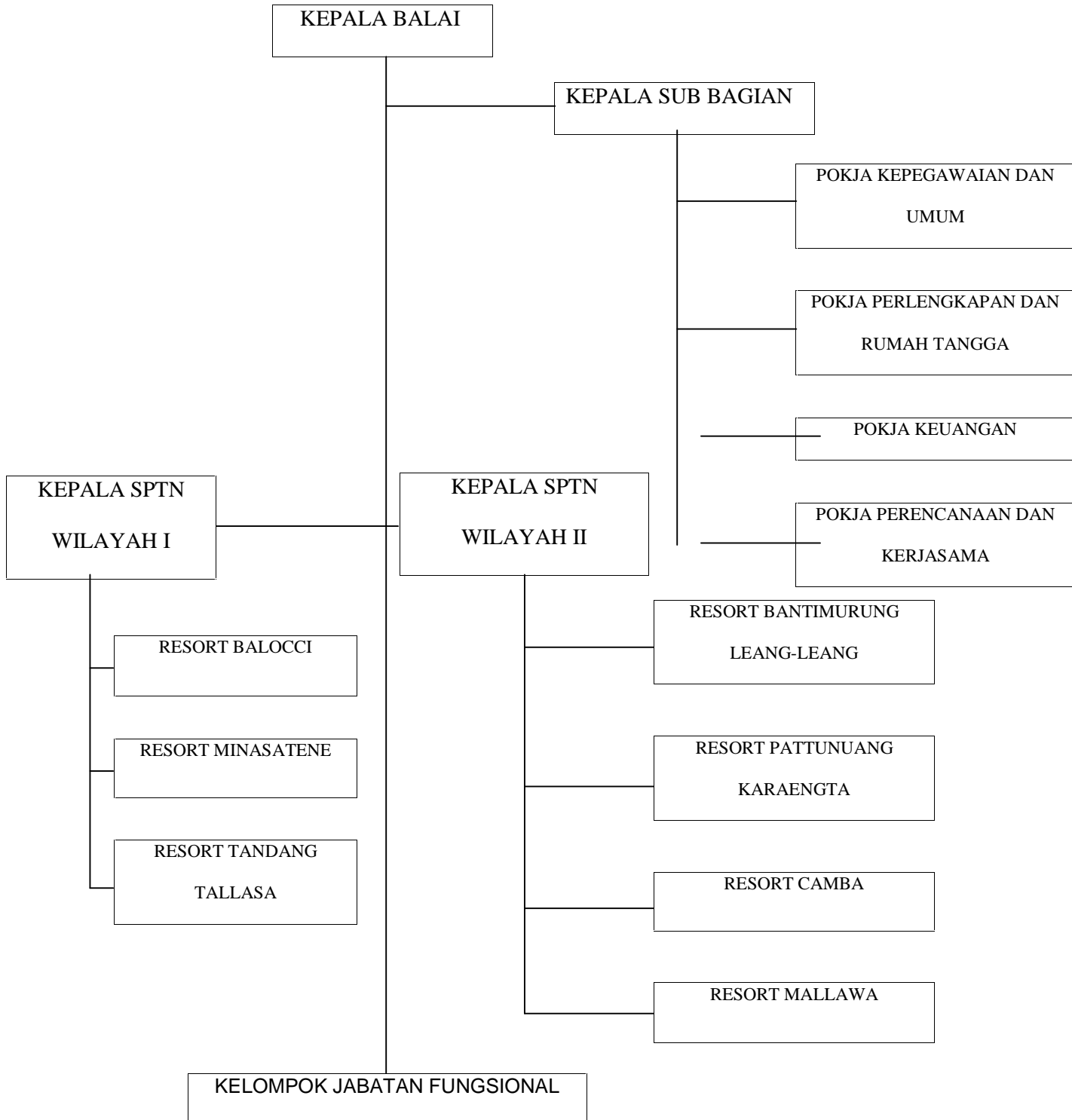
Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Hal tersebut sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.03/Menhut-II/2007 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit.

Pelaksana Teknis Taman Nasional. Dalam menyelenggarakan upaya konservasi sumberdaya alam hayati dan ekosistemnya, Balai TN Bantimurung Bulusaraung mempunyai tugas penyelenggaraan konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya dan pengelolaan kawasan taman nasional berdasarkan peraturan perundang- undangan. Dalam penyelenggaraan tugas tersebut Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung melaksanakan fungsi sebagai berikut.

- Pengelolaan kawasan taman nasional.
- Penyediaan, perlindungan dan pengamanan kawasan taman nasional.
- Pengendalian kebakaran hutan.
- Promosi dan informasi konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya.
- Pengembangan bina cinta alam serta penyuluhan konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya.
- Kerjasama pengembangan konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya serta pengembangan kemitraan.
- Pemberdayaan masyarakat sekitar kawasan taman nasional.
- Pengembangan dan pemanfaatan jasa lingkungan dan pariwisata alam, dan
- Pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga.

Secara struktur Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung dalam implementasinya Implementasi pengelolaan taman nasional berbasis resort yang diterapkan baru memasuki tahap perkembangan yang artinya bahwa tahap prakondisi mendukung dan implementasinya intensif. Kualitas dan kuantitas pegawai yang tidak merata, sarana dan prasarana yang kurang memadai, serta anggaran yang hanya mengandalkan APBN ikut menghambat percepatan pengelolaan berbasis resort. Hal lainnya yang menghambat belum efektifnya pengelolaan kawasan adalah status hukum kawasan yang belum definitif menyebabkan kurang kuatnya bargaining TN Bantimurung Bulusaraung dalam berbagai permasalahan tenurial pengelolaan kawasan dan berikut struktur organisasi dan tata kerja Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung yaitu:

Bagan Struktur Organisasi Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung



Sedangkan visi dan misi Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung yaitu:

VISI:

“Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung menjadi destinasi Ekowisata Karst Dunia”

MISI:

1. Mempertahankan keutuhan ekosistem Karst dan keanekaragaman hayati bernilai penting bagi ekosistem Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung;
2. Mengoptimalkan jasa lingkungan kawasan melalui pengembangan ekowisata berbasis kekhasan dan keunikan ekosistem (Ekowisata Karst) Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung;
3. Meningkatkan fungsi ekosistem karst sebagai catchment area dan laboratorium alam untuk pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian dan pendidikan konservasi; dan
4. Mewujudkan tata kelola ideal bagi Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

D. Strategi yang Dilakukan oleh Pemerintah Dalam Branding Ekowisata Karst Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Maros

Dalam pengembangan dan peningkatan suatu kunjungan pariwisata tidak terlepas dari strategi yang dilakukan oleh pemerintah dan bagaimana melihat ciri khas suatu daerah yang dimana sangat berperan penting dalam peningkatan kunjungan wisata karna disetiap daerah pasti mempunyai daya tarik wisata yang menonjol dan merupakan salah satu faktor pendukung dalam memperkenalkan wisata kawasan Karst Maros.

