

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI
APPARALANG SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA
KABUPATEN BULUKUMBA**

**SRI WAHYUNINGSIH
105720488414**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI
APPARALANG SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA
KABUPATEN BULUKUMBA**

SKRIPSI

SRI WAHYUNINGSIH

105720488414



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2018

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**Tetaplah bergerak maju meski lambat
Karena dalam keadaan tetap bergerak,
Anda menciptakan kemajuan.
Adalah jauh lebih baik bergerak maju sekalipun pelan
Dari pada tidak bergerak sama sekali.**

**Puji Syukur kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang
telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran untukku dalam
menyelesaikan skripsi ini.**

**Kupersembahkan karya sederhana ini sebagai tanda baktiku kepada
Ayahanda dan Ibunda serta saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa
menyayangiku dan mendoakan kesuksesanku.. Do'amu...
Pengorbananmu... Nasehatmu... Kasih Sayangmu... menjadi penyemangat
disetiap perjuanganku demi menggapai apa yang telah kuimpikan.**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang
Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba"
Nama Mahasiswa : Sri Wahyuningsih
No Stambuk/NIM : 10572 0488414
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

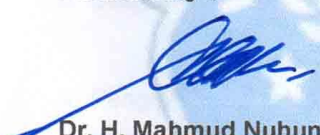
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Sabtu tanggal 11 Agustus 2018..


Makassar, 13 Agustus 2018

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

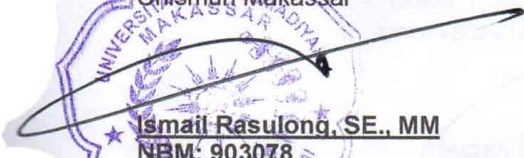

Dr. H. Mahmud Nuhung, MA
NIDN: 0902025701


Ismail Rasulong, SE., MM
NIDN: 0905107302

Diketahui :

Dekan,
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua,
Jurusan Manajemen


Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078


Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Sri Wahyuningsih, Nim : 105720488414, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomer : 0010 / 2018 M, Tanggal 29 Dzulkaidah 1439 H/ 11 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

29 Dzulkaidah 1439 H

Makassar, -----

11 Agustus 2018 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (.....) (Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....) (Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....) (WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (.....)
2. Dr. Agus Salim H R, SE., MM (.....)
3. Ismail Rasulong, SE.,MM (.....)
4. Samsul Rizal, SE., MM (.....)

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, SE., MM

NBM: 903078

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Salawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Mallu dan Ibu Mina yang senantiasa memberikan harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan tulus tanpa pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan do’a restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terimakasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE,MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE,MM., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE, MM., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Mahmud Nuhung, MA., selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM., selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/ibu asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menungka ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2014 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
8. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat selesai.

9. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar yang telah memberi dukungan baik materi maupun do'a sehingga skripsi ini dapat selesai.
10. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah makassar.

Billahi fii Sabil Haq, fastabiqul khairat, wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, Agustus 2018

Penulis

ABSTRAK

Sri Wahyuningsih, Tahun 2018 Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Bapak Dr. H. Mahmud Nuhung, MA dan Pembimbing II Bapak Ismail Rasulong, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang pengembangan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba dan untuk mengetahui strategi yang bisa dilakukan oleh pemerintah dalam pengembangan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba. Jenis penelitian ini adalah yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu suatu analisa yang digunakan untuk menggambarkan atau memecahkan masalah secara sistematis dengan menggunakan metode analisis SWOT yaitu analisis yang dimaksud untuk melihat sejauh mana penerapan strategi pengembangan objek wisata dalam meningkatkan wisatawan yang berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Strategi yang diterapkan oleh dinas pariwisata adalah posisi pertahankan dan pelihara. Kondisi ini merupakan kunci dalam menentukan strategi yang mungkin dapat dikembangkan dalam penetrasi pasar dan pengembangan produk yang sesuai dengan kondisi dinas pariwisata kabupaten bulukumba. Tiga strategi utama yang dihasilkan adalah mengadakan sosialisasi Sapta Pesona atau penyadara manfaat pariwisata untuk seluruh lapisan masyarakat secara berkesinambungan dan sistematis, pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, dan dinas SDM pariwisata harus memiliki sertifikasi keparawisataan

Kata Kunci : Strategi, kekuatan, peluang objek wisata pantai apparalang

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Manajemen Strategi	6
B. Konsep Strategi	7

C. Objek Wisata	19
D. Analisis SWOT	21
E. Peneliti Terdahulu	23
F. Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Teknik Pengumpulan Data	27
D. Sumber Data.....	28
E. Informan Penelitian.....	29
F. Metode Analisis Data.....	29
G. Defenisi Operasional Variabel.....	30
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	32
A. Sejarah Bulukumba.....	32
B. Visi dan Misi	35
C. Struktur Organisasi	36
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Deskriptif Objek Penelitian.....	56
B. Hasil Penelitian	56
C. Pembahasan	67
BAB VI KESIMPULAN	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR GAMBAR

Judul	halaman
Kerangka Pikir	26
Struktur Organisasi	37

DAFTAR TABEL

Judul	halaman
Matrix SWOT	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Republik Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah/budaya. Berlimpahnya sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut dapat di kelola dengan baik sesuai dengan apa yang diminati masyarakat sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan mengabdikan waktu ataupun materi akibat ketidakberhasilan dalam mengelola sumber daya. Parawisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelolah sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri, disamping bernilai ekonomi tinggi, parawisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang peduli terhadap suatu bangsa. Parawisata adalah hal yang diminati oleh setiap individu, karena dapat menghilangkan kejenuhan, berkembangnya kreativitas dan mampu menunjang produktivitas suatu individu.

Di era globalisasi sekarang ini, kemajuan di bidang parawisata sangatlah pesat. Parawisata sudah diakui sebagai industri terbesar abad ini, dilihat dari berbagai indikator perkembangan dunia, di tahun-tahun mendatang peranan parawisata akan semakin meningkat. Oleh karena itu, banyak yang harus dilakukan untuk mengembangkan potensi-potensi wisata

khususnya di Indonesia. Hal ini juga dikarenakan sektor pariwisata sangatlah penting mengingat sektor pariwisata ikut mendorong pengembangan suatu daerah khususnya daerah yang memiliki potensi wisata yang sangat besar serta mendatangkan devisa yang cukup besar bagi daerah yang dikunjungi wisatawan juga bagi negara.

Penyelenggaraan keparawisataan merupakan perangkat yang sangat penting di dalam pembangunan daerah dalam otonomi daerah sekaramg ini, untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan dan meratakan pendapatan masyarakat serta memperkenalkan seni budaya daerah dan hasil kerajinan daerah untuk dapat dipasarkan kepada wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara.

Banyak faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, diantaranya karena ingin melihat tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi dan ingin belajar sesuatu, menghindari udara atau musim yang tidak mengenakkan, keinginan untuk melakukan sesuatu yang tidak bisa dilakukan dirumah, untuk sekedar rekreasi atau rilaks, dan lain-lain. Dalam faktor ini alam juga sangat berpengaruh seperti iklim, pemandangan alam, flora dan fauna, sumber air mineral dan lain-lain. Selain itu, ada pula faktor yang merupakan hasil ciptaan manusia seperti kebudayaan, tradisi dan adat istiadat dari penduduk setempat, benda-benda bersejarah, tarian dan upacara tradisional masyarakat setempat. Oleh karena itu pemerintah harus mengembangkan objek-objek wisata sebagai daya tarik utama bagi wisatawan.

Bulukumba sebagai salah satu kabupaten yang berada di Sulawesi Selatan tentunya menjadi salah satu daerah yang paling banyak diminati

para wisatawan lokal hingga mancanegara. Hal ini di dasarkan pada potensi yang dimiliki oleh daerah dengan sebutan “Butta Panrita Lopi” dengan kekayaan budaya dan potensi alam yang cukup beragam. Kabupaten Bulukumba memiliki letak geografis yang terdiri dari daerah pegunungan dan pesisir pantai sehingga memiliki beragam suku, budaya dan objek wisata lainnya, sehingga menarik untuk dikunjungi dunia nasional maupun internasional. Salah satu objek wisata yang menarik untuk di kunjungi adalah pantai Apparalang yang memiliki panorama pantai yang sangat indah dengan tebing-tebing yang curam dan batuan karang.

Pantai Apparalang yang terletak di Desa Ara, Kecamatan Bonto Bahari sekitar 41 km dari kota Bulukumba dapat ditempuh menggunakan kendaraan dengan waktu 60 menit dan melewati jalan yang curam, berbatu, dan berlubang, kurangnya tempat peristirahatan dan warung-warung yang disediakan bagi pengunjung.

Potensi yang dimiliki objek wisata pantai Apparalang masih perlu dikembangkan lagi agar menjadi daerah tujuan wisata utama yang paling diminati di kota Bulukumba. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan objek wisata yang benar-benar disusun secara matang disertai dengan penanganan yang baik oleh pihak pengelola objek wisata pantai Apparalang itu sendiri maupun masyarakat. Selain itu peran masyarakat juga sangat diperlukan agar pengembangan objek wisata pantai Apparalang tersebut dapat terealisasi dengan baik.

Berdasarkan uraian tersebut perlu disadari oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Parawisata yang sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu objek wisata. Strategi sebagai bentuk

upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata khususnya pantai Apparalang agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan. Strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi/perusahaan dalam rangka mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Analisa dalam pengembangan strategi berdasarkan dimensi-dimensi strategi yang digunakan yaitu Tujuan, Kebijakan, dan Program (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal :2003).

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis begitu tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Bulukumba**”.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimanakah peluang pengembangan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba ?
- 2) Strategi apakah yang bisa dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui peluang pengembangan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba.

- 2) Untuk mengetahui strategi yang bisa dilakukan oleh pemerintah dalam pengembangan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

1. Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini di harapkan berguna sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan masukan yang dapat mendukung bagi peneliti maupun pihak lain yang tertarik dalam bidang penelitian yang sama.

2. Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak pemerintah daerah khususnya pada Dinas Kebudayaan dan Parawisata Kabupaten Bulukumba dalam upaya pengembangan kawasan objek wisata.

BAB II

TINJAUAN PUTAKA

A. Manajemen Strategi

Menurut Irfan Fahmi (2015) manajemen strategi didefinisikan sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang. Salah satu fokus kajian dalam manajemen strategis ingin memberikan dampak penerapan konsep strategis kepada perusahaan secara jangka panjang atau *sustainable* termasuk dari segi profit yang stabil.

Secara umum ruang lingkup kajian manajemen strategi sangat luas baik dari segi internal dan eksternal. Namun secara umum ruang lingkup kajian manajemen bergerak atas dasar pemahaman dibawah ini, yaitu :

- a. Mengkaji dan menganalisis dampak penerapan manajemen strategi kepada internal perusahaan khususnya perbaikan yang bersifat *sustainable* (berkemajuan)
- b. Menempatkan konstruksi manajemen strategis sebagai dasar pondasi perusahaan dalam memutuskan setiap keputusan, khususnya keputusan yang berhubungan dengan profit dan ekspansi perusahaan. Artinya fokus kerja dalam pencapaian kedua sisi tersebut mengacu kepada konstruksi manajemen strategis.

c. Menjadikan ilmu manajemen strategi sebagai *base thinking* dalam membangun berbagai rencana termasuk rencana produksi, pemasaran, personalia, dan keuangan.

