

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang memiliki banyak keragaman, baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bahasa sehingga Negara Indonesia adalah Negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Sumber daya alam tersebut jika dikelola dengan baik dapat di jadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan bangsa Indonesia. Salah satunya yang dapat dikembangkan adalah dalam bidang kepariwisataan. Seiring berjalannya waktu, pariwisata di Indonesia telah tumbuh dan berkembang dengan baik. Sektor pariwisata merupakan alternatif bagi pendapatan daerah maupun bagi devisa Negara, bahkan bagi negara-negara maju sekalipun pariwisata serius untuk dikembangkan. Terkait dalam hal itu dalam Undang-undang Republik Indonesia No 9 Tahun 1990 menyatakan bahwa kepariwisata mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa (Farida 2013).

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki kekayaan alam yang melimpah yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor yakni salah satunya pariwisata. Pariwisata berperan besar dalam meningkatkan taraf perekonomian masyarakat tempat tujuan wisata, dan yang nanti akan tumbuhnya usaha kecil

menengah sebagai wujud nyata kontribusi sektor pariwisata dalam membangun masyarakat yang sejahtera. Selain itu, kemampuan dari tiap-tiap daerah harus lebih ditingkatkan lagi dalam hal pengelolaan, sehingga sinergi antara pemerintah pusat dalam hal ini Kementrian Pariwisata dan Pemerintah Daerah maupun swasta dapat di tingkatkan agar terwujudnya program pemerintah Indonesia pada 2019 dikunjungi 20 juta wisatawan asing (Farida 2013).

Menurut Deddy (2014), bahwa pariwisata memiliki peran yang besar dalam pembangunan nasional. Karena selain menghasilkan pendapatan dan sekaligus sebagai penghasil devisa, sektor pariwisata berkaitan erat dengan penanaman modal asing. Turis-turis yang datang ke Indonesia adalah termasuk mereka yang berhubungan bisnis dengan Indonesia. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha barang pariwisata dan usaha lain yang terkait dengan bidang tersebut. Industri pariwisata adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta, yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan untuk 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.

Menurut Deddy (2014), bahwa dalam pengembangan pariwisata tidak hanya pemerintah yang melakukan sendiri tetapi pihak-pihak lain juga ikut andil dalam pembangunan infrastruktur pendamping, ini guna meningkatkan pendapatan dari sektor ekonominya. Menurut Charles Kaiser Jr. Dan Larry E. Helber dalam (Deddy, 2014), dalam bukunya menjelaskan tingkat-tingkat perencanaan pariwisata itu dimulai dari pengembangan pariwisata daerah yang mencakup pembangunan fisik objek dan atraksi wisata. Setelah itulah dilakukan, kita akan dapat melihat bagaimana perkembangan dari jumlah berkunjung wisatawan apabila ternyata mencapai target yang telah ditetapkan selanjutnya akan memikirkan sistem prioritas.

Untuk pengembangan ini perlu dilakukan pendekatan-pendekatan dengan organisasi pariwisata yang ada (Pemerintah dan Swasta) dan pihak-pihak terkait yang diharapkan dapat mendukung kelanjutan pembangunan pariwisata daerah tersebut. Pengembangan suatu daerah dapat disesuaikan oleh pemerintah daerah dengan potensi dan kekhasan daerah masing-masing. Ini merupakan kesempatan yang sangat baik bagi pemerintah daerah untuk membuktikan kemampuannya dalam melaksanakan kewenangan yang menjadi hak daerah. Maju atau tidaknya suatu daerah sangat ditentukan oleh kemampuan dan kemauan untuk melaksanakan yaitu pemerintah daerah. Pemerintah daerah bebas berkreasi dan berekspresi dalam rangka membangun daerahnya, tentu saja dengan tidak melanggar ketentuan hukum yaitu perundang-undangan (Deddy, 2014).

Kabupaten Sumbawa Barat (KSB) merupakan salah satu daerah di provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) yang memiliki potensi sumberdaya alam yang melimpah, terutama pada sektor parawisata di KSB terdiri dari beragam jenis wisata seperti wisata pantai, danau, air terjun, dan desa masi kaya akan sumber daya dan adat istiadat yang akan di jadikan sebagai desa wisata yaitu Desa Mantar. Desa ini memiliki sumberdaya alam dan pemandangan yang sangat indah, sangat kaya akan seni budaya asli Masyarakat Sumbawa (Suku Samawa) mulai dari kebiasaan masyarakat setempat dalam bertani, berburu, beternak masih sederhana dan tradisional. Selain itu, di desa ini kebiasaan dan budaya masyarakat serta peninggalan sejarah masih tetap di jaga seperti Barapan Kebo (balapan kerbau), Barapan Ayam (balapan ayam), Maen Jaran (kuda pacuan) dan masih banyak lagi adat tradisional lainnya yang masih tetap terjaga hingga sekarang ini. Dalam Dua tahun terakhir, Desa Mantar dijadikan sebagai tempat olahraga paralayang, dan setiap tahunnya juga wisatawan mancanegara berdatangan. Oleh karena itu dalam rangka meningkatkan peran sektor parawisata sangat di perlukan kerja sama antara berbagai pihak dalam pengelolaan kawasan parawisata Desa Mantar sebagai kawasan desa wisata di Kabupaten Sumbawa Barat (Zaenafi, 2014).

Kabupaten Sumbawa Barat memiliki potensi wisata berupa panorama alam yang indah di topang oleh kekayaan flora dan fauna serta adat istiadat dan keramahan masyarakatnya yang menarik bagi para wisatawan. Dalam era otonomi daerah ini berkembang pariwisata di Kabupaten Sumbawa Barat tidaklah terlepas dari upaya pembinaan maupun pengelolaan dari pemerintah

kabupaten melalui instansi terkait yang di dukung oleh partisipasi aktif seluruh komponen masyarakat serta para pengusaha yang bergerak di bidang keparawisataan, sehingga kegiatan parawisata bukan hanya terkonsentrasi pada wilaya perkotaan saja, melainkan juga menjangkau sampai ke pelosok-pelosok daerah yang masih sepi, pantai-pantai yang sunyi, pegunungan yang terpencil (Wahyu, 2006).

