

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kepariwisata**

###### **a. Pengertian Pariwisata**

Menurut Undang-Undang nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Sedangkan menurut Hunziker dan Krapf dalam (Suryadana 2015:30), pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal disitu untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara. Dan menurut Spillane dalam (Hadiwijoyo 2012:42), pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu. Pengkajian yang lebih besar tentang kepariwisataan pada

umumnya lebih menekankan pada aspek fisik dan ekonomis. Dalam perkembangannya kajian pariwisata dari aspek sosial budaya semakin mendapat perhatian. Pariwisata mendatangkan serangkaian dampak, baik yang bersifat positif maupun negatif yang langsung dirasakan oleh manusia sebagai faktor sentralnya. Menurut Dogan dalam (Hadiwijoyo 2012:42), dampak dari pariwisata terhadap ekonomi, sosial, dan budaya sangat bervariasi antara satu daerah dengan daerah lain. Sifat dampak tersebut tergantung pada beberapa faktor berikut:

- 1). Tipe wisatawan yang berkunjung
- 2). Ciri sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat penerima yang meliputi stratifikasi sosial, ketimpangan ekonomis, dan hubungan sosial yang ada
- 3). Jenis kepariwisataan yang dikembangkan, apakah kepariwisataan tertutup atau terbuka
- 4). Tingkat institusionalisasi dari pembangunan kepariwisataan tersebut.

#### **b. Komponen dasar Pariwisata**

Menurut Cooper dalam ( Suwena dan Widyatmaja, 2010:88) mengungkapkan bahwa Daerah Tujuan Wisata harus didukung empat komponen utama atau yang dikenal “4A” yaitu: Atraksi (attraction),

aksesibilitas (access), Fasilitas (aminties), Pelayanan Tambahan (uncillary service). Sedangkan menurut Inskeep dalam (Suryadana dan Octavia 2015:33) diberbagai literatur dimuat berbagai macam komponen wisata. Namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata dimana komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Komponen tersebut dikelompokkan sebagai berikut:

1). Atraksi dan kegiatan-kegiatan Wisata

Kegiatan-kegiatan wisata yang dimaksud dapat berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan daerah dan kegiatan lainnya yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata.

2). Akomodasi

Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan.

3). Fasilitas dan Pelayanan Wisata

Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata di dalamnya termasuk *tour and travel operations* (pelayanan

penyambutan) misalnya: restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko cinderamata, kantor informasi wisata, fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum, dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

#### 4). Fasilitas dan Pelayanan Transportasi

Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara.

#### 5). Infrastruktur Lain

Infrastruktur yang dimaksud adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, saluran air kotor, telekomunikasi.

#### 6). Elemen Kelembagaan

Kelembagaan yang dimaksud adalah kelembagaan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata termasuk perencanaan tenaga kerja, program pendidikan dan pelatihan; menyusun strategi marketing dan program promosi; menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta;

peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata; menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta; mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan.

Selanjutnya menurut Gunn dalam (Suryadana dan Octavia 2015:35)

komponen dasar pariwisata, yaitu:

- 1). Atraksi/ daya tarik wisata yang dikategorikan dalam:
  - a) Sumber daya alam meliputi: air mancur, kolam, sungai
  - b) Sumber daya dan budaya, meliputi arkeologi, sejarah, hiburan, olahraga, kesehatan, keagamaan, dan perdagangan.
- 2). Akomodasi, tempat makan dan minum, tempat belanja, aksesibilitas
- 3). Transportasi udara, air, dan darat
- 4). Air bersih, pembuangan limbah, keamanan, listrik dan pemadam kebakaran.

Berdasarkan hasil penjelasan beberapa pakar pariwisata tersebut, para pakar memiliki pandangan yang berbeda mengenai komponen dasar pariwisata namun beberapa bagiannya memiliki inti yang sama.

### c. Sistem pariwisata

Menurut Jordan dalam (Leiper 2004:48) sistem pariwisata adalah tatanan komponen dalam industri pariwisata dimana masing-masing komponen saling berhubungan dan membentuk sesuatu yang bersifat menyeluruh. Sedangkan Bertalanffy dalam (Leiper 2004:48) mendefinisikan sistem sebagai satu kesatuan elemen yang terkait satu sama lain di dalamnya dan dengan lingkungannya. Untuk mempertajam analisis mengenai sistem pariwisata, Prosser dalam (Mason 2004:12) membagi sistem pariwisata dalam empat subsistem yaitu pasar pariwisata, informasi, promosi, dan petunjuk lingkungan tujuan wisata, transportasi dan komunikasi.