Inti pemasaran dari pariwisata ini memastikan bahwa wisatawan adalah pusat dari segala usaha pemasaran dan mempergunakan teknik untuk mengidentifikasi serta mengantisipasi kebutuhan apa yang diinginkan oleh wisatawan dan yang paling ditekankan bagaimana pelayanan yang diberikan para wisatawan. Menurut Suwena (2010), wisatawan yang melakukan perjalanan ke destinasi pariwisata memerlukan berbagai kebutuhan dan pelayanan mulai dari keberangkatan sampai kembali lagi ke tempat tinggalnya, aktivitas pariwisata sangat terkait dengan kehidupan kita sehari-hari mulai dari makan, minum serta transportasi yang membawa pergi dari suatu tempat ke tempat lainnya dan berikut terdapat beberapa komponen utama untuk menarik suatu minat wisatawan melakukan suatu kunjungan ke suatu daerah:

1. Aksesibilitas

Konsep yang menggabungkan pengaturan tata guna lahan secara geografis dengan sistem jaringan transportasi. Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata unsur yang penting dalam aksesibilitas yaitu transportasi. Selain transportasi yang berkaitan dengan aksesibilitas adalah prasarana yang meliputi jalan, jembatan, stasiun dan bandara ini berfungsi untuk menghubungkan tempat dengan tempat lain.

Berikut hasil wawancara oleh H. Samsir selaku bidang ekonomi kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maros.

”Kami selaku pemerintah yang bertanggung jawab dalam memonitoring, mengevaluasi dan mempromosikan wisata-wisata yang ada di Kabupaten Maros, saya melihat akses menuju kawasan wisata sudah baik seperti yang jalan dari Kota Maros ke Kec. Bantimurung sudah beraspal, kemudian jalan dari Kec. Bantimurung ke Leang-Leang sudah menggunakan jalanan beton, kami sangat mengetahui bahwa akses merupakan hal sangat penting untuk menarik dan memudahkan wisatawan dalam mengunjungi berbagai potensi wisata kawasan Karst Maros” (Wawancara SM, 19 Januari 2017)

Berdasarkan hasil wawancara di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa pemerintah memang harus memonitoring mengaplikasikan dan mempromosikan wisata Kabupaten Maros, salah satunya seperti infrastruktur jalan untuk menuju tempat destinasi pariwisata. banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dikunjungi tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik sehingga ketika diperkenalkan dan dijual tak banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung. Tak hanya itu saja, Pengembangan lainnya memang perlu

dilakukan di Kabupaten Maros agar upaya untuk memajukan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata, di samping itu dalam hal peningkatan kunjungan wisata tidak luput dari bagaimana membangun dan menyiapkan sarana dan prasarana didalamnya, seperti yang tertulis dalam Undang-Undang peraturan daerah tentang penyelenggaraan kepariwisataan. Prasarana pariwisata merupakan fasilitas utama atau dasar yang utama yang memungkinkan kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada pengunjung.

Adapun hasil wawancara oleh Kama selaku Bidang Fungsional Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

“Mengenai akses dari Kota Makassar menuju daerah tujuan wisata yang ada di Kabupaten Maros sudah baik, hanya saja mengenai jalur poros antar kota masih bergelombang yang disebabkan mobil angkutan roda sepuluh yang mengangkut semen dari PT. Mallomo (Bosowa) dan PT. Tonasa. Tetapi dalam hal ini saya lihat pemerintah Maros selalu mendorong perbaikan infrastruktur setiap tahunnya. (wawancara KM, 16 Januari 2017)

Pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa akses untuk lokasi dari Kota Makassar menuju Maros ataupun daerah tujuan wisata yang berada di Kabupaten Maros sudah tergolong baik. Seperti yang dijelaskan diatas hanya saja bahwa masih ada beberapa perlu pembenahan mengenai akses jalan yang terpenting yaitu jalan poros Maros itu sendiri. Dengan demikian sebaik apapun wisata itu sendiri tanpa akses yang baik maka wisatawan akan kurang berkunjung ke tempat wisata itu sendiri.

Adapun hasil wawancara oleh Risky selaku pengunjung kawasan wisata Karst Maros mengenai akses menuju tempat wisata.

“Dari lokasi menuju kawasan wisata karst sangat strategis karena dekat dari kota makassar maupun Bandara, untuk perjalanannya hanya menempuh jarak sekitar satu jam lebih, dengan kondisi jalan sudah cukup baik namun ada beberapa sedikit perlu dibenahi seperti jalan beton yang sudah mulai berlubang. (wawancara RS, 12 februari 2017)

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi menuju kawasan wisata memang cukup terjangkau hanya menempuh jarak kurang lebih satu jam baik dari kota makassar maupun dari bandara serta berbatasan juga dengan Kabupaten Pangkep dan Kabupaten Gowa. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa fakta di masyarakat juga mulai bergeser terhadap kebutuhan akan berwisata, kini berwisata sudah menjadi sebuah kebutuhan primer dibandingkan beberapa tahun yang lalu yang masih merupakan kebutuhan sekunder. Karena jika kita lihat berwisata juga telah menjadi gambaran status sosial seseorang di masyarakat. Mereka merasa bangga ketika ditanyakan wisata apa saja yang mereka sudah pernah kunjungi, fenomena seperti itu menunjukkan bahwa pariwisata telah menjadi industri dan sangat menjajikan saat ini dan tahun yang mendatang.

Berikut hasil wawancara oleh Ibrahim selaku Pemerintah Kelurahan Kalabbirang:

“Dalam pengelolaan dan peningkatan kunjungan wisata kawasan karst Maros seperti pengembangan pariwisata dalam partisipasi masyarakat masih sangat kurang. Sebagai warga Leang-Leang, saya belum pernah melihat adanya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah mengenai peningkatan pengunjung di leang-leang ini. Sementara tujuan pemerintah ingin meningkatkan pengunjung namun masyarakat tidak ikut dilibatkan”.(Wawancara IR, 2 Februari 2017)

Kurangnya sosialisasi pemerintah membuat warga Leang - Leang tidak terlalu terlibat dalam peningkatan kunjungan wisata. sebagai warga sekitar taman wisata itu sangat di proritaskan untuk berkembangnya wisata kawasan karst untuk diberdayakan oleh pemerintah seperti yang tertuang dalam peraturan Bupati tentang pengembangan kepariwisata yang merupakan program dalam pengembangan dan peningkatan kunjungan wisata dan wilayah sekitar serta melakukan pemetaan terhadap potensi pariwisata yang dimiliki yaitu berupa nilai, karakteristiknya, insfrastruktur pendukungnya dan kemampuannya dalam menopang perekonomian. Menurut Soekadijo (2000) mengemukakan bahwa aksesibilitas yang terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat objek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan. Upaya pengembangan sarana dan prasarana secara khusus ditunjukkan untuk mendukung peciptaan kemudahan, kenyamanan keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata serta menciptakan kualitas sumber daya manusianya, pariwisata yang tangguh di bidang pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisata.