Pengembangan Keparawisataan di Kabupaten Sumbawa Barat di arahkan untuk mendaya gunakan sumber-sumber kepariwisataan menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan bekerja, terutama bagi masyarakat setempat dengan memperkenalkan potensi alam dan nilai-nilai seni budaya daerah. Parawisata juga memiliki kemampuan untukmendorong pelestarian lingkungan hidup yang dalam perkembangannya banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor.Faktor-faktor yang menentukan dan dapat menunjang keberhasilan pembangunan pariwisata di daerah adalah penataan objek, akomodasi, tranportasi, telekomunikasi, serta tersedianya produk-produk seni dan cenderamata dalam industri parawisata ini (Wahyu, 2006).

Di tahun 2015 sampai 2017 Kabupaten Sumabwa Barat menargetkan kunjungan wisatawan sebanyak 5.000 pengunjung dengan rincian wisatawan mancanegara sebanyak 1.500 dan wisatawan nusantara sebanyak 950 wisatawan. Salah satu yang tidak kalah menarik untuk dikunjungi adalah destinasi wisata Mantar. Destinasi ini disebut sebagai negeri di atas awan.

Dimana wisatawan dapat melihat secara langsung pemandangan Kabupaten Sumbawa Barat. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya wisatawan yang datang setiap akhir pekan. Setiap Sabtu atau Minggu setidaknya ada 600 orang wisatawan yang berkunjung. Desa yang dijuluki sebagai ‘negeri di atas awan’ itu memang sedang menjadi primadona sebagai destinasi wisata andalan di Sumbawa Barat. Selain panorama alamnya yang sangat eksotis, Desa Mantar yang telah ditetapkan sebagai desa budaya oleh Pemda Sumbawa Barat, menyimpan berbagai keunikan lain. Desa ini pernah menjadi lokasi syuting film layar lebar ‘Serdadu Kumbang’ dan pada Juli lalu menjadi tuan rumah Kejuaraan Dunia Paralayang, Mantar XCross Country Open 2017 yang diikuti oleh puluhan pilot paralayang dari 16 negara di dunia.

Desa Mantar adalah sebuah kampung atau dusun yang berada di puncak bukit. Dengan luas daratan sekitar 800 hektar Desa Mantar satu-satunya dusun yang dikembangkan sebagai desa wisata di Kabupaten Sumbawa Barat. Desa Mantar berketinggian 630 Meter di atas permukaan laut terletak sekitar 7 km dari pusat kota Kecamatan Seteluk. Untuk menjangkau desa di perbukitan Desa Mantar itu menempu medan yang cukup berat jalan dengan terjal dan berbelok-belok menambah sulitnya menjangkau desa yang berada di puncak bukit itu transportasi yang di gunakan menuju Desa Mantar hanya bisa dilalui kendaraan (4WD) atau 4X4. Di ketinggian 630 meter di atas permukaan laut Desa Mantar kini telah dibangun landasan paralayang dan sejumlah fasilitas penunjang lainnya. Sejak Mei 2015, daerah ini memang dibuka sebagai lokasi Mantar Paralayang oleh Ketua (Komite Olahraga Nasional Indonesia(KONI)

Kabupaten Sumbawa Barat. Puncak Mantar berada di areal seluas 2.000 meter persegi. Desa di ketinggian 630 meter di atas permukaan laut ini dikembangkan menjadi seluas 7.000 meter persegi (Wahyu, 2006).

Mantar merupakan salah satu area untuk olahraga paralayang terbaik di dunia. Apalagi keindahan alamnya juga sangat luar biasa sehingga akan menarik minat para Pilot paralayang untuk datang mencoba. Di Desa Mantar, para atlet bisa menerbangkan parasut setinggi 3.000 kaki dan kecepatan angin kurang dari 15 kilometer per jam. Daerah ini setiap pekan mendatangkan 600 orang wisatawan. Kegiatan paralayang ini juga diikuti oleh sekitar 50 pilot paralayang dari berbagai klub di Indonesia setiap tahunnya untuk kategori *fun* dan pemula. Setiap tahun juga wisatawan yang datang ke Desa Mantar selalu meningkat untuk mensukseskan Event-event yang diadakan oleh pemerintah daerah Provinsi NTB. Kegiatan wisata olahraga Paralayang tersebut merupakan agenda tahunan Pemerintah Provinsi (Pemprov) NTB. Ini merupakan kali ketiga pelaksanaannya. Selain sebagai ajang prestasi, juga untuk meningkatkan tingkatan parawisata Desa Mantar dan olahraga paralayang di NTB (Zaenafi, 2014).

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang *Efektivitas Promosi Wisata Melalui Event Paralayang Desa Mantar Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Sumbawa Barat*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun rumusan masalah yang di ambil adalah sebagai berikut :

Bagaimana Efektivitas promosi wisatamelalui Event Paralayang dalam meningkatkan Kunjungan Pariwisata di Desa Mantar Kabupaten Sumbawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Efektivitas Promosi wisata melalui Event Paralayang di Desa Manatr Kabupaten Sumbawa Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang pengembangan Parawisata.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat merangsang peneliti lain untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang hal-hal yang belum terungkap dalam penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil Penelitian ini diharapkan sebagai bahan acuan bagi peneliti dalam mengkaji lebih dalam terkait sektor Parawisata.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan bahan kajian praktisi parawisata khususnya yang berkaitan dengan Efektivitas Promosi Wisata Melalui Event Paralayang Desa Mantar Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Sumbawa Barat.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian terdahulu

Dalam penelitian ini selain menggunakan dasar-dasar teori sebagai konsep atau dasar berfikir dan memecahkan permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti, juga mengacu pada penelitian terdahulu. Berikut daftar penelitian terdahulu yang dijadikan bahan penelitian dalam menyusun proposal skripsi :

Tabel. 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel. 1. Nisa Amalia Setiawan, 2014. *Strategi Promosi Dalam dalam Pengembangan Wisata Lokal di Desa Wisata Jelengkong*. Vol. 13, No. 2, Desember 2014. Hal. 184-194. Universitas Telkom. Indonesia.