Sistem pariwisata menurut Hall dalam (Suryadana dan Octavia 2015:44) terdiri dari dua bagian besar yaitu *supply* dan *demand* dimana masing-masing bagian merupakan subsistem yang saling berinteraksi erat satu sama lain. Subsistem *demand* (permintaan) berkaitan dengan budaya wisatawan sebagai individu. Latar belakang pola perilaku wisatawan dipengaruhi oleh motivasi baik fisik, sosial, budaya, spiritual, fantasi, dan pelarian serta didukung oleh informasi, pengalaman sebelumnya, dan kesukaan yang akan membentuk harapan dan *image*. Motivasi, informasi, pengalaman sebelumnya,

kesukaan, harapan, dan *image* wisatawan merupakan komponen dari subsistem permintaan sebagai bagian dari sistem pariwisata. *Supply* sebagai subsistem dari sistem pariwisata terdiri dari komponen seperti industri pariwisata yang berkembang, kebijakan pemerintah baik nasional, bagian regional maupun lokal, aspek sosial budaya serta sumber daya alam dimana masing-masing subsistem sebenarnya juga merupakan sistem tersendiri yang berinteraksi ke dalam dan keluar. Baik *supply* maupun *demand* akan mempengaruhi pengalaman yang terbentuk selama melakukan aktivitas wisata.

#### **d. Jenis-jenis Pariwisata**

Pendit (2006:38-42), mengatakan bahwa jenis-jenis pariwisata harus diketahui dan diperhitungkan supaya dapat diberikan pengertian dan tempat wajar di dalam pembangunan industri. Jenis-jenis wisata yang telah dikenal dewasa ini dapat digolongkan menjadi 14 jenis wisata. Diantaranya adalah : wisata budaya, wisata kesehatan, wisata olahraga, wisata komersial, wisata industri, wisata politik, wisata konvensi, wisata sosial, wisata pertanian, wisata maritime (marina), wisata cagar alam, wisata buru, wisata pilgrim, wisata bulan madu. Sedangkan menurut Suryadana dan Octavia (2015:32), wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu:

- 1) Wisata alam, yang terdiri dari:
  - a) Wisata pantai
  - b) Wisata etnik
  - c) Wisata cagar alam
  - d) Wisata buru
  - e) Wisata agro
- 2) Wisata sosial budaya, yang terdiri dari:
  - a) Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen
  - b) Museum dan fasilitas budaya lainnya.

## **2. Promosi**

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Bagaimanapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Menurut Tjiptono (2008:219) pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima,

membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi dalam (Suryadana dan Octavia 2015:157). Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran, yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhannya.

Selanjutnya promosi menurut Buchari Alma dalam buku pengantar pemasaran pariwisata (2007:13) adalah promosi merupakan suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan. Dari beberapa definisi menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan kepada konsumen untuk mempengaruhi atau mengajak konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. Agar promosi berjalan efektif, perusahaan harus menyusun strategi dalam memasarkan

produknya. Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos*: militer, dan *ag*: memimpin) yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Konsep strategi militer seringkali diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi (Tjiptono, 2008:3). Strategi promosi menurut Kotler dan Armstrong (2001:74) adalah kreativitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pasar sasaran. Dalam sektor pariwisata strategi promosi ini penting dilakukan karena sektor pariwisata.

#### **a. Tujuan Promosi**

Menurut Tjiptono (2008:221) tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1). Menginformasikan (*informing*), dapat berupa:

- a) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru
  - b) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
  - c) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar
  - d) Menjelaskan cara kerja suatu produk
  - e) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan
  - f) Meluruskan kesan yang keliru
  - g) Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli
  - h) Membangun citra perusahaan.
- 2). Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
- a) Membentuk pilihan merek
  - b) Mengalihkan pilihan ke merek tertentu
  - c) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
  - d) Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga
  - e) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (salesman).
- 3). Mengingat (*reminding*), dapat terdiri atas:
- a) Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan

- b) dalam waktu dekat
- c) Mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk
- d) perusahaan
- e) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan
- f) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Jika ditinjau dari sudut pandang ilmu ekonomi, maka tujuan dari promosi ini adalah menggeser kurva permintaan akan produk perusahaan ke kanan dan membuat permintaan menjadi inelastis (dalam kasus harga naik) dan elastis (dalam kasus harga turun). Rossiter dan Percy dalam (Tjiptono 2008:222) mengklasifikasikan tujuan promosi sebagai efek dari komunikasi sebagai berikut:

- 1) Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan
- 2) Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk
- 3) kepada konsumen
- 4) Mendorong pemilihan terhadap suatu produk
- 5) Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk

6) Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain

7) Menanamkan citra produk dan perusahaan

Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.

