

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah atau budaya. Berbagai macam potensi yang ada tersebut apabila dimanfaatkan dengan baik akan meningkatkan kemakmuran dan memajukan negara Indonesia. Salah satu potensi yang bisa dimanfaatkan yakni bidang Pariwisata. Pariwisata bisa dikatakan sebagai suatu perjalanan seseorang untuk melakukan liburan atau rekreasi. Seiring berjalannya waktu, Sektor pariwisata di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Itu sebabnya pariwisata menjadi penting untuk dikembangkan di Indonesia karena memiliki energi yang cukup besar untuk mendobrak kemajuan suatu daerah itu sendiri baik dari segi ekonomi, budaya maupun ilmu pengetahuan.

Pariwisata saat ini menjadi salah satu primadona bagi negara-negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya diluar dari migas dan pajak. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang kini mulai mempromosikan pariwisata yang dimiliki negaranya guna menarik pandangan mata dunia lain, hal ini ditujukan agar Indonesia semakin terkenal bagi warga/penduduk negara lain untuk berkunjung ke Indonesia. Promosi-promosi yang dilakukan adalah menjual keragaman wisata dan budaya Indonesia, hal inilah ditanggapi positif dengan banyaknya wisatawan dari mancanegara yang berkunjung ke Indonesia.

Indonesia yang memiliki keragaman budaya dan wisata melimpah itu mampu mengatasi masalah-masalah mendasar dengan penguatan ekonomi dari penerimaan devisa/pendapatan daerahnya dengan itulah sebagai negara yang memiliki keragaman melimpah Indonesia dapat mengembangkan potensinya, misalnya dari segi pariwisata sebab wisatawan yang berkunjung ke Indonesia mencari atau menikmati keindahan pariwisata Indonesia sehingga memberikan

efek domino bagi dalam maupun luar negeri, bila dari luar negeri negara kita semakin terkenal maka bagi dalam negeri negara kita dapat menambah devisa guna mengangkat kesejahteraan masyarakat yang ada saat ini.

Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja yang nantinya akan memunculkan mata rantai kegiatan dengan industri pariwisata tersebut mampu menghasilkan devisa dan dapat pula digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan angka kesempatan kerja.

Usaha pariwisata merupakan kegiatan dengan tujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, Industri pariwisata adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta, yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan dalam memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang berpergian. Pariwisata di daerah-daerah sangatlah banyak bila mampu memanfaatkan potensi-potensi yang ada, pemerintah dan masyarakat daerah saling membantu dalam pengembangannya tersebut sehingga akan mengangkat segi ekonomi, budaya dan pendidikan daerah itu. Pariwisata sangatlah mampu dalam mengatasi masalah kesejahteraan bila dikembangkan secara profesional.

Secara sederhana, praktik pariwisata tidak hanya mengonsumsi sumber daya pariwisata saja akan tetapi juga menuntut siapa saja yang berkecimpung di dalamnya untuk turut ikut serta mengonservasikan lingkungan dan kebudayaan yang masuk dalam sumber daya pariwisata. Fokus pengembangan kepariwisataan yang hanya terpaku pada target ekonomi jangka pendek merupakan ancaman terbesar dalam pembangunan pariwisata di Indonesia. Dukungan politis serta komitmen dari pemerintah pusat sampai daerah sangat dibutuhkan dalam proses pengembangan pariwisata sehingga pariwisata dapat menjadi motor penggerak

dalam menciptakan lapangan pekerjaan, melestarikan budaya dan lingkungan. Ini sejalan seperti yang dicita-citakan UNWTO sebagai sebutan untuk Organisasi Pariwisata Dunia " 2017: *International Year of Sustainable Tourism for Development*", sehingga Pariwisata dapat dipercaya sebagai masa depan Indonesia (<http://www.republika.co.id>, diakses tanggal 15 Agustus 2019).

Tabel I.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2015 – 2018

Tahun	Jumlah
2015	10.230.775
2016	11.519.275
2017	14.039.799
2018	15.810.305

Sumber : Badan Pusat Statistik 2019 (Data diolah)

Tabel I.1 Dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Dimulai pada tahun 2015 yang jumlah pengunjungnya 10.230.775 mengalami peningkatan di tahun berikutnya sebesar 11.519.275. begitu pula pada tahun 2017 kunjungan wisatawan telah mencapai 14.039.799 dan meningkat kembali di tahun 2018 sebanyak 15.810.305 pengunjung. Peningkatan tersebut menjadi harapan yang besar agar pariwisata di Indonesia makin berkembang sehingga tetap meningkat pada tahun – tahun yang akan datang. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia tidak hanya diperbolehkan dari satu pintu saja, akan tetapi bisa dari berbagai pintu masuk yang ada. Akan tetapi pintu masuk yang sering menjadi pilihan wisatawan mancanegara yakni pintu masuk udara yang biasa disebut bandara di berbagai penjuru di Indonesia. Jumlah wisawatan mancanegara tersebut di dominasi oleh 4 pintu masuk utama yang dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel I.2 Jumlah Wisatawan Mancanegara dari 4 Pintu Masuk Udara Utama Per-Desember 2016-2018

Tahun	2016	2017	2018
Juanda	21.4	22.4	321
Batam	159.2	192.7	1.887
Soekarno Hatta	193.6	186.2	2.851
Ngurahrai	434.9	307.3	6.026

Sumber : Badan Pusat Statistik,2019 (data diolah)

Tabel I.2. dapat disimpulkan bahwa pintu masuk utama Indonesia mengalami naik turun di setiap tahunnya. Kecuali pada bandara Juanda. Bahkan pada bandara Ngurahrai dan Soekarno Hatta mengalami penurunan setiap tahunnya. Ngurahrai yang pada tahun 2016 mencapai 434.9 pengunjung, kemudian menurun menjadi 307.3. penurunan yang di alami di tahun 2016 ke tahun 2017 pada Ngurahrai bisa dikatakan dratis akan tetapi tidak pada tahun 2018 dengan total 6.026 pengunjung. Tidak hanya terjadi pada Ngurahrai, penurunan tersebut juga terjadi di Soekarno Hatta yang di tahun 2016 mencapai 193.6 pengunjung, menurun menjadi 186.2 di tahun 2017, kemudian terjadi peningkatan menjadi 2.851 di tahun 2018.

Kunjungan wisatawan dapat menjadikan penggerak ekonomi di tingkat nasional maupun daerah. Pada 2016, devisa pariwisata sudah mencapai 13,5 juta dollar AS per tahun. Hanya kalah dari minyak sawit mentah (CPO) yang sebesar 15,9 juta dollar AS per tahun. Padahal pada 2015 lalu, pariwisata masih ada di peringkat keempat sebagai sektor penyumbang devisa terbesar. Saat itu pariwisata ada di bawah sektor migas sebesar 18,5 juta dollar AS, CPO 16,4 juta dollar AS, dan batubara 14,7 juta dollar AS. Namun akibat jatuhnya harga migas dan batu bara, konstelasi sektor penyumbang devisa berubah. CPO menjadi raja dan pariwisata menyodok ke atas sektor migas dan batubara. “Jadi kalau kita mendapatkan 10 juta wisman berarti kita akan peroleh 12 miliar dollar AS devisa. Sekarang kita hampir 14 miliar dollar AS,”. “Pariwisata diproyeksikan menjadi penghasil devisa tertinggi di 2019,” ujar Menteri Pariwisata (Menpar) Arief Yahya di Kantor Kepala Staf Kepresidenan Kompas.com, diakses, Jumat 8 Agustus 2019. Dari fakta tersebut sudah jelas adanya bahwa devisa pariwisata mengalami peningkatan dalam segi ekonomi yang signifikan. Untuk itu, pemerintah dapat mengandalkan pariwisata sebagai penyumbang perolehan devisa negara Indonesia. Menteri Pariwisata Arief Yahya juga mengatakan, pihaknya bertekad menjadikan pariwisata sebagai penghasil devisa sekaligus menjadi yang terbaik di wilayah regional dan global (<http://nusantara.rmol>. diakses, Jumat 8 Agustus 2019).

Sebagai pembanding kunjungan wisatawan di provinsi lain yang berada di Pulau Jawa, Provinsi Jawa Timur untuk data kunjungan wisatawan mancanegara dalam urutan Pertama, sedangkan untuk kunjungan wisatawan nusantara juga menempati urutan ke 1 (satu) teratas sebagaimana data dalam tabel berikut :

Tabel I.3 Kunjungan Wisatawan Mancanegara Per Bulan Desember di Pulau Jawa Melalui Pintu Masuk Udara 2016-2018

No	Provinsi	Pintu Masuk Bandara	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
1.	Jawa Timur	Juanda	411.172	23.208	26.609
2.	Jawa Barat	H. Sastranegara	1.082.632	17.958	17.311
3.	Jawa Tengah	Adi Sumarno	227.456	3.070	1.702
4.	DI.Yogyakarta	Adi Sucipto	207.000	14.203	10.813
5.	DKI Jakarta	Soekarno Hatta	276.260	230.483	224.989

Sumber : Badan Pusat Statistik. 2019 (data diolah)

Tabel I.3 Disimpulkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara di Pulau Jawa diduduki Provinsi Jawa Timur sebagai kunjungan wisatawan terbanyak dibandingkan Provinsi yang lain. Akan tetapi di tahun 2016 Jawa Barat menduduki peringkat pertama dibanding provinsi yang lainnya sebesar 1.082.632 penunjung. Kunjungan wisatawan mancanegara jika di rata-rata terbanyak terpusat di Jawa Timur yang masuk melalui bandara juanda. Adapun kunjungan wisatawan nusantara di pulau jawa dijabarkan dalam tabel berikut ini :

Tabel I.4. Kunjungan Wisatawan Nusantara di Pulau Jawa

No	Provinsi	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016
1.	Jawa Timur	45.219.863	48.839.817	42.814.346
2.	Jawa Barat	33.617.999	48.324.526	38.688.637
3.	Jawa Tengah	29.852.095	39.577.130	16.089.410
4.	DI.Yogyakarta	3.091.967	9.983.846	14.055.000
5.	DKI Jakarta	26.994.509	30.512.989	27.107.948

Sumber : Badan Pusat Statistik. 2018 (data diolah)

Tabel I.4. Dapat disimpulkan bahwa kunjungan wisatawan nusantara di Pulau Jawa menggelembung di Provinsi Jawa Timur yang mana selalu menduduki peringkat pertama sebagai kunjungan wisatawan terbanyak dibandingkan dengan provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan DI.Yogyakarta. Tahun 2014

Jawa Timur mencapai 45.219.863 pengunjung, 48.839.817 pengunjung di tahun 2015 dan 42.814.346 pengunjung di tahun 2016. Kunjungan wisatawan nusantara di provinsi DI. Yogyakarta meskipun jumlah wisatawannya paling sedikit dari provinsi lainnya akan tetapi ada kenaikan jumlah di setiap tahunnya. Sedangkan pada provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah dan DKI Jakarta sama-sama mengalami naik turun dalam jumlah kunjungan wisatawannya.

Secara teoritis dalam Austriana (2005) mengatakan bahwa semakin lama wisatawan tinggal di suatu daerah tujuan wisata, maka semakin banyak pula uang yang dibelanjakan di daerah tujuan wisata tersebut. Dengan adanya kegiatan konsumtif baik dari wisatawan mancanegara maupun domestik, maka akan memperbesar pendapatan dari sektor pariwisata suatu daerah. Oleh karena itu, semakin tingginya arus kunjungan wisatawan, maka pendapatan sektor pariwisata di suatu daerah juga akan semakin meningkat. Diunggah dalam Surabaya post online, *Pariwisata Jatim Lebih Diseriusi*, Bappeda Jatim menyatakan bahwa Sektor pariwisata merupakan penyumbang PAD ketiga di Jawa Timur. Wakil Gubernur Jawa timur, Saifullah Yusuf saat di temui Surabaya Post di sela acara Garuda Indonesia Travel Fair di Surabaya akhir pekan lalu mengatakan, potensi pariwisata Jatim merupakan penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) Jatim tertinggi ketiga. “Pariwisata merupakan penyumbang PAD ketiga, untuk itulah kita terus berupaya untuk mengeksplora lebih dalam berbagai potensi pariwisata yang ada,” ujar Gus Ipul, panggilan akrab Saifulloh Yusuf. Untuk mencapai target yang tinggi, perlu adanya suatu motivasi yang kuat dalam proses pengelolaannya. Pemerintah dan stakeholder yang terlibat harus benar benar jeli melihat peluang yang ada.