Berikut wawancara kami dengan oleh Suherman selaku tokoh masyarakat setempat.

“Pengembangan wisata memang penting bagi masyarakat sekitar kawasan wisata gunung Karst Maros, kami sangat mendukung dengan adanya wisata di daerah kami sekaligus dapat memberikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk usaha dan berbisnis terhadap pariwisata, tetapi yang saya lihat mengenai partisipasi masyarakat terhadap wisata disini masih sangat kurang, mereka lebih memilih lahan pertanian seperti

persawahan dan perkebunan sebagai sumber pendapatan hidup dibandingkan dengan usaha dan bisnis wisata”. (Wawancara SH, 2 Februari 2017)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan pada prinsip pariwisata merupakan usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa. Negara dan pemerintah dalam rangka mensejahterakan rakyat baik secara lahir maupun batin. Dalam pembangunan terjadilah suatu proses perubahan yang berlangsung secara terus menerus yang berkelanjutan. Disinilah peran pemerintah harus lebih jeli menggerakkan masyarakat agar berpartisipasi dalam pembangunan serta mampu mengembangkan potensi yang dimiliki oleh wisata, untuk mencapai tujuan dan cita-cita bangsa, karena pada dasarnya pembangunan diselenggarakan oleh rakyat dan pemerintah. Peran masyarakat harus ditumbuhkan dengan mendorong kesadaran dan pemahaman bahwa hak kewajiban dan tanggung jawab seluruh masyarakat, sehingga hasil dari pembangunan dapat dinikmati oleh seluruh rakyat. Menurut Damanik J. (2004) bahwa pengembangan pariwisata memberikan dampak positif dan keunggulan sebesar-besarnya baik bagi seluruh lapisan dan golongan masyarakat pemerintah swasta maupun bagi wisatawan.

2. Fasilitas

Fasilitas wisata dapat diartikan yaitu suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan objek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana. Sarana tersebut merupakan

kebutuhan penting bagi para wisatawan, apabila tersedia dengan baik, para wisatawan akan merasa nyaman dalam melakukan berbagai aktivitas lain (Sunaryo (2013)). Kebutuhan pariwisata memang mempunyai banyak yang diinginkan dalam sarana penunjang bukan hanya wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi fungsi lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjunginya.

Berikut hasil wawancara oleh H. Lahab selaku kepala pengelola pariwisata kawasan wisata karst Kabupaten Maros.

“Untuk saat ini fasilitas secara umum yg sudah ada seperti mushollah, toilet, tempat bersantai atau peristirahatan bagi pengunjung, tempat sampah dan rumah informasi dengan bekerjasama oleh BPCB (balai pelestarian cagar budaya) dan Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung mengenai pengamanan dan pemeliharaan baik taman prasejarah maupun kawasan wisata Karst Maros” (Wawancara LH, 5 Februari 2017)

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh kawasan wisata Karst Maros memang cukup baik terlihat dari semua fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung sudah ada tinggal bagaimana kemudian pemerintah melihat apa-apa saja keluhan dan kebutuhan pengunjung mengenai baik itu fasilitas yang dibutuhkan atau tingkat kenyamanan karena kita ketahui bahwa pariwisata sangat berpotensi dan menjajikan dalam jangka panjang seperti halnya fasilitas, karena sebegas apapun pariwisata tanpa adanya fasilitas yang memadai maka wisatawan juga enggan berkunjung. Tidak hanya itu kegiatan pariwisata yang mengedepankan

kekhasan lokal dan alami tetapi mampu memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan.

Berikut hasil wawancara oleh Mira selaku pengunjung kawasan wisata Kawasan karst Kabupaten Maros.

“Dilihat dari sarana dan prasarana yang dibuat oleh pemerintah sudah baik namun ada beberapa hal yang harus ditambah seperti, menambah jumlah tempat untuk istirahat bagi para pengunjung dan perlu penambahan tempat sampah karena masih minim, loket pengambilan karcis bagi para pengunjung masih perlu pembenahan, karena pengunjung yang akan masuk di tempat wisata dikenakan pembayaran dari pengelola dan tidak diberikan karcis ke pengunjung oleh pengelola tempat kawasan wisata”. (Wawancara MR, 12 Februari 2017)

Berdasarkan hasil wawancara yang dapat disimpulkan bahwa pemerintah dan pengelola wisata Karst berperang penting mempersiapkan sarana dan prasarana yang masih minim seperti tempat sampah yang perlu di tambah serta fasilitas tempat peristirahatan perlu penambahan. dalam pengembangan suatu objek wisata yang ada di Kabupaten Maros untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata alam Karst yang ada di Maros. Salah satu komponen dari kesisteman pariwisata adalah sarana dan prasarana kepariwisataan yang merupakan komponen terbesar dan paling menentukan dalam menyukseskan penyelenggaraan pariwisata. Di dalam komponen ini terdiri dari berbagai subsistem yang memang benar-benar perlu mendapatkan perhatian dan penyediaan serta pemeliharaan untuk sesama.

Berikut hasil wawancara oleh Suherman selaku tokoh masyarakat setempat

“Sebagai Masyarakat yang berada di sekitar taman wisata karst Leang-Leang, mungkin dari sudut pandang kami melihat bahwa lokasi untuk menuju tidak terlalu sulit untuk dijumpai karena sebelum memasuki taman

ini ada Papan Petunjuk (*signboard*) yang berdiri kokoh untuk membantu wisatawan agar tidak salah jalan. Tetapi hanya saja pada saat ini belum ada angkutan umum yang melintas yang melewati daya tarik sehingga sulit bagi wisatawan yang ingin datang berkunjung tetapi tidak membawa ataupun memiliki kendaraan pribadi. Begitupun jalan menuju tempat lokasi itu tidak begitu mulus yang masih terdapat jalan yang berlubang dan tidak rata selain itu jalan yang sempit membuat sulit untuk dilalui oleh kendaraan yang besar.(wawancara SH, 2 Februari 2017)

Pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk lokasi menuju kawasan wisata tidak terlalu sulit karena sudah mempunyai papan petunjuk yang berdirih kokoh agar memudahkan masyarakat mengetahui tempat lokasi, tetapi hanya saja yang menjadi kendala bagi pengunjung wisata karena belum adanya angkutan umum yang masuk ke daerah wisata. Untuk jalan sendiri perlunya peran pemerintah dalam memonitoring akses jalan karena sudah jalan beton sudah mulai rusak atau mulai berlubang.