Nama/ Tahun	Nisa Amalia Setiawan (2014)
Instansi	Universitas Telkom. Bandung, Indonesia
Judul	Strategi Promosi Dalam Mengembangkan Wisata Lokal di Desa Wisata Jelengkong
Variabel penelitian	Variabel Bebas (<i>Variabel Independen</i>): Strategi Promosi dilihat dari, beberapa hal antara lain promotion mix, audiens sasaran, tujuan promosi, anggaran promosi, rancangan pesan, media yang digunakan, sumber pesan, dan umpan balik (feedback), dan mengintegrasikan bauran promosi.
	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>): Pengembangan Pariwisata Lokal
Metode Penelitian	Metode Kualitatif
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, Kompepar Giriharja menjalankan <i>Promotion Mix</i> yang meliputi <i>Word of mouth</i> , <i>Publik Relations</i> , <i>personal</i>

	<i>selling, event, pameran, merchandise, publikasi, dan website</i> internet. Dari keseluruhan bentuk promosi, prioritas utama promosi dilakukan melalui <i>event</i> dan <i>public relations</i> . Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa Kompepar Giriharja belum merumuskan strategi promosi secara komprehensif dan terintegrasi.
Persamaan	Pada Metode Penelitian
Perbedaan	Penelitian terdahulu Variabel (X) Melihat dari strategi promosi desa wisata Jelengkongyang dilakukan oleh Kompepar. Penelitian terdahulu Variabel (Y) dilihat dari Pengembangan pariwisata local di desa Jelegong. Sedangkan Penelitian dilihat dari kunjungan wisatawan.

Tabel. 2. Dimas Kurnia Purmada, (2016). *Pengelolaan Desa Wisata Dalam Perspektif Community Based Tourism (Studi Kasus pada Desa Wisata Gubugklakah, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang)*. Vol. 32 No. 2 Maret 2016. Universitas Brawijaya Malang.

Nama/ Tahun	Dimas Kurnia Purmada (2016)
Instansi	Universitas Brawijaya Malang
Judul	Pengelolaan Desa Wisata dalam Perspektif <i>Community Based Tourism</i> (Studi kasus pada Desa Wisata Gubuklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang)
Variabel Penelitian	Variabel Bebas (<i>Variabel Independen</i>):Pengelolaan Desa Wisata Gubuklakah dilaksanakan melalui pengelola pemasaran pariwisata, pengelolaan sumberdaya manusia, dan manajemen krisis.
	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>): Penerapan <i>community based tourism</i> dalam pengelolaan Desa Wisata Gubuklakah dapat dilihat melalui beberapa hal seperti memastikan keikutsertaan anggota dalam setiap kegiatan pariwisata, pelestarian alam dan budaya dan menjamin adanya pemerataan pendapatan masyarakat.
Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan Desa Wisata dilaksanakan melalui pengelolaan sumberdaya pariwisata, pemasaran, manajemen sumberdaya manusia, dan manajemen konflik. Penerapan <i>community based tourism</i> dilaksanakan melalui

	pelestarian alam, pelestarian budaya, jaminan tingkat partisipasi masyarakat dan pemerataan pendapatan.
Persamaan	Pada Metode Penelitian
Perbedaan	Penelitian Terdahulu Variabel (X) adalah Pengelolaan Desa Wisata menggunakan 4 indikator yaitu: 1) Keikutsertaan anggota komunitas ke dalam setiap kegiatan pariwisata, 2) Pelestarian lingkungan hidup, 3) Pelestarian Budaya, 4) Pemerataan pendapatan Masyarakat, Sedangkan Peneliti itu Efektivitas Promosi wisata dilihat dari: Hasil, Kualitas, dan Waktu. Variabel (Y) Penelitian terdahulu melihat dari <i>Community Based Tourism</i> , Sedangkan Peneliti itu dilihat dari sisi kunjungan wisatawan.

Tabel. 3. Nina Marlina, (2017). *Efektivitas Program Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kabupaten Ciamis (Studi Pada Objek Wisata Situ Lengkong)*. Vol. 2 No.1 Agustus 2017. Universitas Padjadjaran.

Nama/ Tahun	Nina Marlina (2017)
Instansi	Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia.
Judul	Efektivitas Program Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kabupaten Ciamis (Studi Pada Objek Wisata Situ Lengkong).
Variabel Penelitian	Variabel Bebas (<i>Variabel Independen</i>): Efektivitas Program yang dilihat dari: 1) Program pengembangan destinasi pariwisata, 2) Pelaksanaan program, 3) Aspek efisien biaya, 4) Aspek hasil, 5) Aspek efektifitas biaya, 6) Aspek dampak.
	Variabel Terikat (<i>Dependen</i>): adalah pengembangan destinasi pariwisata.
Metode Penelitian	Kualitatif
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian, nyatanya pelaksanaan program tersebut belum efektif dalam mencapai tujuannya yakni capaian PAD sesuai target. Belum efektifnya program disebabkan oleh adanya keterbatasan upaya-upaya dan anggaran dalam mengembangkan Situ Lengkong sesuai kebutuhan dilapangan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Ciamis.
Persamaan	Pada Metode Penelitian

Perbedaan	Penelitian Terdahulu, Variabel (X) adalah dilihat dari Kualitas pariwisata, Jumlah kunjungan, dan waktu kunjungan. Variabel (Y) Penelitian terdahulu dilihat dari destinasi wisata, Sedangkan Peneliti dilihat dari sisi kunjungan wisatawan.
-----------	---

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Definisi Efektivitas

Kata Efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketetapan penggunaan, hasil guna atau penunjang tujuan. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan didalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut Efektif apabila tercapai tujuan atau sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang dikutip Soewarno Handyaningrat S. (1994) yang menyatakan bahwa “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.

