

SKRIPSI

**PERANAN SEKTOR PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT LOKAL KABUPATEN
WAKATOBI SULAWESI TENGGARA**

ARDYANSYAH NUR SAPUTRO
1057 1018 7812



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2017

PERSETUJUAN PEMBIMBING

JUDUL SKRIPSI : PERANAN SEKTOR PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN
MASYARAKAT LOKAL KABUPATEN WAKATOBI
SULAWESI TENGGARA

NAMA MAHASISWA : ARDYANSYAH NUR SAPUTRO

NIM : 1057 1018 7812

JURUSAN : ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

PERGURUAN TINGGI : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Menyatakan bahwa skripsi ini telah di periksa dan di ajukan di depan panitia penguji skripsi
srata SI, pada hari sabtu 07 oktober 2017 pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar

Makassar, Oktober 2017

Pembimbing I


Dr. Patta Rapanna, M.Si


Disetujui Oleh

Pembimbing II



Muchriana Muchran, SE., M.Si., Ak, CA

Diketahui:

Dekan Fakultas Ekonomi


Ismail Rasulong, SE.,MM
NBM: 903 078

Ketua Jurusan IESP


Hj. Naidah, SE., M.Si
NBM: 710 551

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah di sahkan oleh Panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 160/2017 Tahun 1439 H/2017 M yang di pertahankan di depan Tim Penguji pada hari Sabtu, 7 Oktober 2017 M/17 Muharram 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 9 Oktober 2017

Panitia Ujian

Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM

(Rektor Unismuh Makassar)

Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM

(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Penguji

: 1. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM. (.....)

2. Ismail Rasulong, SE, MM. (.....)

3. Hj. Naidah, SE, M.Si. (.....)

4. Faidhul Adziem, SE, M.Si. (.....)



PERSETUJUAN PEMBIMBING

JUDUL SKRIPSI : PERANAN SEKTOR PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN
MASYARAKAT LOKAL KABUPATEN WAKATOBI
SULAWESI TENGGARA

NAMA MAHASISWA : ARDYANSYAH NUR SAPUTRO
NIM : 1057 1018 7812
JURUSAN : ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
PERGURUAN TINGGI : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Menyatakan bahwa skripsi ini telah di periksa dan di ajukan di depan panitia penguji skripsi
srata SI, pada hari sabtu 07 oktober 2017 pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar

Makassar, Oktober 2017

Disetujui Oleh

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Patta Rapanna, M.Si

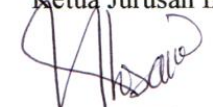

Muchriana Muchran, SE., M.Si., Ak, CA

Diketahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan IESP


Ismail Rasulong, SE.,MM
NBM: 903 078


Hj. Naidah, SE., M.Si
NBM: 710 551

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah di sahkan oleh Panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 160/2017 Tahun 1439 H/2017 M yang di pertahankan di depan Tim Penguji pada hari Sabtu, 7 Oktober 2017 M/17 Muharram 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 9 Oktober 2017



Panitia Ujian :
Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM
(Rektor Unismuh Makassar) (.....) *Okmal.*
Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....) *[Signature]*
Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....) *[Signature]*
Penguji : 1. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM. (.....) *Okmal.*
2. Ismail Rasulong, SE, MM. (.....) *[Signature]*
3. Hj. Naidah, SE, M.Si. (.....) *[Signature]*
4. Faidhul Adziem, SE, M.Si. (.....) *[Signature]*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, hidayah dan megfirah-Nya juallah sehingga meski harus melewati perjuangan yang panjang dan cukup melelahkan namun penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan walaupun dalam bentuk sederhana, dengan judul **“PERANAN SEKTOR PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT LOKAL KABUPATEN WAKATOBI SULAWESI TENGGARA”**

Sebagai bentuk karya ilmiah penulis menyadari bahwa banyak menghadapi hambatan dan tantangan selama dalam penelitian dan penulisan Skripsi ini apalagi waktu, tenaga, biaya serta kemampuan penulisan yang terbatas. Namun berkat bantuan, arahan serta petunjuk dari Bapak Dr. Patta Rapanna, M.Si. sebagai pembimbing I dan ibu Muchriana Muchran, SE., M.Si., Ak, CA selaku pembimbing II sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan penuh hormat penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya semoga Sang Khaliq dapat memberikan curahan rahman dan hidayah-Nya kepada Bapak/Ibu berdua beserta seluruh keluarganya.

Selesainya Skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan semua pihak, untuk penulis tidak lupa penulis menyampaikan ucapan trima kasih kepada.

1. Bapak Dr. H. Rahman Rahim, MM Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar beserta stafnya.
3. Ibu Hj. Naidah, SE., M. Si. Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kepala Bidang Pariwisata atas pemberian ijin penelitian di obyek wisata tersebut.
5. Almarhum Ayah tercinta sekaligus selama ini ia menjadi ibu, atas jasa-jasanya kesabaran, do'a dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis semenjak kecil.
6. Saudara-saudara tercintah yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, kasi sayang dan bantuan baik secara moril maupun materiil demi lancarnya penyusunan skripsi ini.
7. Kususnya untuk sahabat saya, Suparman Upuolat yang selalu memberikan penulis semangat serta suppot dalam menyelesaikan penyusunan proposal sampai penyusunan skripsi.
8. Seluruh teman-teman sejurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan (IESP) kususnya angkatan 2012 semangat kalian luar biasa dahsyatnya.

Akhirnya penulis berharap, semoga Skripsi ini dapat memberikan mampaot dapat menambah wawasan bagi penulis sendiri dan berguna bagi

pembaca. Semoga Allah SWT senantiasa membimbing kita menuju jalannya dan melampirkan rahmat dan hidayah-Nya.

WASSALAM

Makassar, April 2017

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Parwisata.....	5
2.2. Pengertian Wisatawan.....	6
2.3. Indikator Ekonomi Pariwisata.....	8
2.4. Motivasi Berwisata.....	8
2.5. Dampak Ekonomi.....	10
2.6. Kebijakan Pariwisata.....	12
2.7. Peranan Pemerintah Dalam Pariwisata.....	13
2.8. Peranan Pemerintah Dalam Ekonomi Pariwisata.....	13
2.9. Pengertian Promosi.....	15
2.10. Bentuk-Bentuk Promosi.....	16
2.11. Wisatawan.....	22

2.12. Usaha Pariwisata.....	23
2.13. Kerangka Pikir	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Dan Lokasi Penelitian	26
3.2. Pendekatan Penelitian.....	26
3.3. Sumber Data	27
3.3.1. Sumber Data Primer.....	27
3.3.2. Sumber Data Sekunder.....	27
3.4. Fokus Masalah Penelitian.....	27
3.5. Istrumen Penelitian.....	28
3.6. Teknik Pengumpulan Data Dan pengapsahan Data.....	28
3.7. Teknik Pengapsahan Data.....	29
3.8. Teknik Analisis Data	29
3.9. Komponen Dan Alur Analisis Data.....	30

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Kondisi Kepariwisataan Wakatobi	32
4.1.1. Sejarah.....	32
4.1.2. Geografis Dan Perwilayahan.....	34
4.1.3. Kondisi Topografis	35
4.1.4. Iklim	35
4.1.5. Sumber Daya Hayati	36
4.1.6. Jumlah Dan Kepadatan Penduduk	38
4.1.7. Suku Bangsa.....	38

BAB V PEMBAHASAN

5.1. Peran Pemerintah Dalam Pengelolaan Pariwisata Di Kabupaten Wakatobi	41
5.2. Konsep Pengembangan Pariwisata	49
5.3. Faktor Diterminan Yang Mempengaruhi Pengelolaan Pariwisata Dan Kebudayaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Lokal Kabupaten Wakatobi	65
5.3.1. Promosi	65
5.3.2. Desain Souvenir	66

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	71
6.2. Rekomendasi	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Fikir	25
Gambar 1.2 Komponen Dan Alur Analisis Data	30



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia sebagai Negara bahari dan kepulauan terbesar di Dunia, dikaruniai berbagai macam ekosistem pesisir dan laut karang yang indah seperti pantai berpasir, goa, laguna, estuaria, hutan mangrove, padang lamun, rumput laut dan terumbu karang. Dan tidak heran jika dari sepuluh ekosistem terumbu karang terindah dan terbaik di Dunia, lima diantaranya terdapat di Indonesia yakni Raja Ampat, Wakatobi, Takabonerate, Bunaken, dan Karimun Jawa.

Melihat hal tersebut maka pembangunan dan pengembangan potensi wisata bahari pun gencar dilakukan oleh pemerintah pusat dan daerah guna memperoleh manfaat dan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pembangunan kepariwisataan memiliki manfaat dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan nasional, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan Devisa Negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara (Wisman).

Seperti diketahui industri pariwisata merupakan salah satu sarana yang tepat dalam meningkatkan kemajuan ekonomi masyarakat baik lokal maupun global. Tidak dapat dipungkiri bahwa industri pariwisata merupakan sektor ekonomi yang memiliki pertumbuhan yang sangat cepat dibanding sektor ekonomi lainnya. Banyak lapangan pekerjaan dari industri pariwisata yang

muncul mulai dari kegiatan pengadaan jasa akomodasi, rumah makan, layanan wisata, hingga bisnis cinderamata telah berhasil membantu pemerintah untuk mengurangi tingginya angka pengangguran. Sumbangan devisa bagi kas Negara yang terus mengalir juga merupakan salah satu dampak positif akibat perkembangan pesat industri pariwisata.

Dampak positif lain yang muncul dari industri pariwisata ini antara lain dapat terlihat dari segi sosial budaya. Pesatnya perkembangan industri pariwisata akan membawa pemahaman dan pengertian antar budaya melalui interaksi wisatawan (Turis) dengan masyarakat lokal tempat daerah wisata tersebut berada. Adanya interaksi inilah para wisatawan dapat mengenal dan menghargai budaya masyarakat setempat dan juga memahami latar belakang kebudayaan lokal yang dianut oleh masyarakat tersebut.

Tren wisata dunia akhir-akhir ini mengarah kepada wisata yang sifatnya kembali ke alam (*back to nature*). Wisatawan pada jenis ini mampu untuk membayar mahal. Oleh karena itu, kelestarian objek wisata ini harus tetap dipertahankan dan pengembangannya harus memperhatikan sisi keaslian, keserasian dengan alam serta memberikan nilai manfaat bagi penduduk setempat.

Kegiatan pariwisata alam merupakan salah satu kegiatan wisata yang pertumbuhannya cukup besar yaitu sekitar 0% dari total perjalanan internasional (WTO, 2006). Sehingga peluang untuk mendapatkan pemasukan dari devisa juga lebih besar. Oleh karena itu, pemerintah giat melaksanakan kegiatan pariwisata alam yang diantaranya berlokasi dikawasan pelestarian alam dengan harapan memberikan dampak positif dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan

kesejahteraan masyarakat, peningkatan pendapatan dan devisa Negara, selain juga untuk melaksanakan upaya konserfasi sedangkan dari segi sosial budaya, bali merupakan contoh dimana pariwisata menjadi tempat bagi pengenalan dan promosi kebudayaan Indonesia kepada dunia Internaional. Berdasarkan contoh ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa Industri pariwisata secara langsung turut membawa dampak yang positif bagi perkembangan masyarakat dan Negara baik secara ekonomi maupun sosial budaya.

Kegiatan pariwisata secara potensial dapat memberikan efek kedepan maupun kebelakang. Setidaknya ada tiga keuntungan yang dapat diperoleh dengan semakin berkembangnya kepariwisataan suatu daerah. Pertama, akan memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi pendapatan masyaraka lokal. Kedua, mampu mengurangi jumlah pengangguran karena daya serap tenaga kerjanya yang cukup besar dan merata. Ketiga, mendorong timbulnya wirausahawan yang bergerak di industri pariwisata, baik langsung maupun tidak. Tujuan akhir membangun sektor kepariwisataan adalah untuk memperbesar output atau nilai tambah. Hal ini sesuai dengan perkembangan ekonomi karena nilai tambah adalah salah satu indikator yang dipergunakan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran pemerintah dalam pengelolaan Pariwisata di Kabupaten Wakatobi.
2. Apa faktor determinan yang mempengaruhi pengelolaan Pariwisata dan Kebudayaan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal Kabupaten Wakatobi.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui peran pemerintah dalam pengelolaan Pariwisata di Kabupaten Wakatobi.
- b. Untuk mengetahui faktor determinan yang mempengaruhi pengelolaan Pariwisata dan Kebudayaan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal Kabupaten Wakatobi.

2. Kegunaan

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pariwisata

Kata pariwisata berasal dari bahasa sangsakerta yaitu dari kata pari yang berarti lengkap, berputar-putar dan kata wisata yang berarti perjalanan atau berpergian. Dengan demikian secara tata bahasa dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ketempat yang lain.

Untuk lebih jelasnya berikut pengertian pariwisata yang dikemukakan oleh (Marpaung, 2002:21) sebagai berikut: “pariwisata merupakan kegiatan rekreasi yang dilakukan diluar rumah yang mengambil waktu lebih dari 24 jam, seperti: kunjungan keluarga diluarkota selama 2 hari (dua) hari.

Ada 3 (tiga) unsur utama yang terkandung dalam pariwisata yaitu:

- a. Manusia (Man) yang dilakukan perjalanan wisata.
- b. Ruang (Space) daerah atau ruang lingkup perjalanan.
- c. Waktu (Time) waktu yang digunakan selama wisata.

(Yoeti, 2006:101) yaitu “pariwisata atau tour adalah perjalanan yang dilakukan disuatu tempat ke tempat lainnya dengan maksud tertentu, selalu mengingatka perjalanan itu dengan tujuan untuk bersenang-senang dan perjalanan di lakukan lebih dari 24 jam”.

Lebih lanjut dijelaskan ada 4 (empat) kriteria perjalanan dapat disebut perjalanan pariwisata, yaitu:

1. Perjalanan itu tujuannya semata-mata untuk bersenang-senang.
2. Perjalanan itu harus dilakukan dari suatu tempat (dimana Orang itu tinggal berdiam) ke tempat lain (yang bukan kota atau Negara dimana ia biasanya tinggal).
3. Perjalan itu dilakukan minimal 24 jam.
4. Perjalanan itu tidak dikaitkan dengan mencari nafka ditempat yang lain dikunjungi dan Orang yang melakukan perjalanan itu semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjunginya.

2.2. Pengertian Wisatawan

Menurut Vanhove (2005), wisatawan adalah setiap orang yang melakukan perjalanan di lingkungan mereka dalam jangka waktu kurang dalam satu tahun dan tujuan perjalanan itu bukan untuk menghasilkan gaji (pendapatan) dari tempat yang di kunjungi.

Menurut Burkart dan Medlik (dalam Ross 2006), wisatawan memiliki empat ciri utama, yaitu:

1. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal diberbagai tempat tujuan.
2. Tempat tujuan wisatawan berbeda dengan tempat tinggal dan tempat kerjanya sehari-hari, karena itu kegiatan wisatawan tidak sama dengan kegiatan penduduk yang berdiam dan bekerja di tempat tujuan wisata.

3. Wisatawan bermaksud pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan, karena itu perjalanan bersifat sementara dan berjangka pendek.
4. Wisatawan melakukan perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal untuk menetap ditempat tujuan atau bekerja untuk mencari nafkah.