Dalam berita yang dimuat oleh Surya.co.id pada hari Senin, 26 Agustus 2019 Teguh Pramono menjelaskan bahwa “Selama 3 Tahun terakhir kunjungan wisatawan ke Jawa Timur meningkat. Naiknya kunjungan wisatawan tersebut mendorong perkembangan jasa akomodasi seperti hotel berbintang, homestay dan penginapan lainnya.” Dukungan dari berbagai *stakeholder* akan memberikan suatu akselerasi terhadap sektor pariwisata agar dapat mengembangkan destinasi wisata yang ada. Banyaknya lokasi pariwisata dengan berbagai macam jenis yang

ditawarkan di Provinsi Jawa Timur menjadikan daya Tarik tersendiri. Karna setiap wisatawan mempunyai kegemaran yang berbeda dalam berwisata.

Pada provinsi Jawa Timur jenis pariwisata yang ditawarkan sangat beragam. Keanekaragaman budaya dan sejarah Indonesia, menjadi potensi besar untuk diolah menjadi wisata sejarah. Hal ini juga bisa dimanfaatkan untuk menarik kunjungan wisatawan. Berbagai bangunan bersejarah peninggalan Belanda, warisan alam dan juga museum, menjadi objek wisata sejarah yang dapat dikunjungi. Hal itu dirasakan Provinsi Jawa Timur yang memiliki segudang potensi wisata sejarah. Mulai dari *House Of Sampoerna*, Wisata Religi Makam Sunan Bonang, Desa Kemiren, Jembatan Merah, Monumen Kapal Selam Surabaya, hingga Monumen Panglima Besar Jenderal Soedirman. Semua memiliki keberagaman dan nilai sejarah tersendiri.

Menariknya, Jawa Timur banyak digemari wisatawan karena keanekaragaman pariwisatanya tersebut. Keberanekaragaman jenis pariwisata di Jawa Timur menjadikan provinsi ini mendapatkan nilai tambah sebagai tujuan destinasi wisata. Pariwisata yang ada tersebut, jika dikelola dengan sebaik mungkin akan mendatangkan keuntungan bagi pemerintah daerah dan masyarakat sekitar objek wisata. Jenis pariwisata yang dimiliki oleh Provinsi Jawa Timur antara lain :

Tabel I.5. Pariwisata di Jawa Timur

Jenis Parwisata	Macam Pariwisata
Wisata Cagar Alam	<ul style="list-style-type: none"> - Suaka Marga Satwa di Bawean - Gunung Pundak di Mojokerto - Kawah Ijen di Bondowoso - Air Terjun Coban Rondo di Batu Malang - Taman Safari di Pasuruan - Air Terjun Triguna di Probolinggo - Pasir Putih di Situbondo - Telaga Sarangan di Sarangan
Wisata Pertanian	<ul style="list-style-type: none"> - Kebun The Wonosari di Mojokerto - Desa Agro Bumiaji di Batu - Agro Wisata Kebun Belimbing Ngringinrejo di Bojonegoro - Agro Selo Tumpeng di Malang - Taman AgroMargomulyo di Kediri - Bale Tani di Jombang - Wisata Petik Apel di Batu - Agro Wisata Bakti Alam di Pasuruan - Kusuma Edukasi Pertanian di Batu - Wisata Petik Buah Naga Kebonagung di Gresik.
Wisata Buatan	<ul style="list-style-type: none"> - Wisata Bahari Lamongan. di Lamongan - Surabaya Carnival di Surabaya - Ciputra <i>Waterpark</i> di Surabaya - Jatim Park 1, 2 dan 3 di Batu Malang - Bukit Jaddih di Bangkalan - Musium Angkut di Batu - <i>Batu Night Spectacular</i> di Batu - <i>House Of Sampoerna</i> di Surabaya - Goa Maharani di Lamongan - Gumul Paradise Island di Kediri
Wisata Religi	<ul style="list-style-type: none"> - Sunan Ampel di Surabaya - Sunan Bonang di Tuban - Sunan Giri di Gresik - Gunung Mujur di Malang - Sunan Drajat di Lamongan - Aer Mata Ebhu di Bangkalan - Syeh Maulana Ishaq di Lamongan - Masjid Cheng Hoo di Surabaya - Makam Mbah Bungkul di Surabaya - Pasarean Gunung Kawi di Malang - Klenteng Kwan Sing Bio di Tuban - Makam Asmoroqondi di Tuban - Makam Ki Ronggo di Bondowoso - Makam Syeh Maulana Malik Ibrahim di Gresik - Makan Syaichona Kholil di Bangkalan

Sumber : Diolah dari berbagai sumber.

Dari Tabel I.5 bisa disimpulkan bahwa provinsi Jawa Timur merupakan provinsi memiliki destinasi wisata yang lengkap sehingga sangat menarik untuk dikunjungi. Jawa Timur memiliki 4 jenis pariwisata yang mana di setiap kabupaten memiliki destinasi unggulannya masing-masing. Lokasi masing - masing destinasi di Jawa Timur juga memiliki akses yang mudah sehingga menjadi pilihan wisatawan. Dalam Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKj-IP) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur tahun 2017, dinyatakan bahwa keberlimpahan pariwisata yang ada di Jawa Timur tersebar di seluruh daerahnya dengan total 784 destinasi wisata yang terdiri dari 199 pariwisata buatan, 265 pariwisata alam, dan 320 budaya. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Jawa Timur juga mengatakan “Jawa Timur memiliki destinasi yang lengkap. Mulai dari wisata alam, wisata kota, hingga wisata religi dan sejarah. Namun yang cukup menarik perhatian adalah wisata religi”, ujar Sinarto dalam keterangannya, Rabu (10/7/2019). . (<http://m.detik.com>, diakses 22 Agustus 2019)

Lokasi bersejarah yang menjamur di provinsi Jawa Timur menjadi pertimbangan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur untuk mengembangkannya sebagai destinasi wisata, salah satunya adalah wisata religi. Dikenalnya penduduk Jawa Timur yang masih agamis semakin memperkuat berkembangnya wisata religi sehingga menjadi sasaran wisatawan nusantara bahkan wisatawan asing. Ketua *Association Of The Indonesia Tours And Travel Agencies* (Asita) Jawa Timur, Arifudinsyah mengatakan rata-rata pergerakan wisatawan domestik yang melakukan kunjungan ziarah ke makam Wali Songo mencapai 45 juta wisatawan pertahun. “Jumlah pergerakan wisatawan ke Wali Songo tersebut meningkat rata-rata 5% - 10% per tahun. Bahkan saat kondisi ekonomi kurang baik, destinasi wisata ziarah ini paling stabil di antara yang lainnya.” Ujarnya seusai penandatanganan *Memorandum of Agreement* antara Asuransi Buana *Independent – Tune Protect* dan Asita, Senin (25/2/2019). (<http://m/bisnis.com>, diakses 22 Agustus 2019)

Tabel I.6. 9 Besar Daya Tarik Wisata Religi di Jawa Timur yang di Kunjungi Wisatawan Nusantara 2017

Nama Pariwisata	2017
Sunan Bonang	2.144.753
Makam Asmoroqondi	1.900.695
Sunan Giri	1.211.767
Sunan Ampel	915.000
Makam Gusdur	856.595
Makam Maulana Malik Ibrahim	741.861
Makam Aer Mata Ebu	555.031
Makam Bung Karno	554.724
Makam Syaichona Kholil	543.448

Sumber : Disbudpar Prov Jatim 2018.

Tabel I.6 Dapat disimpulkan bahwa peminatan wisatawan dalam rangka wisata religi di duduki oleh wisata religi sunan bonang yang terletak di kabupten Tuban dengan capaian angka 2.144.753 Pengunjung. Kemudian di susul oleh Makam Asmoroqondi yang lokasinya juga berada di Kabupaten Tuban dengan jumlah 1.900.695 kunjungan wisatawan. Di urutan ketiga terbanyak adalah sunan giri yang terletak di Kabupaten Gresik dengan jumlah 1.211.767 wisatawan. Kunjungan wisatawan terendah yakni Makam Syaichona Kholil di Kaputen Bangkalan yang hanya dikunjungi 543.448 wisatawan. Sedangkan Kabupaten Bangkalan menjadi ikon sebagai kota santri yang mana tingkat religi masyarakatnya masi kuat.

Masyarakat Bangkalan terkenal sebagai masyarakat yang sangat taat pada agama, Perwujutan tersebut masi terasa dengan adanya hubungan yang erat antara agama dan kehidupan sehari-hari. Di perdesaan hampir semua rumah memiliki langgar (tempat ibadah keluarga seperti musholla). Dan pada setiap desa sekurang-kurangnya pasti memiliki satu masjid. Kiai menduduki peranan penting yang sangat di hormati baik dalam agama maupun peristiwa kegamaan dan aktivitas sehari-hari pada umumnya. Kehidupan keagamaan masih sangat berakar kuat dalam adatnya, salah satunya adalah selamatan yakni kegiatan yang

dilakukan untuk mengenang dan mendoakan para leluhur dan keluarga disetiap malam jumat dan disetiap tahunnya. Kebiasaan unik lainnya adalah perayaan hari besar islam seperti tajin sora, bulan safar, bulan rasol dll. Para remaja Bangkalan umumnya mengenyam pendidikan di sebuah pondok pesantren. Menariknya lagi tidak hanya remajanya saja akan tetapi juga banyak yang menjadi santri sejak lulus Sekolah Dasar (SD). Tradisi masyarakat Bangkalan yang menarik lainnya yaitu ziarah kubur kepada para wali karna bagi masyarakat Bangkalan para wali memiliki sifat mulia begitupula jasa yang harus dikenang dan dihormati sebagai tanda rasa hormat kepada leluhur. Masyarakat mempercayai ziarah kepada para wali dapat mendatangkan keberkahan. Hal yang dijelaskan di atas tersebut menjadikan sebuah keunikan tersendiri jika dibandingkan dengan Kabupaten/Kota lainnya yang berhasil menjadi top 9 kunjungan wisata religi.

Makam Syaichona Kholil saat ini di Kota Bangkalan mempunyai daya tarik yang besar untuk dikunjungi tidak hanya sekedar ziarah kubur akan tetapi sudah bertransformasi menjadi tempat wisata religi. Pariwisata religi makam Syaichona Kholil saat ini telah menjadi motor penarik wisatawan lokal maupun asing. Pada Makam Syaichona Kholil di dirikan suatu masjid yang sangat indah dan megah sebagai tanda penghormatan kepada sang ulama. Wisatawan yang berkunjung tidak hanya melakukan takziah akan tetapi juga bisa memanjakan diri menikmati ukiran interior masjid yang indah dan dapat pula mengunjungi UMKM sekitar yang unik dan khas. Pedagang yang berada di sekitar tempat wisata menawarkan berbagai macam kebutuhan para wisatawan. Pedagang yang merupakan masyarakat sekitar sangat diuntungkan dengan adanya wisata religi makam Syaichona Kholil ini karena masyarakat tersebut dapat menambah penghasilan ekonomi keluarganya dengan berjualan makanan khas Madura, Pernak pernik dan aksesoris khas Madura lainnya.

Tabel I.7 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara di Makam Syaichona Kholil Tahun 2011-2019

Tahun	Jumlah	Persentase
2011	1.837.695	Menurun 1,8%
2012	1.502.247	Menurun 1,8%
2013	1.186.548	Menurun 1,1%
2014	835.976	Menurun 1,1%
2015	849.935	Meningkat 0,1%
2016	883.768	Meningkat 0,1%
2017	607.682	Menurun 0,3%
2018	441.741	Menurun 0,2%

Sumber : Disbudpar Kab Bangkalan.

Tabel I.7 menunjukkan ada peningkatan kunjungan wisatawan hanya pada tahun 2015-2016 saja. Kemudian kunjungan wisatawan cenderung naik turun ditahun berikutnya. Tahun 2011 kunjungan wisatawan hanya 1.837.695 saja. Kemudian pada tahun 2012 mulai menurun 1,8% dengan jumlah 1.502.247 wisatawan. Data yang telah dipaparkan dari tahun 2011 – 2018 sebgaaian besar mengalami penurunan di setiap tahunnya. Penurunan jumlah wisatawan yang hampir setiap tahun, menjadi tugas untuk Disbudpar agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Hal tersebut perlu dikelola dengan baik agar pada tahun berikutnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sehingga dapat menarik peluang perkembangan untuk sektor lainnya. Peningkatan kunjungan wisatawan nantinya akan mendapatkan respon yang positif dari masyarakat sekitar kawasan wisata. Masyarakat mulai membuka ruang perekonomian baru dengan membuat UMKM di sekitar masjid. Mulai dari penginapan (*homestay*), kuliner khas Bangkalan (*sate*, nasi serpang dan *topak ladhe*), aksesoris (*clurit*, *pecut*, karapan sapi) dan oleh-oleh khas Bangkalan.