Sedangkan Georgopolous dan Tannembaum (1985), Mengemukakan “Efektivitas ditinjau dari sudut pencapaian tujuan, dimana keberhasilan suatu organisasi harus mempertimbangkan bukan saja sasaran organisasi tetapi juga mekanisme mempertahankan diri dalam mengejar sasaran. Dengan kata lain, penilaian efektivitas harus berkaitan dengan masalah sasaran maupun tujuan.”

Selanjutnya Streers (1985) Mengemukakan bahwa, “Efektivitas adalah Jangkauan usaha suatu program sebagai suatu system dengan sumber daya dan sasaran tertentu untuk memenuhi tujuan dan sasarannya tanpa melumpukan cara dan sumber daya itu serta tanpa memberi tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya”. Lebih Lanjut menurut Agung Kurniawan dalam bukunya Transpormasi Pelayanan Publik mendefinisikan efektifitas, sebagai berikut. “ Efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas fungsi (oprasi kegiatan program atau misi), dari pada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara peleksanaannya” (Kurniawan 2005). Dari beberapa pendapat diatas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Hidayat (1986) yang menjelaskan bahwa, “ Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektifitasnya”. Upaya mengevaluasi jalannya suatu organisasi, dapat dilakukan melalui konsep efektivitas. Konsep ini adalah salah satu faktor untuk menentukan apakah perlu dilakukan perubahan secara signifikan terhadap bentuk dan manajemen organisasi atau tidak. Dalam hal ini efektivitas merupakan pencapaian tujuan organisasi melalui pemanfaatan

sumber daya yang dimiliki secara efisien, ditinjau dari sisi masukan (input), proses, maupun keluaran (output). Dalam hal ini yang dimaksud sumber daya meliputi ketersediaan personil, sarana dan prasarana serta metode dan model yang digunakan. Suatu kegiatan dikatakan efisien apabila dikerjakan dengan benar dan sesuai dengan prosedur sedangkan dikatakan efektif bila kegiatan tersebut dilaksanakan dengan benar dan memberikan hasil yang bermanfaat.

2.2.2 Ukuran Efektivitas

Mengukur efektivitas organisasi bukanlah suatu hal yang sangat sederhana, karena efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Bila dipandang dari sudut produktivitas berarti kualitas dan kuantitas (output) barang dan jasa.

Tingkat efektivitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun, jika usaha atau hasil pekerjaan dan tindakan yang dilakukan tidak tepat sehingga menyebabkan tujuan tidak tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif. Adapun kriteria atau ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak, sebagaimana dikemukakan S.P. Siagian (1978), yaitu :

- a. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, hal ini dimaksudkan supaya dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai.

- b. Kejelasan strategi pencapaian tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah “pada jalan” yang diikuti dalam melakukan berbagai upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan agar para implementer tidak tersesat dalam pencapaian tujuan organisasi.
- c. Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dan strategi yang telah ditetapkan artinya kebijakan harus mampu menjembatani tujuan dengan usaha-usaha pelaksanaan kegiatan operasional.
- d. Perencanaan yang matang, pada hakekatnya berarti memutuskan sekarang apa yang di kerjakan oleh organisasi dimasa depan.
- e. Penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baik masih perlu dijabarkan dalam program-program pelaksana yang tepat sebab apabila tidak, para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja.
- f. Tersedianya sarana dan perasarana kerja, salah satu indicator efektivitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara produktif. Dengan sarana dan perasarana yang tersedia dan mungkin disediakan oleh organisasi.
- g. Pelaksanaan yang efektif dan efisien, bagaimanapun baiknya suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan mencapai sasarannya, karena dengan pelaksanaan organisasi semakin didekatkan pada tujuannya.

- h. Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik mengingatkan sifat manusia yang tidak sempurna maka efektivitas organisasi menuntut terdapatnya sistem pengawasan dan pengendalian.

Adapun kriteria untuk mengatur efektivitas suatu organisasi ada tiga pendekatan yang dapat digunakan, seperti yang di kemukakan oleh Martani dan Lubis (1987), yakni :

1. Pendekatan Sumber (*resource approach*) yakni mengukur efektivitas dari input. Pendekatan mengutamakan adanya keberhasilan organisasi untuk memperoleh sumber daya, baik fisik maupun nonfisik yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.
2. Pendekatan proses (*process approach*) adalah untuk melihat sejauh mana efektivitas pelaksanaan program dari semua kegiatan proses internal atau mekanisme organisasi.
3. Pendekatan sasaran (*goals approach*) dimana pusat perhatian pada output, mengukur keberhasilan organisasi untuk mencapai hasil (output) yang sesuai dengan rencana.

Selanjutnya Strees dalam Tangkilisan (2005) mengemukakan 5 (Lima) kriteria dalam pengukuran efektivitas, yaitu :

- a. Produktivitas
- b. Kemampuan adaptasi kerja
- c. Kepuasan kerja
- d. Kemampuan berlaba

e. Pencairan sumberdaya

Sedangkan Duncan yang dikutip Richard M. Streers (1985) dalam bukunya “Efektivitas Organisasi” mengatakan mengenai ukuran efektifitas sebagai berikut :

1. Pencapaian Tujuan

Pencapaian adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodisasinya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu :
Kurun waktu dan sasaran yang merupakan target kongkrit.