Cohel (1972) dalam Pitana (2005), mengklarifikasi wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya. Atas dasar ini, *Cohel* membedakan wisatawan atas empat, yaitu :

- a. Drifter, adalah wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya dan bepergian dalam jumlah kecil.
- b. Explorer, adalah wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanan sendiri dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum.
- c. Individual mass tourist, adalah wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.
- d. Organized-mass tourist, adalah wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya ditempat tinggalnya.

Menurut Vanhove (2005), terdapat beberapa tipe wisatawan, yaitu:

- a. *Domestic Tourism*, yaitu wisatawan merupakan penduduk lokal dari Negara tempat tujuan wisata.

- b. *Inbound Tourism*, yaitu wisatawan yang bukan merupakan penduduk lokal dari Negara tempat wisata.
- c. *Outbound Tourism*, yaitu wisatawan yang mengunjungi tujuan wisata di Negara yang bukan Negara merdeka.
- d. *Internal Tourism*, yaitu wisatawan yang merupakan kombinasi antara Domestic dan Inbound Tourism.
- e. *National Tourism*, yaitu wisata yang merupakan penduduk dari dalam dan luar wilayah perekonomian di Negara yang direkomendasikan.
- f. *International Tourism*, yaitu wisatawan yang merupakan kombinasi antara Inbound dan Outbound Tourism.

2.3. Indikator Ekonomi Pariwisata

Meskipun tidak terdapat hubungan langsung antara perubahan ekonomi nasional dengan pengembangan pariwisata, setidaknya perubahan ekonomi terjadi mengkondisikan perubahan kegiatan usaha pariwisata. Beberapa kendala ekonomi dapat mempengaruhi pengembangan yang diharapkan antara lain:

- a. Ketidakpastian pengendalian inflasi.
- b. Pengangguran yang berkembang terus.
- c. Proteksi yang mempengaruhi perdagangan valuta asing.
- d. Devaluasi mata uang(atau revaluasi)
- e. Perubahan atas pajak/fiscal keberangkatan.

2.4. Motivasi Berwisata

Menurut Sharpley (dalam pitana 2005) menekankan bahwa motivasi merupakan hal yang sangat mendasarkan dalam studi tentang wisatawan dan

pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walau motivasi ini ucap kali tidak didasari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri. Menurut Pearce (dalam Pitana 2005), berpendapat bahwa wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata termotivasi oleh beberapa factor yakni: Kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, prestice, dan aktualiasi diri. Seseoran melakukan perjalanan motivasi oleh beberapa hal, motovasi-motivasi tersebut dapat di kelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut:

1. Physican or physiological motivation yaitu motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis, antara lain untuk relakasaki, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya.
2. Cultural motivation yaitu keinginan unuk mengetahui budaya, adat tradisi dan kesetiaan daerah lain. Termaksud juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya.
3. Social or interpersonal motivation yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang mendatangkan gengsi (prestice), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan dan seterusnya.
4. Fantasy motivation yaitu adanya motivasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis (McIntosh, dalam Pitana, 2005).

Faktor-faktor mendorong dan penarik untuk berwisata sangatlah penting untuk diketahui oleh siapapun yang berkecimpung dalam industri pariwisata (Pitana, 2005), seseorang ingin melakukan perjalanan wisata dikarenakan adanya

faktor pendorong, tetapi belum jelas mana daerah yang akan dituju berbagai faktor pendorong seseorang melakukan perjalanan wisata menurut Ryan (1991) dalam pitana (2005), menjelaskan sebagai berikut:

- a. Escape, Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirakasakan menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehar-hari.
- b. Relaxation, keinginan untuk penyegaran, yang juga berhubungan dengan motivasi untuk eskape di atas.
- c. Play, Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan, yang merupakan kemunculan kembali sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
- d. Stengthening family band, Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks (visiting, friends and relatives), Biasanya wisata ini dilakukan bersama-sama (group tour)
- e. Prestige, Ingin menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau sosial standing.

2.5. Dampak Ekonomi

Dampak terhadap penerimaan devisa dan pendapatan pemerintah merupakan aspek yang tidak perhitungkan menganalisa dampak dari suatu tempat wisata yang relative kecil. Dampak yang ingin dilihat adalah pada aspek pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, harga-harga distribusi manfaat, kepemilikan dan kontrol serta pembangunan sekitar tempat wisata. Munurut Lubis (2009), sektor pariwisata berhubungan erat dengan wisatawan sehingga dampak

positif yang di timbulkan oleh sector pariwisata berasal dari kunjungan wisatawan, peneruan wisatawan baik wisatawan asing maupun wisatawan domestik, investasi yang dilakukan industri pariwisata serta peneruan pemerintah disektor pariwisata. Dampak ekonomi dari kegiatan pariwisata merupakan perubahan mendasarkan yang ditimbulkan oleh kegiatan tersebut terhadap kondisi masyarakat, seperti misalnya peningkatan atau penurunan pendapatan masyarakat, perluasan lapangan pekerjaan dan perilaku masyarakat terhadap lingkungan sekitarnya.

Menurut Vanhove (2005), dampak ekonomi ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu Dampak langsung (direct), tidak langsung (indirect) dan lanjutan (induced). Dampak langsung (direct) adalah nilai dari pengeluaran wisatawan dikurangi nilai impor untuk penyediaan produk dan jasa “front-line” bisnis. Dampak ini ditimbulkan dari pengeluaran wisatawan yang langsung. Dampak tidak langsung (indirect) adalah aktivitas ekonomi lokal dari pembelanjaan unit usaha penerima dampak langsung. Dampak ini ditimbulkan dari unit usaha yang menerima dampak langsung akan memerlukan imput (bahan baku dan tenaga kerja) dari sektor lain. Dampak lanjutan (induced) adalah aktivitas ekonomi lokal lanjutan dari tambahan pendapatan lokal (dampak lanjutan dari dampak langsung dan dampak tidak langsung). Dampak ini ditimbulkan dari masyarakat lokal yang di dukung secara langsung maupun tidak langsung oleh kegiatan wisata membelanjakan pendapatan mereka di daerahnya.

2.6. Kebijakan Pariwisata

Pariwisata saat ini menjadi salah satu pos pendapatan yang dapat menguntungkan Negara. Apalagi sejak pemisahan pendirian Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Revitalisasi destinasi pariwisata sedang genjar dilakukan berbagai provinsi khususnya tingkat kabupaten yang mayoritas venue dari keberadaan destinasi pariwisata alam ditemukan.

Kebijakan pariwisata yang diambil oleh pemerintah dalam rangka pengembangan pariwisata berwawasan budaya di Indonesia menjadi titik fokus dari kebijakan pembangunan yang lain. Karena dengan pengembangan pariwisata akan membantu berbagai sektor pembangunan di Indonesia seperti sektor ekonomi maupun politik.

Sebagai contoh adalah revitalisasi kawasan timur Indonesia (KTI). KTI yang memiliki banyak destinasi pariwisata khususnya dibidang bahari dengan keberadaan pantai yang indah, pesona pulau yang masih asri menjadi pusat perhatian pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yang bersangkutan.

Hal paling terpenting untuk menarik minat wisatawan domestic maupun mancanegara adalah adanya pembenahan infrastruktur maupun SDM terutama yang terdapat di bandara-bandara. Karena tidak jarang kita temukan bandara dengan fasilitas yang semaraut, troli yang kadang di kuasai preman, minimnya akses menuju destinasi pariwisata.

2.7. Peranan Pemerintah Dalam Pariwisata

Membicarakan tentang peran pemerintah dalam pariwisata sangat tidak asing bagi kita lagi bagi kehidupan kita. Peran pemerintah yang sangat penting terutama dalam melindungi wisatawan dan memperkaya atau mempertinggi pengalaman perjalanannya. Peran atau peraturan-peraturan yang penting yang harus dibuat pemerintah untuk kepentingan tersebut adalah peraturan perlindungan wisatawan terutama bagi biro perjalanan wisata yang mengharuskan wisatawan untuk membayar uang muka (Deposit Payment), sebagai jaminan pemesanan jasa seperti akomodasi, tour dan lain-lain, peraturan pengamanan kebakaran yang mencakup peraturan dengan jumlah minimal lampu yang ada dimasing-masing hotel lantai hotel dan alat pendukung ke amanan lainnya, peraturan ke amanan makan dan kesehatan yang mengatur mengenai standar kesehatan makanan yang disuguhkan kepada wisatawan, peraturan standar kompetensi pekerja-pekerja yang membutuhkan pengetahuan dan keahlian khusus seperti Pilot, sopir dan nahkoda. Selain itu pemerintah juga bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya alam seperti: Flora dan Fauna yang langka, air, tanah dan juga udara agar tidak terjadi pencemaran yang dapat mengganggu bahkan merusak suatu ekosistem. Oleh karena itu, penerapan semua peraturan pemerintah dan Undang-Undang yang berlaku mutlak dilaksanakan oleh pemerintah.

2.8. Peranan Pemerintah Dalam Ekonomi Pariwisata

Dalam dasawarsa terahir ini banyak Negara berkembang menaruh perhatian yang khusus terhadap industri pariwisata. Hal ini jelas kelihatan dengan

banyaknya program pengembangan kepariwisataan di Negara tersebut. Negara yang satu seolah-olah hendak melebihi Negara yang lain untuk menarik kedatangan lebih banyak wisatawan, lebih banyak tinggal dan lebih banyak menghamburkan uangnya. Sayang bahwa banyak program kurang masak dipertimbangkan, khususnya mengenai keuntungan yang apakah lebih besar dari pada perusakan yang ditimbulkan. Dalam hal mencaring tempat-tempat kecenderungan untuk menjadikan cahaya matahari dan laut untuk menjadi daya tarik wisata. Dikembangkan sebagai aktivitas perekonomian dalam membangun kepariwisataan sesuatu yang mudah untuk dapat menghasilkan devisa yang sifatnya quick yielding.

Disamping itu kita mengetahui, bahwa bahan baku industri pariwisata tidak akan habis-habis, sedangkan bahan baku industri lain terbatas. Untuk menjalankan pembangunan perekonomian dengan suatu pertumbuhan yang berbimbang kepariwisataan dapat di harapkan memegang peranan yang menentukan dan dapat dijadikan sebagai katalisator untuk mengembangkan pembangunan sektor-sektor lain secara bertahap. Seperti terjadi pada sektor lain, kebijakan pemerintah pada sektor pariwisata ada yang memberikan dampak langsung dan ada pula yang memberikan dampak tidak langsung. Selain dari hal yang diatas ada kemungkinan suatu kebijakan ekonomi pemerintah memberikan dampak langsung pada sektor lain tetapi dapat memberikan dampak tidak langsung bagi sektor pariwisata. Tujuan pokok dari kebijakan ekonomi pemerintah terhadap pariwisata adalah untuk memaksimalkan kontribusi pariwisata terhadap ekonomi nasional.

- a. Optimalisasi kontribusi dalam neraca pembayaran.
- b. Menyiapkan perkembangan ekonomi regional dan neraca pembayaran regional.
- c. Menyiapkan tenaga kerja.
- d. Meningkatkan dan pendistribusian pendapatan.
- e. Kontribusi terhadap kesejahteraan sosial.
- f. Memaksimalkan peluang pendapatan fiscal

2.9. Pengertian Promosi

Pengertian promosi menurut (Siswanto dan David, 2002:21) sebagai berikut: 17-18 “Promosi adalah kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan meningkatkan dan kembali produk sasaran pembeli dengan harapan mereka tergerak hatinya dan secara sukarela membeli produk”. Dari pengertian diatas maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk barang atau jasa kepada masyarakat agar tertarik untuk membelinya. Dalam pemasaran promosi merupakan suatu kegiatan menyadarkan calon pembeli akan adanya produk suatu perusahaan. Sehingga jika khalayak yang membutuhkan produk tersebut mereka akan berusaha untuk mencarinya dengan mendatangi tempat-tempat penjualan yang terdekat dari tempat tinggalnya. Tetapi untuk menarik calon pembeli pada sebuah produk baru maka perusahaan harus dapat meyakinkan dan menumbuhkan daya tarik pada produknya. Karena kegiatan penjualan hanya mungkin terjadi bila orang sudah mempunyai perhatian, sehingga pada akhirnya dengan sukarela membeli produk yang ditawarkan. Promosi yang efektif adalah

dapat menumbuhkan serta membangkitkan niat pembeli. Demikian pula terhadap promosi pariwisata yang diadakan adalah untuk memberitahukan, membujuk atau meningkatkan konsumen atau wisatawan supaya wisatawan yang bersangkutan mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke daerah yang telah dipromosikan. Oleh karena itu promosi harus dilakukan melalui media komunikasi yang efektif, sebab orang-orang yang menjadi sasaran promosi mempunyai selera dan keinginan yang berbeda-beda.

2.10. Bentuk-bentuk Promosi

Perusahaan atau instansi yang akan diperkenalkan produknya harus menentukan cara yang terbaik untuk menjual produk keputusan yang cocok adalah tentang sifat perpaduan promosi yang mungkin paling efektif. Untuk itu perusahaan harus dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh setiap unsur promosi sehingga dengan demikian dapat disusun strategi penjualan yang tepat dan dianggap efektif untuk dilaksanakan. Untuk mewujudkan usaha memperkenalkan suatu produk maka bauran perusahaan yang tepat sangat penting. Adapun unsur-unsur bauran pemasaran seperti yang dikemukakan oleh (Kotler, 2005:77) bahwa: “Bauran pemasaran (marketing mix terdiri dari empat alat utama yaitu Periklanan, promosi, penjualan pribadi, humas/publisitas”. Lebih lanjut lagi dipaparkan oleh (Stanton dalam Swasta dan Irawan 1998:349) sebagai berikut: “Promotional mix adalah kombinasi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat promosi lain yang semuanya direncanakan untuk mencapai program tujuan penjualan” Untuk lebih jelasnya akan diuraikan setiap bentuk-bentuk promosi sebagai berikut:

1. Periklanan Periklanan adalah salah satu kegiatan untuk mencapai tujuan pemasaran barang dan jasa, baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek. Untuk itu iklan meliputi setiap bentuk yang dibayar dalam persentase dan promosi dari gagasan barang-barang atau jasa oleh suatu sponsor yang diketahui: 23 Menurut (Winardi, 1992:113) pengertian periklanan sebagai berikut: “Periklanan merupakan komunikasi non pribadi dimana orang harus melakukan pembayaran melalui media yang dilakukan oleh perusahaan.

Organisasi-organisasi non laba dan individu-individu yang satu atau lain cara untuk mengidentifikasi pada pesan periklanan dan bertujuan untuk memberi informasi, membujuk anggota-anggota atau audiensi tertentu.” Sedangkan (Kotler, 2005:264-312) memberikan definisi sebagai berikut: “Setiap bentuk yang didapat dibayar dari penyajian non pribadi, dari gagasan, barang atau jasa oleh seorang sponsor tertentu.” Secara umum periklanan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan penyebarluasan pesan komunikasi kepada khalayak untuk menawarkan barang atau jasa dengan menyewa media. Periklanan sendiri mempunyai sifat-sifat khusus sebagai suatu komponen dari bauran komunikasi sebagai berikut:

- a. Presentasi umum: Periklanan adalah cara komunikasi yang sangat umum.
- b. Tersebar luas: Periklanan adalah medium berdaya sebar luas yang memungkinkan penjualan mengulang pesan berkali-kali.
- c. Ekspresi yang lebih kuat: periklanan memberikan peluang untuk mendramatisasikan perusahaan dan produknya melalui media.