#### **b. Bentuk-bentuk Promosi**

Menurut Tjiptono (2008:222) meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu sering disebut bauran promosi (promotion mix), yaitu mencakup:

##### 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. Sifat- sifat personal selling antara lain:

a) *Personal confrontation*, yaitu adanya hubungan yang hidup, langsung, dan interaktif antara dua orang atau lebih.

b) *Cultivation*, yaitu sifat yang memungkinkan berkembangnya segala macam hubungan, mulai dari sekedar hubungan jual beli sampai dengan suatu hubungan yang lebih akrab.

c) *Response*, yaitu situasi yang seolah-olah mengharuskan pelanggan untuk mendengar, memperhatikan dan menanggapi.

Oleh karena sifat-sifat tersebut metode ini mempunyai kelebihan antara lain operasinya lebih fleksibel karena penjual dapat mengamati reaksi pelanggan dan menyesuaikan pendekatannya, usaha yang sia-sia dapat diminimalkan, pelanggan yang berminat biasanya langsung membeli dan penjual dapat membina hubungan jangka panjang dengan pelanggannya. Aktivitas personal selling juga memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai berikut:

a) *Prospecting*, yaitu mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan mereka

b) *Targeting*, yaitu mengalokasikan kelangkaan waktu penjual demi pembeli

c) *Communicating*, yaitu memberi informasi mengenai produk perusahaan kepada pelanggan

- d) Selling, yakni mendekati, mempresentasikan dan mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta menjual produk kepada pelanggan
- e) Servicing, yakni memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan
- f) Information gathering, yakni melakukan riset dan intelijen pasar
- g) Allocating, yaitu menentukan pelanggan yang akan dituju.

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.

a) Periklanan

Iklan merupakan bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. Iklan memiliki empat fungsi utama, yaitu menginformasikan khalayak mengenai seluk beluk produk (informative), mempengaruhi

khalayak. untuk membeli (persuading), dan menyegarkan informasi yang telah diterima khalayak (reminding), serta menciptakan suasana yang menyenangkan sewaktu khalayak menerima dan mencerna informasi (entertainment).

b) Publisitas

Publisitas adalah bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang dan jasa secara non personal, yang mana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu. Publisitas merupakan pemanfaatan nilai-nilai berita yang terkandung dalam suatu produk untuk membentuk citra produk yang bersangkutan

3) Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Melalui promosi penjualan perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggan untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan *impulse buying* (pembelian tanpa rencana

sebelumnya), atau mengupayakan kerja sama lebih erat dengan pengecer. Promosi penjualan yang dilakukan oleh penjual dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, yaitu sebagai berikut:

- a) *Customer promotion*, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk merangsang atau mendorong pelanggan untuk membeli.
  - b) *Trade promotion*, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk mendorong atau merangsang pedagang grosir, pengecer, eksportir, dan importir untuk memperdagangkan barang atau jasa dari sponsor
  - c) *Sales-force promotion*, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk memotivasi armada penjual
  - d) *Business promotion*, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk memperoleh pelanggan baru, mempertahankan kontak hubungan dengan pelanggan, memperkenalkan produk baru, menjual lebih banyak kepada pelanggan lama, dan mendidik pelanggan.
- 4) *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

*Public relations* merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini,

keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan 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* dalam struktur organisasi. Kegiatan-kegiatan *public relations* meliputi hal-hal berikut:

- a) *Press Relations*, bertujuan hubungan dengan pers adalah untuk memberikan informasi yang pantas atau layak dimuat disurat kabar agar dapat menarik perhatian publik terhadap seseorang, produk, jasa, atau organisasi.
- b) *Product Publicity*, aktivitas ini meliputi berbagai upaya untuk mempublikasikan produk-produk tertentu.
- c) *Corporate Communication*, kegiatan ini mencakup komunikasi internal dan eksternal, serta mempromosikan pemahaman tentang organisasi.
- d) *Lobbying* merupakan usaha untuk bekerja sama dengan pembuat undang-undang dan pejabat pemerintah sehingga perusahaan mendapatkan informasi-informasi penting yang

berharga. Bahkan kadang kala juga dimaksudkan untuk mempengaruhi keputusan yang akan diambil.