Dafid (2009:5) mendefinisikan manajemen strategis sebagai sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

B. Konsep Strategi

1. Dimensi Strategi

Quinn (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghosa :2003, mengemukakan analisis strategi militer diplomatik dan analogi-analogi yang serupa dalam bidang lain menyediakan beberapa wawasan penting ke dalam dimensi dasar, sifat dan desain strategi formal, yaitu :

a. strategi efektif mengandung tiga unsur penting:

1) Tujuan

Tujuan merupakan hasil yang ingin dicapai oleh suatu organisasi/instansi. Tujuan merupakan salah satu dimensi yang dapat menciptakan sebuah strategi karena penetapan tujuan sangat berkaitan langsung dengan strategi yang akan digunakan oleh sebuah organisasi atau instansi dalam pencapaian tujuannya

dimana ketika tujuan sudah ditetapkan maka kita akan mengetahui strategi yang akan digunakan.

2) Kebijakan

Kebijakan merupakan rangkaian keputusan yang membimbing dan membatasi tindakan yang dilakukan. Kebijakan dibuat untuk menetapkan arah suatu tujuan yang ditetapkan sehingga pembuatan kebijakan lebih memudahkan untuk mengarahkan suatu organisasi atau instansi dalam menerapkan suatu strategi.

3) Program

Program merupakan urutan-urutan tindakan yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Program dimaksudkan untuk mengatur segala tindakan-tindakan yang akan dilakukan sehingga strategi yang akan diterapkan dapat terlaksana dengan maksimal.

Strategi menentukan arah keseluruhan dan tindakan fokus organisasi, formulasinya tidak dapat dianggap sebagai generasi belaka dan keselaran program untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan pembangunan merupakan bagian interasi dari strategi formulasi.

- b. Strategi efektif mengembangkan beberapa konsep, kunci dan dorongan yang memberi mereka kohesi, keseimbangan, dan fokus. Beberapa tekanan bersifat sementara: lain yang dilakukan melalui strategi tahap akhir. Sumber daya harus dialokasikan dalam pola-pola yang menyediakan sumber daya yang cukup untuk setiap dorongan untuk berhasil terlepas dari rasio biaya relatif/keuntungannya. Unit organisasi harus terkordinasi dan tindakan-tindakan yang dikenalkan untuk mendukung pola dorong yang dimaksudkan atau strategi total.

- c. Strategi berkaitan tidak hanya dengan tak terduga, tetapi juga dengan tidak dapat diketahui. Untuk strategi perusahaan, analisis tidak dapat meramalkan cara yang tepat dimana semua kekuatan bisa berinteraksi satu sama lain., terdistorsi oleh sifat atau emosi manusia, atau dimodifikasi oleh imajinasi dan tujuan aksi balasan lawan cerdas. Tindakan rasional atau bagaimana rangkaian acara yang tampaknya aneh dapat berkonspirasi untuk mencegah atau membantu keberhasilan.

Akibatnya, esensi dari strategi apakah militer, diplomatik, bisnis, olahraga, atau politik adalah untuk membangun postur yang begitu kuat (dan berpotensi fleksibel) cara selektif bahwa organisasi dapat mencapai tujuan meskipun cara-cara tidak terduga, kekuatan-kekuatan eksternal benar-benar dapat berinteraksi ketika saatnya tiba.

- d. Hanya sebuah organisasi militer yang memiliki berbagai eselon gand, teater, daerah, pertempuran, infantri dan artileri strategi, jadi kompleks organisasi harus lain yang memiliki sejumlah hirarki terkait dan saling mendukung strategi. Setiap strategi harus lebih atau kurang lengkap dalam dirinya sendiri, selaras dengan tingkat desentralisasi yang dimaksudkan. Namun masing-masing harus dibentuk sebagai elemen kohesif tingkat strategi yang lebih tinggi. Meskipun, mencapai total kohesi antara semua organisasi yang besar, strategi akan menjadi tugas yang luar biasa untuk setiap petugas kepala executive, sangat penting bahwa ada satu wadah yang sistematis untuk pengujian setiap komponen strategi dan melihat bahwa itu memenuhi prinsip-prinsip utama dari strategi.

2. Definisi Strategi

Menurut David (2004) strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, rasionalisme karyawan, divestasi, likuiditas.

Menurut Salusi dan Young (2015) strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan”.

Kurniawan dan Hamdani, (2000) seorang pakar pemasaran sekaligus konsultan manajemen tersohor dan penulis buku *The End Of Nasution State* mengemukakan strategi adalah keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing melalui cara yang lebih efisien”.

Gerry Jhonson dan Kevan Scholes (Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini 2006:18) mengemukakan strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keuntungan melalui konfigurasi sumber daya lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan berbagai pihak”.

Menurut Glueck dan Jauch (Sedarmayanti, 2014) mengemukakan strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi”.

Menurut Henry Mintzberg, Joseph Lampel, James Brian Quinn, dan Sumantra Ghoshal (2003) dalam buku *The Strategi Process*, menyajikan lima definisi strategi, yaitu:

a. Strategi sebagai rencana

Strategi adalah rencana, semacam sadar dimaksudkan yang meliputi tindakan, pedoman, (atau pedoman yang ditetapkan) untuk menangani sesuatu. Dengan defenisi ini, strategi memiliki dua karakteristik penting: mereka dibuat sebelum tindakan yang menerapkan, dan mereka dikembangkan secara sadar dan senggaja. Sebagai rencana, strategi berkaitan dengan bagaimana pemimpin mencoba untuk menetapkan arah untuk organisasi, untuk mengatur mereka pada tindakan yang telah ditentukan. Dalam mempelajari strategi sebagai rencana, kita harus entah bagaimana masuk ke dalam pikiran strategi, untuk mencari tahu apa yang benar-benar dimaksudkan.

b. Strategi sebagai taktik

Sebagai taktik, strategi membawa kita kedalam wilayah persaingan langsung, dimana ancaman dan feints dan berbagai manuver lain bekerja untuk mendapatkan keuntungan. Tempat ini proses pembentukan strategi dalam pengaturan yang paling dinamis, dengan gerakan yang memprovokasi dan seterusnya. Namun ironisnya, strategi itu sendiri sebuah konsep yang berakar tidak dalam perubahan tetapi dalam stabilitas dalam mengatur rencana dan pola didirikan.

c. Strategi sebagai pola

Tetapi jika strategi dimaksudkan (apakah sebagai rencana umum atau khusus *p/loys*), tetapi mereka juga dapat terwujud. Dengan kata lain,

menentukan strategi sebagai rencana ini tidak cukup; kita juga perlu definisi yang meliputi perilaku yang dihasilkan. Dengan demikian, definisi ketiga diusulkan: strategi adalah pola-khususnya, pola dalam aliran tindakan.

Menurut definisi ini strategi adalah konsistensi dalam perilaku, apakah atau tidak dimaksudkan. Hal ini mungkin terdengar aneh definisi untuk kata yang telah begitu terikat dengan kehendak bebas. Tetapi faktanya adalah bahwa sementara hampir tidak ada yang mendefinisikan strategi dalam cara ini, banyak orang yang tampak pada suatu waktu yang menggunakannya. Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal (2003) mengatakan, pertimbangan ini kutipan dari seorang eksekutif bisnis; “secara bertahap pendekatan yang sukses menggabungkan ke dalam pola tindakan yang menjadi strategi kami. Kita tidak memiliki strategi keseluruhannya”.

komentar ini tidak konsisten hanya jika kita membatasi diri untuk salah satu definisi strategi, apa yang orang ini tampaknya katakan adalah bahwa perusahaan memiliki strategi sebagai pola, tapi bukan sebagai rencana.

Dengan demikian, definisi strategi sebagai rencana dan pola dapat cukup independen satu sama lain: rencana saya belum direalisasi, sementara pola mungkin muncul tanpa prasangka. Sebagai pola, bertitik berat pada tindakan. Strategi sebagai pola juga memperkenalkan gagasan tentang konvergensi, pencapaian konsistensi dalam perilaku organisasi. Menyadari strategi dimaksudkan, mendorong kita untuk

mempertimbangkan gagasan bahwa strategi dapat muncul serta sengaja dikenakan.

d. Strategi sebagai posisi

Strategi sebagai posisi-secara khusus, cara untuk menemukan sebuah organisasi, di teori organisasi suka menyebutnya "lingkungan". Dengan definisi ini, strategi menjadi mediasi antara organisasi dan lingkungan dalam konteks internal dan eksternal. Definisi strategi sebagai posisi dapat dapat dicentang dan bercita-cita memikirkan rencana (atau taktik) atau dapat dicapai, mungkin bahkan melalui pola perilaku.

Sebagai posisi, strategi ini mendorong kita untuk melihat organisasi dalam lingkungan kompetitif mereka, bagaimana mereka menggunakan posisi mereka untuk memenuhi persaingan, menghindarinya, atau menumbangkannya. Hal ini memungkinkan kita untuk berfikir organisasi secara ekologis, sebagai organisme yang berjuang untuk bertahan hidup di dunia permusuhan dan ketidakpastian serta simbiosis.

e. Strategi sebagai perspektif

Sementara definisi keempat strategi terlihat keluar, mencari untuk menemukan organisasi dalam lingkungan eksternal, dan turun ke posisi kelima terlihat didalam organisasi, memang dalam kepala strategi kolektif, tetapi sampai dalam pandangan yang lebih luas. Di sini, strategi adalah perspektif, bukan hanya terdiri dari posisi pilihan, tetapi cara yang tertanam memahami dunia.

Definisi kelima ini menunjukkan bahwa semua konsep strategi memiliki satu implikasi penting, yaitu bahwa semua strategi adalah

abstraksi yang hanya ada di pikiran pihak yang berkepentingan. Hal ini penting untuk diingat bahwa tidak ada yang pernah melihat atau menyentuh strategi, setiap strategi adalah sebuah penemuan, khayalan dari imajinasi seseorang, apakah dirumuskan sebagai niat untuk mengatur perilaku itu berlangsung atau disimpulkan sebagai pola untuk menggambarkan perilaku yang terjadi.

Sebagai perspektif, strategi menimbulkan pertanyaan menarik tentang niat dan perilaku dalam konteks kolektif. Jika kita mendefinisikan organisasi sebagai tindakan kolektif dalam mengejar misi umum, kemudian strategi perspektif memunculkan masalah bagaimana menyebar niat melalui sekelompok orang untuk menjadi bersama sebagai norma dan nilai-nilai, dan bagaimana pola perilaku menjadi sangat tertanam dalam kelompok.

Seperti yang disarankan di atas, strategi sebagai posisi dan perspektif dapat kompatibel dengan strategi sebagai rencana dan/atau pola. Tapi, pada kenyataannya, hubungan antara definisi yang berbeda ini bisa lebih terlibat, tapi konsep strategi yang muncul adalah bahwa pola yang dapat muncul dan diakui menimbulkan sebuah rencana resmi, mungkin dalam perspektif keseluruhan.