Tidak bersifat pribadi: periklanan tidak mempunyai kemampuan untuk memaksa audiens. Iklan hanya mampu melakukan monolog. 24 Adapun macam-macam keuntungan yang dapat diperoleh melalui periklanan adalah sebagai berikut:

1. Dana merupakan metode promotional yang teramat efisien dipandang dari sudut biaya, karena dapat menjangkau orang banyak dengan biaya perkepala (*unit cost*) yang rendah.
 2. Periklanan dapat memungkinkan pihak yang mengiklankan mengulangi pesan yang bersangkutan berulang kali.
 3. Dapat menimbulkan pengaruh baik atas citra umum perusahaan yang bersangkutan Untuk lebih mengefektifkan penyampaian informasi kepada masyarakat atau konsumen, tersedia media periklanan antara lain:
 - a. Media-media lini atas (*Above the line media*) yang terdiri atas iklan-iklan yang memuat dalam media cetak, media elektronik (Radio, TV dan Bioskop) serta media luar ruang (papan reklame dan angkutan).
 - b. Media lini bawah (*Below the line media*) terdiri dari seluruh media selain media diatas seperti pameran, sponsorship, kalender, gantungan kunci, payung dan cendramata.
2. Promosi *penjualan (sales Promosion)* Promosi penjualan merupakan salah satu bagian dari kegiatan promosi yang mempunyai kegiatan membujuk konsumen / komunikan. Promosi penjualan mempunyai perhitungan bahwa barang dan jasa dapat terjual dalam jangka waktu yang singkat. 25 Promosi penjualan sebagai berikut: “Suatu metode jangka pendek dari pencapaian

tingkat keinginan akan penjualan yang sangat cepat.” (Carwford dalam Swasta, 1998:60) Dari definisi diatas diketahui bahwa promosi penjualan berbeda dengan periklanan, sebab periklanan memperhitungkan tujuan jangka panjang sedangkan promosi penjualan untuk jangka pendek. Menurut (Swasta, 1998:349) batasan promosi penjualan adalah: “Promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dan perdagangan dengan menggunakan alat-alat seperti peragaan, demonstrasi dan sebagainya.” Pengertian promosi penjualan diatas mengandung arti bahwa kegiatan yang mencakup hubungan dengan masyarakat yang dikaitkan dengan masyarakat mengefektifkan periklanan atau personal selling. Meskipun alat promosi penjualan seperti kupon, perlombaan atau sejenisnya sangat beragam, semuanya memberikan manfaat yang berbeda antara lain:

- a. Komunikasi: Promosi penjualan menarik perhatian dan biasanya memberikan informasi yang dapat mengarah kepada produk.
 - b. Intensif: Promosi penjualan menggabungkan sejumlah kebebasan, dorongan atau kontribusi yang memberi nilai lebih bagi konsumen.
 - c. Ajakan: Promosi penjualan merupakan ajakan untuk melakukan pembelian sekarang.
3. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*) Penjualan tatap muka merupakan penyajian secara lisan oleh perusahaan atau produsen kepada satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat terjual. Menurut (Swasta, 1998:260) adalah sebagai berikut: “Penjualan

tatap muka atau personal selling adalah merupakan interaksi individu-individu saling bertemu muka yang bertujuan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak iklan.” Penjualan tatap muka atau penjualan personal merupakan alat yang efektif biaya pada tahapan lebih lanjut dalam proses pembelian terutama dalam membangun preferensi, keyakinan, tindakan pembeli pembelian karena penjualan personal memiliki 3 (tiga) manfaat tersendiri antara lain:

- a. Konfrontasi penjualan : penjualan personal mencakup hubungan hidup langsung dan interaktif antara dua orang atau lebih. Masing-masing pihak dapat melihat kebutuhan dan karakteristik pihak lain secara lebih dekat dan segera melakukan penyesuaian.
- b. Mempererat: penjualan personal memungkinkan timbulnya berbagai jenis hubungan penjualan sampai ke hubungan persahabatan wiraniaga yang efektif harus berupaya mengutamakan kepentingan pelanggannya jika mereka ingin mempertahankan hubungan jangka panjang. 27.
- c. Tanggapan: penjualan personal membuat pembeli merasa berkewajiban untuk mendengarkan pembicaraan wiraniaga terutama sekali harus menanggapi walau tanggapan tersebut hanya berupa suatu ucapan terima kasih secara sopan. Pada penjualan tatap muka terdapat kontak pribadi langsung terhadap penjual dan pembeli, sehingga dapat tercipta komunikasi yang dua arah. Disamping menjelaskan atau memberitahukan tentang produk, penjual juga membujuk calon pembeli.

Kelebihan dari penjualan antar penjual dan pembeli secara langsung sehingga pertukaran informasi mengenai suka atau tidak suka terhadap suatu produk dapat dinilai dengan cepat. Kegiatan ini juga menampung keluhan dan saran dari pada pembeli sebagai umpan balik bagi perusahaan dimana penjual tersebut bekerja. Kegiatan penjualan pribadi dapat dilihat dalam kegiatan wiraniaga yang sering mengunjungi atau mendatangi konsumen dimana saja dan kapan saja.

4. Hubungan masyarakat (*public Relations*) dan Publisitas (*Publicity*)

Hubungan masyarakat dan publisitas merupakan stimulasi dari permintaan secara non personal, produk, servis atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mencantumkan berita-berita penting tentangnya, didalam sebuah publikasi atau mengupayakan presentasi tentangnya melalui media massa atau sandiwara yang lainnya yang tidak dibiayai oleh sponsor. Menurut (Morison, 2010:29) pengertian publisitas sebagai berikut: 28 “Publisitas merupakan tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat atau publikasi yang disebarluaskan melalui berbagai media tentang aktivitas dan kegiatan perusahaan yang pantas diketahui oleh publik.” Daya tarik hubungan masyarakat dengan publisitas didasarkan pada tiga sifat khusus yaitu:

- a. Kredibilitas yang tinggi: berita dan gambar lebih otentik dan dapat dipercaya oleh pembaca dibandingkan dengan iklan.
- b. Kemampuan menangkap pembeli yang menduga: hubungan masyarakat dapat menjangkau calon pembeli yang cenderung menghindari wiraniaga

dan iklan. Pesan diterima oleh pembeli lebih sebagai berita, bukan sebagai komunikasi bertujuan penjualan.

- c. Dramatisasi seperti halnya periklanan, hubungan masyarakat memiliki kemampuan untuk mendramatisasi suatu perusahaan atau produk. Hubungan masyarakat dapat melakukan salah satu atau semua fungsi sebagai berikut:

- 1) Hubungan pers dan aktivitas pers, yaitu menciptakan informasi bernilai berita dalam media untuk menarik perhatian pada produk barang dan jasa.
- 2) Publisitas produk, yaitu mempublikasikan produk tertentu.
- 3) Keinginan masyarakat, yaitu memupuk atau mempertahankan hubungan komunikasi nasional dan lokal.
- 4) Melobi, yaitu membangun dan mempertahankan hubungan pejabat pemerintah untuk mempengaruhi peraturan dan Undang-undang.
- 5) Hubungan investor, yaitu membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemegang saham dan lain-lain dalam komunitas keuangan.

2.11. Wisatawan

Di Indonesia pengertian “wisatawan” tercantum dalam Instruksi Presiden RI No.9 tahun 1969, yaitu setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ketempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu. Menurut World Tourist Organization dalam (Marpaung, 2002:36) memberikan definisi wisatawan sebagai berikut: “Wisatawan adalah setiap orang yang

bertempat tinggal disuatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung pada suatu tempat pada Negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam dengan tujuan untuk melakukan perjalanannya” Untuk tujuan praktisnya Departemen Pariwisata dalam (Marpaung, 2002:37) menyatakan definisi wisatawan yaitu: “Wisatawan bisa saja adalah setiap orang yang melakukan perjalanan dan menetap untuk sementara di tempat lain selain tempat tinggalnya untuk salah satu atau beberapa alasan, selain mencari pekerjaan.” 31 Dari beberapa definisi tersebut diatas yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang melakukan perjalanan dari tempat yang didiaminya ke tempat tujuannya, yang dilakukan tidak untuk dalam jangka waktu yang lama.

2.12. Usaha Pariwisata

Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana wisata dan usaha lain yang berhubungan dengan bidang pariwisata. Usaha pariwisata digolongkan dalam 3 (tiga) bagian yaitu:

- a. Usaha jasa pariwisata.
- b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata
- c. Usaha sarana wisata Usaha jasa pariwisata, berupa jenis-jenis usaha:
 - 1) Jasa biro perjalanan
 - 2) Jasa agent perjalanan wisata
 - 3) Jasa impresariat
 - 4) Jasa pramuwisata

- 5) Jasa konsultan pariwisata
- 6) Jasa informasi pariwisata
- 7) Jasa konvensi, perjalanan intensif dan pameran Perusahaan objek dan daya tarik wisata beserta prasarana dan sarana yang diperlukan.

32 Usaha sarana pariwisata dapat berupa jenis-jenis usaha seperti:

- a) Penyediaan akomodasi
- b) Penyediaan makanan dan minuman
- c) Penyediaan angkutan wisata Ada tiga faktor menurut (Soekadijo, 1996:269) yang dapat menentukan keberhasilannya pembangunan pariwisata sebagai industri. Ketiga faktor tersebut adalah:

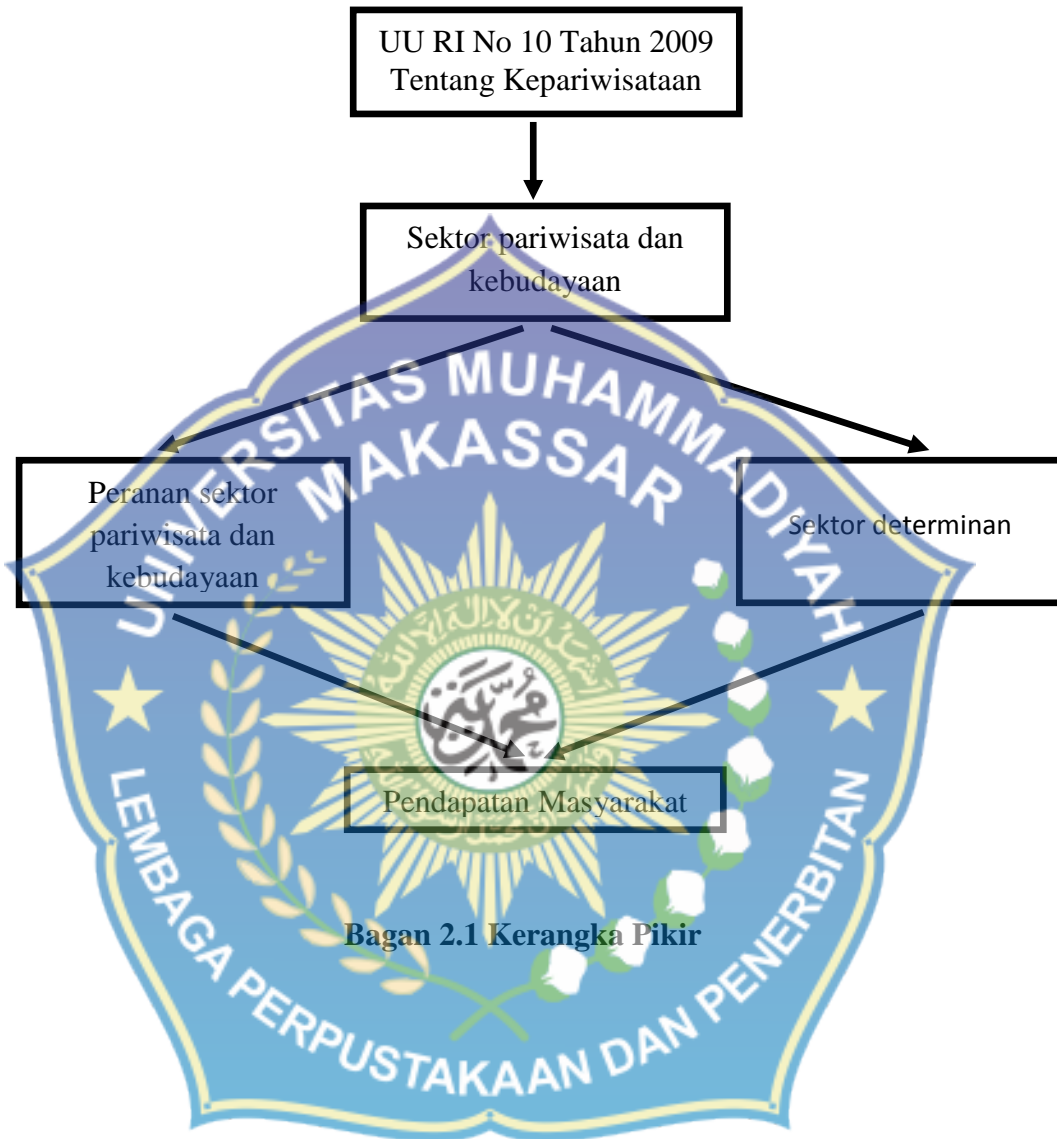
- Tersedianya objek dan atraksi wisata yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang yang mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Misalnya: keindahan alam, hasil budaya, kesenian adat istiadat, tata cara hidup suatu masyarakat, festival tradisional dan upacara-upacara keagamaan dan lain-lain sebagainya.
- Adanya fasilitas *accessibility*, yaitu prasarana dan sarana perhubungan dengan segala fasilitasnya, sehingga memungkinkan para wisatawan mengunjungi daerah tujuan wisata tertentu.
- Tersedianya fasilitas *amenities*, yaitu sarana kepariwisataan yang dapat memberikan pelayanan pada wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan baik dalam negeri

maupun luar negeri. Penyelenggaraan kepariwisatawan memiliki tujuan menurut (Soekadijo, 1996:269) antara lain:

- Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata.
- Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa.
- Memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.
- Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.
- Mendorong pendayagunaan produksi nasional.



2.13. Kerangka Pikir



Bagan 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini mendeskripsikan dan menganalisis di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wakatobi.

Pada penelitian ini dibuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998). Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

3.2. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan jenis penelitiannya yang dimana menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi.

Pendekatan ini dilakukan untuk pengumpulan data yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan, atau pernyataan-pernyataan dari nara sumber terpilih dan berkompeten.

Kemudian selanjutnya dari wawancara, diskusi, dan dari pengamatan-pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti di lakukan pedalaman. Di samping itu juga melakukan wawancara mendalam kepada masyarakat pengguna. Adapun informasi yang di dapatkan dari informan kunci untuk suatu komunitas baik dari Dinas Pariwisata dan kebudayaan kabupaten Wakatobi. Selanjutnya dalam penelitian ini dibuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci

dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998). Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

3.3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi:

3.3.1. Sumber Data Primer.

Sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Sumber data dari informan kunci yakni pegawai dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Wakatobi

3.3.2. Sumber Data Sekunder.

Sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Yang umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

3.4. Fokus Masalah Penelitian

Deskripsi fokus diarahkan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai fokus, sekaligus menjelaskan cakupan yang akan dieksplorasi di dalam penelitian.