2. Integrasi

Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya Integrasi menyangkut proses sosioalisasi.

3. Adaptasi

Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Dari sejumlah definisi-definisi pengukur tingkat efektivitas yang telah dikemukakan diatas, perlu peneliti tegas bahwa dalam rencana

peneliti ini digunakan pengukuran efektivitas sebagaimana yang dikemukakan oleh Duncan dalam Streers,(1985) yaitu :

- a. Pencapaian Tujuan
- b. Integrasi
- c. Adaptasi

Dengan menggunakan teori ini diharapkan dapat mengukur tingkat efektivitas. Dalam hal ini adalah efektivitas pelaksanaan penataan dan pengelolaan obyek wisata di Indonesia.

2.2.3 Definisi Promosi

Menurut Sunaryo (2013), Promosi (*promotion*) merupakan bagian dari proses pemasaran yang termasuk salah satu aspek dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran pada dasarnya merupakan koordinasi interaksi dari empat komponen, yang sering disebut dengan 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Aktivitas promosi kepariwisataan secara prinsip merupakan kegiatan komunikasi, yang dilakukan oleh organisasi penyelenggara pariwisata (destinasi) yang berusaha mempengaruhi khalayak atau pasar wisatawan yang merupakan tumpuan atau sasaran dari penjualan produk wisatanya.

2.2.4 Strategi Promosi

Menurut Kotler (2003), yang dikutip Payangan, terdapat (lima) langkah dalam mengembangkan efektivitas komunikasi pemasaran, yaitu: a) mengidentifikasi target audiens; b) menentukan tujuan komunikasi; c)

mendesain pesan; d) memilih saluran komunikasi; dan e) menetapkan total anggaran pemasaran.

Meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu atau sering disebut bauran promosi (promotion mix, promotion blend, communication mix) adalah:

1. *Personal selling*

Personal Selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya. Ada beberapa bentuk personal selling diantaranya adalah, program insentif, pasar malam dan pameran.

2. *Mass Selling* (Terdiri atas periklanan dan publisitas)

Mass Selling, merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Metode ini merupakan alternative yang lebih murah untuk menyampaikan informasi kepada khalayak (pasar sasaran) yang jumlahnya sangat banyak dan tersebar luas. Ada dua bentuk utama mass selling, yaitu periklanan dan publisitas.

3. *Periklanan*

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Bentuk-bentuk iklan berupa film, brosur, buklet, billboard, symbol dan logo, iklan cetak dan iklan siaran.

4. *Public Relations*

Public Relations, Merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap instansi tersebut. Dalam pelaksanaannya public relations dapat dilakukan oleh individu kunci dari suatu perusahaan dan dapat pula dilakukan oleh suatu lembaga formal dalam bentuk biro, departemen, maupun seksi public relations dan struktur organisasi.

5. *Direct Marketing*

Bila personal selling berupaya mendekati pembeli, iklan berupaya memberitahu dan mempengaruhi pelanggan, promosi penjualan berupaya mendorong pembelian, dan public relations membangun citra instansi, maka direct marketing memadatkan semua kegiatan tersebut dalam penjualan langsung tanpa perantara. Dalam direct marketing, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau dengan datang langsung ke tempat pemasar.

2.2.5 Definisi Pariwisata

Pariwisata adalah fenomena atau gejala kemasyarakatan yang menyangkut tentang manusia, masyarakat, kelompok, organisasi, kebudayaan, dan lain sebagainya yang merupakan kajian sosiologis. Definisi pariwisata yang bersifat umum adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus, dan melayani kebutuhan wisatawan. Definisi yang lebih teknis tentang pariwisata adalah “rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok didalam wilayah Negara sendiri atau Negara alain (Karyono, 1997).

1. Kebijakan Pengembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata

Kebijakan yanag dilakukan dalam pengembangan sarana dan prasana parawisata ada 4 (empat) yaitu :

1. Penyiapan sistem perencanaan Tata Ruang Kawasan Wisata.
2. Meningkatkan aksesibilitas ke kawasan wisata.
3. Pemenuhan fasilitas standar (fasilitas kesehatan, keamanan, kebersihan, komonikasi) di kawasan wisata sesuai dengan kebutuhan.
4. Menarik Investor untuk mebangun akomodasi dan fasilitas penunjanglainnya.

2. Tata Kelola Kepariwisataaan Yang Baik

Bambang Sunaryo(2013), Keberadaan sektor Pariwisata dalam suatu Wilayah dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Namun, Pada dasarnya tergantung pada manajemen dan tata pengelolaan

kepariwisataan yang diperankan oleh segenap pemangku kepentingan (*stakeholders*) baik dari unsur pemerintah, industri masyarakat yang ada pada wilayah tersebut. Pencapaian tujuan dan misi pembangunan kepariwisataan yang baik, berkelanjutan (*sustainable tourism*) dan berwawasan lingkungan hanya akan dapat terlaksana manakala dalam proses pencapaiannya dapat dilakukan melalui tata kelola kepariwisataan yang baik (*good tourism governance*). Prinsip dari penyelenggaraan tata kelola kepariwisataan yang baik adalah adanya koordinasi dan sinkronisasi program antar pemangku kepentingan yang ada serta pelibatan partisipasi aktif yang sinergis (terpadu dan saling menguatkan) antara pihak pemerintah, swasta/ industri pariwisata dan masyarakat setempat yang terkait.