- e) *Counseling*, aktivitas ini dilakukan dengan jalan memberi saran dan pendapat kepada manajemen mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan publik dan mengenai posisi dan citra perusahaan.

#### 5) *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

*Direct marketing* adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi. Dalam *direct marketing*, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual, dengan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau dengan datang langsung ke tempat pemasar.

#### **c. Sasaran Promosi**

Sasaran merupakan orang-orang atau kelompok yang menjadi target komunikasi oleh suatu organisasi karena pihak tersebut dianggap memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung

dalam pencapaian tujuan organisasi. Menurut Effendy (1992:10) menyebutkan bahwa sasaran promosi meliputi dua hal, yaitu:

- 1) Publik intern, semua orang yang bekerja pada organisasi, beberapa diantaranya adalah pegawai dari tingkatan paling atas sampai tingkat terendah. Para pemegang saham dan serikat kerja.
- 2) Publik ekstern, orang-orang di luar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi.

Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa sasaran promosi yaitu terdiri dari publik intern dan publik ekstern. Sasaran adalah target kegiatan komunikasi timbal balik dengan penjual sehingga promosi harus dilakukan dengan baik terhadap sasaran promosi agar mereka merasa yakin akan produk yang ditawarkan tersebut.

#### **d. Teknik Promosi Pariwisata**

Ada empat teknik promosi yang biasa dipergunakan oleh biro perjalanan wisata untuk melakukan promosi pariwisata, yaitu advertising, sales promotion, personal selling, dan public relation. (Suryadana dan Octavia, 2015:158)

##### 1) *Advertising*

Advertising atau yang sering dikenal dengan istilah periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang

digunakan oleh perusahaan baik perusahaan barang maupun jasa. Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran (awareness) calon pembeli terhadap jasa yang ditawarkan, untuk menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang ditawarkan, membujuk calon pembeli agar mau membeli, mau menggunakan jasa tersebut, dan untuk membedakan pelayanan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain. Iklan memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

- a) Presentasi umum, ini berarti bahwa setiap iklan dibuat sedemikian rupa agar setiap orang dapat menerima pesan yang sama tentang produk yang diiklankan.
- b) Tersebar luas. Iklan yang dibuat sama baik bentuk maupun tujuannya serta dapat dilakukan berulang-ulang pada media yang sama maupun berbeda, dan dapat disebarluaskan ke tempat yang berbeda agar konsumen dapat menerima informasi dengan baik.
- c) Ekspresi yang kuat, artinya iklan mampu mendramatisasi perusahaan dan produknya melalui gambar dan suara untuk menggugah dan mempengaruhi perasaan pasar sasaran.

d) Tidak bersifat pribadi. Iklan yang dibuat diperuntukkan bagi semua orang, baik pasar sasaran maupun tidak dengan tidak memaksa pasar sasaran untuk memperhatikan dan menanggapi, karena iklan merupakan komunikasi yang monolog (satu arah).

## 2) *Sales Promotion*

Sales promotion adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain periklanan yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dan pedagang perantara dengan menggunakan alat-alat promosi. Alat-alat promosi yang sering digunakan dalam kegiatan ini antara lain brosur, pameran, dan demonstrasi. Dalam upaya mencapai tujuan periklanan, proses promosi dengan menggunakan teknik sales promotion menggunakan beberapa metode promosi penjualan. Metode yang sering digunakan adalah:

- a) Product sampling (contoh barang). Perusahaan memberikan contoh barang secara cuma-cuma kepada pelanggan untuk dicoba atau digunakan.
- b) Pengumpulan kupon atau nota pembelian misalnya, sejumlah nota pembelian dapat ditukar dengan barang seharga 10% dari jumlah yang tercantum dalam nota.

- c) Pemberian diskon misalnya, setiap rombongan peserta paket perjalanan wisata di biro perjalanan wisata tertentu akan menerima diskon 10% dari perusahaan penyelenggara perjalanan wisata tersebut.
- d) Kupon hadiah misalnya, seseorang yang menginap di hotel yang sama, dengan jumlah hari tertentu akan mendapatkan hadiah dari kupon yang diundi.
- e) Cash refund. Metode promosi ini dilakukan dengan mengurangi harga yang diberikan kepada pembeli yang ditentukan dalam bentuk presentase atau satuan rupiah. Cara ini dipergunakan untuk memperkenalkan produk baru mendorong pembelian ulang atas suatu produk yang menguntungkan