Penelitian ini dianggap penting karena perkembangan pariwisata erat kaitannya dengan strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata itu sendiri. Kemajuan perekonomian di sekitar wisata religi makam Syaichona Kholil yang merupakan dampak dari perkembangan sektor pariwisata menjadi alasan penting untuk tetap selalu mengembangkan potensi wisata. Sehingga diharapkan dengan adanya pengembangan pariwisata yang baik dan tepat akan semakin memberikan *feedback* yang positif kepada masyarakat sekitar. Berkaitan

dengan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menyusun studi terkait Manajemen Strategi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mengembangkan Wisata Religi Makam Syaichona Kholil Bangkalan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Nova Riyanto pada tahun 2016. Judul penelitian tersebut adalah “*Development Strategi Of Tourism Destination In Bandung To Increase The Level Of Tourism Visit From Malaysia*”. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui strategi apa yang dipersiapkan oleh pemerintah Bandung agar dapat meningkatkan jumlah wisatawan. Sedang pada penelitian ini lebih fokus kepada manajemen strategi yang dilakukan dalam mengembangkan pariwisata makam Syaichona Kholil Bangkalan. Kegiatan pengembangan destinasi pariwisata kota Bandung menurut hasil penelitian tersebut masih kurang bahkan cenderung citranya mulai turun dan kondisi masyarakatnya kurang kesadarannya dalam ikut serta menjaga kondisi dan lingkungan yang ada sehingga dapat dikatakan statis terbukti dengan adanya data tentang jumlah dan jenis daya tarik wisata yang ada sejak 3 s.d. 5 tahun yang lalu masih belum ada penambahan bahkan malah ada pengurangan.

Kemudian penelitian dilakukan oleh Herry Nugroho tahun 2018 dalam Tugas Akhir Universitas Airlangga Fakultas Vokasi Program Studi DIII Kepariwisata/Bina Wisata dengan judul Pengembangan Daya Tarik Wisata (Studi Deskriptif Tentang Peran Masyarakat dalam Mengembangkan Bukit Jaddih Menjadi Destinasi Pariwisata). Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui upaya pengembangan objek wisata bukit Jaddih yang dilakukan oleh pihak masyarakat setempat. Serta mengetahui kendala apa saja yang timbul dalam upaya pengembangan objek wisata bukit Jaddih di Kabupaten Bangkalan tersebut. Sedangkan penelitian ini dilakukan pada wisata religi makam Syaichona Kholil di Kabupaten Bangkalan dengan tujuan yang tidak jauh beda yakni ingin mengathui manajemen strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangkalan. Dalam skripsi yang berjudul Pengembangan Daya Tarik Wisata (studi deskriptif tentang peran masyarakat dalam mengembangkan bukit Jaddih sebagai objek wisata) menyebutkan bahwa upaya yang dilakukan oleh masyarakat dengan cara memanfaatkan sumber daya alam berupa pertambangan

bukit kapur yang di modifikasi kembali sehingga mempunyai nilai lebih. Kendala yang dialami belum tersedianya fasilitas-fasilitas umum yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang sedang berkunjung seperti musholla dan gazebo.

I.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah peneliti ini adalah :

1. Bagaimana manajemen strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangkalan dalam mengembangkan wisata religi makam Syaichona Kholil?
2. Faktor apa saja yang menghambat manajemen strategi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bangkalan?

I.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan bagaimana manajemen strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bangkalan dalam mengembangkan wisata religi Makam Syaichona Kholil.

I.4. Manfaat Penelitian

I.4.1 Secara Akademis

1. Diharapkan dapat menambah dan memperkaya penelitian terkait pengembangan sektor pariwisata religi yang lebih dikenal dan diminati oleh wisatawan.
2. Sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya terkait tema penelitian serupa

I.4.2 Secara Praktis

1. Diharapkan dapat memberi informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan tentang strategi promosi pariwisata.

2. Diharapkan Pemerintah Kabupaten Bangkalan, Swasta, dan Masyarakat dalam berkerjasama memanfaatkan potensi yang ada dalam pengelolaan pariwisata religi yang dikenal dan diminati oleh wisatawan.

I.5. Landasan Teori

Untuk dapat menjelaskan suatu permasalahan yang akan diteliti dalam sebuah penelitian, Membutuhkan suatu kerangka berpikir sebagai landasan yang dijadikan pedoman penelitian dimana biasa disebut sebagai landasan teori. Teori merupakan suatu serangkaian asumsi, konsep, kontruksi, definisi dan prosisi untuk menjelaskan suatu fenomena sosial yang terjadi dengan cara merumuskan hubungan antar konsep.

I.5.1 Manajemen Strategi

I.5.1.1 Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen berasal dari Bahasa Inggris yakni “*to manage*” yang dapat diartikan dengan mengatur, mengurus, atau mengelola. Manajemen juga biasa disebut sebagai ilmu, kiat atau profesi. Dikatakan sebagai ilmu oleh Luther Gulick yang mana dikutip oleh Nanang Fattah (2009) karena manajemen dipandang sebagai suatu bidang pengetahuan yang secara sistematis berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang bekerja. Dikatakan sebagai kiat karena manajemen mencapai sasaran melalui cara-cara dengan mengatur orang lain untuk mengerjakan tugas. Dipandang sebagai profesi karena dalam manajemen dilandasi dengan keahlian khusus untuk mencapai prestasi manajemen dilandasi keahlian khusus untuk mencapai prestasi manajer yang di tuntun oleh suatu kode etik.

Meskipun manajemen cenderung mengarah pada fokus tertentu, para ahli memiliki pandangan tersendiri dalam mendefinisikan manajemen secara istilah (terminology). Menurut Malayu S.P. Hasibuan (2007) manajemen adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif, yang di dukung dengan sumber-sumber lain dalam organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan G. R. Terry (2008) mendefinisikan manajemen sebagai proses yang khas dimana terdiri atas tindakan-tindakan, perencanaan,

pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Menurut Mulyono (2009) manajemen adalah sebuah proses yang khas, yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan serta evaluasi yang dilakukan pihak pengelola organisasi untuk mencapai tujuan bersama dengan memberdayakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Dari beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah serangkaian proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, pengawasan, pengendalian dan evaluasi yang dilakukan oleh suatu organisasi dengan tujuan untuk mencapai tujuan dengan cara yang efektif dan efisien.

Strategi Pengertian strategi berasal dari bahasa Yunani klasik, yaitu *strategos* yang memiliki arti “jenderal” yang pada dasarnya diambil dari pilihan kata – kata Yunani untuk “pasukan” dan “memimpin”. Menurut Bracker (dalam Aime dkk., 2010) penggunaan kata kerja Yunani yang berhubungan dengan *strategos* ini dapat diartikan sebagai “perencanaan dan permusnahan musuh – musuh dengan menggunakan cara yang efektif berdasarkan sarana yang dimiliki”. Dirgantoro (2001) Secara harfiah strategi memiliki arti “seni dan jendral”. Kata strategi dalam Bahasa Yunani juga dapat berarti kepemimpinan dalam ketentaraan. Konotasi tersebut berkaitan dengan bagaimana manajemen puncak dapat dapat memobilisasi, mengkoordinasi, dan mengkomando pasukan seperti yang dilakukan oleh Jendral Collin Powell selama perang teluk.

Konsep strategi dapat di definisikan sebagai cara untuk mencapai suatu visi dan misi atau tujuan. Konsep tersebut sesuai dengan awal perkembangan penggunaan konsep strategi yang di terapkan dalam dunia militer. Dalam dunia militer strategi adalah cara yang digunakan untuk mengalahkan musuh oleh panglima perang dalam dunia peperangan. Sedangkan cara yang dilakukan oleh pasukan perang untuk memenangkan pertempuran biasa disebut taktik. Suatu strategi memuat serangkaian petunjuk yang menjelaskan bagaimana organisasi akan mencapai misi dan mengarahkan pada visi. Ibarat seseorang yang mempunyai

cita-cita luhur menjadi dokter professional atau berjiwa mulia, maka dia akan melakukan berbagai cara misalnya dengan belajar serius, berjiwa disiplin, rajin beribadah. Cara untuk mencapai cita –cita yang dimaksud tersebut yang dinamakan strategi. Dengan mendeskripsikan sebuah strategi maka dapat membantu suatu organisasi meluruskan dan memfokuskan arah pencapaian visi dengan panduan dan petunjuk yang jelas dan dipahami bersama”

Menurut Mardianto dan Soebianto (2013) secara konseptual strategi di artikan melalui beberapa pendekatan. Salah satu pendekatan yang ada yakni strategi sebagai suatu kegiatan, strategi adalah upaya yang dilakukan baik oleh individu maupun organisasi bahkan perusahaan dengan tujuan memenangkan persaingan, demi tercapainya tujuan yang ditetapkan. Mardiasmo menjelaskan Strategi adalah : “Teknik atau cara-cara yang digunakan organisasi untuk mencapai visi yang telah dirumuskan. Menurut Steiner dan Miner (dalam Totok dan Soebianto, 2013) Strategi mengacu pada formulasi misi, tujuan dan objektif dasar organisasi, strategi – strategi program dan kebijakan untuk mencapainya, dan metode yang diperlukan untuk memastikan bahwa strategi diimplementasikan untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.

Kata strategi mengacu pada apa yang menjadi perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus (George dan Miller, 1998) strategi merupakan “penempatan” misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran utama organisasi akan tercapai. Strategi dapat mengalami perubahan setiap saat sesuai dengan kondisi lingkungan yang mempengaruhinya. Strategi tidak statis melainkan dinamis. James Brian Quinn mengartikan strategi sebagai pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan pokok, kebijakan, dan rangkaian tindakan sebuah organisasi kedalam satu kesatuan yang kohesif. Strategi organisasi bisa berjangka panjang atau berjangka pendek. Strategi berbeda dengan taktik, Taktik adalah tindakan dan reaksi jangka pendek dan adaptif yang digunakan untuk menyempurnakan sasaran terbatas. Strategi (Iriantara, 2004) menyediakan “landasan berkelanjutan untuk mengurutkan adaptasi ini menuju tujuan yang dipahami secara lebih luas”. Sedangkan menurut

Chries, Andrew dan Bower dalam satu sisi mendefinisikan strategi sebagai pola keputusan yang ada sutatu organisasi publik atau privat yang menampilkan tujuan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rancangan untuk mencapai suatu tujuan dalam organisasi serta meningkatkan output yang baik melalui pelaksanaan yang tepat, terencana dan terkonsep. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah cara atau metode yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya, Baik tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang. Sedangkan konsep penelitian ini menggunakan manajemen strategi. Manajemen strategi menurut Wahyudi merupakan suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*) tentang keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan pada masa yang akan datang.

Menurut Freed R. David manajemen strategi adalah rancangan untuk mencapai visi misi organisasi melalui tahap perumusan, pelaksanaan, implementasi dan evaluasi keputusan-keputusan yang bersifat lintas fungsional, yang digunakan sebagai panduan tindakan bagi fungsi SDM untuk mencapai tujuan. Menurut Gluck dan Jauch (dalam Akdon, 2011) bahwa manajemen strategi merupakan suatu arus keputusan dan tindakan yang mengarah kepada perkembangan suatu strategi atau strategi-strategi yang efektif untuk membantu mencapai apa yang menjadi sasaran organisasi atau perusahaan. Arnoldo C Hax dan Nicholas S Majluk dalam bukunya strategi manajemen mendefinisikan manajemen strategi sebagai cara untuk menuntun organisasi pada sasaran utama pengembangan nilai korporasi, kapabilitas manajerial, tanggung jawab organisasi, dan sistem administrasi yang menghubungkan pengambilan keputusan strategi dan operasional pada seluruh tingkat hierarki dan melewati seluruh lini bisnis atau organisasi dan fungsi otoritasnya.

Menurut prabowo, Hasanah dan Nurhaka manajemen membutuhkan strategi seluruh fungsi manajemen dimana strategi dalam suatu organisasi harus direncanakan, diorganisasikan, dilaksanakan dan dikontrol. Pearch dan Robinson

berpendapat bahwa manajemen strategis ialah kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan implementasi strategi yang di desain untuk mencapai sasaran organisasi. Menurut Gluck dan Jauch manajemen strategi merupakan arus keputusan dan tindakan yang mengarah pada perkembangan suatu strategi atau strategi-strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran organisasi. Mulyadi menyebutkan bahwa manajemen strategi adalah suatu proses yang digunakan oleh manajer dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplemntasikan strategi dalam penyediaan *customer value* terbaik untuk mewujudkan perusahaan. Pada dasarnya manajemen strategis adalah suatu upaya manajemen dan karyawan untuk membangun masa depan perusahaan. Strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi perusahaan atau organisasi melalui misi.

Ismail sholihin (2012) manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang dihasilkan oleh proses formulasi dan implementasi rencana dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Gregory G. Dess, G.T dan Alan B. Eisner Lumpkin (2007) mendefinisikan manajemen strategi yakni : *“Strategic management is consists of the analyses, decision amd action an organization undertakes in order to creat and sustain competitive advantages”* yang artinya manajemen strategi terdiri dari analisis, keputusan dan tindakan organisasi dalam rangka menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Sedangkan Syaiful Sagala (2009) mendefinisikan manajemen strategi erat kaitannya dengan pendekatan yang bersifat integratif dengan mengedepankan secara bersama-sama seluruh elemen manajemen. Didalamnya memuat formulasi strategi dan implementasi strategi.