1. Bagaimana peran pemerintah dalam pengelolaan pariwisata di kabupaten Wakatobi
2. Apa factor determinan yang mempengaruhi pengelolaan pariwisata dan kebudayaan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal kabupaten Wakatobi

3.5. Instrumen Penelitian

Ciri khas penelitian kualitatif adalah instrumen penelitian yang digunakan yaitu pengamatan berperan serta dan teknik wawancara. Instrumen penelitian tersebut peneliti berperan dalam menentukan keseluruhan skenarionya (Sumarsono, 2008). Dengan demikian maka yang menjadi instrumen dalam penelitian yang dilakukan adalah peneliti itu sendiri.

Dalam penelitian kualitatif, kedudukan peneliti cukup rumit. Ia adalah peneliti sekaligus menjadi perencana, analis, penafsir data, dan selanjutnya melaporkan hasil penelitiannya. Karena itu, pengertian "instrumen atau alat penelitian di sini sudah tepat, mengingat bahwa yang bersangkutan menjadi segalanya dari keseluruhan proses penelitian" (Nasution, 2007: 55).

Penempatan peneliti sebagai instrumen dalam penelitian bermanfaat jika dipenuhi beberapa syarat, antara lain: yang bersangkutan memiliki sikap responsif, memiliki kemampuan penyesuaian diri, menekankan keutuhan (memanfaatkan imajinasi dan kreativitasnya dan memandang dunia ini sebagai suatu keutuhan), kemampuan mendasarkan diri atas perluasan pengetahuan, memproses data secepatnya, memanfaatkan kesempatan untuk mengklarifikasikan dan mengikhtisarkan serta memanfaatkan kesempatan untuk mencari respons yang tidak lazim dan idiosinkretik (Sumarsono, 2008).

3.6. Teknik Pengumpulan Data Dan Pengabsahan Data

Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara Individual (individual interview)

2. Pengamatan Terlibat (Participant observation)
3. Dokumentasi.

3.7. Teknik Pengabsahan Data

1. Derajat kepercayaan (Credibility)
2. Keterelalian (*Transferability*)
3. Ketergantungan (*Dependability*)
4. Kepastian (*Confirmability*)

Hal ini digali dari pengertian bahwa jika dapat dipercaya, faktual dan dapat dipastikan. Berkaitan dengan persoalan itu, subjektifitas berarti tidak dapat dipercaya atau melenceng. Pengertian terakhir inilah yang dijadikan tumpuan pengalihan pengertian objektifitas-subjektifitas menjadi kepastian.

3.8. Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi akan dianalisis secara kualitatif. Semua data yang berhasil dikumpulkan disusun secara sistimatis berdasarkan topik dan konten yang dikemukakan oleh informan. Paling tidak beberapa tahap ananalisis data yakni:

- a. Data yang diperoleh melalui observasi akan dianalisis secara mendalam atas seluruh pengamatan yang dan kesaksian langsung berupa; penglihatan dan pengamatan.
- b. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan akan dianalisis secara terstruktur yaitu:
 - 1) Pengumpulan data (*data collection*) dilakukan setelah penarikan kesimpulan berdasarkan masalah dan tujuan penelitian, sehingga diperoleh proposisi-

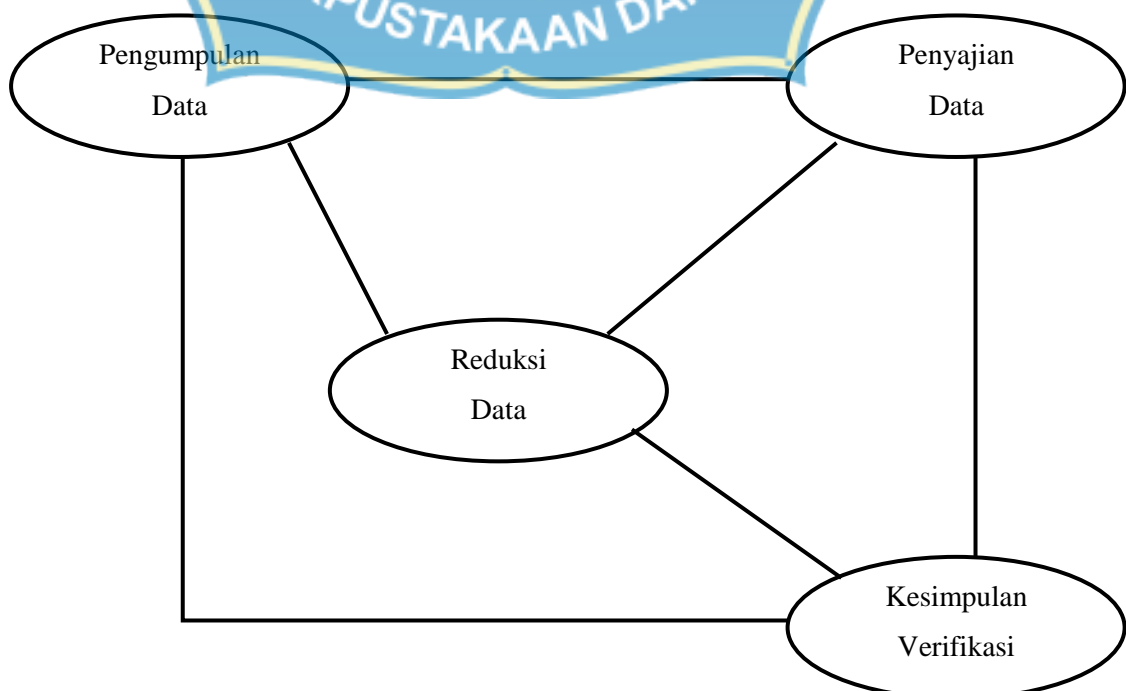
proposisi, pernyataan atau resume sebagai temuan penelitian yang dapat berlaku secara umum.

- 2) Mereduksi data (*data reduction*), untuk kepentingan penyederhanaan data dalam rangka lebih mempertajam data yang dibutuhkan.
- 3) pengkategorian data yaitu pengelompokan data ber dasarkan rumusan masalah penelitian.
- 4) Interpretasi dan pemaknaan data, yaitusuatu proses penafsiran secara sungguh sungguh terhadap makna di balik informasi yang disampaikan oleh informan
- 5) Menyajikan data (*data display*) secara terorganisir dan sistematis, sehingga membentuk satu komponen yang utuh dan terpadu.

Penarikan kesimpulan (*drawing*) yakni melakukan verifikasi terhadap data yang diperoleh untuk mencari makna, mencatat keteraturan pola, hubungan sebab akibat yang mungkin dapat dijadikan sebagai suatu kesimpulan yang sangat longgar tetap terbuka, dan menarik kesimpulan

3.9. Komponen dan Alur Analisis Data

Sumber: Modifikasi dari model Miles dan Huberman dalam Satori (2008)



BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Kondisi Kepariwisataaan Wakatobi

4.1.1. Sejarah

Wakatobi atau yang pada masa lalu dikenal sebagai “Kepulauan Tukang Besi” adalah salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Sulawesi Tenggara. Pada masa kekuasaan Kesultanan Buton, wilayah ini dinamakan dengan Liwuto Pataanguna atau Pulau Empat yang kemudian lebih populer dengan sebutan Liwuto Pasiatau Pulau Karang. Penamaan kepulauan ini sebagai kepulauan tukang besi dikaitkan dengan tradisi lisan yang mengisahkan pemberontakan pengikut Raja Hitu yang bernama Tuluka besi. Para pengikut raja yang sedianya akan diasingkan ke Batavia, kemudian memberontak dan membunuh para serdadu Belanda dan menetap di Pulau Wangi-wangi.

Para pengikut Raja Hitu inilah kemudian yang menjadi cikal bakal penduduk Wakatobi. Sementara itu, versi lain menyebutkan bahwa penamaan Kepulauan Tukang Besi berkaitan erat dengan budaya sebagian besar masyarakatnya yang berprofesi sebagai pandai besi dari generasi ke generasi. Hal inilah kemudian yang menyebabkan seorang Belanda bernama Hoger mempopulerkan kepulauan ini sebagai kepulauan Toekang Besi Eilanden, setelah melihat budaya masyarakat kawasan ini yang sebagian besar berprofesi sebagai pandai besi terutama yang banyak terlihat di Pulau Binongko. Pasca kemerdekaan

gagasan untuk mengubah nama Kepulauan Tukang Besi menjadi Kepulauan Wakatobi atau Bitokawa dimulai pada tahun 1959.

Saat itu masyarakat kepulauan ini menginginkan perubahan nama Kepulauan Tukang Besi yang dirasa kurang bagus dan kesan nama pemberian Belandanya masih kuat. Perubahan nama kepulauan ini menjadi Kepulauan Wakatobi mengacu kepada akronim nama empat pulau utama yang ada di kepulauan ini, yaitu Wangi-wangi, Kaledupa, Tomia dan Binongko. Selain empat pulau utama tersebut, kawasan ini memiliki pulau-pulau lain yang juga berpenghuni diantaranya adalah Pulau Kapota di Wangi-wangi; Pulau Lentea, Pulau Derawa dan Hoga di Kaledupa, serta Pulau Tolandono dan Pulau Runduma di Tomia yang ukurannya jauh lebih kecil. Sebelum ditetapkan sebagai kabupaten terpisah, Wakatobi merupakan kawasan Taman Nasional yang berada dalam wilayah administratif Kabupaten Buton, Provinsi Sulawesi Tenggara.

Proses pembentukan wilayah Wakatobi sebagai kabupaten dimulai dengan ditetapkannya wilayah Wakatobi sebagai Taman Wisata Alam Laut pada tahun 1995 La Ode Saleh Hanan. *Laporan Akhir Kampanye Bangga Koservasi Taman Nasional Laut Wakatobi Sulawesi Tenggara*. Melalui surat keputusan Menteri Kehutanan Nomor 462/KPTS-II/1995. Setahun kemudian tepatnya pada tanggal 30 Juli 1996, upaya perlindungan berbagai keanekaragaman hayati bawah laut di kawasan Wakatobi mendorong Pemerintah Pusat menunjuk kawasan Wakatobi sebagai Kawasan Konservasi dengan status Taman Nasional melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan Nomor 963/KPTS-VI/1996. Surat keputusan ini kemudian diperkuat dengan penetapan kawasan Wakatobi dan perairan sekitarnya

sebagai Taman Nasional melalui surat keputusan Menhut RI Nomor 7651/KPTS-II/2002 pada tanggal 19 Agustus 2002. Kawasan Wakatobi ditetapkan sebagai kabupaten terpisah dari Kabupaten Buton melalui Undang-undang No. 29 Tahun 2003 mengenai pembentukan Kabupaten Bombana, Kabupaten Wakatobi, dan Kabupaten Kolaka Utara di Sulawesi Tenggara. Pada awal pembentukannya secara administratif Kabupaten Wakatobi terdiri dari 4 (empat) kecamatan yang bernama sama dengan empat pulau utama di kawasan ini. Kemudian kabupaten ini mengalami pemekaran kecamatan hingga sekarang menjadi delapan kecamatan, yaitu: Kecamatan Wangi-wangi yang merupakan Ibu Kota kabupaten, Wangiwangi Selatan, Kaledupa, Kaledupa Selatan, Tomia, Tomia Selatan, Binongko, dan Togo Binongko. Jumlah desa di Kabupaten Wakatobi hingga tahun 2011 tercatat sebanyak 100 (seratus) desa.

4.1.2. Geografis dan Perwilayahan

Kabupaten Wakatobi berada pada $123^{\circ}00'00''$ – $124^{\circ}45'00''$ BujurTimur (BT) dan $05^{\circ}15'00''$ – $06^{\circ}10'00''$ Lintang Selatan (LS). Dilihat secara geografis, kabupaten ini terletak diantara dua laut, yaitu Laut Flores di sebelah selatan dan sebelah barat, serta Laut banda di sebelah utara dan sebelah timur. Sebagai kawasan kepulauan, Wakatobi tidak mempunyai daerah perbatasan daratan dengan daerah di sekitarnya. Kabupaten Buton merupakan satu-satunya kabupaten yang berbatasan langsung dengan perairan Kabupaten Wakatobi di bagian utara dan bagian barat. Apabila dilihat dalam skala regional, Kepulauan Wakatobi berada tepat di jantung segitiga karang dunia (*Coral Reef Triangle*). Posisi

Wakatobi yang sangat strategis menjadikan kawasan ini kaya dari sisi keanekaragaman hayati dan budaya.

4.1.3. Kondisi Topografis

Topografi kawasan daratan Wakatobi sangat bervariasi, terdiri dari dataran hingga perbukitan rendah dengan jenis tanah yang juga bervariasi antara lain tanah lempung, pasir putih dan kapur. Dataran tertinggi di kawasan ini tercatat berada di Wangi-wangi dengan ketinggian 274 meter di puncak Waboe-Boe. Selain itu terdapat pulau bukit Lagole di Tomia (271 m), bukit Terpadu di Binongko (222 m) dan bukit Pangilia di Kaledupa (203 m). Topografi perairannya secara umum datar hingga curam dengan kedalaman dangkal sekitar 2 meter di atas permukaan air laut, dan titik terdalam sekitar 1.404 meter di bawah permukaan air laut. 2 Pulau-pulau yang berada di kawasan Kepulauan Wakatobi seluruhnya berjumlah empat puluh tiga (43) buah ditambah dengan tiga (3) gosong dan lima (5) total. Selain empat pulau utamanya, hanya sebagian kecil pulau-pulau lainnya yang berpenghuni. Sementara itu terumbu karangnya terdiri dari karang tepi.

4.1.4. Iklim

Kepulauan Wakatobi sebagaimana kawasan yang berada di daerah tropis memiliki suhu harian rata-rata berkisar 23,7o C–32,4o C, dengan kelembaban rata-rata delapan puluh persen (80%). Dua musim utama di kawasan ini yaitu musim kemarau atau musim angin timur yang berlangsung pada bulan Juni hingga Agustus, dan musim penghujan atau musim angin barat yang berlangsung pada bulan Desember hingga Februari. Pada bulan-bulan ini gelombang sangat besar

sehingga tidak ideal untuk datang berkunjung. Sementara itu, kunjungan ideal dilakukan pada bulan September hingga bulan November dan bulan Maret hingga Mei. Pada bulan-bulan ini angin relatif tenang dan nyaman untuk melakukan perjalanan laut. Meski demikian, perubahan iklim menyebabkan pola musim ini tidak selalu sama setiap tahunnya. Tahun 2011 tercatat bulan Desember–Mei menjadi bulan yang memiliki jumlah hari hujan yang cukup tinggi. Sementara Juni–November menjadi bulan yang memiliki hari hujan terendah sepanjang tahun. Pada saat musim angin timur kecepatan angin sangat beragam dari 2 knots hingga yang tertinggi mencapai 5 knots. Sementara pada musim angin barat kecepatan angin relatif stabil antara 3-4 knots. Rata-rata hari hujan per tahun di wilayah Kepulauan Wakatobi sebanyak 107 **Hidrologi** Seluruh pulau yang ada di kawasan Wakatobi tidak mempunyai sungai yang mengalir sepanjang tahun, sehingga sebagian besar kebutuhan air untuk kawasan ini diperoleh dari sumber air tanah (lihat table 2.3). Sumber air tanah di kawasan ini berbentuk goa (Topa) yang sangat dipengaruhi oleh pasang surut air laut, sehingga semakin dekat jaraknya dengan laut maka rasanya akan semakin payau. Selain itu, air hujan oleh sebagian besar masyarakat Wakatobi ditampung menjadi salah satu sumber cadangan air untuk keperluan sehari-hari seperti mandi dan mencuci.