Sementara berbagai hubungan yang ada antara definisi berbeda, satu hubungan, atau satu definisi diutamakan dibanding yang lain. Dalam beberapa hal, definisi ini bersaing (dalam artian bahwa mereka dapat menggantikan satu sama lain), tetapi mungkin cara yang lebih penting, mereka saling melengkapi. Masing-masing definisi menambah elemen penting untuk pemahaman kita tentang strategi, mendorong kita untuk

mengatasi berbagai pertanyaan mendasar mengenai organisasi secara umum.

Berdasarkan uraian tersebut jelas bahwa strategi merupakan suatu cara untuk bersaing dengan menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi melebihi perusahaan lain untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan rencana yang dirancang dengan memastikan tujuan utama organisasi.

3. Jenis-Jenis Strategi

Adapun jenis-jenis strategi didalam buku Konsep Manajemen Strategis, David (Guswan 2015:16) menjelaskan bahwa ada beberapa jenis strategi alternative, yaitu :

a. Strategi Integrasi

Strategi integrasi adalah jenis strategi yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan/atau pesaing. Jenis-jenis integrasi adalah sebagai berikut:

1) Integrasi ke depan

Integrasi kedepan adalah jenis integrasi adalah jenis integrasi yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau paritel.

2) Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.

3) Integrasi horizontal

Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.

b. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.

1) Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar.

2) Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru.

3) Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan.

1) Diversifikasi terkait

Diversifikasi terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan.

2) Deversifikasi tidak terkait

Deversifikasi tidak terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak terkait sama sekali dengan garis bisnis perusahaan.

d. Strategi defensif

Strategi defensif adalah jenis strategi dimana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

1) Peciutan

Penciutan adalah strategi dimana dilakukan pengelompokan ulang (regrouping) melalui pengurangan biaya dan aset untuk membalik penjualan laba yang menurun

2) Devestasi

Defestasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan satu divisi atau bagian dari suatu organisasi.

3) Likuiditas

Likuiditas adalah strategi dimana dilakukan penjualan seluruh aset perusahaan, secara terpisah-pisah, untuk kekayaan berwujudnya.

Adapun jenis-jenis strategi yang dikemukakan oleh Stephen P. Robbins dan Mary Coulter dalam buku *Manajemen* yang

mengklasifikasikan jenis-jenis strategi berdasarkan tingkatan organisasinya, yaitu :

a. Strategi Tingkat Korporasi

Strategi tingkat korporasi adalah (*corporate-level strategies*) berusaha menentukan apakah yang seharusnya dimasuki atau ingin dimasuki perusahaan. Strategi tindakan korporasi menentukan arah yang akan dituju organisasi itu dan peran yang akan dimainkan oleh tiap unit bisnis organisasi itu dalam mengejar arah itu. Ada tiga strategi korporasi yang utama, yaitu:

- 1) Strategi pertumbuhan adalah strategi tingkat korporasi yang berusaha meningkatkan tingkat operasi organisasi tersebut dengan meluasnya jumlah produk yang ditawarkan.
- 2) Stabilitas strategi adalah strategi tingkat korporasi yang dicirikan oleh tiadanya perubahan yang berarti. Contoh strategi itu mencakup secara terus menerus melayani klien yang sama dengan menawarkan produk atau jasa yang sama, mempertahankan pangsa pasar, dan mempertahankan tingkat hasil atas investasi (*return on investment*) organisasi tersebut.
- 3) Strategi pembaharuan adalah membuat strategi yang mengatasi kelemahan organisasional yang menyebabkan penerunan kinerja. Ada dua jenis utama strategi pembaharuan : Strategi pengurangan adalah suatu strategi pembaharuan jangka pendek yang digunakan dalam situasi ketika masalah kinerja tak begitu serius. Strategi perubahan haluan adalah strategi pembaharuan untuk saat dimana masalah kinerja organisasi menjadi serius.

b. Strategi tingkat perusahaan

Strategi tingkat perusahaan berusaha menentukan cara organisasi bersaing dalam tiap bisnisnya atau tiap perusahaannya. Bagi organisasi kecil yang menekuni hanya satu lini bisnis atau organisasi besar yang tidak melakukan diversifikasi ke berbagai produk atau pasar, strategi tingkatan perusahaan itu lazimnya tumpang tindih dengan strategi korporasi organisasi tersebut. Bagi organisasi-organisasi yang memiliki bisnis beragam, bagaimanapun juga, tiap-tiap divisi akan mempunyai strateginya sendiri yang mendefinisikan produk atau jasa yang akan ditawarkannya, pelanggan yang ingin diraihinya atau semacamnya.

c. Strategi tingkat fungsional

Strategi tingkat fungsional mendukung strategi tingkat bisnis. Bagi organisasi yang memiliki departemen fungsional tradisional, seperti pabrikasi, pemasaran, sumber daya manusia, riset dan pengembangan, dan keuangan, strategi-strategi itu harus mendukung strategi tingkat perusahaan.

C. Objek wisata

1. Defenisi Objek wisata

Menurut Chafid Fandell (2000: 58) objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan objek wisata alam adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

Menurut Mappi (2001:30) Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung kesuatu tempat/daerah/Negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung kesuatu tempat/daerah/Negara disebut daya tarik dan atraksi wisata

2. Jenis Objek Wisata

Penggolongan jenis objek wisata akan dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap objek wisata. Menurut Mappi (2001:30-31) objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu :

- a. Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum, dan lain-lain.
- c. Objek wisata buatan, misalnya : sarana dan fasilitas organisasi, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

Dalam membangun objek wisata tersebut harus memperhatikan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya daerah setempat, nilai-nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, dan objek wisata itu sendiri. Pembangunan objek dan daya tarik wisata dapat dilakukan oleh Pemerintah, Badan Usaha maupun Perseorangan dengan melibatkan dan bekerjasama pihak-pihak yang terkait.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Keparawisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Kata wisatawan (tourist) berujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveler* dan *visitor* (I Gde Pitana & I Ketut Surya, 2009:35)

Berdasarkan hal tersebut diatas, objek wisata dapat diklasifikasikan berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Pada dasarnya objek wisata pantai Apparalang ini mempunyai kekayaan alam dan hasil buatan manusia karena selain memiliki pantai dengan keindahan alamnya juga terdapat campuran manusia diantaranya menyediakan sebuah anjungan yang terbuat dari kayu dan beberapa bangunan yang di sediakan.

D. Analisis Swot

Eddy Yunus (2016) mengemukakan Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strengts*), dan kelemahan (*weaknes*), internal perusahaan dengan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*thearts*) lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT

juga merupakan sarana bantuan bagi perencanaan strategi guna memformulasikan dan mengimplementasikan strategi-strategi untuk mencapai tujuan.

Menurut H. Abdul Manap (2016), Analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi.

Menurut Freddy Rangkuti (2008:18) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Berdasarkan pengertian sebelumnya dapat disimpulkan, Analisis SWOT adalah bagaimana perusahaan melihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki akibat pengaruh dari dalam perusahaan dan bagaimana perusahaan melihat peluang dan ancaman dari lingkungan luar yang perlu diketahui untuk menyusun strategi yang efektif. Definisi dari faktor tersebut adalah sebagai berikut :

1) Kekuatan (Strengths)

Adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan relatif perusahaan dan keinginan pasar yang dilayani perusahaan atau diharapkan untuk dilayani.

2) Kemahan (*Weaknesses*)

Adalah keterbatasan atau kekurangan yang berarti mengurangi kinerja sebuah perusahaan. Sumber dari kelemahan ini berupa kemampuan manajemen, dan keterampilan pemasaran.

3) Peluang (*Opportunities*)

Adalah yang paling menguntungkan dalam suatu lingkungan perusahaan. Identifikasi peluang dapat dilihat dari segmen pasar, perubahan teknologi.

4) Ancaman (*Threats*)

Adalah situasi yang tidak menguntungkan perusahaan. Bentuk ancaman yang dihadapi perusahaan datangnya dari pesaing.

E. Penelitian Terdahulu

1. Muhammad Salim R (2014)

Judul study analisis strategi pengembangan kebun raya Bogor sebagai objek wisata. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan objek wisata dengan menggunakan analisis SWOT. .

2. Tonny Yudya M (2014)

Judul study strategi pengembangan objek dan daya tarik wisata. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan objek wisata. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian Tonny Yudya M (2014) menggunakan objek wisata alam Selo Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah. Sedangkan penelitian ini menggunakan objek wisata

Pantai Apparalang yang terletak di Desa Ara, Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan.

3. Mifta Damai Riyaningtyas (2014)

Judul study strategi pengembangan daerah pesisir pantai sebagai objek pariwisata di kabupaten pacitan. Persamaan penelitian adalah sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian Mifta Damai Riyaningtyas (2014) meneliti tentang daerah pesisir pantai di kabupaten Pacitan, sedangkan penelitian ini menggunakan objek wisata Pantai Apparalang yang terletak di Desa Ara, Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan.

4. Wijaya (2008)

Judul study strategi pengembangan desa wisata tenganan pegringsingan, kecamatan manggis, kabupaten karangsem. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan. Perbedaannya penelitian Wijaya pengembangan desa wisata sedangkan penelitian lebih fokus ke strategi pengembangan objek wisata pantai.

5. Umu Hasanah (2008)

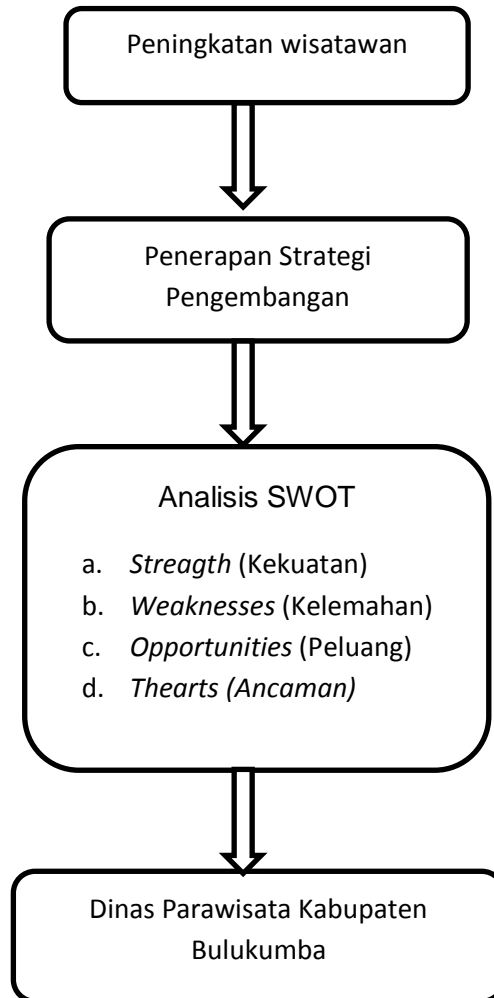
Judul study penelitian ini adalah strategi publikasi dan promosi wisata bahari Lamongan dalam meningkatkan pengunjung. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya tujuan dari penelitian Umu Hasanah (2008) untuk mengetahui bagaimana publikasi dan promosi yang dilakukan oleh

wisata bahari sedangkan tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan objek wisata.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Strategi pengembangan disusun atas dasar analisa lingkungan serta visi, misi, dan tujuan organisasi/perusahaan dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Parawisata Kabupaten Bulukumba. Objek yang akan dianalisa pada penelitian ini adalah objek wisata Pantai Apparalang dengan menerapkan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman), hal ini dimaksudkan agar Dinas Kebudayaan dan Parawisata dapat memastikan kondisi atau aspek kelemahan dan keunggulan produk yang di tawarkan, serta memperhatikan adanya ancaman dari pesaing. Dan adanya peluang yang dihadapi dapat meningkatkan wisatawan.