Pengelolaan pariwisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan pada nilai-nilai kelestarian lingkungan dan nilai-nilai sosial yang memungkinkan kegiatan wisata serta bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat sekitar seperti pengembangan SDM yang sangat penting dalam pengembangan kepariwisataan yang benar-benar efektif bahkan sering mendapatkan perhatian yang rendah dalam beberapa kasus bahkan sama sekali diabaikan. Hal tersebut mengakibatkan timbulnya permasalahan yang serius dalam industri kepariwisataan bahkan terhalangnya partisipasi masyarakat setempat dalam kegiatan ekonomi yang dikembangkan dari pengembangan kepariwisataan.

Berikut hasil wawancara oleh Kama selaku bidang Fungsional Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

“Pengembangan pariwisata memang sangat berperan penting terhadap anggaran dana dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Dalam hal ini pengembangan wisata kami benar-benar fokus dalam mengelola anggaran yang digelontorkan oleh pemerintah. Untuk kerangka anggaran pendanaan dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata tersebut berasal dari anggaran pemerintah melalui APBN dan sumber anggaran lainnya berupa bantuan atau donor melalui skema kerjasama pengelolaan”.(Wawancara KM, 16 Januari 2017)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya anggaran dana dalam pengembangan pariwisata secara berkelanjutan. Pemerintah memang harus betul-betul melihat potensi pariwisata bagaimana mengembangkan dan membuat sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan, jadi untuk itu anggaran dana sangat diproyeksikan perencanaan kawasan sebagai acuan dan dasar pelaksanaan pengelolaan sumber daya alam hayati dan ekosistem. Pemenuhan sarana dan prasarana Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung dilakukan secara bertahap sesuai dengan ketersediaan anggaran. Dalam hal pengelolaan anggaran, basis anggaran dalam pengelolaan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung masih mengandalkan APBN. Anggaran pengelolaan cenderung mengalami peningkatan dalam lima tahun terakhir. Anggaran yang dikeluarkan dalam pengembangan wisata tak terlepas juga inti dari pemasaran wisata, karena hasil yang ingin dicapai dari pengembangan wisata yaitu bagaimana memasarkan wisata agar dapat meningkatkan kunjungan wisata dikenal oleh masyarakat luas.

3. Daya Tarik

Berdasarkan undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Menurut Spilanne (2002), adalah hal hal yang menarik perhatian wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata. Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentuk dan fasilitas yang berhubungan yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar dari kepariwisataan. Tanda adanya daya tarik di sesuatu daerah atau tempat tertentu, kepariwisataan sulit untuk dikembangkan.

Berikut hasil wawancara oleh Muh. Ridwan selaku seksi pemasaran dan promosi pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros.

“Keindahan alam tak lepas dari daya tarik seperti kita miliki salah satunya yaitu karst terluas di Indonesia yang mempunyai bentuk dinamakan tower karst yang menjulang tinggi dan merupakan satu-satunya yang ada di Indonesia yang harus dilindungi sebagai upaya kita kedepannya yaitu menjadikan sebagai destinasi ekowisata karst dunia”.(Wawancara ,MR 20 Januari 2017)

Pembahasan diatas dapat ditarik disimpulkan bahwa daya tarik dari keindahan alam Karst Maros yang terluas di indonesia yang berada di Kabupaten Maros memang sangat beragam bukan hanya dengan tower karst tetapi berbagai keanekaragaman yang dapat di jumpai di kawasan Karst Maros, bahkan bercita-cita menjadi salah satu daerah tujuan ekowisata kelas dunia berbasis kekhasan dan keunikan ekosistem (ekowisata Karst) yang

berkontribusi positif bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat dengan tetap memegang prinsip-prinsip kelestarian ekosistemnya. Beberapa kawasan di dalam suatu negara keberadaannya dilindungi oleh undang-undang maupun peraturan lainnya dan ditetapkan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Kawasan ini termasuk taman nasional, taman regional, dan taman negara dimana umumnya pariwisata dan kegiatan rekreasi lainnya dipromosikan bersama dengan upaya konservasi sumber daya alam maupun kegiatan budaya. Dalam hal pemanfaatan wisata alam, pengembangan ekowisata Karst dianggap sebagai konsep yang paling ideal dalam meningkatkan nilai keekonomian kawasan. Pendekatan ekowisata berkelanjutan melalui pendekatan pengembangan kegiatan pariwisata yang berorientasi pada kegiatan perjalanan wisata yang bertanggung jawab di wilayah yang masih alami atau wilayah yang dikelola menurut kaidah alam, yang menekankan aspek pembelajaran/pendidikan, aspek kelestarian dan peningkatan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal.

Berikut hasil wawancara oleh Dewi selaku pokja perencanaan dan kerjasama Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung

“Tidak hanya kawasan karst Maros yang berada di daerah tersebut tetapi kita juga bisa jumpai goa prasejarah yang terdapat di berbagai batua karst yang merupakan sejarah kehidupan orang-orang terdahulu sehingga sangat cocok untuk dikunjungi apa lagi wisatawan yang ingin berlibur sekaligus mengenal sejarah kehidupan orang-orang terdahulu” (Wawancara DW, 16 Januari 2017)

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa bukan hanya kawasan karst yang bisa dikunjungi tetapi bisa juga dijumpai dengan belajar dan mengetahui sejarah kehidupan orang-orang terdahulu yang bisa dikatakan sebagai wisata

minat khusus, jadi mungkin pengunjung yang datang kebanyakan pelajar atau rombongan dari berbagai di wilayah.

Berikut Hasil wawancara oleh Risky selaku pengunjung wisata kawasan Karst Maros.

“Yang membuat saya tertarik untuk mengunjungi wisata kawasan Karst Maros itu salah satunya dari beberapa teman yang mengatakan bahwa karst bentuk batuan karst itu sendiri terutama kawasan Karst yang berada di Leang-Leang yang merupakan bebatuan yang unik tersusun dan berjejera dengan rapih yang seakan-akan dibuat oleh manusia” (wawancara RS, 12 Februari 2017)

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu agar masyarakat atau wisatawan yang ingin mengunjungi tempat wisata itu sendiri melihat daripada apa yang membuat mereka tertarik untuk berkunjung sebagai ciri khas yang terdapat di daerah itu sendiri yaitu bentuk batuan Karst yang unik yang salah satunya yang ada di indonesia seperti yang di bahas diatas bahwa bebatuan Karst Leang-leang yang tersusun cantik dan berjejeran dengan rapih yang seakan- akan dibuat oleh manusia, padahal sebenarnya itu terbentuk secara alami.