4.1.5. Sumber Daya Hayati

Wakatobi memiliki keanekaragaman hayati yang sangat tinggi. Keragaman species flora dan fauna dapat ditemui baik di kawasan daratan dan laut. Berbagai jenis burung, seperti elang, Gajahan Penggala, serta burung endemik Sulawesi *Grey-sided Flowerpecker* berhasil ditemukan saat survey. Hingga saat ini,

pendataan yang lebih rinci tentang keanekaragaman hayati darat belum banyak dilakukan, seperti primata dan mamalia; serta berbagai ekosistem seperti danau, goa, dan savanna.

Kepulauan Wakatobi memiliki keanekaragaman terumbu karang dan keanekaragaman hayati laut yang sangat beragam dan disebut sebagai salah satu daerah dengan keanekaragaman hayati tertinggi di dunia. Tingginya tingkat keanekaragaman hayati laut di kawasan ini tidak terlepas dari letak Kepulauan Wakatobi yang tepat berada di jantung segitiga terumbu karang dunia atau “*Coral tri-Angle*”. Sedikitnya terdapat 9 (sembilan) jenis sumberdaya hayati penting di kawasan Wakatobi, diantaranya adalah: 1. Karang Perairan Wakatobi merupakan perairan yang sangat kaya akan keanekaragaman hayati laut. Di perairan ini tercatat 396 spesies karang yang terdiri dari 31 spesies karang fungi (*mushroom*), 10 spesies karang keras non *scleractinia* atau *ahermatipic*, 28 jenis karang lunak, dan sisanya merupakan karang *Scleractinia hermatipic*. Luas terumbu karang di Wakatobi diperkirakan sekitar 54.500 Ha yang terdiri dari empat tipe komunitas ekologi yaitu terumbu karang tepi, penghalang, cincin, dan gosong karang. Di kawasan ini terdapat Karang Kaledupa yang merupakan karang atol terpanjang di Asia Pasifik dengan panjang kurang lebih 49,26 km dan lebar 9,75 km dan merupakan salahsatu keistimewaan karang yang ada di Wakatobi (*sumber: Masterplan Pengembangan Wisata Alam Taman Nasional*).

4.1.6. Jumlah dan Kepadatan Penduduk

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) diketahui bahwa jumlah penduduk Kabupaten Wakatobi sampai dengan tahun 2012 sebanyak 101.484 jiwa dengan komposisi penduduk menurut jenis kelamin terdiri dari laki-laki 48.657 jiwa dan perempuan 52.827 jiwa. Sementara itu rasio jenis kelamin pada tahun yang sama sebesar 92,1 % perkembangan 3 Pemantauan Lokasi Pemijahan Ikandi Taman Nasional Wakatobi, Sulawesi, Indonesia (2005-2009), WWF, jumlah penduduk pada periode 2010-2011 di Kabupaten Wakatobi menunjukkan peningkatan yang relatif rendah dengan rata-rata pertumbuhan berkisar pada angka 0,3%. Peningkatan jumlah penduduk paling tinggi terjadi pada periode tersebut mencapai 1.851 jiwa (2%). Sementara itu, jumlah rumah tangga yang tercatat di Kabupaten Wakatobi pada tahun 2011 adalah sebanyak 22.554 rumah tangga. Pertumbuhan penduduk Wakatobi pada kurun waktu 2011–2012 mencapai 7%, dan merupakan pertumbuhan penduduk tertinggi yang dialami Wakatobi selama ini.

4.1.7. Suku Bangsa

Kabupaten Wakatobi dibangun dengan keberagaman suku dan etnis yang hidup harmonis dan saling menghormati. Beberapa etnis yang sekarang tinggal di wilayah kepulauan Wakatobi antara lain: Bugis, Buton, Jawa, Bajo. Mayoritas penduduk kawasan Kepulauan Wakatobi dihuni oleh etnis Wakatobi yang mencapai 91,33% dari seluruh penduduk, disusul etnis Bajo (7,92%) dan etnis lainnya (0,75%). Sebagai suku asli Kepulauan Wakatobi, etnis Wakatobi merupakan salah satu dari enam rumpun etnik Buton yang menggunakan bahasa

yang berbeda-beda. Keenam bahasa yang berbeda tersebut adalah bahasa Moronene, bahasa Muna, bahasa Wolio, Bahasa Ciacia, bahasa Kalisusu, dan bahasa Kaumbeda. Etnis Buton yang hidup di Wakatobi menggunakan rumpun bahasa Kaumbeda dalam pergaulan sehari-hari. Etnis Buton Wakatobi terbagi lagi menjadi sepuluh masyarakat adat yang tersebar di empat pulau utama (Wangi-wangi, Kaledupa, Tomia dan Binongko).

Kesembilan masyarakat adat tersebut adalah: masyarakat adat Wanse, Mandati, Liya dan Kapota (menghuni Pulau Wangi-wangi dan Kapota); masyarakat adat Barata Kahedupa yang terdiri dari Sembilan Limbo (Limbo Langge, Tampara, Tombuluruha, Tapa'a, Kiwolu (Limbo yang berada di wilayah timur atau yang dikenal dengan Umbosa), Olo, Watole, Lewuto, dan Laolua (Limbo yang terdapat dibagian barat yang dikenal dengan Siofa) menghuni Pulau Kaledupa); masyarakat adat Waha, Tongano dan Timu (menghuni Pulau Tomia); dan masyarakat adat Mbeda-beda dan masyarakat adat Cia-cia yang menghuni Pulau Binongko.

Selain masyarakat adat asli juga terdapat masyarakat adat pendatang, yaitu masyarakat adat Bajo. Keberadaan beragam etnis dan masyarakat adat tersebut menambah keragaman budaya kawasan Wakatobi, karena masing-masing masyarakat adat mempunyai tradisi, adat-istiadat, dan bahasa yang berbeda-beda. Dari sisi ideologi budaya, masyarakat Wakatobi sangat memegang teguh falsafah *gau satoto* yang didalamnya berisi nilai-nilai pentingnya keteguhan pendirian, ketegasan sikap, serta pentingnya kesamaan antara kata dan perbuatan. *Gau satoto* terdiri dari lima prinsip utama, yaitu tara (keteguhan), turu (kesabaran), toro

(komitmen), taha (keberanian), dan toto (kejujuran). Falsafah hidup masyarakat Wakatobi ini berkaitan erat dengan kondisi alam tempat mereka hidup, yaitu pulau-pulau yang tandus dan berbatu karang serta ganasnya laut yang mengitari tempat mereka hidup, terutama ombak Laut Banda di musim timur dan ombak Laut Flores di musim barat.



BAB V

PEMBAHASAN

5.1. Peran pemerintah dalam pengelolaan Pariwisata di Kabupaten Wakatobi

Pada Tanggal 26 Februari 2016 Deputi Pengembangan SDM Kepariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menyelenggarakan kegiatan Seminar Nasional Kepariwisata bertema “Pembangunan Kepariwisata Kawasan Strategi Pariwisata Nasional Wakatobi dan Sekitarnya” yang dihadiri oleh semua Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten dan Kota se Provinsi Sulawesi Tenggara dan para Mitra mulai dari semua pelaku Media Cetak dan Media Elektronik (TVRI dan TV Swasta) serta Media On Line, para Asosiasi Pelaku Wisata, Asosiasi Hotel Indonesia, Asosiasi Gaeding, Asosiasi Kuliner, dan Lembaga yang relevan. Diperkirakan jumlah peserta seminar sebanyak 400 orang di Room Meeting Clarion Hotel Kendari. Kegiatan seminar tersebut difasilitasi oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara.

Mengapa perlu diadakan pendidikan dan pelatihan peningkatan SDM Kepariwisata? Jawabnya bahwa Pemerintah telah menetapkan bahwa Pariwisata adalah kunci pembangunan kesejahteraan dan kebahagiaan. Sesuai dengan data perbandingan PDB langsung menurut lapangan usaha secara global, pada tahun 2015, yakni: a. Travel dan Tourism secara langsung menyumbangkan 2,4 Triliun Dollar pada PDB. b. Kontribusi PDB Global ini lebih dari dua kali

lipat dibanding industri otomotif, dan hampir 50% lebih besar dari industri kimia global. d. Sektor travel dan Tourism berhasil setara dengan sector pendidikan dan sector perbankan secara global. Adapun kontribusi total Travel dan Tourism terhadap PDB Indonesia tahun 2013 sebesar Rp.80,8 Juta Dollar Amerika dengan PDB 9 %. Kontribusi ini lebih tinggi dibandingkan dengan Negara ASEAN lainnya seperti Thailand, Republic of Korea, Malaysia, Singapura, Philippines, Viet nam, Myanmar, Cambodia, Lao PDR dan Brunei Darussalam. Sedangkan yang tertinggi Tiongkok 850,1 Juta Dollar Amerika dengan PDB 9% , menyusul Japan 339, 9 Juta Dollar Amerika dengan PDB 7 % dan dan India 113,2 Juta Dollar Amerika dengan PDB 6 %.

Penerimaan Devisa Pariwisata Indonesia menunjukkan kenaikan signifikan yakni mulai tahun 2011 sebesar 8,554 Juta Dollar Amerika (JDA), tahun 2012 sejumlah 9,121 JDA, tahun 2013 sebanyak 10,054 JDA dan tahun 2014 sebesar 11,166 JDA.

Dalam upaya mendorong pariwisata sebagai leading sector pembangunan nasional untuk persiapan sumber daya manusia di 10 KSPN Pariwisata di Indonesia, maka Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Keparawisataan Kementerian Pariwisata dan Ekowisata dalam 2 tahun ini mulai 2016 samai 2017 mentargetkan:

1. Sertifikasi Kompetensi SDM Keparawisataan 35.000 di 34 Provinsi;
2. Pelatihan Dasar SDM Keparawisataan 17.600 orang di 34 Provinsi,
Prioritas 10 Destinasi Utama

3. Pelatihan Asesor dan fasilitasi Pendirian LSP di 22 Provinsi, dan Perguruan Tinggi per wilayah (KSPN/ 10 Destinasi Utama/Destinasi Prioritas)

Objek-objek utama yang menjadi potensi pariwisata bahari terutama adalah wisata bisnis (business tourism), wisata pantai (seaside tourism), wisata budaya (culture tourism), wisata pesiar (cruise tourism), wisata alam (eco tourism) dan wisata olahraga (sport tourism). Dalam kurun waktu sepuluh tahun ke depan, prospek pariwisata bahari Indonesia diproyeksikan akan memberikan devisa sebesar US\$ 13,80 miliar (Tridoyo Kusumastanto, 2002).

Sayangnya, potensi wisata bahari yang demikian besar di negeri ini tidak diikuti dengan program promosi yang baik. Belum adanya kerja sama yang baik antara pemerintah, masyarakat dan swasta menyebabkan wisata bahari di Indonesia belum berkembang dengan baik. Meskipun banyak pihak yang bergerak dalam industri ini, namun kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa masing-masing pihak bergerak sendiri-sendiri.

Pengembangan Industri Kreatif Strategi promosi yang tidak jelas serta belum berorientasi pasar, rendahnya brand awareness terhadap produk-produk wisata bahari, belum jelasnya target konsumen, segmentasi dan posisi pasar, belum adanya konsep yang jelas mengenai batasan daya dukung lingkungan terhadap wisata bahari, SDM sektor pariwisata yang ada belum memenuhi standar mutu dan profesionalisme di bidangnya adalah deretan persoalan yang dihadapi dalam pengembangan wisata bahari.

Hal lain yang turut menghambat perkembangan wisata bahari di Tanah Air adalah belum seragamnya aturan pemerintah di tingkat daerah terkait wisata bahari, belum adanya perangkat kekuatan hukum untuk mengatur perizinan usaha wisata bahari milik swasta di suatu kawasan wisata, iklim usaha dan investasi di Indonesia yang kurang kondusif, budaya sanitasi masyarakat yang masih tradisional maupun berbagai kerusakan lingkungan yang disebabkan aktivitas manusia.

Padahal, kegiatan pariwisata bahari jelas akan memberikan manfaat dalam meningkatkan pendapatan masyarakat pesisir di wilayah tersebut. Tambahan pendapatan ini karena bertambahnya jumlah usaha untuk mendukung kegiatan pariwisata. Jika sebelum berkembangnya kegiatan pariwisata, usaha masyarakat bisa jadi hanya bertumpu pada sektor perikanan, namun seiring dengan berkembangnya wisata bahari tak sedikit anggota masyarakat yang mempunyai usaha lebih dari satu. Satu keluarga ada yang bekerja sebagai nelayan, petani rumput laut, jasa perahu, warung souvenir maupun warung kebutuhan pokok.

Wisata bahari akan memberikan dampak terhadap pengembangan industri kreatif seperti perhotelan (penginapan), industri kerajinan (cendera mata) dan sebagainya. Selanjutnya industri-industri ini akan berdampak pada sektor-sektor lain seperti industri restoran yang akan berdampak pada pertanian, industri jasa perjalanan berdampak pada usaha catering dan sebagainya. Pengembangan wisata bahari akan mendorong munculnya berbagai aktivitas ekonomi kecil seperti kedai minum, restoran kecil, toko/warung cendera mata, jasa penyewaan peralatan snorkling, diving, jetski, boat, jasa penyewaan motor, mobil, penyedia translater,

warung internet, warung telepon, pedangan asongan, pedagang buah kelapa dan kegiatan ekonomi lainnya.

Penyerapan Tenaga Kerja jelas bahwa penyelenggaraan wisata bahari akan memberikan multiplier effect ekonomi melalui peningkatan permintaan terhadap produk, tenaga kerja dan pendapatan masyarakat maupun wilayah yang akan tercermin dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), pendapatan per kapita, produk domestik regional bruto (PDRB), meningkatnya kesejahteraan masyarakat, serta pemberdayaan koperasi dan UKM.

Dengan jumlah kabupaten/kota yang terletak di kawasan pesisir sekitar 250 maka pengembangan pariwisata bahari akan membawa dampak langsung yang besar terhadap pendapatan masyarakat lokal maupun pemerintah daerah.

Menjadi perlu juga untuk dipikirkan adalah pemberian peran yang lebih besar kepada pelaku usaha kecil menengah baik yang berupa koperasi maupun badan usaha. Koperasi perlu diarahkan menjadi klaster (usaha yang sejenis dan satu mata rantai, dari bahan baku, produksi sampai pemasaran) yang akan menumbuhkan iklim usaha yang kompetitif dan kondusif. Kompetitif karena dalam klaster yang sama sehingga menciptakan spesialisasi antaranggotanya. Kondusif karena usaha diwadahi dalam satu wadah, yaitu koperasi. Pengembangan wisata bahari juga akan memberikan efek sosial berupa pengurangan tindak kriminal. Penyerapan tenaga kerja jelas akan mengurangi pengangguran serta mengurangi tindak kriminal, sebab hampir semua usia produktif yang berdomisili di kawasan sekitar arena wisata bahari akan mempunyai pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing.