Gambar 1. Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu pendekatan pemecahan masalah dengan berdasarkan uraian yang tidak berwujud angka

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Parawisata Kabupaten Bulukumba.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan dalam kurung waktu 2 bulan, yang mulai berlangsung pada tanggal 15 Maret s/d 15 Mei 2018.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung (**Siswanto**, 2011:58). Peneliti mengadakan tanya jawab dengan para informan untuk memperoleh data mengenai hal-hal yang ada kaitannya dengan masalah

pembahasan skripsi ini dalam hal melakukan wawancara digunakan pedoman pertanyaan yang disusun berdasarkan kepentingan masalah yang diteliti.

2. Observasi

Peneliti dengan pengamatan langsung tentang bagaimana objek wisata pantai Apparalang yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Parawisata Kabupaten Bulukumba dengan mengidentifikasi strategi pengembangan objek wisata pantai Apparalang Kabupaten Bulukumba.

3. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan menggunakan dan mempelajari literatur buku-buku kepustakaan yang ada untuk mencari konsepsi-konsepsi dan teoro-teori yang berhubungan erat dengan permasalahan. Studi kepustakaan bersumber pada laporan-laporan, dokumen-dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal variabel berupa catatan, skripsi, buku, surat kabar, dan majalah untuk mengetahui gambaran umum tentang penelitian.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari Dinas Kebudayaan dan Parawisata.

2. Data Sekunder, yaitu data diperoleh dari dokumentasi objek penelitian, dalam hal ini pantai Apparalang di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

E. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah orang yang benar-benar tahu atau pelaku yang terlibat yang langsung dengan permasalahan penelitian. Informan ini harus banyak pengalaman tentang penelitian, serta dapat memberikan pandangannya tentang nilai-nilai, sikap, proses dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian setempat.

Adapun informan yang dimaksud adalah informan Kunci, Yaitu orang yang memahami permasalahan yang diteliti. Adapun yang dimaksud sebagai informan kunci dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Parawisata.

F. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yaitu analisis yang dimaksud untuk melihat sejauh mana penerapan strategi pengembangan objek wisata dalam meningkatkan wisatawan yang berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan, tanggapan-tanggapan serta tafsiran yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi kepustakaan untuk memperjelas gambaran hasil penelitian, dalam hal ini "Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba".

G. Defenisi Operasional Variabel

1. Strategi merupakan suatu cara untuk bersaing dengan menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi melebihi perusahaan lain untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan rencana yang dirancang dengan memastikan tujuan utama organisasi.
2. Pengembangan parawisata adalah suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya parawisata mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar parawisata yang berkaitan secara langsung akan kelangsungan pengembangan parawisata
3. Objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan objek wisata alam adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.
4. Komponen wisata
 - 1) Atraksi dan kegiatan-kegiatan wisata

Kegiatan wisata yang dimaksud dapat berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek wisata.
 - 2) Akomodasi

Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan yang berniat untuk bermalam selama perjalanan wisata yang mereka lakukan.

3) Fasilitas dan pelayanan wisata

Pelayanan dan fasilitas wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operations* (layanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya : restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, toko-toko khusus, ATM, kantor informasi wisata dan pelayanan pribadi.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Bulukumba

Mitologi penamaan “ Bulukumba”, konon bersumber dari dua kata dalam bahasa Bugis yaitu “Bulu’ku” dan “Mupa” yang dalam bahasa Indonesia berarti “masih gunung milik saya atau tetap gunung milik saya”. Mitos ini pertama kali muncul pada abad ke-17 Masehi ketika terjadi perang saudara antara dua kerajaan besar di Sulawesi yaitu Kerajaan Gowa dan Kerajaan Bone. Di pesisir pantai yang bernama “Tana Kongkong”, di situlah utusan Raja Gowa dan Raja Bone bertemu, mereka berunding secara damai dan menetapkan batasan masing-masing.

Berawal dari peristiwa tersebut kemudian bercetuslah kalimat dalam bahasa Bugis “Bulu’kumupa” yang kemudian dalam tingkatan dialeg tertentu mengalami perubahan proses bunyi menjadi “Bulukumba”. Konon sejak itulah nama Bulukumba mulai ada dan hingga saat ini resmi menjadi sebuah kabupaten. Peresmian Bulukumba menjadi sebuah nama kabupaten dimulai dari terbitnya Undang-Undang Nomor 29 Tahun 1959, tentang pembentukan Daerah-Daerah Tingkat II di Sulawesi yang ditindaklanjuti dengan Peraturan Daerah Kabupaten Bulukumba Nomor 5 Tahun 1978, tentang Lambang Daerah.

Akhirnya setelah dilakukan seminar sehari pada tanggal 28 Maret 1994 dengan narasumber Prof. Dr. H. Ahmad Mattulada (ahli sejarah dan budaya), maka ditetapkan hari jadi Kabupaten Bulukumba, yaitu tanggal 4

Februari 1960 melalui Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 1994. Secara yuridis formal Kabupaten Bulukumba resmi menjadi daerah tingkat II setelah ditetapkan Lambang Daerah Kabupaten Bulukumba oleh DPRD pada tanggal 4 Februari 1960 dan selanjutnya dilakukan pelantikan Bupati pertama, yaitu Andi Patarai pada tanggal 12 Februari 1960.

Paradigma kesejarahan, kebudayaan dan keagamaan memberikan nuansa moralitas dalam sistem pemerintahan yang pada tatanan tertentu menjadi etika bagi struktur kehidupan masyarakat melalui satu prinsip “Mali” siparappe, Tallang sipahua. Ungkapan yang mencerminkan perpaduan dari dua dialek bahasa Bugis – bahasa Konjo tersebut merupakan gambaran sikap batin masyarakat Bulukumba untuk mengemban amanat persatuan didalam mewujudkan keselamatan bersama demi terciptanya tujuan pembangunan lahir dan batin, material dan spiritual, dunia dan akirat.

Nuansa moralitas ini pula yang mendasari lahirnya slogan pembangunan “Bulukumba Berlayar” yang mulai disosialisasikan pada bulan September 1994 dan disepakati penggunaannya pada tahun 1996. Konsep “Berlayar” sebagai moral pembangunan lahir batin mengandung filosofi yang cukup dalam serta memiliki kaitan kesejarahan, kebudayaan dan keagamaan dengan masyarakat Bulukumba. “Berlayar”, merupakan sebuah akronim dari kalimat kausilitas yang berbunyi “Bersih Lingkungan, Alam Yang Ramah”. Filosofi yang terkandung dalam slogan tersebut dilihat dari tiga sisi pijakan, yaitu :

1. Pijakan sejarah

Bulukumba hadir dari suatu proses perjuangan panjang yang mengorbankan harta, darah, dan nyawa. Perlawanan rakyat Bulukumba terhadap kolonial Belanda dan Jepang menjelang Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia Tahun 1945 diawali dengan terbentuknya “barisan merah putih” dan “laskar brigade pemberontakan Bulukumba angkatan rakyat”. Organisasi yang terkenal dalam sejarah perjuangan ini melahirkan pejuang yang berani menerjang gelombang dan badai untuk merebut cita-cita kemerdekaan sebagai wujud tuntutan hak asasi manusia dalam hidup berbangsa dan bernegara.

2. Pijakan kebudayaan

Dari sisi budaya, Bulukumba telah tampil menjadi sebuah “legenda modern” dalam kancah percaturan kebudayaan nasional, melalui industri budaya dalam bentuk perahu, baik itu perahu jenis phinisi, padewakkan, lambo, pajala, maupun jenis lepa-lepa yang telah berhasil mencuatkan nama Bulukumba di dunia Internasional. Kata layar memiliki pemahaman terhadap adanya subjek yang bernama perahu sebagai suatu refleksi kreatifitas masyarakat Bulukumba.

3. Pijakan keagamaan

Masyarakat Bulukumba telah bersentuhan dengan ajaran Islam sejak awal abad ke-17 Masehi yang di perkirakan tahun 1605 M. Ajaran agama islam dibawa oleh tiga uulama besar (Waliyullah) dari Pulau Sumatera yang masing-masing bergelar Dato Tiro (Bulukumba), Dato Ribandang (Makassar) dan Dato Patimang (Luwu). Ajaran Islam yang berintikan tasawwuf ini menumbuhkan kesadaran religius bagi

penganutnya dan menggerakkan sikap keyakinan mereka untuk berlaku zuhud, suci lahir batin, selamat dunia dan akhirat dalam kerangka tauhid “appasewang” (meng-Esa-kan Allah SWT).

B. Visi dan Misi

1. Visi

Sejahterahkan masyarakat Bulukumba dengan membangun desa menata kota melalui kemandirian lokal yang bernafaskan keagamaan.