Berikut hasil wawancara oleh Kama selaku bidang Fungsional Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

“ Kekuatan dalam pariwisata kawasan karst maros memiliki potensi flora dan fauna yang merupakan ciri khas dari ekosistem Karst. Keunikan flora dan fauna tersebut sangat memiliki nilai keunikan dan daya tarik tersendiri. Selain itu, potensi alam lainnya adalah pemandangan di sekitar gua yang sangat unik dan indah karena terdiri dari berbagai karst-karst yang tersebar dan terbentuk seperti taman. Kawasan wisata tersebut juga dilalui sebuah sungai yang menambah daya tarik keindahan, serta merupakan kawasan karst Maros yang terluas di dunia yang bercirikan sebagai Tower Karst”. (Wawancara KM, 16 Januari 2017)

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kekuatan kekuatan yang dimiliki kawasan karst maros yang memiliki keunikan-keunikan flora dan fauna sebagai ciri khas serta merupakan kawasan karst terluas di indonesia baik pemandangan disekitar gua yang unik serta potensi objek situs prasejarah leang-leang sebagai poin penting dalam kawasan karst Maros. Pariwisata berbasis alam menjadi wabah bagi masyarakat dan trend yang sedang berkembang, karena semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya alam bagi kelangsungan hidup manusia. Dengan pariwisata berbasis alam diharapkan dapat membantu upaya pelestarian alam saat ini menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan dalam industri pariwisata.

E. Upaya Pemerintah dalam Branding Ekowisata Karst Sebagai Strategi Pemerintah dalam Meningkatkan Wisatawan di Kabupaten Maros.

Upaya pemerintah dalam hal meningkatkan suatu kunjungan wisata Kabupaten Maros, pemerintah perlu melakukan suatu tindakan ataupun promosi karena sebagai Suatu perencanaan yang diarahkan pada upaya pendayagunaan potensi objek wisata alam dengan tetap memperhatikan prinsip keseimbangan antara kepentingan pemanfaatan pelestarian alam kepariwisataan. Dalam pengembangan pariwisata harus mampu menstabilkan kondisi atau keadaan alami yang ada di suatu daya tarik wisata atau destinasi pariwisata, dimana bisa menggambarkan ciri khas sendiri dari daya tarik wisata atau destinasi wisata tersebut. Sejalan dengan arah kebijakan pengembangan citra pariwisata indonesia yang meliputi peningkatan dan pemantapan wisata yang berkelanjutan maka diperlukan langkah strategis

untuk meningkatkan dan memantapkan promosi wisata sebagai destinasi pariwisata yang aman nyaman dan berdaya saing.

1. Website

Menurut Hakim Lukmanul (2004) website merupakan fasilitas internet yang menghubungkan dokumen ruang lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada website disebut dengan web page dan link dalam website memungkinkan pengguna dapat berpindah dari suatu page ke page lain, page diakses dan dibaca melalui brosur seperti internet, google chrome dan aplikasi brosur lainnya.

Berikut hasil wawancara oleh Dewi selaku bidang fungsional Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

”Dalam konsep strategi dalam upaya mempromosikan dan meningkatkan kunjungan wisata kawasan karst Maros kami membuat website yaitu <http://tn.babul.org> agar masyarakat mengenal wisata alam kawasan karst yang didalamnya berisi sejarah kawasan bahkan wisata-wisata lainnya yang berada di Kabupaten Maros serta profil taman nasional bantimurung bulusaraung” (Wawancara DW, 16 Januari 2017)



**Sumber: Web Resmi Balai Taman Nasional Bantimurung
Bulusaraung**

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memperkenalkan dan mempromosikan wisata-wisata suatu destinasi pariwisata perlunya melakukan berbagai hal yaitu salah satunya website yang dibuat oleh pemerintah dalam promosi wisata kawasan Karst Maros, tidak hanya berfokus pada satu model promosi saja tetapi bagaimana melihat peluang dalam memperkenalkan wisata sampai dengan luar daerah karena pariwisata merupakan bagian kegiatan ekonomi yang multi dimensional yang tidak hanya mempunyai tujuan akhir berupa output ekonomi atau nilai-nilai finansial yang diperoleh tetapi menyangkut mengenai persoalan sosial, agama, budaya, dan keamanan yang bahkan menajadi ruh pariwisata untuk dieksploitasi menjadi industri pariwisata yang melibatkan kepentingan berbagai pihak bahkan antar daerah atau antar negara.

Berikut hasil wawancara oleh H. Samsir selaku kepala bidang Dinas
Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros

“Upaya kami dalam mempromosikan wisata Kabupaten Maros memang sudah dari dulu bahkan sampai sekarang pun kami masih mempromosikan wisata Maros dan sejauh ini kami sudah perkenalkan sampai Jakarta, agar mudah dikenal kami gunakan simbol kupu-kupu sebagai lambang atau ciri khas daerah Maros. Dalam pengembangan objek wisata kita sendiri masih sangat kurang dalam pemasaran wisata sampai keluar kota, apalagi kita ketahui bahwa potensi wisata kita bisa bersaing dengan wisata-wisata yang ada disulawesi selatan, sebagaimana visi dan misi kami yaitu mengembangkan kepariwisataan yang berdaya saing serta wisata yang berkelanjutan, melestarikan dan menjunjung tinggi nilai keragaman dan itulah yang ingin kita capai”. (Wawancara HS, 19 Januari 2017)

Pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran wisata perlu untuk dilakukan agar wisata dapat meningkatkan daya saing merupakan hal penting dalam meningkatkan kualitas masyarakat yang produktif karena dasar dari pembangunan kegiatan pariwisata adalah komunikasi seperti promosi, pemasaran dan sebagainya. Pariwisata merupakan salah satu bentuk industri baru yang bisa membuka lapangan kerja baru, meningkatkan penghasilan standar hidup masyarakatnya, sehingga nantinya akan menghasilkan suatu pertumbuhan ekonomi yang pesat disebut pula pariwisata akan membawa pembangunan yang berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan yang mempertahankan eksistensi pariwisata itu sendiri.