HI Anshof dalam bukunya *implementing strategic management* mengartikan manajemen strategis sebagai proses manajemen, hubungan antara organisasi atau perusahaan dengan lingkungan, terdiri dari perencanaan strategis, perencanaan kapabilitas dan manajemen perubahan. Sedangkan menurut Prof Soekanto Rekso Hadi Prodjo, M.com.M.A.Ph.D Manajemenen strategi adalah upaya untuk mengelola strategi suatu organisasi atau bisnis agar tercapai

tujuannya. Sedangkan definisi manajemen strategi menurut Carpenter, Mason A, Sanders dalam bukunya yang berjudul “*Strategic Management A Dynamic perspective concepts and cases*” Halaman 34 menyatakan bahwa : Manajemen strategik adalah sebuah cara yang dikordinasi oleh organisasi mengejar sasaran dan tujuannya. Strategi demikian memiliki pola tindakan yang telah diambil dan mereka yang direncanakan akan diambil oleh organisasi dalam mencapai tujuan. Dirgantoro mendefinisikan manajemen strategi adalah proses berkesinambungan yang membuat organisasi secara keseluruhan dapat selalu responsif terhadap perubahan-perubahan dalam lingkungannya baik bersifat internal maupun eksternal.

Menurut Guniggle dan Moore (dalam Irwanto, 2017) manajemen strategis berkaitan dengan keputusan kebijakan yang akan mempengaruhi seluruh organisasi, mempengaruhi seluruh sasaran sehingga menempatkan organisasi untuk dapat mengatasi lingkungannya dengan efektif. Menurut Amstrong (dalam Irwanto, 2017) manajemen strategi diartikan manajer melihat ke muka pada sesuatu yang akan dicapai dimasa yang akan datang. Nuryadin menyatakan manajemen strategi merupakan suatu proses yang berisi pengarahan usaha strategis dan menjamin strategi tersebut dilaksanakan dengan baik sehingga dapat menjamin strategi tersebut dilaksanakan dengan baik sehingga menjamin kesuksesan organisasi dalam jangka panjang. Menurut Sondang P. Siagian, manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak yang diimplementasikan oleh seluruh jajaran pada suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Dua pakar manajemen strategis yaitu A. Bark Ibrahim dan Kamal Arghyed dalam Azhar Arsyad (2003) mengemukakan definisi manajemen strategi sebagai berikut :

“Strategic Management is the systematic and continous process of selecting, implementing and evaluating strategic choices. These decisions must be congruent with the organization’s mission, objective and internal and external capabilities, for they will set the tone for the entire organization”.

Menurut Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck (dalam Iwan 2007) Manajemen strategi sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Proses manajemen yaitu cara dengan jalan mana pencari strategi menentukan sasaran dan pengambilan keputusan. Sedangkan menurut Huger J David dan Wheelen, Thomas L (dalam Iwan, 2017) strategis merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang dapat menentukan kinerja perusahaan dalam waktu jangka panjang. Nawawi menjelaskan manajemen strategi adalah proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya yang dibuat manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh anggota didalam organisasi untuk mencapai tujuannya. Menurut YIPD (dalam Iwan, 2007) manajemen strategis yakni suatu cara pengelolaan organisasi atau program yang dilakukan dengan memperhatikan lingkungan eksternal dan lingkungan internal atau program tersebut. Dalam manajemen strategi terdapat dua bagian yang saling berkaitan yaitu perencanaan strategis dan pelaksanaan pengelolaan dari hasil perencanaan strategis tersebut.

Acuan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendapat dari Fred R. David yang mendefinisikan manajemen strategi sebagai rancangan untuk mencapai suatu visi misi organisasi melalui proses perencanaan strategi, pelaksanaan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Dari pembahasan di atas jelas bahwa pada dasarnya yang dimaksud dengan manajemen strategi bagi organisasi pada umumnya ialah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan.

1.5.1.2 Sejarah Manajemen Strategi

Awal mula perkembangan manajemen strategi, manajemen strategi disebut sebagai kebijakan (*policy*). Yakni sebagai arahan organisasi itu sendiri. Sebagai ilmu manajemen strategi dirintis oleh sekolah-sekolah bisni di Amerika Serikat

seperti the Wharton School di Universitas Pennslyana dan Harvard Bussines School di Universitas Harvard. Ketika itu Harvard menggunakan istilah sebagai kebijakan bisnis. Sampai awal 1970-an, pendekatan yang digunakan pada kajian manajemen strategi merupakan lintas disiplin. Keterkaitan manajemen strategi dengan disiplin ilmu lainnya merupakan suatu keniscayaan. Strategi nerhubungan dengan ilmu politik, ekonomi, sosiologi, psikologi dan perilaku organisasi. Pemikiran utama dalam ilmu ekonomi, dari mulai masa Adam Smith sampai sekarang terpaku kepada masalah pasar. Jarang sekali ditemukan perhatiannya kepada perusahaan yang menggunakan hirarki manajerial untuk perencanaan suatu koordinasi.

Secara historis, sebagaimana yang dikemukakan oleh Rumel et al para ahli telah mengemukakan konsep, kerangka kerja dan teori dalam berbagai disiplin sesperti Mc.Kinsey & Co yang telah menulis tentang strategi di tahun 1930 . Robinson dan Chamberlin 1993 telah mengembangkan teorinya menjadi persaingan tidak sempurna. Tahun 1934 Schumper mengembangkan inovasi kewirausahaan dana gen kreatif sebagai alternatif dalam menjelaska konsep persaingan dalam ilmu ekonomi. Perkembangan manajemen strategi sampai pada tahun 1970-1980 telah terjadi transisi yang berorientasi pada penelitian. Pada periode ini muncul dominasi Harvard yang ingin dicapai dengan pendekatan lontas disiplin dalam penelitian strategic untuk (1) kontekstual (2) melihat bagaimana manajemen strategi terkait dengan lintas disiplin. Sehingga manajemen strategi banyak digunakan karna masuk akal jika digunakan pada lintas disiplin.

I.5.1.3 Ruang Lingkup Manajemen Strategi

George A. Steiner dan John B. Miner menyatakan bahwa manajemen strategi merupakan istilah yang digunakan untuk mengidentifikasi perumusan kebijakan atau strategi puncak perusahaan atau organisasi dan implementasinya dalam organisasi publik dan swasta. Secara umum ruang lingkup manajemen strategis sangat luas, baik dari segi internal maupun eksternal. Akan tetapi ruang lingkup kajian manajemen strategis bergerak atas dasar pemahaman antara lain :

1. Mengkaji dan menganalisis dampak penerapan manajemen strategis kepada internal organisasi khususnya pada perbaikan yang bersifat berkelanjutan
2. Menempatkan konstruksi manajemen strategis sebagai dasar pondasi organisasi dalam memutuskan setiap keputusan, khususnya keputusan yang berhubungan dengan keuntungan dan ekspansi organisasi. Artinya memfokuskan terhadap pekerjaan dalam pencapaian kedua sisi tersebut mengacu kepada konstruksi manajemen strategis.
3. Menjadikan ilmu manajemen strategis sebagai *base thinking* dalam membangun berbagai rencana termasuk rencana produksi, pemasaran, personalia dan keuangan.

Dari berbagai penjelasan dan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah suatu ilmu yang digunakan dalam membuat dan merumuskan dalam pembuatan keputusan. Dengan menggunakannya manajemen strategi dalam organisasi sebagai suatu kerangka kerja, manajemen strategi bertujuan untuk menyelesaikan masalah perumusan strategi dalam organisasi terutama yang berkaitan dengan persaingan dan kiat-kiat pengembangan dalam organisasi. Beberapa fungsi dari manajemen strategi diantaranya adalah :

- a. Memberikan arah untuk jangka panjang yang akan dituju;
- b. Membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi;
- c. Membuat suatu organisasi mencapai tujuan dengan efektif.

Pemilihan konsep manajemen strategi dalam penelitian ini dirasa sangat tepat. Hal ini dapat dilihat dari adanya fenomena yang berasal dari proses manajerial strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Peran manajemen strategi dalam suatu organisasi apabila diimplementasikan akan mendorong individu dalam organisasi dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sebaik mungkin. Karna sebuah agenda berupa visi dan misi organisasi

perlu melakukan langkah strategis dan taktik yang tepat sehingga langkah yang diambil dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

I.5.1.4. Proses Manajemen Strategi

Suatu proses manajemen strategi pada suatu organisasi dituntut untuk terus menerus memonitori peristiwa yang terjadi pada organisasi agar dapat melakukan perubahan dengan tepat waktu. Agar organisasi tersebut dapat berkembang maka harus mampu beradaptasi dengan menyesuaikan diri terhadap perubahan. Tujuan dari proses manajemen strategi untuk dapat memungkinkan organisasi menyesuaikan diri secara efektif untuk berubah dalam jangka panjang. Proses manajemen strategi dapat diuraikan sebagai suatu pendekatan yang objektif, logis, sistematis untuk membuat suatu keputusan besar dalam suatu organisasi. Proses manajemen strategi berusaha untuk mengorganisasikan suatu informasi kualitatif dan kuantitatif dengan cara yang sangat memungkinkan untuk mengambil keputusan efektif dalam kondisi yang tidak menentu.

Menurut David Fred R (2006) ada tiga tahapan dalam proses manajemen strategi yaitu :

1. Perencanaan Strategi

Pada tahap ini mencakup pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman internal maupun eksternal organisasi, menentukan kekuatan internal dan eksternal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternative strategi, dan memilih strategi tertentu yang dilaksanakan.

2. Implementasi Strategi

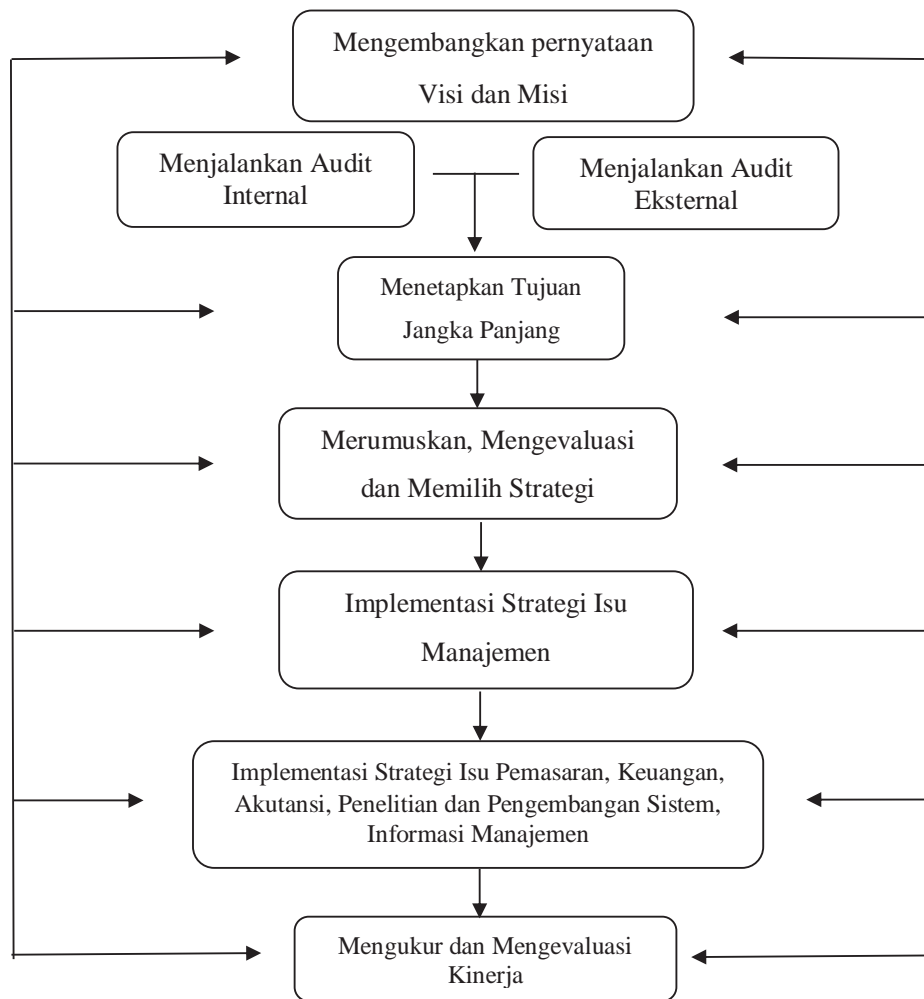
Proses dimana manajemen mewujudkan strategi dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur.