2. Misi

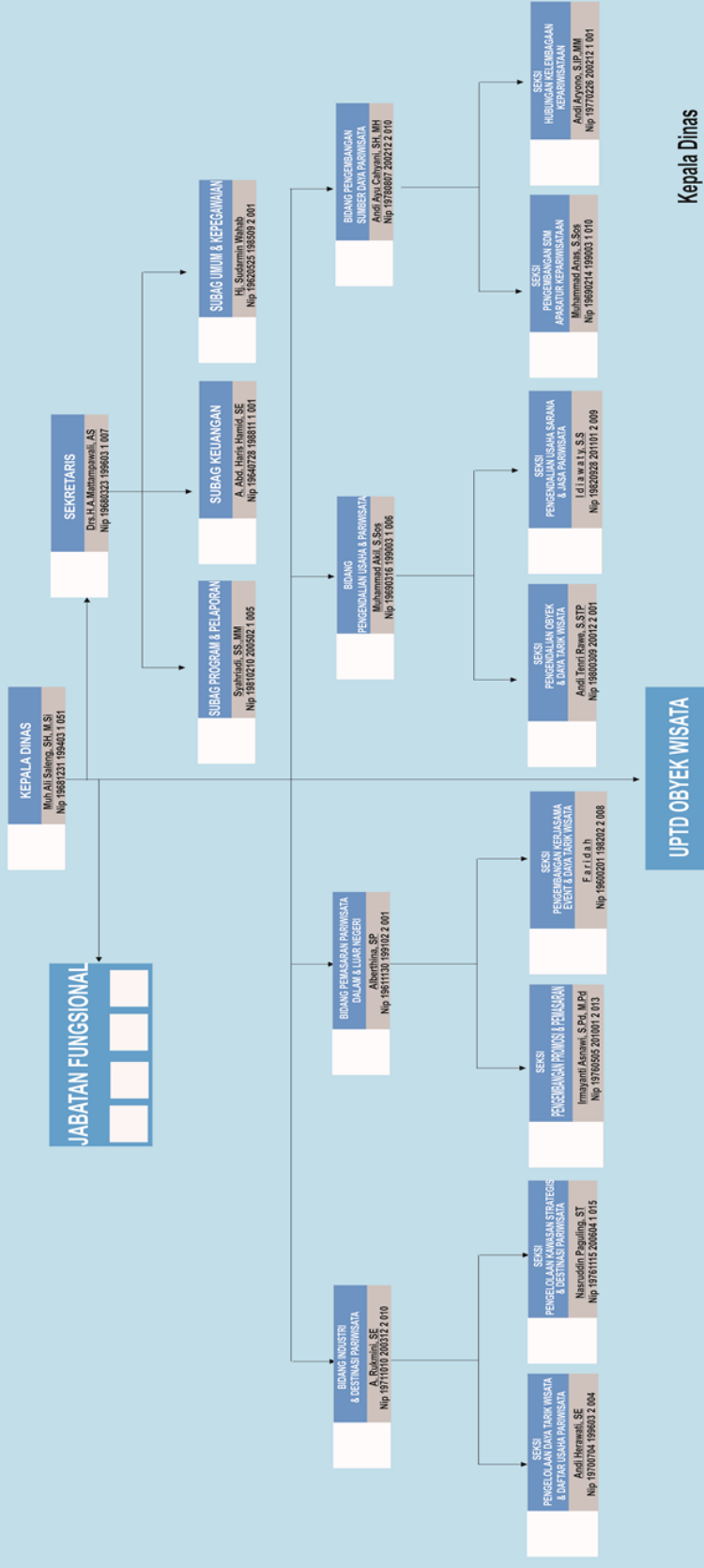
- 1) Memfasilitasi pengembangan kapasitas setiap penduduk Bulukumba agar mampu meningkatkan produktivitasnya secara berkesimbangan serta mampu menyalurkan pendapat dan aspirasinya pada semua bidang kehidupan secara bebas dan mandiri.
- 2) Mendorong serta memfasilitasi tumbuh-kembangnya kelembagaan masyarakat pada semua bidang kehidupan dengan memberikan perhatian utama kepada pembangunan perekonomian daerah yang memicu pertumbuhan kesempatan berusaha dan kesempatan kerja.
- 3) Mengembangkan daerah melalui pemanfaatan potensi dan sumber daya kabupaten sedemikian rupa, sehingga secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi terhadap pencapaian sasaran pembangunan Provinsi Sulawesi Selatan, serta berdampak positif terhadap pengembangan kawasan sekitar.
- 4) Peningkatan kualitas pelayanan pemerintahan yang partisipatif, transparan, dan akuntabel.

- 5) Meningkatnya pengalaman nilai-nilai agama dan budaya terhadap segenap aspek kehidupan kemasyarakatan.

C. Struktur Organisasi

1. Kepala Dinas
2. Sekretariat:
 - a. Sub bagian umum dan kepegawaian
 - b. Sub bagian keuangan, dan
 - c. Sub bagian program dan pelaporan
3. Bidang industri dan destinasi pariwisata:
 - a. Seksi pengelolaan daya tarik wisata dan daftar usaha pariwisata
 - b. Seksi pengelolaan kawasan strategis dan destinasi pariwisata
4. Bidang pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri:
 - a. Seksi sarana pengembangan promosi dan pemasaran
 - b. Seksi pengembangan kerjasama, event, dan daya tarik wisata
5. Bidang pengendalian usaha pariwisata:
 - a. Seksi pengendalian objek dan daya tarik wisata
 - b. Seksi pengendalian usaha sarana dan jasa pariwisata
6. Bidang pengembangan sumber daya pariwisata:
 - a. Seksi pengembangan SDM aparatur keparawisataan
 - b. Seksi hubungan kelembagaan keparawisataan
7. Unit pelaksana teknis
8. Kelompok jabatan fungsional

**STRUKTUR ORGANISASI
DINAS PARIWISATA
KABUPATEN BULUKUMBA**



Kepala Dinas
TTD
MUHAMMAD SAIFURRAHMAN, S.H., M.SI
NIP. 1968123119546311051

Berdasarkan peraturan Bupati Tahun 2016 tentang Kedudukan, Tugas dan Fungsi, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut:

1. Kepala Dinas

- a. Kepala Dinas Pariwisata mempunyai tugas pokok membantu Bupati dalam mengkoordinasikan penyelenggaraan keParawisataan.
- b. Untuk melaksanakan tugas maka uraian tugas jabatan Kepala Dinas adalah sebagai berikut:
 - 1) Merumuskan rencana strategis Dinas Pariwisata;
 - 2) Mengkoordinasikan kebijakan keparawisataan agar tercipta sinkronisasi dan integrasi kebijakan Pemeintah Daerah;
 - 3) Mengendalikan penyelenggaraan keparawisataan di Daerah;
 - 4) Melaksanakan pengendalian, penempatan dan pembinaan kepegawaian lingkup Dinas Pariwisata;
 - 5) Mengendalikan pengelolaan sumber daya keuangan Dinas Pariwisata;
 - 6) Menyenggarakan urusan umum Dinas Pariwisata;
 - 7) Mengevaluasi secara berkala pelaksanaan kebijakan Pemerintah Daerah lingkup Dinas Pariwisata;
 - 8) Mengkonsultasikan dan mengkordinasikan program dan kegiatan dengan pemerintah pusat, Provinsi dan lembaga lainnya dalam rangka terciptanya keselarasan program dan kegiatan antar tingkatan pemerintahan dalam lingkup kerja dan kewenangan Dinas Pariwisata;

- 9) Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan;
- 10) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 11) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan; dan
- 12) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

2. Sekretariat

- a. Sekretariat dipimpin oleh sekretaris yang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas mengkoordinasikan penyelenggaraan kesekretariatan Dinas Parawisata.
- b. Untuk melaksanakan tugas maka uraian tugas jabatan sekretaris adalah sebagai berikut:
 - 1) Menyusun program dan laporan kegiatan Dinas Parawisata;
 - 2) Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan sehingga pelaksanaan tugas berjalan lancar;
 - 3) Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan tugas dan kegiatan bawahan;
 - 4) Melaksanakan pelayanan dan penatausahaan kesekretariatan Dinas Parawisata;
 - 5) Merumuskan pedoman dan/atau petunjuk teknis pelaksanaan penyelenggaraan urusan kesekretariatan Dinas Parawisata;
 - 6) Mengevaluasi berkala pelaksanaan kegiatan kesekretariatan;
 - 7) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
 - 8) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;

- 9) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai bidang tugasnya.

3. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

- a. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bagian mempunyai tugas pokok membantu Sekretaris dalam menyusun program, kegiatan, petunjuk teknis, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan umum dan kepegawaian Dinas Parawista.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian adalah sebagai berikut:
 - 1) Menyusun rencana kegiatan Sub Bagian Umum dan Kepegawaian sebagai pedoman dalam pelaksanaan tugas;
 - 2) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan sehingga pelaksanaan tugas berjalan lancar;
 - 3) Mengevaluasi pelaksanaan tugas dan kegiatan bawahan untuk mengetahui tugas yang telah dan belum dilaksanakan;
 - 4) Menyusun Analisis Jabatan, Beban Kerja, Daftar Urut Kepangkatan (DUK) dan Kenaikan Gaji Berkala (KGB);
 - 5) Menyusun administrasi pengadaan, penyimpanan, pendistribusian, pemeliharaan dan penghapusan barang;
 - 6) Melaksanakan penerapan kebijakan administrasi kepegawaian;
 - 7) Melaksanakan inventarisasi aset dan perlengkapan, pemuktahiran data aset dan pelaporan sesuai aset kebutuhan;

- 8) Melaksanakan pemeliharaan barang/bahan/alat kelengkapan Dinas Parawisata;
- 9) Melaksanakan stok opname barang melalui aplikasi IT (Informasi Teknologi);
- 10) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 11) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- 12) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

4. Sub Bagian Keuangan

- a. Sub Bagian Keuangan dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bagian mempunyai tugas pokok membantu sekretaris dalam menyusun laporan, kegiatan, petunjuk teknis, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan keuangan Dinas Parawisata.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala Sub Bagian Keuangan adalah sebagai berikut:
 - 1) Menyusun rencana kegiatan Sub Bagian Keuangan;
 - 2) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan sehingga pelaksanaan tugas berjalan lancar;
 - 3) Mengevaluasi pelaksanaan tugas dan kegiatan bawahan untuk mengetahui tugas yang telah dan belum dilaksanakan;
 - 4) Memberi petunjuk pengumpulan bahan dan penyusunan pengusulan rencana anggaran pendapatan dan belanja dinas;

- 5) Mengumpulkan, mengelolah dan menganalisis data dan informasi keuangan sebagai bahan acuan melaksanakan tugas dan kegiatan;
- 6) Menggali dan mengembangkan potensi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dinas Parawisata;
- 7) Mensosialisasikan dan melaksanakan bimbingan kebijakan sistem administrasi keuangan pada Dinas Parawisata;
- 8) Melaksanakan sistem pendapatan, pengeluaran keuangan dan gaji pegawai sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- 9) Melaksanakan pengawasan arus kas Dinas Parawisata;
- 10) Meneliti/memverifikasi SPP-SPMU untuk pengajuan permintaan SP2D Dinas Parawisata;
- 11) Menyusun realisasi perhitungan anggaran Dinas Parawisata;
- 12) Meneliti dokumen dan pertanggungjawaban keuangan;
- 13) Mengklarifikasi dan menindaklanjuti hasil Laporan Pemeriksaan Fungsional (LPF);
- 14) Menghimpun dan menyusun laporan pertanggungjawaban keuangan Dinas Parawisata;
- 15) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 16) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

5. Sub Bagian Program dan Pelaporan

- a. Sub Bagian Program dan Pelaporan dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bagian mempunyai tugas pokok membantu sekretaris dalam menyusun program dan pelaporan kegiatan, petunjuk teknis,

memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan program dan pelaporan Dinas Parawisata.

b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala Sub Bagian Program dan Pelaporan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan data dan informasi, tabulasi, pengolahan, analisa serta penyajian data dan statistik keParawisataan;
- 2) Menyusun kebijakan perencanaan, anggaran dan kegiatan;
- 3) Menyusun Pedoman Umum (pedum) dan Petunjuk Pelaksanaan (Juklak) bidang umum meliputi perencanaan, evaluasi dan pelaporan internal;
- 4) Mengimpun sistem perstatistikan dan informasi parawisata kabupaten;
- 5) Melaksanakan penerapan statistikan dan sistem informasi parawisata kabupaten;
- 6) Melaksanakan monitoring dan evaluasi kinerja pembangunan parawisata;
- 7) Menyusun Laporan Tahunan dan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Dinas Parawisata;
- 8) Menembangkan prosedur organisasi sistem informasi parawisata;
- 9) Melaksanakan monitoring dan evaluasi tindak lanjut Laporan Hasil Pemeriksaan (LPH);
- 10) Menghimpun semua usulan program dan kegiatan Dinas Parawisata;
- 11) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;

- 12) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan; dan
- 13) Melaksanakan tugas keDinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai bidang tugasnya.