Berikut hasil wawancara oleh Kama selaku bidang fungsional Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung selaku Bidang Fungsional

“Ada beberapa brand yang kami buat yaitu salah satunya *The Spectacular Tower Karst* yang merupakan gambaran atas potensi keindahan ekokarst yang menampilkan panorama alam yang indah dan unik serta endokarst dengan berbagai ornamen juga merupakan pesona alam yang indah dan menarik untuk dikunjungi” (wawancara KM, 16 Januari 2017)

Pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam brand memang sering kita dengar bahkan brand dalam membangun citra kepariwisataan seperti brand yang dibuat pemerintah kabupaten Maros yaitu salah satunya *The Spektacular Tower Karst* yang membahas mengenai gambaran atas potensi atas wisata tersebut yang menonjol yang mempunyai nilai atau ciri khas tersendiri.

Berikut hasil wawancara oleh Ibrahim selaku Pemerintah Kelurahan Kalabbirang

“Menawarkan produk pariwisata melalui website atau media online sangat efektif menurut saya karena disamping daripada itu media sosial yang jangkauannya sangat luas dan di jaman teknologi seperti sekarang ini hampir setiap orang yang bisa mengakses internet untuk promosi pariwisata, tinggal bagaimana pemerintah yang berwenang dalam mempromosikan wisata yang ada di kabupaten Maros lebih kreatif lagi dalam mempromosikan wisata” (Wawancara IR, 2 Februari 2017)

Pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa promosi wisata online seperti website ataupun media sosial lainnya, karena hanya mengetik jari dengan membuat website ataupun blog sekarang bukanlah hal sulit. Pemasaran secara online juga efektif dari sisi biaya karena hal tersebut sangat terukur dan ditargetkan untuk orang-orang yang spesifik. Peningkatan produk online bisa meningkatkan daya saing produk jasa yang ditawarkan, agar nantinya pemasaran online kita terlihat menarik, dan tidak lupa juga harus kreatif baik dari segi desain, penulisan, foto ataupun video.

2. Media Sosial

Menurut Antony Mayfield, (2008) adalah tentang menjadi manusia atau orang yang biasa yang berbagi ide, kerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, pemikiran, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. bahkan sekarang media sosial pun dijadikan sebagai tempat atau wadah untuk mempromosikan seperti sektor pariwisata karena cara paling efektif untuk memperkenalkan kekayaan budaya dan pariwisata sebuah negara kepada dunia.

Berikut hasil wawancara oleh Muh. Ridwan selaku seksi promosi dan pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros.

“Dalam beberapa tahun belakangan ini kami mulai fokus mempromosikan melalui media sosial seperti blog ataupun instagram, karena saat ini sangat efektif untuk menjangkau internet dari kalangan generasi muda, selain itu daya jangkau melalui media sosial jauh lebih luas” (wawancara, MR, 20 Januari 2017)

Wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi pariwisata yang terlihat sekarang ini memang sangat sangat efektif dalam promosi melalui sosial media karena sekarang pengguna media sosial seperti sangat banyak.



Sumber: Instagram Tnbabul

Berikut hasil wawancara oleh Mira selaku pengunjung wisata kawasan Karst Maros.

“Wisata disini saya dapatkan informasi dari teman-teman saya yg sudah pernah kesini sebelumnya, disini selain melihat kawasan karst juga bisa melihat prasejarah kehidupan orang-orang terdahulu tapi sayang gua tidak dibuka karena kata pengelolanya hanya hanya hari-hari tertentu saja akan dibuka, dan saya lihat disini wisata Maros memang sangat beragam wilayah juga sangat strategis dekat dengan kota Makassar jadi akses untuk ke tempat ini juga tidak terlalu memakan waktu untuk sampai ke tempat ini”. (Wawancara MR, 12 Februari 2017)

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam mempromosikan wisata Maros terbilang cukup baik seperti yang dikemukakan oleh salah satu pengunjung wisata bahwa informasi yang didapatkan salah satunya yaitu dari media sosial dan teman sekitarnya seperti model promosi yang sudah di jelaskan oleh Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung. Jadi disinilah peran pemerintah berusaha agar bagaimana menjadikan suatu wisata Maros sebagai Karst dunia. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah. Pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana. Sarana sesuai dengan namanya menyediakan kebutuhan pokok yang ikut menentukan keberhasilan suatu daerah menjadi daerah tujuan wisata. Fasilitas yang tersedia dapat memberikan pelayanan kepada para wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung. Membuat Berupa program-program atau rencana pengembangan potensi-potensi-potensi di masing-masing obyek wisata yang dikembangkan lagi agar wisatawan atau pengunjung semakin banyak dan semakin menarik dan patut dikunjungi dan terus berupaya mencari dan menjalin suatu kerjasama dengan pihak ketiga

dengan cara terus melakukan promosi pariwisata Kabupaten Maros, dan tetap mendengar keluh kesah permasalahan yang terjadi dilapangan lokasi obyek wisata oleh koordinasi lapangan.

Berikut Hasil wawancara oleh Kama selaku Bidang Fungsional Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

“Untuk pemasaran wisata ataupun promosi wisata Kabupaten Maros, menurut saya masih tergolong kurang jika mempromosikan melalui media sosial, karena untuk Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung itu sendiri hanya melalui instagram dan blog saja, kalau yang lainnya masih belum ada seperti facebook dan media sosial lainnya. (wawancara KM, 16 Januari 2017)

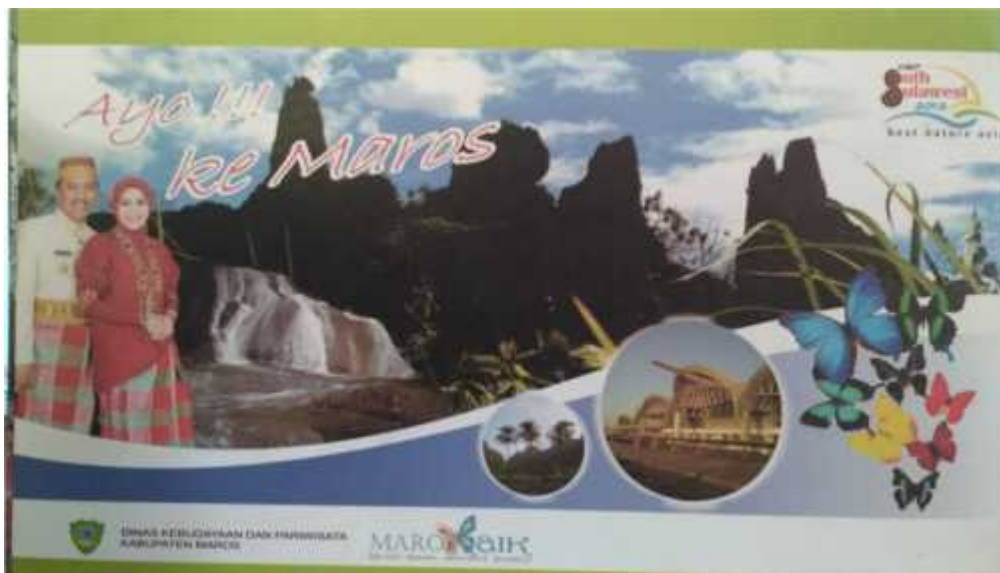
Hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa promosi melalui media sosial tergolong masih kurang, seperti yang dijelaskan di atas bahwa hanya instagram dan blog saja yang digunakan untuk mempromosikan, sementara banyak media sosial yang sering di kunjungi para sosialita seperti facebook dan twiter, kedua media sosial tersebut jika di gunakan, tentu akan memberikan pengaruh yang signifikan di dalam mempromosikan di bidang media sosial.