Namun demikian, perlu diwaspadai jangan sampai semua harapan tersebut tak terwujud lantaran kegiatan pariwisata masih dominan dikuasi para investor dari luar daerah tersebut. Untuk itu masyarakat di sekitar lokasi harus terus didorong untuk terlibat dalam berbagai kegiatan ekonomi kreatif tersebut sehingga dampak dari penyelenggaraan wisata bahari betul-betul dirasakan masyarakat sekitarnya.

Analisis Mikro-Sisi pasar Pertumbuhan kedatangan wisatawan ke Wakatobi sempat meningkat pada tahun 2010, akan tetapi menunjukkan kecenderungan menurun bahkan hingga minus pada 2012. Diperkirakan pada tahun 2010 terjadi lonjakan akibat suksesnya promosi, namun hal ini kurang ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan bagi wisatawan sehingga penurunan jumlah kunjungan ini terjadi. Tingginya dominasi wisatawan nusantara yang berkunjung ke Wakatobi (sekitar 60-70% dalam kurun waktu 5 tahun terakhir), mempunyai sisi negatif dan positif. Sisi positif diantaranya adalah pertama, pariwisata di Wakatobi akan cenderung lebih kuat terhadap fluktuasi global (pergerakan kurs, krisis ekonomi di Eropa, larangan bepergian, dan sebagainya). Kedua, jumlah wisatawan nusantara juga lebih besar, dimana pergerakan wisatawan nusantara di seluruh Indonesia lebih dari 20 kali lipat wisatawan mancanegara; sehingga secara akumulatif pengeluaran (*expenditure*) wisatawan nusantara mendekati atau sama dengan wisatawan mancanegara. Ketiga, wisatawan nusantara cenderung lebih variatif dalam berkegiatan wisata, sehingga membuka peluang untuk pengembangan paket-paket wisata non selam. Sisi negatif dari kecenderungan ini adalah lonjakan wisatawan nusantara

membutuhkan pengelolaan pengunjung yang jauh lebih kaku, penegakan sanksi yang jauh lebih keras, serta sumber daya manusia yang lebih cakap dengan jumlah yang banyak. Hal ini dikarenakan secara umum pengetahuan dan pemahaman wisatawan nusantara tentang pariwisata yang bertanggung jawab dan pentingnya konservasi belum cukup baik. Kegiatan promosi tentang pariwisata Wakatobi harus sekaligus diisi dengan muatan kampanye penyadaran lingkungan.

Sebagian besar pengunjung ke Wakatobi menginap di Pulau Wangi-wangi karena jadwal penerbangan yang tidak langsung menyambung dengan jadwal kapal ke pulau lain, terkecuali wisatawan yang terbang langsung menuju Wakatobi Dive Resort. Oleh karena itu, tingkat penyerapan hotel di Wangi-wangi akan dirujuk dalam melakukan analisis ini.

Ditinjau dari ketersediaan fasilitas akomodasi dan jumlah wisatawan, kapasitas akomodasi di Wangi-wangi masih cukup; akan tetapi sangat perlu ditingkatkan kualitas pelayanannya. Berdasarkan catatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Wakatobi, total keseluruhan okupansi hotel dan penginapan di Wakatobi pada tahun 2012 adalah 8.684 orang. Jika diasumsikan okupansi maksimal seluruh hotel di atas adalah 314.630 orang (862 orang x 365 hari); maka tingkat okupansi rata-rata di Wakatobi adalah 2,76%. Berdasarkan hasil survei untuk hotel dan penginapan di Wangi-wangi, tingkat rata-rata okupansi hotel jauh lebih tinggi, walaupun tetap rendah (9%). Hotel dengan kisaran harga antara Rp. 100.000–Rp. 300.000 wisata menyelam dan *snorkeling*. Kegiatan wisata lainnya masih terbatas dan banyak dikelola masyarakat, dengan varian tur *trekking*, mengunjungi desa, dan fotografi. Untuk paket wisata selam, harganya cukup

bersaing (Rp. 350.000–Rp. 1.500.000) dibanding destinasi lain. Sementara paket-paket yang ditawarkan oleh masyarakat belum banyak dijual atau diserap oleh pasar.

Beberapa paket wisata, seperti dari kelompok Mola dan Liya mempunyai keunggulan karena menawarkan atraksi budaya dan kehidupan masyarakat adat Bajau dan Liya. Lokasi yang ditawarkan pun masih di Pulau Wangi Wangi, dapat dijangkau dengan mudah. Oleh karena itu paket wisata Mola dan Liya bisa menjadi alternatif wisata bagi wisatawan non penyelam atau wisatawan yang mempunyai keterbatasan waktu selama di Wakatobi. Namun dari sisi harga paket yang ditawarkan masih terlalu mahal. Sementara paket buatan kelompok masyarakat Kaledupa kurang memiliki variasi dan harga yang ditawarkan masih terlalu mahal. Selain itu, waktu pelaksanaan kurang efisien sehingga penyusunan paket perlu perlu meninjau ulang konektivitas transportasi dari Wangi-Wangi menuju Kaledupa.

Paket yang ditawarkan Kapota terlalu padat, kurang memiliki keunikan, dan belum memikirkan sasaran pasar dari produk tersebut sehingga kurang memiliki daya saing. Paket wisata di Waha sesungguhnya tidak terlalu mahal, namun demikian perlu diperiksa kelayakan dari lokasi-lokasi yang ditawarkan (benar-benar memiliki daya tarik sesuai sasaran pasar). Paket wisata dari kelompok Tomia sudah cukup baik dengan memperhitungkan kondisi transportasi dari Wangi-wangi ke Tomia dan memiliki harga yang bersaing.

Penjabaran rinci tentang paket dapat dilihat pada lampiran. Berdasarkan analisis yang disampaikan dalam subbab di atas, jumlah wisatawan yang

berkunjung ke Wakatobi sempat mengalami kenaikan, meskipun sekarang ini jumlahnya cenderung menurun, dengan wisnus yang mulai mendominasi. Hal ini tentunya menuntut pengelolaan dampak yang cermat, penyadartahuan yang berkelanjutan tentang pariwisata berkelanjutan; serta peningkatan kualitas produk, sarana prasarana, dan pelayanan.

Dilihat dari segi daya tarik wisata, potensi keagaman daya tarik wisata laut sangat tinggi variasi jenis dan keunikannya. Demikian juga dengan potensi sumber daya wisata di daratan, yang sayangnya masih belum siap untuk dipasarkan, terkait pengemasan dan kualitas pelayanan yang ditawarkan ke wisatawan. Sementara itu dibanding dengan destinasi pesaing, hotel di Wakatobi paling rendah jumlah maupun kualitas dan pilihannya. Saat ini pasokan hotel di Wakatobi memang masih memenuhi kebutuhan, namun memerlukan peningkatan kualitas pelayanan kepada tamunya. Paket wisata selam di Wakatobi cukup bersaing dibandingkan destinasi pesaing, namun untuk paket non selam masih memerlukan pengemasan produk agar menjadi lebih menarik. Strategi yang harus dipertimbangkan adalah menjadi pengikut, atau paket non selam dikemas dengan paket selam. Secara keseluruhan, peningkatan kualitas pelayanan tentunya perlu diimbangi pula dengan pembangunan, perbaikan dan peningkatan sarana prasarana pariwisata.

5.2. Konsep Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata Wakatobi harus diupayakan agar sejalan dengan konsep dan prinsip pembangunan berkelanjutan, mengingat Kabupaten Wakatobi

merupakan gugusan pulau-pulau kecil yang relatif rentan secara ekosistem, maka pengembangan pariwisatanya perlu menerapkan kaidah-kaidah sebagai berikut:

1. Pengembangan pariwisata harus berorientasi jangka panjang dan terintegrasi, sehingga tidak hanya memanfaatkan, akan tetapi sekaligus melestarikan sumber daya alam dan budaya yang menjadi daya tarik wisata agar memberikan manfaat luas kepada masyarakat.
2. Pengembangan pariwisata agar sesuai dengan karakter wilayah, kondisi lingkungan, dan konteks sosial budaya.
3. Pengembangan pariwisata diharapkan menciptakan keselarasan, yaitu menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan dan saling menghargai nilai-nilai sosial, melalui sinergitas antara kebutuhan wisatawan dan penyedia layanan oleh pelaku wisata atau masyarakat lokal.
4. Pengembangan pariwisata memperhitungkan daya dukung sumber daya pariwisatanya, serta menerapkan prinsip 3R (*reduce, reuse, dan recycle*) dalam mencapai efektifitas.
5. Pengelolaan kegiatan pariwisata yang adaptif, memperhatikan dan tanggap terhadap perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitar, termasuk dari sisi permintaan (pasar) dan penawaran (produk). Kaidah-kaidah di atas seyogyanya menjadi prinsip utama bagi semua pihak, termasuk pemerintah daerah, pelaku wisata, dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Penyusunan rencana pengelolaan pariwisata ini merupakan salah satu upaya untuk mencapai visi pengembangan pariwisata berkelanjutan di Wakatobi tersebut. Karakter wilayah dan kondisi lingkungan merupakan tantangan

tersendiri bagi Wakatobi. Pengembangan Wakatobi sebagai suatu destinasi yang berfungsi baik dan bernilai tinggi membutuhkan peran dari semua pihak, terutama karena banyak elemen yang mutlak diperlukan oleh pariwisata membutuhkan peran pemerintah, seperti pembangunan sarana transportasi; dan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk pembangunan itu sendiri. Kemitraan dengan multi pihak dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, antara lain: membentuk forum pengembangan pariwisata atau membentuk dan membina kerjasama swasta dengan masyarakat. Dalam pelaksanaannya perlu didukung oleh kebijakan-kebijakan pemerintah yang menunjang penerapan program-program yang telah disusun. Konsep pengembangan pariwisata di Wakatobi didasarkan pada beberapa pendekatan, diantaranya:

- a. Peningkatan Daya Saing Daya tarik wisata, khususnya ekosistem bawah laut dan budaya bahari lokal merupakan potensi pariwisata/kelebihan (*comparative advantages*). Oleh karena itu pengembangan pariwisata didorong sebagai sebuah proses untuk membuat potensi pariwisata tersebut sebagai nilai lebih (*added value*) agar dapat bersaing dengan destinasi lain.
- b. Pelibatan Masyarakat Potensi sumber daya laut yang menjadi daya tarik utama, juga merupakan sumber utama masyarakat Wakatobi yang berprofesi sebagai nelayan. Pengembangan pariwisata di arahkan agar melibatkan masyarakat sejak perencanaan serta mendorong para pelaku wisata dan pemerintah untuk bekerjasama dengan masyarakat, termasuk

upaya peningkatan kapasitas dan pengelolaan daya tarik atau usaha mikro sebagai penunjang pariwisata.

- c. Konservasi Lingkungan Kualitas lingkungan hidup merupakan asset utama Wakatobi dan sekaligus syarat mutlak untuk keberlanjutan pariwisata. Pengembangan pariwisata didorong untuk menjamin keberlanjutan upaya-upaya konservasi lingkungan dan memberikan nilai lebih dari konservasi itu sendiri bagi masyarakat.
- d. Peningkatan Perekonomian lokal Pengembangan pariwisata di Wakatobi diarahkan untuk dapat meningkatkan pendapatan masyarakat disekitar daya tarik dan sekaligus meningkatkan pendapatan daerah dari sektor pariwisata. Sesuai dengan pendekatan di atas, maka konsep pengembangan pariwisata di Wakatobi dapat diarahkan pada beberapa konsep pengembangan.

6. Konsep utama pengembangan pariwisata di Wakatobi:

Konsep Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat mengutamakan masyarakat di sekitar daya tarik sebagai pelaku utama dan juga penerima manfaat terbesar dari kegiatan pariwisata. Karakter wilayah Wakatobi sebagai pulau-pulau kecil, memiliki ciri khas dimana masyarakat sangat bergantung pada sumber daya alam sekitarnya untuk memenuhi dasar kehidupan. Oleh karena itu hubungan masyarakat dengan sumber daya laut dan daratan sangatlah kuat. Di sisi lain pariwisata juga bergantung pada sumber daya alam laut dan darat, dengan demikian antara masyarakat dan wisatawan memiliki ketergantungan pada sumber daya yang

sama. Oleh karena itu konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat merupakan salah satu konsep yang bisa dikembangkan di Wakatobi. Sebaliknya, jika masyarakat sebagai penerima manfaat dari kegiatan pariwisata, maka diharapkan secara moral masyarakat juga akan berpartisipasi dalam upaya melestarikan sumber daya alam laut dan darat sebagai sumber kehidupan mereka dan sekaligus sebagai aset pariwisata.

Dalam hal ini kegiatan pariwisata memberikan nilai tambah (*added value*) kepada sumber daya alam laut dan darat, sehingga mampu memberikan pendapatan tambahan bagi masyarakat. Jika hubungan ini dipelihara dengan baik, maka kegiatan pariwisata dapat berjalan selaras dengan kegiatan harian masyarakat. Pelibatan masyarakat sebaiknya dilakukan sejak tahapan perencanaan hingga implementasi program, dengan pendampingan dan bantuan tenaga teknis dari pihak pemerintah maupun akademisi serta LSM.

Perencanaan disusun melalui pendekatan partisipatif, sehingga masyarakat mempunyai rasa kepemilikan yang tinggi terhadap hasil perencanaan. Dengan demikian masyarakat akan berpartisipasi secara aktif di dalam mensukseskan rencana kerja yang telah disusun. Disisi lain, pada pengembangan konsep pariwisata berbasis masyarakat, semua pihak baik masyarakat, pemerintah dan juga pendamping masyarakat haruslah mengerti betul tentang pendekatan partisipatif. Konsep partisipatif dimaksudkan untuk meningkatkan rasa memiliki (*ownership*), dimana semua pihak berkontribusi secara mandiri sesuai kemampuannya. Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat, setidaknya dapat memperhatikan beberapa tolok ukur agar konsep

partisipasi yang dilaksanakan dapat dikategorikan sebagai partisipasi yang sesungguhnya. Tolok ukur tersebut diantaranya:

- a) Adanya akses dan kontrol masyarakat terhadap kegiatan pariwisata yang dikelola di daerahnya.
- b) Adanya manfaat langsung dan tidak langsung dari kegiatan pariwisata.
- c) Adanya komunikasi yg baik dan berbagi pengalaman antara masyarakat dan atau antara masyarakat dengan pihak-pihak yang berkepentingan.
- d) Adanya peraturan dan kebijakan yang disusun berdasarkan musyawarah masyarakat baik untuk tata kelola organisasi, termasuk pengelolaan keuangan hasil kegiatan, distribusi keuntungan, distribusi kesempatan, pengaturan untuk perbedaan pandangan dan kepentingan, pengaturan kerjasama dengan pihak luar serta pengaturan pengunjung.
- e) Adanya kemampuan teknis masyarakat untuk mengelola kegiatan pariwisata yang berkualitas. Selain itu semua pihak juga perlu memahami tingkatan partisipasi, karena seringkali tahapan sosialisasi sudah dikategorikan sebagai tahapan partisipasi yang sesungguhnya. Sementara beberapa tingkatan partisipasi dapat dilihat sebagai berikut:
 - Tingkat 1. Pengumpulan informasi (*Information gathering*): merupakan tingkatan paling rendah, dimana masyarakat secara perorangan menjawab pertanyaan yang diajukan.
 - Tingkat 2. Konsultasi (*Consultation*): Merupakan tingkat yang lebih tinggi dari tingkat pengumpulan data, dimana masyarakat baik perorangan maupun kelompok, berkonsultasi menjawab pertanyaan, memberikan pendapat melalui sebuah pertemuan. Komunikasi dua arah, akan tetapi masyarakat

tidak ikut dalam pengambilan keputusan. Tingkat 3. Konsiliasi dan kemitraan (*Conciliation and Partnership*): Merupakan tingkatan yang lebih tinggi lagi, seperti halnya tahap konsultasi, akan tetapi masyarakat ikut dalam proses pengambilan keputusan sebagai rekomendasi atau kesepakatan akhir melalui fasilitasi atau kemitraan dengan pihak lain. Tingkat 4. Mobilisasi dengan kemauan sendiri (*self-mobilization*): Merupakan tingkat yang tinggi dalam partisipasi, dimana masyarakat mengambil inisiatif sendiri. Masyarakat memegang kontrol atas jalannya pertemuan dan kesepakatan untuk pengambilan keputusan. Jika memerlukan bantuan fasilitasi pihak luar, biasanya masyarakat menentukan pihak yang diinginkan.