3. Evaluasi Strategi

Alat utama yang digunakan pada organisasi untuk mendapatkan informasi mengenai keberhasilan strategi yang dijalankan. Tiga aktivitas dasar strategi

dari evaluasi strategi yakni meninjau ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi saat ini, mengukur kinerja. Ketiga proses manajemen strategi yang terdiri dari Formulasi atau perencanaan strategi, Implementasi Strategi, Evaluasi Strategi dapat dilihat model komperhensifnya pada gambar berikut ini:

Gambar 1.1 Proses Manajemen Strategi



Sumber : Model Komperhensif Manajemen Strategi David (2006)

Perumusan suatu strategi terdiri dari kegiatan-kegiatan berupa pengembangan visi dan misi pada organisasi, dengan mengenali terlebih dahulu berbagai peluang dan ancaman, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan objektif jangka panjang, sehingga dapat menghasilkan strategi apa

yang akan digunakan untuk jangka panjang dalam organisasi. Implementasi strategi selanjutnya akan diterapkan dalam organisasi dengan tujuan utama yang dibangun. Tahapan terakhir dalam manajemen strategis yakni evaluasi strategi dengan mengidentifikasi hal apa yang tidak berfungsi dengan baik dalam proses implementasi untuk diperbaiki dan dimodifikasi kembali agar dapat terlaksana dengan baik.

Proses manajemen yang lain dikemukakan oleh Sondang. P. Siagian yang menyebutkan ada 12 tahapan yang dilalui dalam manajemen strategi, Tahapan tersebut meliputi :

1. Perumusan misi organisasi;
2. Penentuan profil organisasi;
3. Analisis dan pilihan strategis;
4. Penetapan sasaran jangka panjang;
5. Penentuan strategi induk;
6. Penentuan strategi operasional;
7. Penentuan sasaran jangka pendek;
8. Perumusan kebijaksanaan;
9. Pelembagaan strategi;
10. Penciptaan sistem pengawasan;
11. Penciptaan sistem penilaian;
12. Penciptaan sistem umpan balik.

Dalam proses manajemen strategi yang dikemukakan oleh beberapa ahli tersebut peneliti menggunakan konsep David Freed R yang mana menggunakan tiga tahap proses manajemen strategi yaitu formulasi perencanaan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi.

I.5.1.5. Aspek – aspek Manajemen Strategi

Sukanto Reksohadiprojo (dalam Dirgantoro, 2004) mengungkapkan aspek-aspek dari manajemen strategi adalah pengungkapan visi dan misi badan usaha, penentuan tujuan –tujuan, menciptakan strategi, mengimplementasikan dan

melaksanakan strategi serta menilai kinerja dan melaksanakan penyesuaian – penyesuaian serta tindakan korektif. Sedangkan menurut Thompson dan Strickland dalam bukunya *Strategic Manajemen* yang telah diterjemahkan kepada Bahasa Indonesia secara umum manajemen strategi memiliki aspek-aspek yang senantiasa dipertimbangkan ketika menentukan strategi yang akan dilaksanakan. Aspek-aspek tersebut antara lain :

a. Mengembangkan Visi Organisasi

Setiap organisasi tentunya memiliki misi pernyataan mengenai maksud organisasi. Misi tersebut menjawab pertanyaan : apakah alasan kita untuk berada dalam organisasi ini? Dan penting pula bagi manajer untuk mengidentifikasi sasaran terkini yang ada dan strategi apa yang digunakan.

b. Mengatur Tujuan Organisasi

Mengetahui terlebih dahulu apa yang menjadi tujuan organisasi itu berdiri, sebelum merumuskan strategi yang akan digunakan dan sebagainya.

c. Merumuskan Strategi untuk Mencapai Tujuan

Para manajer perlu menyusun dan mengevaluasi berbagai alternative strategi dan selanjutnya memilih strategi yang saling mendukung dan melengkapi serta strategi yang memungkinkan organisasi mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang bagi lingkungan yang baik.

d. Mengimplementasikan dan melaksanakan strategi

Setelah merumuskan, strategi harus diimplementasikan. Strategi akan efektif jika implementasinya bagus. Tanpa peduli betapa efektifnya organisasi telah merencanakan strateginya, organisasi tersebut tidak akan berhasil jika strateginya tidak diimplementasikan dengan baik.

e. Evaluasi Hasil

Berikut adalah langkah terakhir dari aspek manajerial strategi. Dengan mempertanyakan sudah seberapa efektifkan suatu strategi itu diimplementasikan? Dan apakah hasilnya akan menjadi rekomendasi atau masukan bagi penyempurnaan pada manajemen strategi berikutnya.

1.5.1.6. Sifat Manajemen Strategi.

Menurut Suwarjono (2000) dalam bukunya “Manajemen Strategis”, karena strategi adalah suatu alat untuk mencapai tujuan baik yaitu tujuan organisasi atau perusahaan, maka manajemen strategi memiliki beberapa sifat antara lain :

1. Menyatu (*unifed*); yaitu menyatukan seluruh bagian-bagian dalam organisasi atau perusahaan.
2. Menyeluruh (*comprehensive*) ; yaitu mencakup seluruh aspek dalam suatu organisasi atau perusahaan.
3. Integral (*integrated*) ; yaitu seluruh strategi akan cocok/sesuai dari seluruh tingkatan (*corporate, business, and functional*)

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa manajemen strategi merupakan sekumpulan cara secara keseluruhan yang dilakukan oleh lembaga, instansi ataupun organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan melihat peluang dan ancaman secara eksternal, menggunakan kemampuan internal dan sumber daya untuk mencapainya dengan rencana cermat untuk mencapai sebuah sasaran khusus.

1.5.1.7. Kegagalan Manajemen Strategi

Andrew Campbell dan Marcus Alexander (Toufiqurohman, 2016) mengidentifikasi sekurang-kurangnya terdapat tiga alasan mengapa suatu manajemen strategi dapat gagal dalam mengatur suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai sasaran dan tujuan. Ketiga hal tersebut adalah :

1. Strategi tanpa arah (*directionless strategi*) : kegagalan membedakan purposes (apa yang akan dilakukan organisasi) *dengan constraints* (apa yang harus dilakukan organisasi agar dapat bertahan). Organisasi yang gagal memahami constraints yang dimilikinya dan salah membacanya sebagai *purposes*, akan cenderung terhempas.
2. Kelumpuhan Perencanaan (*Planning paralysis*) : Kegagalan dalam menentukan pijakan awal untuk bergerak mencapai tujuan menyebabkan

terjadinya perencanaan yang lumpuh akibat kebingungan dalam pelibatan proses penyusunan strategi. Koordinasi setiap anggota yang berkepentingan menentukan berhasil tidaknya tujuan.

3. Terlalu fokus pada proses (*good strategi vs planning process*) : Sering kali manajer atau pimpinan berharap untuk dapat suatu strategi baru yang lebih baik. Sayangnya keberhasilan seringkali tidak bergantung pada proses perencanaan saja, tetapi lebih kepada kesanggupan terhadap penerapan perencanaan strategi dengan baik.

I.5.2. Pariwisata

I.5.2.1. Pengertian Pariwisata

Pendit (2003), menjelaskan bahwa istilah pariwisata pertama kali diperkenalkan oleh dua budayawan pada sekitar tahun 1960, yaitu Moh. Yamin dan Prijono. Kedua budayawan ini memberikan masukan kepada pemerintah saat itu untuk mengganti istilah *tour* agar sesuai dengan bahasa khas Nusantara. Istilah pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari yang berarti banyak, berkali – kali atau berputar putar. Wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, pariwisata didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan secara umum pariwisata yaitu suatu perjalanan yang dilakukan sekelompok orang atau individu yang dilaksanakan hanya sementara waktu dari tempat satu ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan tujuan mencari nafkah ditempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut World Tourism Organization (WTO), Pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian atau tinggal di suatu tempat diluar lingkungannya dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan,

bisnis ataupun tujuan lainnya. (Kaseke,1999) Menurut Undang-undang No. 9 Tahun 1990, kepariwisataan merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan dan pengusahaan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana wisata, usaha jasa pariwisata, serta usaha-usaha lain yang terkait. (Kaseke,1999).

Pengertian Pariwisata menurut Norval menyatakan bahwa pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu Negara, kota atau wilayah tertentu. Sedangkan Hunziker dan Kraft (dalam Mujadi dan Andri, 2010) memberikan pengertian pariwisata, keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dimana perjalanannya tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah.

Intosh dan Goelder mendefinisikan pariwisata sebagai ilmu atau seni dan bisnis yang dapat menarik dan menghimpun pengunjung termasuk di dalamnya akomodasi dan kuliner yang diminati pengunjung. Menurut Hunziker dan Kraft, Pariwisata adalah gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing atau keseluruhan hubungan perjalanan itu tidak untuk bertempat tinggal menetap yang tidak ada hubungan dengan kegiatan untun mencari nafkah sehingga dalam melakukan perjalanan tersebut hanya mencari sesuatu yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Menurut Pitana (2004) definisi pariwisata mengandung beberapa unsur pokok yaitu :

1. Perjalanan yang sengaja dilakukan oleh individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain.
2. Adanya unsur tinggal sementara di tempat yang bukan tempat tinggalnya
3. Tujuan utama atau pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari atau penghidupan pekerjaan di tempat yang akan dituju.

Herman V Schulalard (Suwena dan Widyatmaja, 2017) Kepariwisata adalah sejumlah kegiatan, terutama yang berkaitan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, daerah atau negara. E. Guyer Freuler (dalam Suwena dan Widyatmaja, 2017) Pariwisata dalam arti modern merupakan fenomena dari zaman saat ini yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan kecintaan yang disebabkan oleh pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat. Prof. K. Krapt, (dalam Suwena dan Widyatmaja, 2017) Kepariwisata merupakan keseluruhan dari pada gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara, asalkan pendiaman itu tidak tinggal menetap maka dan tidak memperoleh penghasilan dari efektifitas yang bersifat sementara itu pendiaman tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari efektifitas yang bersifat sementara itu.

Prof. Salah Wahab, (dalam Suwena dan Widyatmaja, 2017) Pariwisata itu merupakan suatu aktifitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (diluar negeri) meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain (daerah tertentu), suatu negara atau benua untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dalam memperoleh pekerjaan. Prof. Hans Buchli, (dalam Suwena, Widyatmaja, 2017) Kepariwisata adalah setiap peralihan tempat yang bersifat sementara dari seorang atau beberapa orang, dengan maksud memperoleh pelayanan yang diperuntukan bagi kepariwisataan itu oleh lembaga-lembaga yang digunakan untuk maksud tertentu.

Pariwisata menurut James J. Spillane (1987) adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas-tugas dan lain-lain. James J juga menjelaskan bahwa dalam pariwisata terdapat beberapa unsur, ada beberapa unsur yang dikemukakan yaitu 1) *Attraction* (daya tarik); 2) *Facilities* (Fasilitas – fasilitas yang diperlukan); 3)

Infrastructure (Infrastruktur); 4) *Transportation* (Transportasi); 5) *Hospitality* (Keramahan).

Pengertian pariwisata yang dipaparkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur (2000) mengandung lima unsur yakni :

- a. Unsur manusia (wisatawan)
- b. Unsur Kegiatan (perjalanan)
- c. Unsur Motivasi (menikmati)
- d. Unsur Sasaran (objek dan daya tarik wisata)
- e. Unsur Usaha

Pelaku pariwisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Damanik memaparkan bahwa ada beberapa pelaku pariwisata, mulai dari wisatawan, industry pariwisata atau penyedia jasa, pendukung pariwisata, pemerintah, masyarakat lokal serta lembaga swadaya masyarakat (LSM/NGO). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan pada pasal 1 dijelaskan bahwa Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Menurut *Union of Official Travel Organization (UIOTO)* mengartikan pariwisata sebagai setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu daerah negara diluar tempat tinggal dengan tujuan apapun selain melakukan aktivitas untuk memperoleh upah. Menurut UIOTO dalam Damardjati (2001) kata wisatawan harus diartikan sebagai berikut:

- a. Orang yang berpergian untuk bersenang-senang untuk kepentingan keluarga, kesehatan, dll.
- b. Orang yang berpergian untuk kepentingan usaha
- c. Orang-orang yang datang dalam rangka perjalanan wisata walaupun mereka singgah kurang dari 24 jam.

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau individu maupun kelompok secara terus menerus dengan tujuan untuk memperoleh kesenangan.

I.5.2.2. Fungsi dan Tujuan Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Bab II Pasal 3 menyebutkan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Bab II Pasal 4 menyebutkan bahwa kepariwisataan bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- c. Menghapus kemiskinan;
- d. Mengatasi pengangguran;
- e. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
- f. Memajukan kebudayaan;
- g. Mengangkat citra bangsa;
- h. Memupuk rasa cinta tanah air;
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- j. Mempererat persahabatan antarbangsa.