3. Brosur

Brosur merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan sarana promosi yang berfungsi untuk memberikan informasi produk yang ditawarkan kepada calon konsumen. Berikut hasil wawancara oleh Muh. Ridwan selaku seksi promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros:

“Selaku seksi promosi wisata bukan hanya melalui sosial media tetapi kami juga mempromosikan melalui brosur dimana biasanya kami membagikan di setiap pengunjung ataupun di beberapa papan informasi yang berada di Maros bahkan dilokasi yang ramai pengunjung seperti di lokasi sekitar bandara” (wawancara MR, 20 Januari 2017)

Pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa selain dari promosi sosial media dan internet dinas pariwisata juga mempromosikan melalui brosur yang dibagikan kepada pengunjung atau tempat umum lainnya. promosi melalui brosur dinilai cukup efektif karena biaya juga lebih murah serta juga bisa membangun pendekatan langsung kepada konsumen. Hanya saja biasanya promosi melalui brosur kadang tidak berjalan dengan efektif maka dari itu, bagaimana cara agar promosi dengan brosur dengan lancar yaitu membuat brosur semenarik mungkin jelas dan mudah dipahami.



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maros

Berikut hasil wawancara saya oleh H. Lahab selaku pengelola taman wisata kawasan Karst Kabupaten Maros.

“Berbicara mengenai peningkatan kunjungan wisata kawasan Karst Maros memang kalau kita lihat dari buku pengunjung, peningkatan kunjungan wisata dari tahun ke tahun memang mengalami peningkatan tetapi tidak terlalu signifikan dan jika kita lihat dengan wisata bantimurung memang memang jauh lebih banyak kunjungan wisatanya dibandingkan dengan wisata kawasan karst, karena kalau kita lihat hanya hari Sabtu, Minggu dan hari-hari libur saja ramai pengunjung, berbeda dengan wisata

bantimurung yang bahkan setiap hari ramai pengunjung”. (Wawancara HL, 5 Februari 2017)

Pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa peningkatan kunjungan wisata dari tahun ke tahunnya memang sudah tergolong baik karena mengalami peningkatan kunjungan wisata setiap Tahunnya, seperti dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. Kunjungan Wisata Kawasan Karst Maros:

No	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisata
1	2013	23.577 Orang
2	2014	33.528 Orang
3	2015	34. 922 Orang
4	2016	35. 426 Orang

Sumber: Buku harian pengunjung wisata kawasan Karst Kab.Maros.

Membandingkan kunjungan masyarakat antara permandian alam bantimurung dengan gunung Karst Maros perbedaanya sangat signifikan dengan keunggulan permandian alam bantimurung, kenyataan ini juga membuktikan akan kurang produktifnya promosi dengan brosur, sehingga perlu langkah yang kreatif dan inovatif lagi oleh pemerintah Kab. Maros dalam hal ini dinas kebudayaan dan pariwisata Kab Maros.

Berikut hasil wawancara saya oleh Mira selaku pengunjung wisata kawasan Karst Kabupaten Maros.

“Wisata disini saya dapatkan informasi dari teman-teman saya yg sudah pernah kesini sebelumnya, disini selain melihat kawasan karst juga katanya bisa melihat prasejarah kehidupan orang-orang terdahulu tapi gua prasejarah tidak dibuka karena kata pengelolanya hanya hari-hari tertentu saja akan dibuka, dan saya lihat disini wisata Maros memang sangat beragam wilayah juga sangat strategis dekat dengan Kota Makassar jadi

akses untuk ke tempat ini juga tidak terlalu memakan waktu untuk sampai ke tempat ini". (Wawancara MR, 12 Februari 2017)

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam mempromosikan wisata Maros terbilang cukup baik seperti yang dikemukakan oleh salah satu salah satu pengunjung wisata bahwa informasi yang didapatkan salah satunya yaitu dari media sosial dan teman sekitarnya seperti model promosi yang sudah di jelaskan oleh Balai Taman Nasiolan Bantimurung Bulusaraung. Jadi disinilah peran pemerintah berusaha agar bagaimana menjadikan suatu wisata Maros sebagai Karst Dunia serta melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Strategi pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisata kawasan Karst di Kabupaten Maros meliputi (a). Aksesibilitas sebagai bentuk pemerintah Kabupaten Maros dalam menyediakan sarana publik yang meliputi jalan, jembatan agar wisatawan lebih mudah untuk mengunjungi wisata sebagai bentuk kenyamanan ketika berwisata, (b). Fasilitas dapat diartikan yaitu suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola wisata kawasan Karst Maros untuk kebutuhan wisatawan seperti mushollah, toilet, tempat bersantai atau peristirahatan bagi pengunjung (c). Daya tarik yaitu sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Berdasarkan Hasil Penelitian Ini, Menunjukkan bahwa strategi pemerintah lebih dominan ke fasilitas hal ini di tunjukkan dengan adanya seperti mushollah, toilet, tempat bersantai atau peristirahatan bagi pengunjung, tempat sampah dan rumah informasi yang merupakan fasilitas yang sudah cukup.
2. Upaya pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisata Karst Maros yang meliputi (a). Website, yaitu kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks. (b). Media sosial ialah sarana dalam media online untuk bersosialisasi yang berbasis internet. (c) Brosur merupakan suatu alat untuk promosi barang atau jasa yang terbuat dari

kertas yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi. penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pemerintah yang lebih dominan dalam meningkatkan kunjungan wisata di Kabupaten Maros yaitu melalui media sosial karena sebagian masyarakat aktif menggunakan media sosial seperti instagram dan media sosial lainnya baik dari semua kalangan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis menyarankan sehubungan dengan Branding Ekowisata karst Sebagai Strategi Pemerintah dalam Meningkatkan Wisatawan di Kabupaen Maros