6. Bidang Industri dan Destinasi Parawisata

- a. Bidang Industri dan Destinasi Parawisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan Industri dan Destinasi Parawisata.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala Bidang Industri dan Destinasi Parawisata adalah sebagai berikut:
 - 1) Mengkoordinasikan penyusunan program dan kegiatan Bidang Industri dan Destinasi Parawisata;
 - 2) Melaksanakan pengolahan Bidang Industri dan Destinasi Parawisata;
 - 3) Merumuskan pedoman dan/atau petunjuk teknis penyelenggaraan industri dan destinasi parawisata;
 - 4) Mengevaluasi berkala pelaksanaan kegiatan industri dan destinasi parawisata;
 - 5) Mengumpulkan, mengolah dan menyajikan data industri dan destinasi parawisata;
 - 6) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan kepada bawahan;
 - 7) Mengevaluasi serta menilai pelaksanaan tugas bawahan;
 - 8) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;

- 9) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan; dan
- 10) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

7. Seksi Pengelolaan Daya Tarik Wisata dan Daftar Usaha Parawisata

- a. Seksi Pengolahan Daya Tarik Wisata dan Daftar Usaha Parawisata dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Bidang dalam menyusun program dan kegiatan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan pengelolaan daya tarik wisata dan daftar usaha parawisata.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala Seksi Pengelolaan Daya Tarik Wisata dan Daftar usaha Parawisata sebagai berikut:
 - 1) Menyusun bahan pembinaan teknis pengelolaan daya tarik wisata dan daftar usaha parawisata;

8. Bidang Pemasaran Parawisata Dalam dan Luar Negeri

- a. Bidang Pemasaran Parawisata Dalam dan Luar Negeri dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Bidang dalam menyusun program dan kegiatan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan pemasaran parawisata dalam dan luar negeri.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala bidang Pemasaran Parawisata Dalam dan Luar Negeri adalah sebagai berikut:
 - 1) Mengkordinasikan penyusunan program dan kegiatan Bidang Pemasaran Parawisata Dalam dan Luar Negeri;

- 2) Melaksanakan pengelolaan Bidang Pemasaran Parawisata Dalam dan Luar Negeri;
- 3) Merumuskan pedoman dan/atau petunjuk teknis penyelenggaraan Pemasaran Parawisata Dalam dan Luar Negeri.
- 4) Mengevaluasi berkala pelaksanaan kegiatan Pemasaran Parawisata Dalam dan Luar Negeri.
- 5) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan kegiatan kepada bawahan;
- 6) Memantau dan mengevaluasi serta menilai pelaksanaan tugas bawahan;
- 7) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 8) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas;
- 9) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

9. Seksi Sarana Pengembangan Promosi dan Pemasaran

- a. Seksi Sarana Pengembangan Promosi dan Pemasaran dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Bidang dalam menyusun program dan kegiatan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan Sarana Pengembangan Promosi dan Pemasaran.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian jabatan Kepala Seksi Sarana Pengembangan Promosi dan Pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun program dan kegiatan sarana pengembangan promosi dan pemasaran;
- 2) Menyusun pedoman dan/atau petunjuk teknis pelaksanaan kegiatan sarana pengembangan promosi dan pemasaran;
- 3) Melaksanakan pengelolaan sarana pengembangan promosi dan pemasaran;
- 4) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas pada bawahan;
- 5) Mengevaluasi penyelenggaraan sarana pengembangan promosi dan pemasaran Dinas Parawisata;
- 6) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 7) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- 8) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

10. Seksi Pengembangan Kerjasama, Event, dan Daya Tarik Wisata

- a. Seksi pengembangan kerjasama, event, dan daya tarik wisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Bidang dalam menyusun program dan kegiatan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan pengembangan kerjasama, event, dan daya tarik wisata .
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala pengembangan kerjasama, event, dan daya tarik wisata adalah sebagai berikut:
 - 1) Menyusun program dan kegiatan pengembangan kerjasama, event, dan daya tarik wisata ;

- 2) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas tugas pada bawahan;
- 3) Mengevaluasi penyelenggaraan pengembangan kerjasama, event, dan daya tarik wisata;
- 4) Melaksanakan pengelolaan pengembangan kerjasama dan pemasara;.
- 5) Menyiapkan bahan evaluasi dan menganalisa perkembangan pasar wisata dalam dan luar negeri;
- 6) Menganalisa pola perjalanan/kunjungan wisatawan secara individual atau kelompok;
- 7) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 8) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- 9) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

11. Bidang Pengendalian Usaha Parawisata

- a. Bidang pengendalian usaha parawisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan usaha parawisata Dinas Parawista.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala Bidang Pengendalian Usaha Parawisata adalah sebagai berikut:
 - 1) Mengkoordinasikan penyusunan program dan kegiatan bidang pengendalian usaha parawisata;
 - 2) Melaksanakan pengelolaan bidang pengendalian usaha parawisata;

- 3) Merumuskan dan/atau petunjuk teknis penyelenggaraan bidang pengendalian usaha pariwisata;
- 4) Melaksanakan pemantauan dan evaluasi berkala pelaksanaan kegiatan bidang pengendalian usaha pariwisata;
- 5) Menyusun rencana dan program kerja bidang pengendalian usaha pariwisata;
- 6) Melaksanakan pemantauan, evaluasi, pengendalian, dan penertiban, serta memberi sanksi terhadap pelanggaran usaha pariwisata;
- 7) Melaksanakan pengendalian dalam upaya pencegahan kerusakan lingkungan akibat pembangunan sarana dan prasarana pariwisata;
- 8) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 9) Melaporkan hasil pelaksanaan kepada atasan;
- 10) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

12. Seksi Pengendalian obyek dan Daya Tarik Wisata

- a. Seksi pengendalian obyek dan daya tarik wisata dipimpin oleh seorang kepala seksi mempunyai tugas pokok membantu kepala bidang mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi penyelenggara urusan pengendalian obyek dan daya tarik wisata.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas kepala seksi pengendalian obyek dan daya tarik wisata adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun program dan kegiatan seksi pengendalian obyek dan daya tarik wisata;
- 2) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas pada bawahan;
- 3) Melaksanakan pengendalian lingkungan serta penataan obyek serta daya tarik wisata;
- 4) Mengumpulkan, mengolah dan menyajikan data tentang obyek dan daya tarik wisata;
- 5) Mengevaluasi dan mengendalikan obyek dan daya tarik wisata;
- 6) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 7) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- 8) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

13. Seksi Pengendalian Usaha Sarana dan Jasa Parawisata

- a. Seksi pengendalian usaha sarana dan jasa parawisata dipimpin oleh seorang Kepala Seksi mempunyai tugas pokok membantu Kepala Bidang mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan pengendalian usaha sarana dan jasa parawisata.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala Seksi Pengendalian Usaha Sarana dan Jasa Parawisata adalah sebagai berikut:
 - 1) Menyusun program dan kegiatan seksi pengendalian usaha sarana dan jasa parawisata;

- 2) Menyusun petunjuk teknis pelaksanaan kegiatan seksi pengendalian usaha sarana dan jasa parawisata;
- 3) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas pada bawahan;
- 4) Melaksanakan pemantauan, evaluasi dan penertiban usaha sarana dan jasa parawisata sesuai dengan peraturan dan perundangan yang berlaku;
- 5) Melaksanakan pembinaan dan pengendalian intern terhadap pelanggaran usaha sarana dan jasa parawisata sesuai dengan ketentuan dan perundangan yang berlakul
- 6) Menetapkan kebijakan kendali mutu (supervisi, pelaporan, evaluasi dan monitoring) kegiatan pengendalian usaha jasa parawisata;
- 7) Melaksanakan pembinaan, penyuluhan, pengendalian, serta evaluasi usaha jasa parawisata;
- 8) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 9) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- 10) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

14. Bidang Pengembangan Sumber Daya Parawisata

- a. Bidang pengembangan sumber daya parawisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi

penyelenggaraan urusan pengembangan sumber daya parawisata dinas parawisata.

b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala Bidang pengembangan sumber daya parawisata adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun program dan kegiatan pengembangan sumber daya parawisata;
- 2) Merumuskan pedoman dan/atau petunjuk teknis penyelenggaraan bidang pengembangan sumber daya parawisata;
- 3) Menyiapkan bahan penyusunan rencana dan program kerjasama dan kemitraan serta usaha peningkatan peran serta masyarakat dalam swasta dalam kegiatan keParawisataan;
- 4) Menyiapkan bahan perumusan, penerapan, dan pengembangan serta pemantauan, evaluasi, pelaporan, dan kerjasama pelaksanaan kompetensi sumber daya manusia dibidang keParawisataan;
- 5) Melaksanakan koordinasi dengan lembaga keParawisataan untuk pengembangan sumber daya parawisata;
- 6) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan kepada bawahan;
- 7) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 8) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- 9) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

15. Seksi Pengembangan Sumber Daya Manusia Aparatur KeParawisataan

- a. Seksi pengembangan sumber daya manusia aparatur keparawisataan dipimpin oleh seorang Kepala Seksi mempunyai tugas pokok membantu Kepala Bidang mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan pengembangan sumber daya manusia aparatur keparawisataan.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas Kepala seksi pengembangan sumber daya manusia aparatur keparawisataan adalah sebagai berikut:
 - 1) Menyusun program dan kegiatan seksi pengembangan sumber daya manusia aparatur keparawisataan;
 - 2) Menyusun pedoman dan/atau petunjuk teknis pelaksanaan kegiatan seksi pengembangan sumber daya manusia aparatur keparawisataan;
 - 3) Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan kepada bawahan;
 - 4) Menyusun program dan rencana kerja dalam rangka pemberdayaan masyarakat parawisata;
 - 5) Melaksanakan pemberdayaan sumber daya manusia aparatur keparawisataan dalam rangka penerapan sistem sadar wisata dan sapta pesona parawisata untuk mewujudkan sumber daya manusia keParawisataan yang kompeten dan berdaya asing;
 - 6) Menyelenggarakan bimbingan dan pelatihan teknis tenaga keParawisataan;

- 7) Memfasilitasi pembentukan kelompok masyarakat parawisata dengan penglibatan dan pemberdayaan kelompok masyarakat parawisata;
- 8) Melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi pemberdayaan masyarakat parawisata;
- 9) Melakukan koordinasi dengan unit kerja lain yang berkaitan dengan bidang tuugasnya;
- 10) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 11) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- 12) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

16. Seksi Hubungan Kelembagaan KeParawisataan

- a. Seksi hubungan kelembagaan keparawisataan dipimpin oleh seorang Kepala Seksi mempunyai tugas pokok membantu Kepala Bidang mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan hubungan kelembagaan keparawisataan.
- b. Untuk melaksanakan tugas, maka uraian tugas jabatan Kepala seksi hubungan kelembagaan keparawisataan adalah sebagai berikut:
 - 1) Menyusun program dan kegiatan seksi hubungan dan kelembagaan keparawisataan;
 - 2) Menyusun program dan/atau petunjuk teknis pelaksanaan kegiatan seksi hubungan kelembagaan keparawisataan;
 - 3) Melaksanakan koordinasi dengan instansi terkait tentang tenaga kerja dibidang usaha parawisata;

- 4) Melaksanakan fungsi kehumasan dan pelayanan terhadap tamu Domestik dan Mancanegara;
- 5) Melaksanakan kerjasama dengan pemerintah daerah lainnya, pendidikan, parawisata asosiasi keparawisataan serta stakeholter lembaga lainnya;
- 6) Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- 7) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- 8) Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

17. Unit Pelaksana Teknis

- a. Untuk melaksanakan kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang tertentu pada dinas dapat dibentuk UPT.
- b. UPT dipimpin oleh seorang Kepala UPT yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Kepala Dinas.
- c. Pembentukan dan uraian tugas UPT diatur tersendiri dengan peraturan Bupati berdasarkan perundang-undangan.