Bambang Sunaryo, (2013) Menjelaskan bahwa secara teoritis pada manajemen dari penyelenggaraan pembangunan kepariwisataan yang berlanjut dan berwawasan lingkungan sehingga terciptanya *good tourism governance* akan dapat dengan mudah dikenali melalui berbagai ciri penyelenggaraan yang berbasis pada prinsip-prinsip sebagai berikut :

a. Partisipasi Masyarakat

Terkait Masyarakat setempat harus mengawasi atau mengontrol pembangunan kepariwisataan yang ada dengan ikut terlibat dalam menentukan visi, misi dan tujuan pembangunan kepariwisataan, mengidentifikasi sumber-sumber daya yang akan dilindungi,

dikembangkan dan dimanfaatkan untuk mengembangkan dan di manfaatkan untuk pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata. Masyarakat juga harus berpartisipasi dalam mengimpelementasikan rencana dan program yang telah di susun sebelumnya.

b. Keterlibatan Segenap Pemangku Kepentingan

Para pelaku dan pemengku kepentingan yang harus terlibat secara aktif dan produktif dalam pembangunan kepariwisataan meliputi kelompok dan industri LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) bidang pariwisata, kelompok sukarelawan, pemerintah daerah, asosiasi industri wisata, Asosiasi bisnis dan pihak-pihak lainnya yang berpengaruh dan berkepentingan serta yang akan menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan.

c. Kemitraan Kepemilikan Lokal

Pembangunan kepariwisataan harus mampu memberikan kesempatan lapangan pekerjaan yang berkualitas, restoran, cindra mata, transportasi wisata. Seharusnya dapat di kembangkan untuk masyarakat setempat. Usaha fasilitas penunjang kepariwisataan serta hotel dan di pelihara bersama masyarakat setempat melalui kemitraan yang strategis.

d. Pemanfaatan Sumber daya Secara Berlanjut

Pembangunan Kepariwisata harus dapat menggunakan sumber daya dibutuhkan secara berlanjut, yang artinya kegiatan-kegiatannya harus menghindari penggunaan sumber daya yang tidak dapat

diperbaruhi (*irreversible*) secara berlebihan. Dalam pelaksanaannya, program kegiatan pembangunan kepariwisataan harus menjamin bahwa sumber daya alam dan buatan dapat dipelihara dan diperbaiki dengan menggunakan kriteria-kriteria dan standar-standar internasional yang sudah baku.

e. Mengakomodasikan Aspirasi Masyarakat

Aspirasi dan tujuan masyarakat setempat hendaknya dapat diakomodasikan dalam program kegiatan kepariwisataan, agar kondisi yang harmonis antara: pengunjung/ wisatawan, pelaku usaha dan masyarakat setempat dapat diwujudkan dengan baik. Misalnya kerja sama dalam pengembangan atraksi wisata budaya atau cultural tourism partnership dapat dilakukan mulai dari tahap perencanaan, manajemen, sampai pada pemasaran.

f. Daya Dukung Lingkungan

Daya dukung lingkungan dalam pembangunan kepariwisataan yang harus dipertimbangkan dan dijadikan pertimbangan utama dalam mengembangkan berbagai fasilitas dan kegiatan kepariwisataan meliputi daya dukung fisik, biotik, sosial-ekonomi dan budaya. Pembangunan dan pengembangan harus sesuai dengan batas-batas kapasitas loka dan daya dukung lingkungan yang ada.

g. Monitor dan Evaluasi Program

Kegiatan monitor dan evaluasi dalam program pembangunan kepariwisataan yang berlanjut mencakup mulai dari kegiatan

penyusunan pedoman, evaluasi dampak kegiatan wisata serta pengembangan indikator-indikator serta batasan-batasan untuk mengukur dampak pariwisata sampai dengan pelaksana pemantauan dan evaluasi keseluruhan kegiatan.

h. Akuntabilitas Lingkungan

Perencanaan program pembangunan kepariwisataan harus selalu memberi perhatian yang besar pada kesempatan untuk mendapat pekerjaan, peningkatan pendapatan dan perbaikan kesehatan masyarakat yang tercermin dengan jelas dalam kebijakan, program dan strategi pembangunan kepariwisataan yang ada.

i. Pelatihan Pada Masyarakat

Terkait pembangunan kepariwisataan secara berlanjut selalu membutuhkan pelaksanaan program-program pendidikan dan pelatihan untuk membekali pengetahuan dan keterampilan masyarakat dan meningkatkan kemampuan bisnis secara *vocational* dan *professional*.

j. Promosi dan Advokasi

Nilai budaya kelokalan pembangunan kepariwisataan secara berlanjut juga membutuhkan program-program promosi dan advokasi penggunaan lahan dan kegiatan yang memperkuat karakter lansekap (*sense of place*) dan identitas budaya masyarakat setempat secara baik. Kegiatan-kegiatan dan penggunaan lahan tersebut seharusnya bertujuan untuk mewujudkan pengalaman wisata yang berkualitas

yang memberikan kepuasan bagi pengunjung atau wisatawan (Bambang Sunaryo, 2013).

2.2.6 Definisi Paralayang

Paralayang dalam bahasa Inggris: *paragliding* adalah olahraga terbang bebas dengan menggunakan sayap kain (parasut) yang lepas landas dengan kaki untuk tujuan rekreasi atau kompetisi. Induk organisasinya adalah PLGI (Persatuan Layang Gantung Indonesia), sedangkan PLGI sendiri dibawah naungan FASI (Federasi Aero Sport Indonesia). Olahraga paralayang lepas landas dari sebuah lereng bukit atau gunung dengan memanfaatkan angin. Angin yang dipergunakan sebagai sumber daya angkat yang menyebabkan parasut ini melayang tinggi di angkasa terdiri dari dua macam yaitu, angin naik yang menabrak lereng (*dynamic lift*) dan angin naik yang disebabkan karena thermal (*thermal lift*). Dengan memanfaatkan kedua sumber itu maka penerbang akan terbang sangat tinggi dan mencapai jarak yang jauh. Yang menarik adalah bahwa semua yang dilakukan itu tanpa menggunakan mesin, hanya semata-mata memanfaatkan angin. (<https://id.m.wikipedia.org> diakses pada tanggal 26 November 2018 jam 16:32 WIB).