I.5.2.3. Faktor Pendorong Pariwisata

Berikut merupakan faktor-faktor pendorong pariwisata menurut Pitana :

- a. *Escape*, yaitu ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan majemuknya, atau kejenuhan dari rutinitas sehari-hari.
- b. *Relaxtion*, yaitu keinginan untuk penyegaran. Yang juga berhubungan dengan motivasi untuk *escape* diatas
- c. *Play*, yaitu ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan yang merupakan kemunculan kembali sifat kekanak-kanakan dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
- d. *Strengthening family bond*, yaitu ingin mempererat hubungan kekeluargaan khususnya dalam konteks (*visiting, friend and relatives*). Biasanya wisata ini dilakukan bersama-sama (*group tour*)

- e. *Prestige*, yaitu ingin menunjukkan gengsi dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, dimana merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau *social standing*.
- f. *Sosial Interaction*, yaitu untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sebaya, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
- g. *Romance*, yaitu keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantic.
- h. *Educational opportunity*, yaitu keinginan untuk melihat suatu yang baru, mempelajari orang lain dan daerah lain atau mengetahui kebudayaan etnis lain. Ini merupakan pendorong dominan dalam pariwisata
- i. *Self-fulfilment*, yaitu keinginan untuk menemukan diri sendiri, karena biasanya hal tersebut bisa ditemukan ketika kita berada di daerah baru atau bersama orang baru.
- j. *Wish-fulfilment*, yaitu keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama dicita-citakan. Sampai mengorbankan diri dalam bentuk penghematan. Agar bisa melakukan perjalanan pariwisata.

I.5.2.4 Jenis – Jenis Pariwisata

Seorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata biasanya sekedar untuk *refreshing* dan untuk berjalan-jalan. Selain dari itu ada yang melakukan perjalanan wisata dengan kegiatan berupa urusan bisnis ke suatu daerah tertentu. Ada beberapa jenis pariwisata yang berdasarkan tujuan seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata.

Menurut Ismayanti dalam Pranata jenis wisata dibagi menjadi beberapa jenis yakni sebagai berikut:

1. Wisata Kuliner

Wisata ini tidak semata-mata hanya untuk mengenyangkan dan memanjakan perut dengan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, tetapi juga mendapatkan pengalaman yang menarik juga menjadi motivasinya.

2. **Wisata Olahraga**
Wisata ini memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Kegiatan dalam wisata ini dapat berupa kegiatan olahraga yang aktif mengharuskan wisatawan melakukan gerakan olah tubuh secara langsung. Kegiatan yang lain disebut kegiatan pasif. Dimana wisatawan tidak melakukan gerak olah tubuh, tetapi menjadi penikmat dan menjadi pecinta olahraga saja.
3. **Wisata komersial**
Wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
4. **Wisata bahari**
Perjalanan yang banyak dikaitkan dengan dengan olahraga air seperti danau, pantai, air laut.
5. **Wisata industri**
Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan mahasiswa atau pelajar, orang-orang awam ke suatu tempat perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan penelitian.
6. **Wisata Bulan Madu**
Suatu perjalanan yang dilakukan bagi pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.
7. **Wisata Cagar Alam**
Jenis wisata yang banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau cagar alam, Taman lindung, pegunungan, hutan daerah dan sebagainya, yang kelestariannya dilindungi oleh Undang-Undang.
8. **Wisata Religi**
Jenis wisata religi ini sebuah perjalanan yang dilakukan individu atau kelompok dengan mengunjungi tempat institusi yang merupakan penting dalam penyebaran dakwah dan pendidikan islam.
9. **Wisata Budaya**

Jenis pariwisata ini dilakukan karena adanya keinginan untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat daerah lain, selain itu untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat, dan lain-lain.

Berdasarkan beberapa jenis wisata diatas dapat berkembang dikemudian hari, seiring dengan berubahnya ketertarikan dan keinginan dari pengunjung atau wisatawan. Dalam konteks penelitian ini termasuk kepada jenis wisata religi, dimana wisata yang dilakukan dengan mengunjungi tempat institusi yang dirasa penting jasanya dalam penyebaran dakwah islam.

I.5.2.5 Pariwisata Religi

Potensi pariwisata yang berkembang di Indonesia saat ini yakni wisata religi atau yang disebut ziarah. Kata ziarah berasal dari Bahasa arab *ziyarah* yang artinya kunjungan, baik kepada orang yang masih hidup maupun yang sudah meninggal. Secara teknis ziarah kata ini menunjukkan pada serangkaian aktifitas mengunjungi makam tertentu, seperti makam para Nabi, Syuhada, Wali, Syaichona, Pahlawan, Orang tua, Kerabat dan lain sebagainya. Ziarah yang saat dikenal sebagai sebutan wisata religi merupakan panggilan agama untuk mengingatkan pada dua hal yakni kehidupan orang yang diziarai dan akibat dari perbuatan yang dilakukan di hari kemudian. Ziarah juga merupakan amalan yang bertujuan untuk melihat dari dekat tempat-tempat bersejarah dan untuk menyaksikan secara nyata tempat-tempat penting dalam perkembangan agama islam, agar dapat mempertebal iman.

Wisata Religi menurut Fathoni adalah bagian aktifitas dakwah yang menawarkan wisata baik pada objek dan daya tarik wisata bernuansa agama maupun umum, yang mampu menggugah kesadaran masyarakat akan ke-Maha Kuasaan Allah SWT dan kesadaran agama. Menurut Shihab wisata religi merupakan sebuah perjalanan yang dilakukan individu atau kelompok untuk ke tempat institusi yang merupakan penting dalam penyebaran dakwah dan

pendidikan islam. Pendit menjelaskan bahwa pariwisata religi banyak dikaitkan dengan adat istiadat, agama dan kepercayaan ummat atau kelompok atau masyarakat.

Ruslan (Nyoman, 1994) mendefinisikan Wisata religi sebagai wisata yang lebih mengarah kepada wisata ziarah (wisata keagamaan) untuk mengunjungi makan atau kubur. Nyoman Wisata religi merupakan suatu kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, kepuasan serta pengetahuan. Wisata religi banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ketempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, kebukit atau kegunung yang dianggap keramat. Tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh lagenda. Jadi dapat disimpulkan wisata religi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan dan dianggap keramat dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan, kepuasan serta pengetahuan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Rinshede (1992) dalam judulnya "Form Of Religion Tourism" menjelaskan bahwa wisata religi memiliki daya tarik tersendiri dengan nilai-nilai kerohanian dan toleransi antar umat beragama yang dapat menjadi pedoman bagi kehidupan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan tersebut, penelitian Zanne (2010) mengenai *Epistemological Aspec Of Religious Tourism In Rural Areas* menjelaskan bahwa wisata religi merupakan fenomena yang berkembang dimana memiliki sikap hormat terhadap leluhur. Khususnya terhadap keberadaan suatu makam yang pada mulanya lekat pada nuasa spiritual. Selain itu, paparan tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kiran (2010) yang berjudul *Enterpreunership And Indigeneus Enterpreneus In Religious Tourism In India* memaparkan bahwa perkembangan wisata religi di india mampu membangun semangat kebangsaan, apresiasi terhadap seni budaya dan toleransi antar umat beragama.

Wisata religi dapat dimaknai sebagai suatu kegiatan wisata yang dilakukan ke tempat yang mempunyai makna tersendiri biasanya berupa tempat yang memiliki makna khusus seperti dibawah ini :

- a. Masjid yang dijadikan sebagai pusat keagamaan dimana digunakan untuk menunaikan ibadah solat, iktikaf, tadarus, adzan dan iqomah
- b. Makam dalam tradisi jawa, yakni tempat yang sakral. Makam dalam Bahasa jawa merupakan penyebutan yang lebih tinggi (hormat) pasarean, sebuah kata benda yang berasal dari sare (tidur) yang mana dalam pandangan tradisional merupakan tempat peristirahatan.
- c. Candi sebagai unsur pada zaman purba yang kemudian kedudukannya diganti oleh makam.

Ruslan menyebutkan tujuan dari wisata religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman untuk menyampaikan syiar islam diseluruh dunia, yang dijadikan sebagai perjalanan untuk mengingat ke-Esa an Allah SWT. Mengajak dan menuntun umat manusia agar tidak tersesat kepada syirik yang akan mengarah kepada ke kufuran.

Wisata religi dilakukan dalam rangka mengambil pelajaran atas ciptaan Allah SWT atau sejarah peradaban manusia untuk membuka hati sehingga menumbuhkan kesadaran bahwa hidup di dunia tidak akan kekal. Menurut Mufid fungsi dari wisata religi yakni sebagai berikut:

- a. Untuk aktifitas di dalam dan diluar ruangan atau kolektif untuk memberikan kesegaran dan semangat hidup baik jasmani maupun rohani.
- b. Dijadikan sebagai tempat ibadah, solat, dzikir dan berdoa.
- c. Sebagai salah satu aktifitas keagamaan
- d. Sebagai aktifitas kemasyarakatan
- e. Untuk memperoleh ketenangan lahir dan batin
- f. Dijadikan sebagai peningkatan kualitas manusia dan pengajaran.

Zainal Abidin (1991) menyebutkan bahwa tujuan ziarah kubur adalah:

- a. Islam mensyariatkan ziarah kubur untuk mengambil pelajaran dan mengingatkan akan kehidupan akhirat dengan syarat tidak melakukan perbuatan yang membuat Allah murka, seperti meminta restu dan do'a dari orang yang meninggal.
- b. Mengambil manfaat dengan mengingat kematian orang-orang yang sudah wafat dijadikannya pelajaran hidup bahwa kita juga akan mengalami seperti yang mereka alami yaitu kematian
- c. Orang yang meninggal diziarahi agar memperoleh manfaat dengan ucapan do'a dan salam oleh para peziarah tersebut dan mendapatkan ampunan

(Djarmiko, 2003) Ada 4 faktor yang mempunyai pengaruh penting dalam pengelolaan wisata religi yaitu lingkungan eksternal, sumber daya dan kemampuan internal, serta tujuan yang akan dicapai. Suatu keadaan, kekuatan, yang saling berhubungan dimana lembaga atau organisasi mempunyai kekuatan untuk mengendalikan disebut lingkungan internal, sedangkan suatu keadaan, kondisi, peristiwa dimana organisasi atau lembaga tidak mempunyai kekuatan untuk mengendalikan disebut lingkungan eksternal. Kaitan antara wisata religi dengan aktivitas dalam adalah tujuan dari wisata ziarah itu sendiri.

Wisata religi tidak hanya sekedar untuk bersenang-senang, akan tetapi ada beberapa manfaat yang akan diperoleh dengan melakukan wisata religi yaitu bertambahnya wawasan bahkan mempertebal keyakinan kita kepada sang pencipta, dapat memperoleh pengalaman dan pengetahuan tentang suasana yang terdapat di wisata religi tersebut, biasanya setelah berwisata religi seseorang akan merasakan segar dan siap untuk kembali menekuni aktifitas sehari-hari akan tetapi sebenarnya kita dapat memperoleh manfaat lebih yaitu dapat menyegarkan pikiran.

I.5.2.6 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah hal, proses, cara atau hasil karya untuk mengembangkan. Sedangkan mengembangkan berarti membuka, memajukan, menjadikan maju dan bertambah baik. Pengembangan pariwisata merupakan bagian dari pemanfaatan jasa pengembangan sumber daya alam dan pembangunan nasional. Berdasarkan pendapat dari Supriana (1997) penyelenggaraan harus mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian dalam arti luas dan merangsang pembangunan di sektor-sektor lainnya. Dalam pengembangan wisata diperlukan perencanaan karena mempunyai peran yang penting. Memaksimalkan manfaat dan meminimalkan dampak negatif yang dihasilkan suatu pembangunan atau pengembangan pariwisata. Menurut Iskandar (dalam Dharma, 2010) tanpa adanya perencanaan dapat mengarah pada pengembangan yang tidak diinginkan seperti penggunaan tata ruang yang tidak sesuai, kerusakan lingkungan, perkembangan sektor-sektor kegiatan yang tidak seimbang, terciptanya masalah-masalah sosial, dll. Pengembangan pariwisata menurut Hadinoto (1996) terdapat lima konsep unsur yang menunjang pengembangan pariwisata yaitu atraksi pariwisata, promosi dan pemasaran, pasar wisata, transportasi dan masyarakat penerima wisatawan yang menyediakan akomodasi, pelayanan jasa pendukung pariwisata lainnya.

Menuaba (1998) mengatakan bahwa perencanaan pengembangan pariwisata mutlak diperlukan karena adanya :

1. Strategi planning yaitu kesempatan persepsi dengan dimulai adanya visi, misi, tujuan, sasaran dan rencana kerja.
2. Persamaan titik tolak yaitu bahwa pariwisata adalah alat untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, maka harus dimanfaatkan secara efektif dan efisien sehingga dampak negartifnya dapat ditekan sekecil-kecilnya.
3. Adanya perencanaan yang holistik, bersistem dan penegakan peraturan perundang-undangan yang tegas.