18. Kelompok Jabatan Fungsional

- a. Kelompok jabatan fungsional mempunyai tugas pokok melakukan kegiatan sesuai dengan jabatan fungsional masing-masing, berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Jumlah pejabat fungsional ditentukan sesuai kebutuhan dan beban kerja.
- c. Jenis dan jenjang jabatan fungsional diatur sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Dalam Penelitian ini, menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, dan analisis *strengths, weaknesses, opportunities, threats* (SWOT). Analisis deskriptif kualitatif, yakni suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Sedangkan analisis *strengths, weaknesses, opportunities, threats* (SWOT) merupakan tahap dilakukannya analisis dan penentuan keputusan menggunakan pendekatan matrix SWOT. Berdasarkan analisis matrix SWOT dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi yang digunakan Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung objek.

Sample yang dipilih dari populasi penelitian untuk memperoleh data dengan cara melakukan wawancara langsung objek dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba. Proses wawancara ini dilakukan secara langsung dikantor Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba.

B. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan metode wawancara langsung. Wawancara merupakan teknik

pengumpulan data memberikan pertanyaan langsung kepada responden yang kompeten dalam permasalahan yang sedang diteliti. Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI selaku Kepala Dinas pada hari senin tanggal 16 April 2017.

1. Permasalahan yang dihadapi

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI sebagai Kepala Dinas pada Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut:

“Permasalahan yang dihadapi adalah pengadaan fasilitas yang memadai yang kondisinya masih perlu perhatian khusus bagi pemerintah untuk penataan yang lebih baik sesuai konsep pantai yang dapat menjadi magnet wisatawan untuk datang mengunjungi kabupaten bulukumba menikmati wisata pantai” (wawancara, hari Senin 16 April 2018).

Berdasarkan hasil wawancara penelitian diatas maka dapat dijelaskan bahwa Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba masih menghadapi masalah dalam hal pengadaan fasilitas pemeliharaan dan penataan wisata pantai Apparalang. Dalam hal fasilitas wisata pantai Apparalang masih banyak membutuhkan pembangunan seperti penginapan, toilet, dan penyewaan alat-alat selam. Dinas parawisata Kabupaten Bulukumba masih membutuhkan banyak dukungan pemerintah begitupun halnya dalam hal penataan.

2. Promosi yang dilakukan Dinas Parawisata

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI sebagai Kepala Dinas pada Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut:

“Dinas parawisata kabupaten bulukumba kiat getol dan terus memperlihatkan keseriusannya dalam memantapkan manajemen pengelolaan dan pembangunan sarana prasarana pendukung di kawasan pantai apparalang, dan salah satu upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan pesona pantai apparalang secara luas adalah melalui

pengembangan dan pemantapan kegiatan public relations, pengembangan dan perluasan produk-produk wisata, pengembangan pemasaran jasa wisata dan tempat wisata”. (wawancara hari Senin 16 April 2018)

Berdasarkan hasil wawancara penelitian maka dapat dijelaskan bahwa Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba telah melakukan berbagai upaya promosi pengenalan wisata pantai Apparalang dengan melakukan beberapa upaya. Pertama, melalui pemantapan kegiatan public relations. Dalam hal ini Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba menjalin kerjasama dengan beberapa pihak, mengikuti event-event terkait dan program kunjungan terkait dalam upaya promosi dan pembangunan kawasan pantai Apparalang. Kedua, pengembangan dan perluasan produk-produk wisata dalam hal ini Dinas Parawisata Bulukumba telah melakukan survei harapan wisatawan, audit potensi wisata pantai Apparalang, dan pengembangan kualitas dan kemasan produk pantai Apparalang. Ketiga, pengembangan pemasaran jasa wisata dan tempat wisata dalam hal ini Dinas Parawisata telah berupaya mengembangkan materi-materi kunjungan wisata melalui video, slide dan brosur. Upaya lain yang dilakukan adalah membangun website wisata daerah.

3. Pemanfaatan teknologi dan komunikasi

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI sebagai Kepala Dinas pada Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut:

“Sejauh ini pemanfaatan teknologi masih hanya sebatas sebagai media promosi belum pada tahap penyusunan rencana pengembangan parawisata berbasis teknologi seperti dalam hal kemudahan akses transportasi, paket wisata, biaya, rute dan jarak, serta hal-hal yang berkenaan dengan wisata pantai apparalang diharapkan kedepannya penggunaan teknologi dapat diterapkan secara luas bukan sekedar dalam hal database tetapi juga dalam visualisasi dan fasilitas. Sehingga wisata pantai apparalang

dapat diakses melalui e-tourism yang menekankan pada online review". (wawancara hari Senin 16 April 2018)

Berdasarkan hasil wawancara penelitian maka dapat dijelaskan bahwa Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba telah memanfaatkan internet namun belum maksimal. Ini terlihat dari pemanfaatan teknologi yang masih sebatas media promosi dan belum pada pengembangan parawisata berbasis teknologi. Saat ini, wisatawan belum bisa mengakses transportasi, paket wisata, biaya, rute dan jarak, secara online. Dinas Parawisata Bulukumba berharap kedepannya penggunaan teknologi dapat diterapkan sehingga wisata pantai Apparalang dapat diakses melalui online review.

4. Strategi bersaing perusahaan

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI sebagai Kepala Dinas pada Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut:

"Strategi yang diterapkan oleh dinas parawisata adalah posisi pertahankan dan pelihara. Kondisi ini merupakan kunci dalam menentukan strategi yang mungkin dapat dikembangkan dalam penetrasi pasar dan pengembangan produk yang sesuai dengan kondisi dinas parawisata kabupaten bulukumba. Tiga strategi utama yang dihasilkan adalah mengadakan sosialisasi Sapta Pesona atau penyadaran manfaat parawisata untuk seluruh lapisan masyarakat secara berkesinambungan dan sistematis, pembangunan parawisata berbasis masyarakat, dan dinas SDM parawisata harus memiliki sertifikasi keparawisataan". (wawancara hari Senin 16 April 2018)

Berdasarkan hasil wawancara penelitian maka dapat dijelaskan bahwa Dinas Parawisata menerapkan tiga strategi utama. Strategi yang diterapkan secara umum adalah posisi pertahankan dan pelihara, maksudnya Dinas Parawisata Bulukumba berusaha mempertahankan potensi-potensi wisata yang dimiliki pantai Apparalang dan memelihara potensi-potensi

tersebut. Tiga strategi utama yang dihasilkan adalah mengadakan sosialisasi Sapta Pesona atau penyadaran manfaat pariwisata untuk seluruh lapisan masyarakat secara berkesinambungan dan sistematis, hal ini lebih kepada promosi dan pengenalan wisata pantai Apparalang, strategi kedua adalah pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, hal ini dimaksudkan agar wisata pantai pantai Apparalang ramah warga dan keluarga dalam hal biaya akses fasilitas dan keamanan, dan strategi ketiga adalah dinas SDM pariwisata harus memiliki sertifikasi keparawisataan, hal ini dilakukan dalam upaya pengembangan SDM pariwisata yang memiliki kemampuan yang mumpuni dibidangnya.

5. Objek wisata pesaing

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI sebagai Kepala Dinas pada Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut:

“Pada dasarnya pantai apparalang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan objek wisata lainnya yang ada di Bulukumba. Apparalang tidak memiliki pesisir ataupun hamparan pasir seperti pantai pada umumnya, apparalang memiliki tebing-tebing yang cantik mengelilinginya dan saat ini menjadi salah satu primadona objek wisata di Bulukumba dan menjadi pesaingnya adalah pantai bara, pantai marumasa, pantai hila, Bira, Lahongka”. (wawancara hari Senin 16 April 2018)

Berdasarkan hasil wawancara penelitian maka dapat dijelaskan bahwa di Bulukumba terdapat be

berapa tempat wisata yang menjadi pesaing pantai Apparalang seperti pantai bara, pantai marumasa, pantai hila, Bira, Lahongka. Namun pantai Apparalang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan objek wisata tersebut seperti tebingnya yang memukau.

6. Kekuatan (*Strengths*) pantai Apparalang

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI sebagai Kepala Dinas pada Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut: (wawancara hari Senin 16 April 2018)

a. Terletak ditepi tebing yang curam

Tidak seperti pada umumnya pantai ini terletak di tepi tebing yang curam ditambah lagi dengan deburan ombak dan hempasan angin laut yang membuatnya semakin menegangkan yang membuat tempat ini menjadi salah satu tempat yang menjadi andalan masyarakat Sulawesi Selatan.

b. Memiliki pemandangan yang eksotis

Jernihnya air laut memudahkan pengunjung untuk melihat dasar pantai Apparalang, dikelilinginya terdapat bebatuan yang membuatnya menjadi lebih eksotis ditambah lagi pengunjung bisa melakukan aktifitas snorkling untuk menikmati suasana laut lepas.

c. Memacu adrenalin

Dipantai Apparalang pengunjung bisa mencapai permukaan air yang telah di sediakan, namun pengunjung juga bisa menguji adrenaling dengan melompat dari ketinggian. Hal ini bisa dilakukan saat berada didermaga pertama.

7. Kelemahan (*Weaknesses*) Pantai Apparalang

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI sebagai Kepala Dinas pada Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut:

“Keluhan wisatawan saat berkunjung ke pantai Apparalang adalah Kurangnya tempat peristirahatan dan kondisi toilet yang belum memadai, akses menuju lokasi yang belum memadai karena beberapa ruas jalan yang masih dalam tahap pengerjaan”. (wawancara hari Senin 16 April 2018)

Saat ini Pantai Apparalang masih butuh banyak pembangunan dalam hal fasilitas yang dapat menunjang rasa nyaman wisatawan saat berkunjung. Karena saat ini fasilitas-fasilitas yang tersedia masih terbatas dan kurang memadai, sehingga wisatawan pada umumnya mengeluhkan hal tersebut dan juga akses jalan menuju lokasi yang belum memadai juga menjadi keluhan utama para wisatawan.

8. Peluang (*Opportunities*)

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI sebagai Kepala Dinas pada Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut:

“Peluang pantai apparalang dapat menjadi potensi wisata dunia yang berkelas jika secara dini ditata dan dikelola dengan baik. Pantai ini akan menjadi alternatif rekreasi keluarga bagi masyarakat setempat ataupun menjadi pilihan destinasi wisatawan domestik dan mancanegara dan sebutan raja empat dari Sulawesi Selatan bisa jadi tak sejedat isapan jempol belaka” (wawancara hari Senin 16 April 2018)

Pantai Apparalang memiliki potensi yang sangat besar dan berkelas sebagai alternatif rekreasi keluarga bagi masyarakat. Pantai ini

memiliki keindahan tersendiri dengan tebingnya yang indah dan pemandangan yang eksotis dan memacu adrenalin.