2.2.7 Efektivitas Promosi Pariwisata

Adapun efektivitas promosi menurut Indriyo (1998) dengan menggunakan konsep AIDA yaitu: *Attention* (perhatian), *Interest*

(ketertarikan), *Desire* (keinginan), *Action* (tindakan). Hal yang senada juga didefinisikan oleh Kotler, (2008) bahwa untuk mencapai Efektivitas promosi wisata dapat diketahui dengan konsep AIDA sebagai berikut:

1. *Attention* (perhatian), dalam melakukan promosi pertama-tama perlu menarik perhatian wisatawan (calon wisatawan), dengan adanya ketertarikan calon wisatawan, maka akan tercipta suatu kesan (*image*).
2. *Interest* (ketertarikan), minat yang tercipta setelah adanya kesan yang diciptakan promosi tadi, calon wisatawan akan tertarik untuk memilih objek wisata.
3. *Desire* (keinginan), setelah adanya ketertarikan dalam benak calon wisatawan, selanjutnya akan terbesit dari pikiran mereka untuk memiliki atau berkeinginan untuk berkunjung ke daerah wisata.
4. *Action* (tindakan), promosi belum dapat dikatakan berhasil sebelum calon wisatawan mengadakan tindakan untuk datang ke objek wisata.

2.2.8 Fokus Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, maka jangkauan dari ruang lingkup penelitian ini perlu di tegaskan. Sesuai dengan judul yang penulis angkat, oleh karena itu penelitian ingin berfokus untuk mengamati dan meneliti Efektivitas Promosi Wisata Melalui Event Paralayang Desa Mantar Dalam

Menarik Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Sumbawa Barat, melalui indikator AIDA :

1. *Attention* (Perhatian)
2. *Interest* (Ketertarikan)
3. *Dersire* (Keinginan)
4. *Aasire* (Tindakan)

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian kualitatif di gunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Penelitian ini akan menggambarkan kondisi alamiah sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan yang berkaitan dengan Analisa Promosi Wisata Melalui Event Paralayang di Desa Mantar di Kecamatan Seteluk Kabupaten Sumbawa Barat.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di Desa Mantar dan Dinas Pariwisata Kabupaten Sumbawa Barat. Pengambilan lokasi ini dilakukan karna melihat pariwisata Desa Mantar Kabupaten Sumbawa Barat bisa di katakan mengalami kemajuan di bandingkan tahun-tahun sebelumnya dengan

melihat potensi yang dimiliki oleh wisata yang ada di Kabupaten Sumbawa Barat khusus di Desa Mantar itu sendiri serta dengan mengusung system pengembangan pariwisata akan mampu membentuk pasar domestik maupun mancanegara yang dapat menunjang perkembangan pariwisata pada peneliti memilih lokasi ini.

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data Primer adalah sumber data utama yang diperoleh peneliti dengan cara melakukan observasi langsung pada lokasi penelitian dan tempat di Desa Mantar Kecamatan Seteluk Kabupaten Sumbawa Barat dan mengamati tindakan informan serta mewawancarai masyarakat di Kecamatan Seteluk.

3.3.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari dokumen-dokumen resmi dari instansi. Data sekunder juga dapat berupa majalah, buletin, lampiran-lampiran, hasil survey, penggunaan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah di kumpulkan melalui pengamatan dan data wawancara.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Teknik Observasi yaitu, teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian guna mendapatkan informasi yang relevan sesuai kebutuhan peneliti terhadap permasalahan yang terjadi.

Marshall dalam Sugiyono (2014) menyatakan bahwa melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Sedangkan Sanafiah Faizal dalam Sugiyono (2014) mengklarifikasikan observasi menjadi partisipatif, observasi secara terang-terangan dan tersamar dan observasi tak terstruktur.

Di sini peneliti menggunakan observasi terang-terangan dan tersamar, dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data menyatakan terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian jadi, mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat tidak terang atau tersamar dalam observasi, hal ini menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahsiakan. Kemungkinan kalau dilakukan secara terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi. Adapun data yang diperoleh peneliti dalam melakukan teknik observasi lapangan adalah fakta-fakta yang terjadi di lapangan di mana peneliti ikut terlibat di dalam kegiatan yang dilakukan oleh narasumber

dan melakukan dan melakukan pengamatan sehingga peneliti bisa mengumpulkan fakta-fakta yang akan di jadikan data yang valid. (Susan Stainbackdalam Sugiyono, 2014)

3.4.2 Wawancara

Wawancara yaitu peneliti melakukan tanya jawab secara langsung kepada informan dengan tujuan mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan yang berkaitan dengan objek permasalahan yang di teliti. Esterbergdalam Sugiyono (2014), wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang unruk bertukar infomasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di kontruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Susan Staniback dalam Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa jadi dengan wawancara maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana tidak bisa di temukan melalui observasi.

Data yang di peroleh dalam teknik wawancara berupa informasi-informasi yang di berikan oleh narasumber sesuai dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti baik secara mendalam maupun yang mendasar berdasarkan permasalahan yang ditelti. Sehingga peneliti dapat bertukar informasi dengan narasumber, tentunya peneliti akan membawa alat bantu untuk mendokumentasikan hasil wawancara seperti tape recorder, gambar, file, berkas dan lainnya.

3.4.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara dengan menggunakan dokumen yang berhubungan dengan obyek penelitian pengumpulan dengan cara mengutip dari dokumen-dokumen yang sudah jadi baik berupa catatan, transkrip buku, surat kabar, peraturan kebijakan, gambar, sejarah lain sebagainya, yang berkaitan dengan obyek dan keperluan penelitian.