4. Kunjungan wisatawan dipastikan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat di daerah tujuan
5. Partisipasi penduduk setempat dalam proses perencanaan

Pemanfaatan SDA (Sumber Daya Alam) baik alami maupun buatan yang terdapat pada suatu objek wisata dapat ditingkatnya nilainya. Jika paket-paket wisata dikemas dengan manajemen yang tidak professional serta didukung sarana dan prasarana yang memadai kebijaksanaan pemerintah daerah sangat penting perannya dalam menunjang keberhasilan pembangunan pariwisata daerah maupun nasional. Manuaba (1998) Kepariwisata dalam pembangunan wilayah akan memberikan sumbangan yang besar apabila dikelola dengan baik dan professional, karena selain memberikan sumbangan pendapatan bagi wilayah yang bersangkutan, juga dapat memacu pertumbuhan wilayah serta peningkatan terhadap bidang-bidang lainnya, seperti pertanian, peternakan, kerajinan rakyat yang dapat diperlukan untuk menunjang kegiatan pariwisata. Selain itu terdapat tuntutan dasar dalam pariwisata yang tidak boleh dikesampingkan, yaitu tuntutan yang merupakan sarana ampuh bagi kelangsungan pariwisata seperti :

- a. Kecanggihan informasi termasuk promosi wisata
- b. Kemampuan membaca situasu baik pada saat ini maupun untuk masa yang akan datang
- c. Kemampuan memadukan segala potensi yang ada untuk menjadikan suatu kebijakan
- d. Keakuratan penelitian dalam pengembangan kepariwisataan, yang didasarkan atas evaluasi secara berskala dari suatu masa ke masa berikutnya
- e. Kemampuan untuk meningkatkan objek dan daya tarik wisata baik kualitas maupun kuantitas
- f. Keberhasilan dalam menciptakan kebersamaan dalam berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan lahir dan batin

Dalam hal pemilihan dan menentukan suatu potensi objek wisata yang pantas untuk dikembangkan perlu memperhatikan beberapa hal berikut ini (Amandhani, 2008) :

1. Seleksi terhadap potensi. Hal ini dilakukan untuk memilih dan menentukan objek wisata yang memungkinkan untuk dikembangkan sesuai dengan ketersediaan dana.
2. Evaluasi letak potensi terhadap wilayah. Gunanya untuk mendapatkan informasi tentang jarak antar potensi sehingga perlu adanya peta potensi untuk objek wisata yang cukup untuk dikembangkan.
3. Mempermudah pencapaian menuju objek wisata dan memperpendek jarak tempuk antar objek.

Undang-undang Nomer 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata dilaksanakan berdasarkan pada beberapa asas yaitu asas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipasi, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan. Pengembangan pariwisata sendiri dilaksanakan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi dan rencana induk pembangunan pariwisata.

Berdasarkan Intruksi Presiden Nomer 9 tahun 1969, tujuan pengembangan wisata adalah meningkatkan pendapatan devisa, negara dan masyarakat, perluasan lapangan pekerjaan serta mendorong kegiatan industri lainnya, memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan serta meningkatkan persaudaraan nasional dan internasional. Tidak sedikit pihak yang dilibatkan dalam pengembangan pariwisata mulai dari pemerintah, swasta, pengunjung hingga ke masyarakat pula yang mana dalam pelaksanaannya terdapat interaksi antara pengembang dari luar masyarakat. Dalam hal ini pemerintah maupun swasta serta masyarakat atau penduduk lokal itu sendiri yang secara bersama-sama berdialog untuk membangun pertumbuhan pariwisata.

Pemerintah memiliki tugas dan wewenang sebagai fasilitator dalam pembuatan peraturan kemudian pihak swasta menjalankan peran dan fungsinya sebagai pengembangan atau pelaksana kegiatan pengembangan dengan memanfaatkan sumber daya, modal dan jaringan yang dimiliki sedangkan masyarakat berperan sebagai tuan rumah (host) sekaligus pelaku pengembangan kepariwisataan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Pengembangan pariwisata di suatu daerah diperlukan karena terdapat beberapa alasan seperti akan diperolehnya keuntungan dan manfaat ketika pengembangan pariwisata dilakukan, terciptanya lapangan pekerjaan yang luas bagi masyarakat, meningkatkan pendapatan daerah dari berbagai bidang, kekayaan alam dan budaya yang akan berusaha untuk dirawat oleh pemerintah serta menghilangkan kesalahpahaman dan adanya proses pertukaran pikiran antar masyarakat dengan wisatawan yang akan berdampak baik daerah tersebut.

I.5.2.7. Analisis Pengembangan Pariwisata

Oka Yaeti (dalam Ariadi dkk., 2005) menjelaskan bahwa dalam upaya pengembangan pariwisata memerlukan langkah analisis terhadap tiga hal yang penting yaitu :

1. Misi (mission)

Misi merupakan suatu pernyataan yang menyebutkan perihal fungsi, tugas dan peran sektor pariwisata dalam kehidupan perekonomian dan pembangunan khususnya di wilayah yang menjadi tujuan objek wisata yang tengah dikembangkan sebagai industri. Berkaitan dengan rumusan misi ini Jain, Byars, Assael memberikan indikasi bahwa pengembangan suatu misi dapat memperhatikan beberapa aspek kunci sebagai berikut :

- a. Pengalaman masa lalu yang pernah di alami daerah sebagai bahan pertimbangan dalam upaya pengembangan pariwisata
- b. Pihak organisasi pariwisata diharapkan mampu menyesuaikan diri dengan misi sesuai karakter pariwisata yang ada di daerah

- c. Kondisi sumber daya potensi yang dimiliki daerah merupakan salah satu faktor penentu apakah misi dapat dijalankan atau tidak
- d. Rumusan misi biasanya memperlihatkan keberhasilan jika misi terus mencoba mewujudkan pilihan dan harapan bagi mayoritas masyarakat di daerah
- e. Rumusan misi harus di dasarkan pada kompetensi daerah yang bersifat lain daripada yang lain (khas). Oleh sebab itu, diperlukan konsentrasi pada kondisi dan kekuatan lokal.

Misi yang dirumuskan, diharapkan memenuhi syarat kelayakan. Dapat memberikan semangat, bersifat khusus dan berbeda dengan yang lain. Sementara itu, isi muatan pernyataan yang menyangkut misi hendaknya dimasukan aspek-aspek berikut ini :

- a. Pertimbangan dan alasan keberadaan organisasi yang menangani pariwisata dan tanggung jawabnya dalam pengembangan pariwisata sebagai suatu produk industri
- b. Kebutuhan dan keinginan serta harapan wisatawan yang dapat dipenuhi oleh pihak organisasi pengelola pariwisata
- c. Dampak ekonomi yang dapat diberikan jika dikembangkan
- d. Perlibatan masyarakat setempat dalam aktivitas yang menyangkut pariwisata yang dikembangkan

2. Visi (vision)

Visi merupakan apa yang akan dicapai di masa yang akan datang, harapan dan impian yang hendak diwujudkan dalam kurun waktu tertentu pada saat yang akan datang. Beberapa manfaat yang bisa diperoleh ketika dalam aktivitas pengembangan kepariwisataan dirumuskan suatu visi antara lain :

- a. Dapat diketahui dengan secara jelas target yang dicapai dalam periode waktu tertentu
- b. Akan diketahui skala prioritas dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas kepariwisataan

- c. Memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang hendak dicapai
- d. Dengan adanya visi dirasa perlu pengalokasian semua sumber daya yang dimiliki
- e. Dapat memberikan motivasi, identifikasi dan kebanggaan.

3. Menetapkan Sasaran

Mill dan Marison menyebutkan bahwa menetapkan sasaran wilayah atau daerah serta objek wisata hendaknya memperhatikan berbagai hal lain :

- a. Faktor ekonomi, artinya dalam upaya pengembangan pariwisata di daerah seyogyanya mengoptimalkan kontribusi ekonomi bagi pihak pemerintah maupun masyarakat secara luas
- b. *Consumers*, artinya pengembangan kepariwisataan mampu memberikan kesempatan agar manfaat pariwisata dapat diterima secara luas oleh semua pihak termasuk bagi wisatawan yang berkunjung dan memberikan peluang bagi masyarakat untuk memiliki akses terhadap berbagai kegiatan kursus, pendidikan serta pelatihan keterampilan yang berkaitan dengan bidang kepariwisataan
- c. *Environment and natural resources*, artinya pariwisata diharapkan dapat melindungi dan melestarikan seni dan budaya serta kebiasaan hidup, kesenian tradisional, sejarah daerah, pelestarian lingkungan hidup, serta adanya keserasian antara pariwisata dengan kebijakan daerah yang menyangkut pembangunan secara umum.
- d. *Government operation*, Dalam upaya pengembangan pariwisata diperlukan adanya penyerasian peran pemerintah daerah terutama dalam mendukung pemenuhan kebutuhan masyarakat secara luas, wisatawan, perusahaan milik pemerintah dan swasta yang mengambil kepeloporan dalam perlindungan lingkungan serta pemanfaatan sumber daya akan serta bijaksana.

Dalam pengembangan pariwisata ada juga beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan, menurut Oka A. Yoeti (dalam Demartoto 2008) yaitu:

1. Wisatawan (*Tourist*)

Karakteristik wisatawan harus diketahui, dari Negara mana mereka berasal, usia, hobi mereka dan tujuan mereka datang ke Indonesia itu untuk apa.

2. Atraksi

Suatu objek wisata yang akan dijual harus memperhatikan dan memenuhi tiga syarat berikut, apa yang dilihat, apa yang dilakukan dan apa yang akan dibeli pada suatu daerah tujuan wisata tersebut.

3. Transportasi

Harus mengetahui bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.

4. Fasilitas pelayanan

Fasilitas apa saja yang terdapat di suatu daerah tujuan wisata, bagaimana akomodasinya dan apakah memiliki restoran dan pelayanan umum disuatu tujuan wisata tersebut.

5. Informasi dan promosi

Informasi dan promosi juga diperlukan karena calon wisatawan mengetahui tiap paket yang ada dan wisatawan cepat mengambil keputusan.

I.5.2.8. Jenis Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya. Pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan perkembangan pariwisata. Terdapat beberapa jenis pengembangan yaitu :

- a. Keseluruhan dengan tujuan baru, membangun atraksi di situs yang tadinya tidak digunakan sebagai atraksi
- b. Tujuan baru, membangun atraksi pada situs yang sebelumnya telah digunakan berbagai atraksi

- c. Pengembangan baru secara keseluruhan pada keberadaan atraksi yang dibangun untuk menarik pengunjung yang lebih banyak dan untuk membuat atraksi tersebut dapat mencapai pasar yang lebih luas, dengan meraih pangsa pasar yang baru.
- d. Pengembangan baru pada keberadaan atraksi yang bertujuan untuk meningkatkan fasilitas pengunjung atau mengantisipasi peningkatannya pengeluaran sekunder oleh pengunjung.
- e. Penciptaan kegiatan-kegiatan baru atau tahapan dari kegiatan yang berpindah dari satu tempat ke tempat lain dimana kegiatan tersebut memerlukan modifikasi bangunan dan struktur.

I.5.2.9. Bentuk – Bentuk Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata dalam proses pelaksanaannya terdiri dari beberapa bentuk. Undang – Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa terdapat empat bentuk pengembangan pariwisata Indonesia yaitu Pembangunan industri pariwisata, Pembangunan pemasaran pariwisata, Pembangunan destinasi wisata dan Pembangunan kelembagaan pariwisata yang akan diuraikan sebagai berikut :

1. Pembangunan Industri Pariwisata

Industri pariwisata merupakan kumpulan usaha yang saling berhubungan satu sama lain dengan tujuan menghasilkan suatu barang atau jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam menyelenggarakan pariwisata. Prof W. Hanzieker dari Bern University Swis (dalam Yoeti, 2008) juga mendefinisikan industri pariwisata sebagai sebuah intitas bisnis yang terdiri dari kombinasi berbagai alat produksi dalam rangka menyediakan barang dan jasa untuk sebuah perjalanan wisatawan.

UU No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa suatu pembangunan industri wisata didalamnya meliputi berbagai bentuk pembangunan mulai dari pembangunan struktur yang termasuk fungsi. Hierarki dan hubungan

dalam industri pariwisata kemudian mengembangkan daya saing produk pariwisata. Kemitraan usaha pariwisata, kredibilitas bisnis.

2. Pembangunan Destinasi Pariwisata

Daerah tujuan wisata atau biasa disebut destinasi wisata (dalam Yoeti, 2008) adalah suatu kawasan geografis yang termasuk dalam suatu wilayah administratif yang memiliki daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling melengkapi dalam rangka terselenggaranya kepariwisataan. Berdasarkan definisi tersebut, dalam Undang Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan pula bahwa pembangunan destinasi pariwisata meliputi berbagai bentuk pembangunan mulai dari pembangunan daya tarik wisata, pemberdayaan masyarakat, pembangunan prasarana, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata secara terpadu dan berkesinambungan.