9. Ancaman (*Theats*)

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Bapak Muh. Ali Saleh, SH. M.SI sebagai Kepala Dinas pada Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut:

“Hal yang menjadi ancaman adalah pemeliharaan kawasan ini perlu segera diberi sentuhan oleh pemerintah, khususnya yang mengenai keparawisataan. Semisal, perbaikan jalan menuju lokasi, penyediaan tempat istirahat, membuat tangga dan anjungan yang lebih permanen, atau segala fasilitas yang dapat memberikan kemudahan, ketenangan, kenyamanan, dan keamanan bagi pengunjung”. (wawancara hari Senin 16 April 2018)

Meski memiliki potensi wisata yang tinggi tetapi ada beberapa hal yang menjadi ancaman terhadap potensi tersebut seperti halnya pemeliharaan kawasan yang perlu segera diberi sentuhan oleh pemerintah, seperti perbaikan jalan menuju lokasi, penyediaan tempat istirahat, pembuatan tangga yang lebih permanen, dan segala hal yang dapat memberikan kemudahan, ketenangan, kenyamanan, dan keamanan bagi para wisatawan.

Adapun wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan Agus salah satu wisatawan pantai Apparalang.

1. Tempat nyaman untuk wisatawan

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Ibu Salma sebagai salah satu wisatawan adalah sebagai berikut:

“Iya, karena pantai ini memiliki pesona tersendiri seperti perairan yang jernih, tenang, dan relatif dangkal dibeberapa titik”. (wawancara hari Selasa 17 April 2018)

2. Keindahan pantai tetap terjaga

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Ibu Salma sebagai salah satu wisatawan adalah sebagai berikut:

“pemeliharaan fasilitas secara berkala, perlunya kesadaran pengunjung agar tidak merusak keindahan pantai, perlunya pembangunan fasilitas yang dapat menunjang kegiatan para wisatawan”. (wawancara hari Selasa 17 April 2018)

3. Perasaan saat memasuki wisata pantai Apparalang

Adapun hasil wawancara penelitian dengan Ibu Salma sebagai salah satu wisatawan adalah sebagai berikut:

“Apparalang memiliki nuansa yang berbeda dari banyak pantai yang ada di Kabupaten Bulukumba, pantai Apparalang lebih eksotis karena tampaknya batu karang yang memanjang sepanjang pantai”.

Tabel 1
Matriks SWOT

IFAS	<p>Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Terletak ditepi jurang yang curam b. Memiliki pemandangan yang eksotis c. Memacu adrenalin 	<p>Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kurangnya tempat peristirahatan b. Kondisi toilet yang belum memadai c. Akses menuju lokasi yang belum memadai. 	
	EFAS	<p>Opportunity (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Potensi wisata dunia yang berkelas b. Alternatif rekreasi bagi masyarakat setempat c. Destinasi wisata domestik dan mancanegara 	<p>Strategi (SO):</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan kelebihan dan keunikan pantai apparalang sebaik-baiknya sehingga dapat menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan jumlah pengunjung domestic maupun mancanegara b. Menata fasilitas yang dapat menunjang daya tarik wisata pantai apparalang
<p>Treaths (T)</p> <p>Pemeliharaan kawasan ini perlu segera diberi sentuhan oleh pemerintah. Semisal:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Perbaikan jalan menuju lokasi b. Penyediaan tempat istirahat c. Pembuatan tangga yang lebih permanen d. Kemudahan, ketenangan, kenyamanan, dan keamanan bagi para wisatawan 	<p>Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memelihara fasilitas kawasan pantai apparalang b. Menjaga keindahan pantai eksotis yang menjadi daya tarik dan keunikan wisata pantai apparalang c. Mengajak pemerintah dalam upaya peningkatan pelayanan yang dapat memberikan kemudahan, ketenangan, kenyamanan, dan keamanan bagi para wisatawan 	<p>Strategi (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan teknologi sebagai media promosi dalam mengembangkan parawisata berbasis teknologi b. Lebih memperlihatkan pengembangan kawasan wisata pantai apparalang dalam pembangunan dan pemeliharaan fasilitas 	

Berdasarkan matrix SWOT tersebut dapat disusun empat strategi utama yaitu strategi SO (*strenght-oppotunities*), strategi (*strenght-threarts*), strategi WO (*weakness-oppotunities*), strategi WT (*weakness-threats*).

- a) Strategi SO dibuat berdasarkan jalan pikiran Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berdasarkan kekuatan dan peluang tersebut maka terdapat alternatif strategi bagi Dinas Parawisata Bulukumba yaitu dengan memanfaatkan kelebihan dan keunikan pantai apparalang sebaik-baiknya sehingga dapat menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan jumlah pengunjung domestic maupun mancanegara dan menata fasilitas yang dapat menunjang daya tarik wisata pantai apparalang.
- b) Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Berdasarkan kekuatan dan ancaman tersebut maka alternatif strategi bagi Dinas Parawisata Bulukumba adalah memelihara fasilitas kawasan pantai apparalang, menjaga keindahan pantai eksotis yang menjadi daya tarik dan keunikan wisata pantai apparalang, mengajak pemerintah dalam upaya peningkatan pelayanan yang dapat memberikan kemudahan, ketenangan, kenyamanan, dan keamanan bagi wisatawan.
- c) Strategi WO ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Berdasarkan kelemahan dan peluang tersebut maka alternatif strategi bagi Dinas Parawisata Bulukumba, yaitu dengan memperluas kegiatan promosi tentang keindahan wisata pantai apparalang dan membangun fasilitas seperti

akses jalan, tempat peristirahatan, dan toilet yang dapat menunjang setiap kegiatan pengunjung agar dapat menjadi alternative rekreasi keluarga dan menjadi destinasi pilihan bagi wisatawan domestic maupun mancanegara.

- d) Strategi WT ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensiv dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Berdasarkan kelemahan dan ancaman tersebut maka terdapat beberapa alternatif strategi yang digunakan Dinas Parawisata Bulukumba yaitu dengan pemanfaatan teknologi sebagai media promosi dalam pengembangan parawisata berbasis teknologi dan lebih memperhatikan pengembangan kawasan wisata pantai apparalang dalam hal pembangunan dan pemeliharaan fasilitas.

C. Pembahasan

Hasil penelitian tersebut merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti dengan pemenuhan persyaratan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif tentang bagaimana strategi pengembangan objek wisata pantai Apparalang.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT yang menunjukkan tentang peluang dan strategi pengembangan objek wisata pantai apparalang sebagai daerah tujuan wisata Kabupaten Bulukumba yaitu dengan pemanfaatan segala potensi yang dimiliki wisata pantai apparalang. Hal ini didukung oleh teori Irfan Fahmi (2015) yang menjelaskan bahwa manajemen strategi sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisidengan tujuan

agar pengaruh rencana tersebut memberikan dampak positif bagi organisasi dalam jangka waktu panjang. Hal ini didukung oleh salah satu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tonny Yudya M (2014) dengan judul study “strategi pengembangan objek wisata dan daya tarik wisata” dimana hasil penelitiannya menunjukkan strategi pengembangan parawisata yang membentuk beberapa kebijakan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peluang pantai apparalang dapat menjadi potensi wisata dunia yang berkelas jika secara dini ditata dan dikelola dengan baik. Pantai ini akan menjadi alternatif rekreasi keluarga bagi masyarakat setempat ataupun menjadi pilihan destinasi wisatawan domestik dan mancanegara.
2. Strategi yang diterapkan oleh dinas parawisata adalah posisi pertahankan dan pelihara. Kondisi ini merupakan kunci dalam menentukan strategi yang mungkin dapat dikembangkan dalam penetrasi pasar dan pengembangan produk yang sesuai dengan kondisi dinas parawisata kabupaten bulukumba. Tiga strategi utama yang dihasilkan adalah mengadakan sosialisasi Sapta Pesona atau penyadaran manfaat parawisata untuk seluruh lapisan masyarakat secara berkesinambungan dan sistematis, pembangunan parawisata berbasis masyarakat, dan dinas SDM parawisata harus memiliki sertifikasi keparawisataan.

B. Saran

Peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan, baik dari instansi pemerintah, swasta,

lembaga maupun segala jenis usaha yang berkaitan dengan penelitian ini, maka dari itu dalam penelitian yang dilakukan mengenai *Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Kabupaten Bulukumba*, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan wisatawan maka pemerintah memberikan perhatian lebih terhadap objek wisata dan pengembangannya.
2. Diharapkan pemerintah dapat menerapkan strategi secara maksimal sehingga dapat mengoptimalkan pengemb

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham, 2013 *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Hasan, F. 2004. *Pembangunan Berwawasan Budaya*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Parawisata.
- Heene, Aime dkk, 2010. *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hunger, J David dan Wheelen, Thomas L, 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Hutabarat, Jemsly dan Martani, Huseini, 2006. *Pengantar Manajemen Stratejik Kontemporer, Strategik di Tengah Operasioanl*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kurniawan, Fitri Lukiastuti dan Hamdani, Muliawan, 2000. *Manajemen Stratejik dalam Organisasi*. Yogyakarta:MedPress
- Kusudianto, Hadinoto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Parawisata*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, Lexy J, 1995, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Mintzberg, Henry.dkk, 2003. *The Strategy Process*. Edisi Keempat. New Jersey: Upper Saddle River.

- Pradikta, Angga, 2013. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*
- Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya, 2009. *Pengantar Ilmu Parawisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana I Gde. 2002. *Parawisata, Wahana Pelestarian Kebudayaan dan Dinamika Masyarakat Bali*. Denpasar Bali : Universitas Udayana
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary, 2009. *Manajemen*. Edisi Kedelapan. Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Sedarmayani, 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siagian, Sondang P, 2003. *Manajemen stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Umar, Husein. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada

RIWAYAT HIDUP



SRI WAHYUNINGSIH, lahir pada tanggal 18 Oktober 1996 di Lingkungan Balleanging Kelurahan Ballasaraja Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan, anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Mallu dan Mina.

Penulis mengawali jenjang pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri 61 Balleanging pada tahun 2003 sampai 2008, kemudian melanjutkan pendidikan Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN), di MTs Negeri 410 Tanete pada tahun 2008 sampai 2011, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN), di MA Negeri 2 Bulukumba pada tahun 2011 sampai 2014.

Pada tahun 2014 penulis melanjutkan studinya di Perguruan Tinggi Swasta yaitu Universitas Muhammadiyah Makassar (UNISMUH), dengan mengambil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Kemudian pada tahun 2017 penulis mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Profesi (KKP) di Kantor Kementerian Agama Kota Makassar Jalan Rappocini Raya No. 223

Dengan ketekunan dan motivasi tinggi untuk belajar serta berusaha, dan Alhamdulillah penulis telah berhasil menyelesaikan pekerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dalam penulisan tugas skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan, akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Strategi Penembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba”**.