Data yang di peroleh dalam kegiatan dokumentasi adalah arsip-arsip kebijakan yang sudah di implementasikan sehingga bisa menjadi pembanding data yang di peroleh baik dari obsrvasi maupun dari wawancara, data yang di peroleh dari dokumentasi di perlukan untuk menambah data yang masih kurang, dokumen bisa berbebtuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Peneliti melakukan dokumentasi berupa surat-surat atau laporan-laporan tertulis serta mengambil foto-foto dari realita yang ada di lapangan.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (trianggulasi), dan di lakukan secara terus-menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus-menerus tersebut mengakibatkan variasi data yang tinggi sekali. Data yang di peroleh pada umumnya adalah data kualitatif (walaupun tidak menolak data kualitatif), sehingga teknis analisis data yang di gunakan belum ada polanya yang jelas. Oleh karena itu sering mengalami kesulitan dalam malakukan analisis. Seperti yang di

tanyakan oleh Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono (2014), bahwa yang paling serius dan sulit untuk analisis data kualitatif adalah karena metode analisis data kualitatif adalah karena metode analisis belum di rumuskan dengan baik.

Analisa data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, penelitian sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai pada tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2014), Mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

3.5.1 Reduksi Data

Data yang diperoleh lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, mengambil data pokok, mengorganisir data kasar yang diperoleh dari lapangan sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

Data mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Ibarat melakukan penelitian di hutan, maka pohon-pohon atau tumbuh-tumbuhan dan binatang-binatang yang belum dikenal selama ini, justru dijadikan fokus untuk pengamatan selanjutnya.

Mereduksi data dapat dilakukan dengan cara hasil catatan di lapangan yang banyak dan belum bermakna. Catatan lapangan berupa huruf besar dan kecil, angka dan simbol-simbol yang masih semrawut, yang tidak dapat dipahami. Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data pokok penting, membuat kategorisasi, berdasarkan huruf besar, huruf kecil, dan angka. Data yang tidak penting yang diilustrasikan dalam bentuk simbol-simbol seperti %, #, @, dan lain-lain dibuang karena dianggap tidak penting.

3.5.2 Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data (Penyajian Data), dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, *flowchart* dan sejenisnya. *Miles and Huberman* dalam Sugiono(2014) menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

Penyajian merupakan upaya penyusun sekumpulan informasi kedalam suatu matrik atau konfigurasi yang mudah dipahami. Konfigurasi yang demikian ini akan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut, *Miles and Huberman* dalam Sugiyono (2014) “disarankan, selain teks naratif dalam penyajian data bisa menggunakan *grafik, matrik, network* (jaringan kerja) dan *Chart*.

3.5.3 Menarik Kesimpulan

Dari Permulaan pengumpulan data, peneliti mulai mencari makna dari data-data yang telah terkumpul. Selanjutnya mencari arti dan penjelasannya kemudian menyusun pola-pola hubungan tertentu kedalam satu kesatuan informasi yang mudah dipahami dan ditafsirkan. Dari data yang terkumpul, kemudian dikategorikan sesuai dengan lainnya sehingga mudah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan yang ada. *Miles dan Huberman* dalam Sugiyono (2014)

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Kurniawan. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan.
- Ariani, Zaenafi. 2014. *Straegi Pengembangan Desa Mantar Sebagai Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Sumbawa Barat*.
- Georgopolous dan Tannembaum, 1985. *Efektifitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Handayaniingrat, Soewarno. 1994, *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Haji Masagung.
- Hidayat, 1986. *Teori Efektivitas Dalam Kinerja Karyawan*. Gaja Mada University Press, Yoyakarta.
- Indriyo Gitosudarmo. 1998. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler and Gary Amstrong, 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Karyono, Hari. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Lubis, S.M.Hari & Huseini, Martani. 1987. *Teori Ornganisasi: Suatu Pendekatan Makro*. Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-Ilmu Sosial.
- Marlina, Nina. 2017. *Efektivitas Program Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kabupaten Ciamis (Studi Pada Objek Wisata Situ Lengkong)*. Vol. 2 No.1 Agustus 2017. Universitas Padjadjaran
- Prasetya Maha Rani, Deddy. 2014. *Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)*. Vol. 3 No. 3, Agustus-Desember 2014, 412-421.
- Purmada, Dimas Kurnia. 2016. *Pengelolaan Desa Wisata Dalam Persfektif Community Based Tourism (Studi Kasus pada Desa Wisata Gubugklakah, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang)*. Vol. 32 No. 2 Maret 2016. Universitas Brawijaya Malang.

- Setiawan, Nisa Amalina. 2014. *Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong*. Volume 13, No. 2, Desember 2014, Hal. 184-194
- Siagian, Sondang P. (1978). *Administrasi Pembangunan: Konsep, Dimensi Dan Strateginya*. Jakarta: Penerbit Gita Karya.
- Steers, M Richard. 1985. *Efektivitas Organisasi Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Streers Richard. M. 2005. *Efektivitas Organisasi. (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke- 10, Bandung : Alfabeta, CV.
- Sunan Kalimati, Wahyu, 2006. *Scenery Tourism Regency of West Sumbawa Wisata/Panorama Kabupaten Sumbawa Barat*. Cetakan ke-1, Yogyakarta: Dinas Pariwisata Kebudayaan Perhubungan dan Telekomunikasi Kabupaten Sumbawa Barat.
- Sunaryo, Bambang, 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Widyasti, Farida Robithoh. 2013. *Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Temanggung*.

REGULASI

Peraturan Republik Indonesia Undang-undang No 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata memiliki Peran Penting bagi Negara.

(<https://www.slideshare.net/mobile/jabalanPerang/kebijakan-pengembangan-parawisata>) diakses pada tanggal 23 November 2018 jam 19:45 WIB)

(<https://id.m.wikipedia.org> diakses pada tanggal 26 November 2018 jam 16:32 WIB)

(<https://mataram.antaranews.com/berita/33436/sumbawa-barat-targetkan-kunjungan-5000-wisatawan//> diakses pada tanggal 08 Januari 2019 jam 09:23 WIB).