7. Konsep Pengembangan Jejaring dan Dukungan untuk Kelompok Masyarakat
Kondisi fisik dan akses Wakatobi juga sangat mempengaruhi pasar pariwisata. Aksesibilitas dari udara lebih banyak melayani pengunjung kelas menengah ke atas karena berbiaya tinggi, sementara akses laut dapat melayani pengunjung kelas menengah ke bawah, namun memiliki kendala dari sisi waktu Hal ini perlu disadari oleh banyak pihak di Wakatobi, karena kondisi tersebut akan mempengaruhi wisatawan yang datang dan atau dijadikan target pasar.

Beberapa kelompok pasar, seperti pelajar dan *backpacker* sangat rentan pada elemen harga. Dengan biaya tinggi, sangat sulit bagi produk masyarakat untuk menargetkan kelompok pasar ini. Sementara saat ini Wakatobi lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan dengan tujuan menyelam,

yang biasanya dikategorikan sebagai wisatawan minat khusus dan memiliki kemampuan membayar yang baik. Namun demikian wisatawan selam tidak secara otomatis mempunyai ketertarikan pada produk wisata non selam seperti budaya atau kerajinan, seperti yang banyak dikembangkan masyarakat; kecuali kegiatan wisata tersebut dikombinasi dengan kegiatan wisata berbasis menyelam. Cara lain keterlibatan masyarakat adalah dengan mencari peluang untuk bekerja di berbagai sektor penunjang pariwisata, seperti penyedia jasa makanan, penyedia jasa transportasi darat maupun laut, jasa pemanduan dan sebagainya.

Dalam hal ini berarti peluang terbesar bagi masyarakat dalam pariwisata adalah menyediakan jasa dan usaha pendukung yang bersifat mengikuti (*follower*) tren pasar yang ada. Artinya masyarakat lebih fokus pada ceruk pasar yang ada dan mengemas berbagai kegiatan wisata atau jasa usaha lain untuk mampu menarik wisatawan yang datang dengan tujuan utama yang lain. Di masa mendatang, ketika kapasitas kelompok masyarakat sudah meningkat (dalam hal teknis, pelayanan, manajerial, perencanaan, pemasaran, dan sebagainya) maka tidak mungkin kelompok masyarakat didorong untuk meningkatkan perannya. Konsep ini membutuhkan dua hal penting, yaitu:

- Pengembangan jejaring Kelompok masyarakat harus membina hubungan bisnis dengan pelaku lain di sektor pariwisata; baik dengan biro perjalanan wisata dan pemandu (khususnya bagi kelompok yang menjual

paket wisata), hotel dan penginapan (khususnya bagi kelompok yang menjual pasokan makanan), dan sebagainya.

- Pemberian dukungan bagi kelompok masyarakat Peningkatan kapasitas bagi masyarakat di bidang pariwisata mulai dari pemahaman pariwisata, penerapan sapta pesona, pemanduan, kelembagaan, bisnis pariwisata, pengelolaan keuangan mikro, pengelolaan pengunjung, termasuk pengelolaan dampak negatif sebagai akibat kegiatan pariwisata serta kontribusi terhadap kegiatan pelestarian sumber daya alam dan budaya sangat diperlukan. Selain itu, dukungan keuangan seperti akses kepada lembaga keuangan dan pemberian mikro kredit dengan suku bungarendah) juga sangat dibutuhkan agar kelompok masyarakat dapat membangun jasa usaha yang professional dan berkualitas.

8. Konsep Penyelarasan Pariwisata dengan Konservasi Lingkungan Berbasis Masyarakat Keterlibatan masyarakat dalam berbagai program konservasi lingkungan harus didorong agar masyarakat tidak hanya menjadi obyek dari program (misalnya: penerima informasi, penerima bantuan, dan sebagainya) tetapi terlibat sebagai subyek atau pelaku dari program konservasi. Tentu saja hal ini harus disesuaikan dengan kapasitas masyarakat tersebut; dan jika memungkinkan dibarengi dengan program peningkatan kapasitas. Keterlibatan masyarakat secara aktif dalam konservasi adalah salah satu kunci keberlanjutan dari konservasi itu sendiri. Hal ini adalah elemen yang sangat penting dan merupakan nilai lebih (*competitive advantage*) dari suatu destinasi. Lebih lanjut, kegiatan konservasi lingkungan berbasis masyarakat

ini merupakan salah satu nilai jual (*selling point*) bagi destinasi; ketika wisatawan diajak untuk ikut terlibat bersama masyarakat dan fasilitator dalam berbagai kegiatan konservasi. Kegiatan konservasi yang dilakukan berkesinambungan dan melibatkan masyarakat terbukti di destinasi lain jauh lebih menarik dibanding kegiatan konservasi yang dilakukan kali tertentu saja.

Hal ini juga di dorong adanya perubahan paradigma berlibur baik dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara kelas menengah ke atas. Perubahan paradigma ini salah satunya adalah lebih memilih kegiatan Pariwisata yang tidak merusak lingkungan serta memberikan aspirasi lebih kepada usaha masyarakat yang berkontribusi pada upaya pelestarian sumber daya alam maupun budaya. Dalam aplikasinya wisatawan lebih memilih kegiatan wisata yang bisa berinteraksi langsung dengan masyarakat, karena akan memberikan pengalaman yang akan memperkaya hidupnya. Peluang ini tentunya terbuka luas di Wakatobi, karena kesadaran masyarakat akan kegiatan konservasi sudah cukup baik, atas dedikasi bimbingan WWF dan joint program selama lebih dari 10 tahun.

Kedasaran dan upaya konservasi ini merupakan modal sosial yang kuat untuk mengembangkan kegiatan-kegiatan konservasi sebagai daya tarik Pariwisata. Salah satu contoh di Wakatobi adalah kegiatan Proyek Wallacea, dimana setiap tahunnya puluhan bahkan ratusan sukarelawan bersedia membayar untuk membantu kegiatan konservasi, seperti penelitian terumbu

karang, membantu masyarakat dalam kegiatan perikanan maupun berinteraksi dengan masyarakat untuk ikut dalam kegiatan sehari-hari.

Peluang ini sebenarnya terbuka luas bagi masyarakat untuk menata informasi dan mengemas kegiatan untuk dijadikan daya tarik wisata, sekaligus mengembangkan nilai manfaatnya melalui kegiatan Pariwisata. Peluang yang kemudian dapat dikembangkan juga adalah menghidupkan kembali cara-cara tradisional masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya alam laut secara lestari. Hal ini menjadi kegiatan yang disukai wisatawan karena mempelajari kearifan lokal masyarakat wakatobi dalam mengelola sumber daya alamnya.

9. Konsep Pariwisata Berbasis Resor Konsep pariwisata berbasis resor merupakan salah satu tipe pengembangan yang dapat diimplementasikan di Kabupaten Wakatobi. Saat ini Wakatobi telah pula menerapkan pola ini dengan adanya investor dari luar negeri serta investor dari Kabupaten. Konsep ini dapat diterapkan karena sesuai dengan karakteristik dan kondisi lokasi, serta sesuai dengan visi pariwisata yang ditetapkan, dimana pariwisata Wakatobi dikembangkan untuk dikenal dunia. Hal ini mengartikan bahwa kualitas pariwisata yang ditawarkan haruslah memiliki kualitas internasional, baik dari sisi kualitas sumber daya alam dan budaya, kualitas pelayanan dan kegiatan maupun kualitas fasilitas pariwisata yang dibangun. Salah satu isu strategis adalah mahalnya bahan bangunan, sehingga pembangunan fasilitas pariwisata yang baik memerlukan investasi yang besar pula, dan hal ini tentunya kecil kemungkinan mendapatkan investasi dari investor dari dalam

Kabupaten untuk menerapkan sesuai dengan standar internasional. Namun demikian konsep pariwisata berbasis resor juga harus diikuti oleh kebijakan dari Pemerintah daerah, agar pembangunannya dapat dikontrol dan tidak menimbulkan dampak negatif baik lingkungan maupun sosial budaya. Oleh karena itu, dimanapun sebuah resor direncanakan, maka harus dilakukan kajian dampak sosial ekonomi dan budaya masyarakat sekitar, serta kajian konservasi lingkungan (seperti analisis dampak lingkungan, analisis daya dukung lingkungan, dan sebagainya). Pemerintah daerah dapat menyusun peraturan-peraturan yang mengatur hal-hal ini. Beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan konsep pariwisata berbasis resor adalah:

- a. Menentukan zona pengembangan, sesuai dengan zona pariwisata yang telah ditetapkan dalam RTRW dan zona Taman Nasional.
- b. Menyusun kebijakan tentang investasi pariwisata, dengan mempertimbangkan hal-hal tentang daya dukung lingkungan, kontribusi terhadap pelestarian sumber daya alam laut dan darat, presentase pelibatan dan membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar lokasi, klausul tentang bisnis yang tidak bersifat monopoli; mengatur hal-hal tentang akses bagi masyarakat terhadap laut sebagai mata pencaharian utama.
- c. Menyusun klausul yang mengatur investor agar tidak menguasai daya tarik bawah laut tertentu, karena daya tarik wisata bawah laut merupakan kawasan publik yang dapat digunakan oleh semua pihak. Namun investor

bekerjasama dengan pemerintah dan masyarakat berkontribusi menjaga keutuhan daya tarik dari kegiatan-kegiatan yang bersifat merusak.

d. Menyusun pengaturan penerimaan pendapatan daerah dari investasi resor.

e. Menyusun petunjuk teknis pelaksanaan pengembangan resor. Pada dasarnya pengembangan konsep pariwisata berbasis resor diimplementasikan sebagai bagian yang tidak terlepas dari mekanisme pembangunan konsep pariwisata berbasis masyarakat. Artinya pembangunan pariwisata berbasis resor harus mendukung keterlibatan sebanyak mungkin masyarakat dan tidak sebaliknya membatasi peluang serta akses masyarakat ke kawasan daya tarik. Pada dasarnya kombinasi konsep pariwisata berbasis resor dan pariwisata berbasis masyarakat dirasakan tepat untuk di implementasikan di Kabupaten Wakatobi, guna meningkatkan percepatan pembangunan pariwisata ekologis di Wakatobi.

10. Konsep Peningkatan Daya Saing Produk dan Pelayanan Seperti dijelaskan pada bab-bab sebelumnya dan dalam mencapai visi Pariwisata Wakatobi, maka konsep peningkatan daya saing sangat penting untuk diterapkan. Konsep ini sebagai konsekwensi logis dari pembangunan sektor pariwisata, dimana sektor pariwisata untuk diakui secara internasional dituntut untuk mengembangkan dan menerapkan standar minimum untuk produk wisata, pelayanan Pariwisata serta fasilitas Pariwisata.

Dalam visi Pariwisata Wakatobi, telah dirumuskan untuk mengembangkan Pariwisata ekologis (ecotourism), artinya standar yang dikembangkan untuk produk, pelayanan dan fasilitas harus memperhatikan prinsip-prinsip pariwisata ekologis, yaitu ramah lingkungan, ramah masyarakat dan ramah wisatawan. Konsep ini juga memberikan arahan dalam penyusunan produk dan pelayanan wisata yang harus memperhatikan produk-produk sejenis dari pesaing di tingkat propinsi, nasional dan internasional yang memiliki pangsa pasar yang sama.

Standar minimum yang dikembangkan akan lebih menjamin kualitas produk dan pelayanan wisata, sehingga memberikan garansi pada wisatawan bahwa pelayanan yang diberikan di satu daya tarik dan daya tarik lainnya memiliki standar minimum yang sama. Penerapan konsep ini juga perlu dibarengi dengan kebijakan di tingkat Kabupaten. Saat ini, secara nasional Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mengeluarkan beberapa standar tingkat nasional 17 dalam bidang kepariwisataan, khususnya untuk sub sektor biro perjalanan wisata; spa; Restoran, Bar dan Jasa Boga Bidang Industri Jasa Boga; Pimpinan Perjalanan Wisata; Kepemanduan Wisata Selam; Kepemanduan Wisata; Kepemanduan Museum; Kepemanduan Ekowisata; dan Kepemanduan Arung Jeram. Pemerintah daerah dapat mengacu kepada standar nasional ini dan mengembangkan standar minimum pelayanan sesuai dengan kondisi lokal.

Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, Kabupaten Wakatobi membuka diri untuk penanaman investasi. Potensi

investasi di Kabupaten Wakatobi terdiri dari berbagai sektor, terutama sektor kelautan dan perikanan serta pariwisata yang menjadi unggulan daerah kabupaten Wakatobi. Potensi investasi di bidang pariwisata antara lain meliputi usaha wisata Pantai, wisata laut (bawah laut) dan wisata budaya.

Kabupaten Wakatobi berada pada Pusat Segi Tiga Karang Dunia (Coral Tri-angle Center) dan memiliki jumlah keanekaragaman hayati kelautan tertinggi di dunia, yakni 750 jenis karang dari 850 spesies karang dunia, 900 jenis ikan dunia dengan 46 dive sites teridentifikasi (salah satunya Marimabok). Wakatobi memiliki 90.000 ha terumbu karang dan atol Kaledupa (48 km) yang merupakan atol tunggal terpanjang di dunia (Operation Wallacea, 2006).

Kekayaan dan keanekaragaman jenis biota laut tersebut sangat menjanjikan apabila dikelola secara profesional, karena disamping potensinya cukup besar, juga mempunyai nilai jual tinggi, baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Disamping itu terdapat potensi wisata budaya yang memiliki keunikan tersendiri yang dijumpai di semua pulau di Kabupaten Wakatobi. Potensi pariwisata ini merupakan salah satu sector unggulan pembangunan yang diharapkan dapat memacu laju pertumbuhan pembangunan dan mengangkat nama Kabupaten Wakatobi bukan hanya di dalam negeri tetapi juga di manca negara. Oleh karena potensi kekayaan dan keanekaragaman hayati laut tersebut, maka Pemerintah RI melalui Menteri Kehutanan menetapkan Wakatobi sebagai Taman Wisata Alam Laut (SK Menteri Kehutanan RI nomor 462/KPTS-II/1995). Selanjutnya pada tahun

1996 ditingkatkan statusnya menjadi wilayah konservasi Konsep Pengelolaan Pariwisata Multi Pihak Konsep ini dibutuhkan mengingat Wakatobi merupakan kawasan pulau-pulau dengan dengan berbagai stakeholder serta akses terbuka sehingga memerlukan sistem dan mekanisme pemantauan yang bersifat jejaring.