3. Pembangunan Pemasaran Pariwisata

Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional (RIPPARNAS) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan pemasaran pariwisata ialah suatu upaya terpadu dan sistematis yang diselenggarakan dalam rangka mewujudkan, mengkomunikasikan hingga menyampaikan produk pariwisata termasuk juga mengelola relasi atau hubungan dengan wisatawan dengan tujuan mengembangkan pariwisata. J Krippendorff (dalam Yoeti, 2008) dalam bukunya yang berjudul *Marketing at tourism* mendefinisikan pemasaran pariwisata sebagai suatu sistem dan koordinasi yang harus dilakukan dalam rangka mencapai kepuasan wisatawan-wisatawan oleh perusahaan kelompok industri pariwisata baik swasta maupun pemerintah, mulai dari tingkat lokal, nasional maupun internasional sebagai suatu kebijaksanaan untuk memperoleh keuntungan yang wajar.

4. Pembangunan Kelembagaan

Dalam Undang-Undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata yang dimaksud dengan pembangunan kelembagaan didalamnya meliputi

pengembangan organisasi pemerintah baik di tingkat pusat atau daerah, pihak swasta dan masyarakat serta regulasi serta regulasi dan seluruh mekanisme operasional dalam bidang kepariwisataan. Berdasarkan definisi tersebut maka dijelaskan pula yang dimaksud dengan pembangunan kelembagaan kepariwisataan didalamnya meliputi pengembangan organisasi pemerintah baik ditingkat pusat maupun tingkat daerah, pihak swasta dan masyarakat serta regulasi dan seluruh mekanisme operasional dalam bidang kepariwisataan sehingga bidang kepariwisataan terselenggara dengan baik. Berdasarkan bentuk-bentuk pengembangan pariwisata yang dipaparkan, maka peneliti memfokuskan pembangunan destinasi pariwisata yang meliputi aspek pembangunan daya tarik wisata, fasilitas dan prasarana wisata.

I.6. Definisi Konsep

Pariwisata Religi

Lokasi pariwisata yang berhubungan dengan religius seperti tempat-tempat suci, makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan dan dianggap keramat.

Pengembangan Pariwisata

Kegiatan pembangunan yang dilakukan pada objek pariwisata berupa pengadaan atraksi pariwisata, promosi dan pemasaran, penyediaan akomodasi dan pelayanan jasa.

Manajemen Strategi

Suatu proses pengambilan keputusan dan tindakan yang mengarah kepada pengembangan strategi yang efektif untuk membantu organisasi mencapai tujuannya.

Proses Manajemen Strategi

Rancangan untuk mencapai suatu visi dan misi atau tujuan dalam suatu organisasi melalui tiga tahapan yaitu perencanaan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi.

Kegagalan Manajemen Strategi

Dalam proses manajemen strategi terdapat tiga hal faktor kegagalan yaitu kelumpuhan perencanaan, strategi tidak terarah dan terlalu fokus pada proses.

I.7. Metode Penelitian

Metode penelitian (Moleong, 2010) adalah seperangkat instrumen yang digunakan sebagai petunjuk/pedoman/panduan penelitian yang menjawab permasalahan penelitian melalui pengetahuan ilmiah. Penelitian yang peneliti angkat memakai metode penelitian kualitatif dengan alasan kompleksitas yang ada pada masalah yang diteliti sehingga memerlukan gambaran fenomena aktual yang komperhensif untuk mendapatkan gambaran yang mendalam dan dapat dijelaskan secara rinci untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Metode penelitian kualitatif (Moleong, 2010) merupakan sebuah upaya untuk mengeksplorasi serta memahami makna yang bersumber dari masalah sosial atau kemanusiaan. Metode penelitian kualitatif juga merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau ucapan dari orang-orang dan juga perilaku yang diamati. Dalam penelitian ini, Peneliti melakukan pendekatan yang akan memperhatikan dari segi sifat, keadaan subjek dan objek, peranan (fungsi) dan nilai-nilai dengan menganalisa secara deskriptif analitis yaitu peneliti mencoba untuk menggambarkan dan menganalisa pengembangan pariwisata religi Makam Syaichona Kholil Bangkalan. Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif karena dirasa memberikan kemudahan dalam mengumpulkan data-data yang diinginkan. Data yang diperoleh tersebut akan menjadi kunci pada penelitian ini.

I.7.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif (Moleong, 2010) merupakan suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena secara alamiah maupun rekayasa

manusia. Tipe penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan, berbagai situasi berbagai kondisi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi obyek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu. Pemilihan tipe penelitian deskriptif ini dikarenakan peneliti berupaya untuk mendeskripsikan dan menjelaskan manajemen strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mengembangkan pariwisata religi Makam Syaichona Kholil Bangkalan.

I.7.2. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan tempat dimana subjek peneliti dapat ditemukan. Lokasi Penelitian dipilih berdasarkan alasan yang rasional. Rasional berarti sesuai pertimbangan yang logis dengan masalah yang akan diteliti sehingga bisa mendapatkan data yang akurat. Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Pasarean Syaichona Kholil dengan subjek penelitian sebagai berikut :

1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangkalan
2. Wisata Religi Makam Syaichona Kholil.

I.7.3. Teknik Penentuan Informan

Menurut Lincoln dan Guba (Moleong, 2010) manfaat informan dalam penelitian adalah sebagai *sampling internal* atau untuk membantu mendapatkan informan sebanyak – banyaknya dalam waktu yang relative singkat. Kegunaan informan bagi peneliti ialah membantu peneliti dalam waktu yang relatif singkat dapat menjaungkau informasi, jadi sebagai internal sampling karna informan dimanfaatkan untuk bertukar pikiran dan membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subjek lainnya. Metode pemilihan informan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yakni menetapkan kriteria tertentu terhadap informan dan tidak memilihnya secara acak. Kriteria informan dalam peneliti ini adalah unit analisis berdasarkan kebutuhan dan mampu mempresentasikan masalah manajemen yang dilakukan dalam mengembangkan wisata religi makam Syaichona Kholil Bangkalan.

Teknik *purposive* pada penelitian ini dilakukan dengan menentukan *key informant* di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangkalan. *Key informant* dalam penelitian ini adalah Pak Dimas Ega yang kemudian merekomendasikan untuk menemui Bu Yulaika selaku Kepala Sie Usaha Jasa Pariwisata dan Ra Widi selaku Ketua Pengelola Yayasan Makam Syaichona Kholil Bangkalan untuk melakukan *snowball sampling*. Setelah menemui bu Yulaika, beliau merekomendasikan untuk mewawancarai Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu Bapak Edi Syaifoel Rahman. Kemudian Ra Widi sebagai pengelola objek wisata makam Syaichona Kholil juga merekomendasikan untuk melakukan wawancara dengan Bapak Abdul Wahab selaku Sekertaris Pengelola Yayasan Makam Syaichona Kholil. Jadi, informan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bapak Eddy Syaifoel Rochman. S. Sos. Selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangkalan.
2. Bapak Dimas Ega Dwianyuda Putra, S. IP. Selaku Kepala Sie Destinasi, Wisata Budaya, Buatan dan Alam.
3. Bu Yulaika, S. Si, MM. selaku Kepala Sie Usaha Jasa Pariwisata.
4. Ra Widi selaku Ketua Pengelola Yayasan Makam Syaichona Kholil Bangkalan.
5. Bapak Abdul Wahab selaku Sekertaris Pengelola Yayasan Makam Syaichona Kholil Bangkalan

I.7.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangatlah penting dalam sebuah penelitian dikarenakan data yang diperoleh peneliti dikarenakan data yang diperoleh peneliti digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada. Dalam kegiatan pengumpulan data teknik pengumpulan data harus diperhatikan dengan baik agar data yang diperoleh sesuai dengan standarisasi yang ditetapkan. Sugiyono (2008) menjelaskan tehnik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah untuk memperoleh data.

Pengumpulan data dapat diperoleh dari berbagai sumber dan cara. Sumber data dapat dibedakan menjadi :

1. Sumber data primer

Merupakan cara untuk memperoleh data melalui sumber primer yaitu yang merupakan data asli. Penelitian ini memperoleh data dan informasi melalui tangan pertama atau secara langsung dari informan yaitu kepala dan petugas yang berperan dalam pelaksanaan.

2. Sumber data sekunder.

Merupakan cara untuk memperoleh data secara tidak langsung melalui informan namun melalui perantara seperti misalnya melalui dokumen, media massa dan media elektronik. Penelitian ini memperoleh data dengan sumber data sekunder melalui media elektronik seperti surat kabar online, website instansi atau lembaga terkait.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan prosedur pengumpulan data menurut Creswell (2014) yang terdiri dari empat jenis metode, yaitu :

1. Wawancara

Metode wawancara atau metode interview adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui cara tanya jawab seorang peneliti dengan informan baik melalui tatap muka secara langsung, melalui telepon, atau terlibat dalam *focus group interview*. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *indepth interview* atau wawancara mendalam sambil bertatap muka langsung dengan informan agar data yang diperoleh lebih akurat.

2. Observasi

Metode Observasi atau metode pengamatan adalah proses pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara ikut serta turun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, observasi atau pengamatan yang dilakukan adalah peneliti berperan sebagai salah satu pengunjung yang melihat dan mengamati seluruh kegiatan yang dilakukan proses pengelolaan Pariwisata Religi Makam Syaichona Kholil kondisi lingkungan disekitarnya, serta prasarana dan fasilitas yang ada sebagai penunjang

untuk memperoleh informasi dan data primer yang relevan serta dapat mendukung data lainnya.

3. Studi Dokumen

Studi dokumen dilakukan untuk lebih memperkuat data melalui pengumpulan dokumen-dokumen publik atau privat yang berkaitan dengan fenomena permasalahan dalam penelitian. Dokumen publik yang dimaksud dapat berupa koran, makalah, laporan kantor sedangkan dokumen privat dapat berupa buku harian, diary, surat dan e-mail.

1.7.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif menurut pandangan Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2008) yang terdiri dari tiga alur yaitu reduksi data, penyiapan data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan proses yang dilakukan peneliti untuk memilah atau menyederhanakan data atau informasi yang diperoleh dari lapangan. Reduksi data dapat dilakukan dengan menulis catatan kecil, mengkode, meringkas, atau membuat poin-poin yang dapat menyederhanakan data.

Setelah melakukan reduksi data adalah penyajian data. Proses penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi yang didapat sehingga memungkinkan agar seseorang menarik kesimpulan dari data yang ada. Penyajian data dapat dilakukan melalui teks naratif, matriks, bagan, atau pun tabel. Hal tersebut agar dapat mempermudah peneliti dalam melakukan analisis selanjutnya.

Alur selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Tahap ini merupakan tahap verifikasi atau peninjauan kembali data dan informasi yang telah disajikan selama penelitian berlangsung. Hasil yang didapat setelah proses verifikasi adalah peneliti dapat melakukan penarikan kesimpulan yang cenderung memiliki validitas kuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

1.7.6. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan

mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Keabsahan menurut Moleong (2012) dapat didasarkan empat kriteria tertentu. Empat kriteria yang digunakan untuk uji keabsahan data yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

1.7.5.1 Derajat Kepercayaan (*Credibility*)

Uji kredibilitas dilakukan dengan cara perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi, dan mengadakan memberhack. Melakukan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, dan melakukan wawancara kembali dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Hal ini dilakukan untuk melakukan pengecekan ulang apakah data yang didapat benar atau tidak, berubah atau tidak. Apabila dicek sudah benar berarti kredibel dan waktu pengamatan dapat diakhiri.

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan untuk memastikan data atau informasi yang didapat adalah benar. Selanjutnya adalah triangulasi yaitu sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Kemudian melakukan analisis kasus negatif. Hal ini perlu karena berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Bila tidak ditemukan data yang berbeda maka data tersebut dapat dipercaya.

1.7.5.2. Derajat Keteralihan (*Transferability*)

Nilai transfer berhubungan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Bagi peneliti naturalistik, nilai transfer bergantung pada pemakai. Hingga manakala hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam konteks dan situasi sosial lain. Oleh karena itu supaya orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas sistematis dan dapat dipercaya. Dengan demikian maka pembaca menjadi jelas atas hasil

penelitian tersebut, sehingga dapat memutuskan dapat atau tidaknya untuk mengaplikasikan hasil penelitian di tempat lain.

1.7.5.3. Derajat Kebergantungan (*Dependability*)

Dalam penelitian kualitatif ini uji dependability dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Sering terjadi peneliti tidak melakukan proses penelitian ke lapangan, tetapi bisa memberikan data. Peneliti seperti itu perlu diuji dependabilitynya. Kalau proses penelitian tidak dilakukan tetapi datanya ada maka peneliti tersebut tidak reliabel atau dependabile. Untuk itu pengujian dependability dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.

1.7.5.4. Derajat Kepastian (*Confirmability*)

Dalam penelitian confirmability ini hampir sama dengan dependability, sehingga pengujinya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji confirmability berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar confirmability. Dalam penelitian jangan sampai proses tidak ada, tetapi hasilnya ada.