1. Berdasarkan upaya- upaya pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisata kawasan karst perlunya pemerintah singkron terhadap masyarakat setempat ikut serta dalam melibatkan masyarakat setempat dalam pengembangan wisata kawasan Karst Maros serta melaksanakan kebijakan kebijakan pemerintah yang dituang dalam Peraturan Bupati tentang pelaksanaan kepariwisataan.
2. Dari strategi pemerintah dalam branding ekowisata Karst sebagai startegi pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Maros sudah baik dalam strategi dalam mempromosikan wisata Karst Maros semoga kedepannya jauh lebih baik lagi serta visi dan misi diharapkan berjalan baik seperti yang diharapakn yaitu menjadi destinasi Ekowisata Karst Dunia.
3. Penyelenggaraan kepariwisataan diperlukan adanya penambahan sarana dan prasarana seperti, menambah jumlah tempat untuk istirahat bagi para

pengunjung dan penambahan tempat sampah karena masih minim akan ketersediaan tempat sampah serta penambahan pusat informasi demi kemudahan bagi para wisatawan yang berkunjung ke kabupaten maros.

4. Perjalanan wisatawan menuju tempat wisata kawasan Karst Leang - Leang mengenai akses jalan beton masih sempit untuk dilalui mobil-mobil besar. Para pengunjung biasanya banyak mahasiswa ataupun pelajar yang datang dengan menggunakan bis, untuk itu perlunya pembenahan jalan agar akses berjalan dengan baik,

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony Giddens, 2001. *Runaway World: Bagaimana globalisasi Merombak Kehidupan kita*, Jakarta: Gramedia Pustaka utama.
- Antony Mayfield, 2008. *What Is Social Media? (E-book)*, London: Icrossing.
- BAPPENAS: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (2003). *Strategi dan Rencana Aksi Keanekaragaman Hayati Indonesia 2003-2010*, Bogor: LIPI Press.
- Damardjati, RS 2001. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramita
- Dedi Asriady, 2011. *Pengembangan Wisata Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung*. (Online) Artikel. 21-08-2011.
- Eko Haryono, 2004. *Buku Ajar Karst Indonesia, kelompok Study Karst*, Fakultas Geografi, UGM.
- Fandeli, C. dan Mukhlison, 2000. *Pengertian dan konsep dasar Ekowisata*. UGM. Yogyakarta.
- Fandeli, C. Et. all. 2000. *Pengusahaan Ekowisata*. Fakultas Kehutanan Universitas Kehutanan Universal Gajah mada. Yogyakarta.
- Ghodeswar, B.M. (2008). *Building Brand Identity in Competitif Markets: a Conceptual Model*, *journal of Product & Brand Managemen*, Volume 17, number 1.
- Glueek, W. F., & Jauch L, R. (1991). *Manajemen Strategi dan kebijakan perusahaan*. Alih Bahasa oleh Renald Kasali, Jakarta: Erlangga.
- Hakim Lukmanul, 2004. *Cara Cerdas Menguasai Layout Desain dan Web*. Jakarta. Penerbit PT. Elex Media Komputindo.
- Harnida dan Muhammad Tahir. 2012. *Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Objek Wisata Batu Rammang-Rammang Kabupaten Maros*. (Jurnal). Makassar: Unismuh Makassar

- J. Salusu, 2000. *pengambilan keputusan stratejik: untuk organisasi publik dan organisasi non profit*. Jakarta: Grasindo
- Kartajaya H. 2011, *Self Medication*, PT MarkPlus Indonesia, Jakarta Selatan.
- Kusumaningrum, Dian. 2009 *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Dikota Palembang*. Tesis PS Magister Kajian Pariwisata: Universitas Gajah Mada.
- LAN-RI. 2008 *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Massachusetts: Addison-Wesley Pub.Co
- Michael Huberman, 2007. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Miles Matthew B dan A Michael Huberman. (2007). *Analisis Data Kualitatif, buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Mulyo 2005 *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Angkasa. Bandung
- Neumeier Marty, (2013). *The Brand Gap*
- Pitana dan Gayatri, 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Pitana, I Gde dan Surya Diarta, I. Ketut, 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Rangkuti, (2009) *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Commucation*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sastrayuda, Gumelar S. (2010). *Hand out mata kuliah concept resort and leisure, Strategi pengembangan dan pengelolaan resort and leisure*
- Sedarmayanti, (2014). *Manajemen strategi*, Bandung: Refika Aditama
- Soekadijo, (2000). *Anantomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Linkage*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Spillane DR. (2002). *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Sunaryo Bambang, 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta. Gava Media

Suratman Worosuprojo, eko Haryono 2000. *Kajian Inventarisasi Potensi Kawasan Karst di Kabupaten Bantul*. Laporan Penelitian. Fakultas Geografi Universitas Gajah Mada-BAPEDA DIY

Sutikno, 2005. *Pengantar Geografi Bagian Kedua*. Fakultas Geografi Universitas Gajah Mada.

Sutikno dan Eko Haryono. 2000, *Perlindungan Fungsi kawasan Karst. Seminar Perlindungan Penghuni Kawasan Karst: masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang terhadap Fungsi Lingkungan Hidup*. PLSM UNS. Surakarta 11 November 2000.

Suwena, widyatmaja, 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.

Undang-Undang Dasar dan Peraturan Daerah:

Undang Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Undang-undang nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah.

Peraturan Bupati Maros No 4 Tahun 2011

Peraturan Bupati Maros No 71/XII/2008

Peraturan Daerah Kabupaten Maros No 2 tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan.

Peraturan Menteri Kehutanan No P. 03/ Menhut-II/2007

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia NO 36 Tahun 2010 Tentang Pengusaha Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam.

RIWAYAT HIDUP



NURPADILLANG, anak ke-2 dari 2 bersaudara. Lahir di Maros pada tanggal 20 Desember 1993. Buah kasih dari ayahanda Sangkala dan Ibunda Sati. Mulai menjalani pendidikan di bangku sekolah pada tahun 2000 di SD Negeri 26 Mahaka dan tamat tahun 2006, pada tahun 2009 Ia menyelesaikan pendidikan di SMP Negeri 12 Cenrana, dan melanjutkan sekolah di SMA Negeri 2 Cenrana tamat pada tahun 2012. Kemudian pada tahun yang sama, Ia melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi yaitu di Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Pemerintahan S1.

Berkat Rahmat Allah SWT dan iringan doa dari keluarga serta teman-teman. Perjuangan panjang penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar berhasil dengan tersusunnya skripsi yang berjudul Branding Ekowisata Karst Sebagai Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Wisatawan di Kabupaten Maros.