Konsep ini ditujukan untuk mendorong pengelolaan pariwisata yang lebih transparan, dimana destinasi Pariwisata juga membutuhkan tata kelola yang baik serta akuntabel. Konsep ini mengharuskan adanya Forum multipihak (pemerintah, swasta, perwakilan masyarakat, akademisi) yang akan berperan memberikan arah, mendorong kebijakan pemerintah, harmonisasi kegiatan dari para pihak yang berkepentingan, melakukan pencitraan destinasi, membuka peluang-peluang investasi serta memastikan pihak-pihak yang berkepentingan menerapkan perencanaan yang telah disusun. Konsep Pengelolaan Pariwisata Multi pihak pada kawasan yang memiliki kemampuan tinggi secara politik dan implementasi, biasanya pelaksanaannya hingga pembentukan lembaga pengelolaan di tingkat destinasi.

Namun jika kemampuan para pihak masih dalam tahapan yang terbatas, karena biasanya untuk memenuhi konsekwensi logis lainnya yaitu pendanaan untuk keberlanjutan forum seringkali mendapatkan hambatan, maka konsep dapat diterapkan dalam tahapan yang mampu di implementasikan oleh para pihak di tingkat Kabupaten. Sebagai contoh jika Forum Pengembangan Pariwisata Wakatobi dibentuk dan terdiri dari berbagai

pihak kepentingan, maka peranannya adalah sebagai pendorong dan menstimulasi pergerakan pembangunan Pariwisata searah dengan hasil perencanaan.

5.3.Faktor determinan yang mempengaruhi pengelolaan Pariwisata dan Kebudayaan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal Kabupaten Wakatobi.

5.3.1. Promosi

Bupati Wakatobi, Hugua mengatakan melemahnya nilai tukar rupiah tidak mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan di daerah tersebut, bahkan cenderung mengalami peningkatan. "Salah satu cara menyiasati melemahnya rupiah sebenarnya dengan menggenjot pariwisata, dengan melemahnya rupiah para wisatawan pasti akan lebih berminat karena biaya hidup menjadi murah maka akan tinggal lebih lama," kata Bupati Hugua di Kendari, Senin, pada Rapat Koordinasi, evaluasi dan Pengendalian Pembangunan, Semester I tahun 2015 lingkup Pemprov dan Kabupaten/Kota se-Sultra. Ia menambahkan, melemahnya nilai tukar rupiah bukan menjadi salah satu hambatan perekonomian, terbukti dengan pelemahan mata uang rupiah minat wisatawan akan semakin meningkat. Hal tersebut disebabkan oleh murahnya biaya hidup jika dibandingkan dengan di negara asal wisatawan.

Menurut Bupati Wakotobi itu, pihaknya selalu melakukan sosialisasi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerahnya baik itu melalui seminar nasional maupun seminar internasional. "Dengan terus mensosialisasikan keunggulan dan objek wisata yang kita miliki akan membuat sektor wisata kita

menjadi meningkat, terbukti dengan sosialisai yang intensif jumlah wisatawan naik menjadi dua kali lipat dari target semula," ujarnya tanpa merinci angka. Ia menambahkan, dengan meramu informasi mengenai keunggulan wisata kita serta diikuti dengan pelaksanaan event diobjek wisata maka akan berdampak pada perkembangan wisata di daerah dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan. Kabupaten Wakatobi mengandalkan pariwisata sektor bahari yakni di Taman Nasional Kepulauan Wakatobi yang lebih dikenal dengan sebutan segitiga karang dunia.

Kekayaan biota laut kabupaten tersebut, menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik itu domestik maupun mancanegara. Hal tersebut didukung dengan hamparan terumbu karang yang sangat luas di sepanjang perairan dengan topografi bawah laut yang indah. Selain itu, budaya, nilai, sikap dan perilaku masyarakat yang ramah juga ikut menjadi faktor majunya sektor pariwisata daerah tersebut.

5.3.2. Desain Souvenir

Desain Produk Cenderamata Pariwisata Salah satu perangkat dan pendukung kemajuan dunia pariwisata adalah desain produk cenderamata pariwisata yang merupakan representasi dari kekayaan budaya dan lingkungan setempat (local genius), seperti Bali terkenal dengan replika garuda dan barong, Yogyakarta dengan berbagai kerajinan kayu, tekstil dan logam. Namun di beberapa wilayah pariwisata Sumatera Utara, ironisnya banyak bentuk desain produk cenderamata yang dikembangkan tidak sejalan dengan karakteristik dan potensi lingkungan dan budaya Wakatobi atau kawasan wisata setempat. Produk

cenderamata pariwisata adalah produk yang diproduksi dan dikonsumsi dalam kaitannya dengan kepariwisataan. Soedarsono (1999) mengatakan; Ciri dari produk cenderamata pariwisata adalah

- (1) Tiruan dari aslinya,
- (2) Singkat, padat, atau bentuk mini dari aslinya,
- (3) Penuh variasi,
- (4) Ditinggalkan nilai sakral, magis, dan simbolisnya,
- (5) Murah harganya.

Produk ini lebih dalam pemahamannya dari sekedar produk souvenir yang terbatas pada kriteria kecil, ringan dan murah, namun juga berkaitan dengan nilai sosial dan budaya yang direpresentasikan berdasarkan karakteristik kawasan wisata tertentu. Keberadaan produk cenderamata pariwisata tentunya tidak terlepas dari fungsi dan maknanya. Fungsinya diantaranya adalah untuk penunjang eksistensi dari kawasan wisata, dimana suatu obyek wisata menawarkan keindahan, kesenangan, kegembiraan secara psikologis, sedangkan produk cenderamata pariwisata menawarkan sesuatu untuk secara fisik dimiliki. Produk cenderamata pariwisata adalah obyek yang menghubungkan secara batiniah (ingatan, hayalan, imajinasi) seseorang tentang kawasan wisata yang pernah dikunjungi (Causey, 2006). Produk ini bermakna luas, karena sebagai penunjang pariwisata diharapkan dapat membentuk image dan citra yang baik tentang kawasan wisata. Maknanya adalah representasi dari karakteristik lingkungan alam dan kehidupan sosial budaya masyarakat setempat. Atmojo (2007) mengatakan; Cenderamata sebagai bagian dari pariwisata berfungsi untuk

menyimpan kenang-kenangan, sebagai tanda bahwa seseorang telah melakukan kunjungan wisata. Lebih jauh benda cenderamata mampu menggugah daya ingatan seseorang untuk mengunjungi kembali suatu daerah wisata.

Berdasarkan fungsi dan makna di atas, tidak wajar kiranya dalam kawasan wisata dikembangkan dan dipasarkan produk cenderamata pariwisata yang tidak sesuai dengan 714 karakteristik tempat wisata tertentu, yang visualisasinya tidak mencitrakan kehidupan sosial budaya dan lingkungan masyarakatnya. Terkait dengan hal ini, dari survey yang dilakukan peneliti (awal Desember 2009) banyak produk cenderamata yang dipasarkan tidak relevan dengan kawasan wisata setempat, baik dari segi eksplorasi bentuk maupun material, seperti memasarkan produk cendermata berbentuk kapal-kapalan di kawasan pariwisata alam pengunungan, atau produk cenderamata berbahan dasar kerang pada tempat pariwisata alam pengunungan, dan sebagainya. Lebih dari itu, juga masih banyak produk wisata yang didatangkan dari daerah lain, seperti Jawa dan Bali, dipasarkan di kawasan wisata di Sumatera Utara. Disamping itu, masih banyak produk yang dikembangkan dan dipasarkan di bawah standar kualitas yang seharusnya, tanpa melewati proses desain yang baik (produk kitsch).

Tentunya hal ini tidak mendukung terhadap keberadaan wahana dan kawasan wisata tertentu, dan kontra produktif terhadap usaha pemerintah dalam mengembangkan dunia kepariwisataan sebagai penyumbang devisa daerah. Wisatawan nasional dan mancanegara biasanya lebih intelek dan selektif, mereka tidak sembarangan memilih desain produk cenderamata pariwisata yang

diinginkannya. Oleh sebab itu, hal ini hendaknya mendapat perhatian khusus. Terkait dengan inilah perlu dilakukan penelitian untuk bisa mengembangkan model desain produk cenderamata pariwisata Wakatobi yang berkarakter dan berkualitas, agar segmen pasar pariwisata dari kalangan menengah atas, kaum intelektual, wisatawan nusantara dan mancanegara bisa terlayani dan terpuaskan. Kita bisa membandingkan dengan dunia pariwisata Bali, atau lebih jauh Hongkong, Paris, atau New York. Hal ini bukan sekedar hayalan, mengingat potensi Wakatobi, hanya saja belum sepenuhnya disadari dan belum ada tindakan nyata.

Peran Lembaga Pendidikan Kemajuan suatu bangsa, negara, dan daerah tak terlepas dari peran dunia pendidikan (Djanali, 2004). Tentunya juga untuk memajukan dunia kepariwisataan terkait dengan desain produk cenderamata pariwisata juga tidak bisa dipisahkan dari peran lembaga pendidikan yang ada di daerah tersebut, yaitu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan kejuruan relevan. Lembaga pendidikan merupakan pusat pembinaan. Menempatkan kepariwisataan sebagai salah satu leading sector perekonomian Wakatobi tak hanyamembawa peluang tapi juga tantangan dalam hal mengurangi kebocoran yang ditimbulkan oleh proses-proses pengembangan kepariwisataan itu sendiri.

Kebocoran di sini merupakan rujukan untuk ketidak maksimalan atau ketidak mampuan pelaku kepariwisataan menyerap arus uang karena adanya pengaruh eksternal. Mowforth dan Munt (2003) menyusun konsep untuk melihat bagaimana proses kebocoran itu terjadi dan pada akhirnya membawa dampak

negative pada investasi-investasi lokal. Investasi-investasi besar atau transnational merupakan ancaman luar yang bisa meminggirkan usaha lokal. Di Wakatobi sendiri, tingkat kebocoran belum pada sampai mengkhawatirkan, karena minimnya investasi luar. Meskipun begitu, kebocoran justru terjadi karena ketidaksiapan sumberdaya manusia atau para pelaku usaha itu sendiri untuk menyerap arus uang.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Sector pariwisata memegang peran penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, begitu pula pendapatan pemerintah daerah, hal ini disebabkan kunjungan wisatawan dari dalam maupun dari luar negeri, untuk itu pemerintah hendaknya senantiasa terus menerus memberikan pelayanan dan perbaikan sarana dan prasarana agar sector pariwisata tetap mampu eksis dimasa masa yang akan datang.
2. Sector pariwisata menjadi icon penting dalam memperkuat pondasi ekonomi masyarakat, yang mana sector tersebut memiliki imbas dalam berbagai bidang, baik aspek ekonomi, social, budaya dan politik, sehingga pemerintah memberikan apresiasi dalam bentuk kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata dapat berupa perbaikan pelayanan kepada setiap tamu, kemudahan dalam administrasi, penyediaan sarana dan prasarana serta dukungan akomodasi dan sumber daya yang selalu siap memberikan pelayanan kepada setiap pengunjung.

6.2. Saran

1. Kinerja pemerintah dalam memberikan pelayanan kepariwisataan perlu terus menerus diperbaiki sehingga kekurangan mampu ditekan dan dengan perbaikan pelayanan akan memberikan kepuasan kepada wisatawan local, nasional dan internasional.

2. Dukungan dalam bentuk kebijakan dan peningkatan sumber daya unggulan perlu mendapat porsi perhatian, hal ini sebagai bentuk apresiasi pemerintah dalam menciptakan kondisi yang menjadikan wakatobi sebagai daerah tujuan wisata, hal ini dapat tercapai apabila ada sinergitas dari seluruh stake holder, masyarakat, akademisi dan pemerintah guna bersama sama memajukan sector kepariwisataan tersebut.



DOKUMENTASI

Gambar 1.1 : Wakatobi. Sombu Dive



Gambar 1.2 : Kantor Desa Mola Selatan



Gambar 1.3 : Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif



Gambar 1.4 : Pusat Informasi Pariwisata (*Tourist Information Center*) Mola Raya



Gambar 1.5 : Bapak Wahyu yang Memberi Data dan Informasi



Gambar 1.6



Gambar 1.7 : Ekosistem Perairan di Sekitar Desa Waha



Gambar 1.8



Gambar 1.9 : Ekosistem Perairan Pantai Patuno



Gambar 1.10 : Pemukiman Suku Bajo di Mola Raya KEC. WANGSEL



Gambar 1.11



Gambar 1.12 : tempat oleh-oleh wakatobi



DAFTAR PUSTAKA

- Ady, Hasruddin. 2011. *Ayo Jalan-Jalan ke Wakatobi*. Makassar : PUSTAKA REFLEKSI Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kedua, PT. Raja Grafinda : Jakarta Baron,
- A Rupert & Donn Byrne. 2004. *Psikologi Sosial*. Edisi Kesepuluh. Terjemahan oleh Ratna Djuwita & Melania Parman. Jakarta: Erlangga
- Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada David, Mario. 2002. *Skripsi. Strategi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Sulawesi Selatan*
- Komarudin, Tatang S. 2012. *Hugua Dari Wakatobi*. Jakarta : La Tofi Enterprise Media
- Kotler, Philip & Lee. 2007. *Pemasaran di Sektor Publik*. Terjemahan dari M. Taufik Amir. Jakarta : Indeks Kr iyantono Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Laksana,
- Fajar. 2008. *Menejemen Pemasaran*. Yogyakarta ; GRAHA ILMU Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Pariwisata*. Bandung
- Alpabeta Morison. 2010. *Periklanan (Komunkasi pemasaran terpadu)*. Jakarta : KENCANA
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi (Suatu Pengantar)* Bandung:
- Rosda Pendit, Nyoman. 2006. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta
- Perdana Paramita Percik. 2008. *Dinamika politik lokal di Indonesia (Penataan Daerah dan Dinamikanya)*. Salatiga
- Percik Peter, Paul & Jerry Olson, 2000. *Consumer Behavior (perilaku konsumen dan strategi pemasaran)* . Jakarta : Erlangga Pitana,
- I Gde & Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta:
- ANDI Soekadijo R. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Gramedia Pustaka Utama : Bandung 78
- Sugiyono, 2010. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung : ALFABETA
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: GRAHA ILMU

Swasta, Basu dan Irawan. 1998. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta : Erlangga Terence,

Shimp. 2004. *Periklanan Promosi*. Jilid II. Terjemahan Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga

Tjitono Fandy, 2008. *strategi pemasaran*. Yogyakarta : ANDI Tunggal

Widjaja. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Sinar Grafika

Winardi. 1992. *Promosi dan Reklame*. Bandung : Mandar Maju

Yoeti, Oka. 2006. *Tours and Trvel Marketing*. Jakarta

Pradnya Paramita [http://: BPS/Statistik Perusahaan/Usaha Jasa Akomodasi/ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Wakatobi](http://BPS/Statistik/Perusahaan/Usaha/Jasa/Akomodasi/Dinas/Kebudayaan%20dan%20Pariwisata/Kabupaten/Wakatobi)

[www. WWF Indonesia – Wakatobi.htm](http://www.WWFIndonesia-Wakatobi.htm)