### 3) *Personal selling*

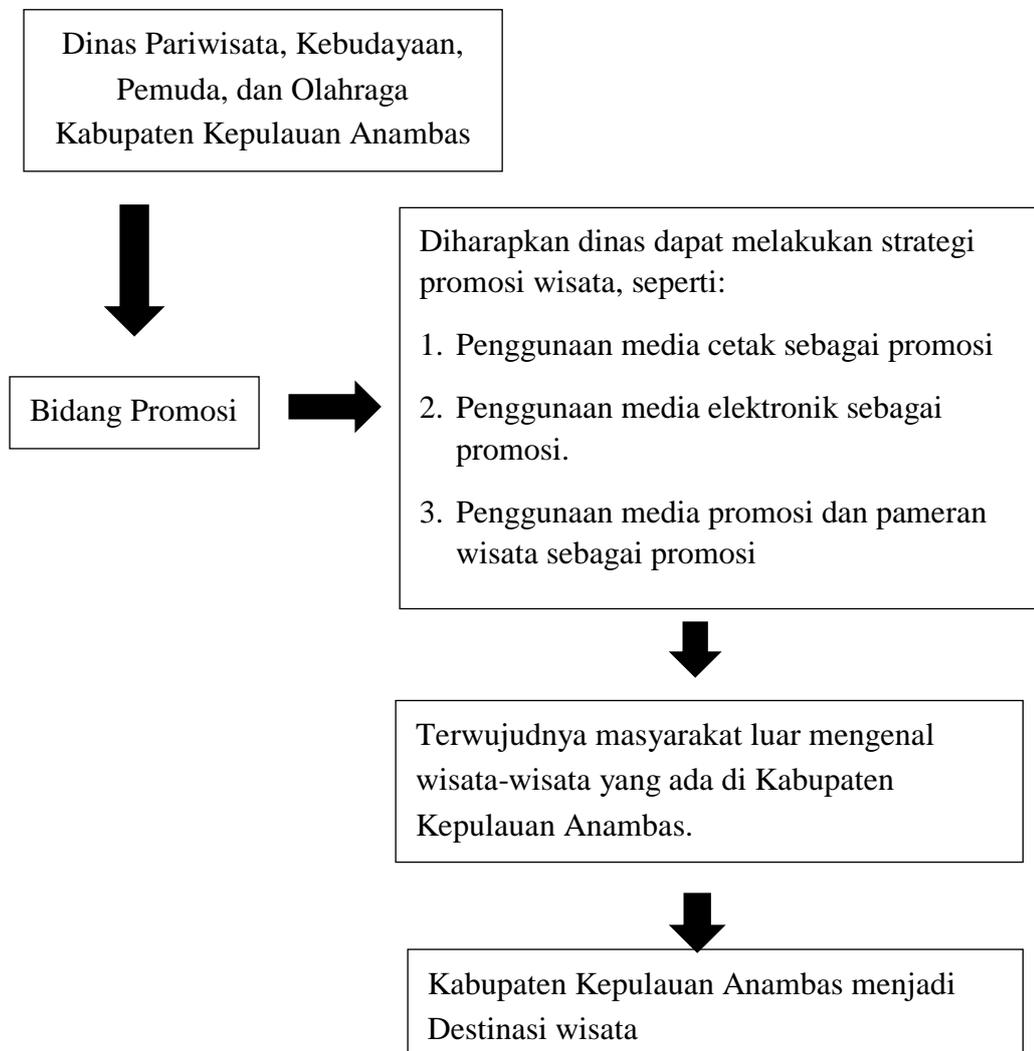
Penjualan tatap muka merupakan aktifitas komunikasi antar produsen yang diwakili oleh tenaga penjual dengan konsumen potensial yang melibatkan pikiran dan emosi serta berhadapan langsung dengan pembeli. Teknik promosi dengan menggunakan *personal selling* dapat dilakukan langsung dengan berhadapan

langsung dengan calon pembeli, misalnya pada bursa pasar wisata (*travel mart*).

#### 4) *Public relation*

Kata masyarakat (*public*) dalam hubungan masyarakat berarti setiap individu, kelompok, organisasi dan lain sebagainya yang mempunyai potensi untuk mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pengusaha produk pariwisata yang bersangkutan seperti karyawan, pelanggan, perantara atau penyalur dan pemimpin masyarakat. Sedangkan kata hubungan (*relation*) berarti menciptakan atau membuka komunikasi dua arah yang saling menguntungkan, termasuk hubungan pertukaran dalam pemasaran produk pariwisata. Oleh karena itu, hubungan masyarakat bertanggung jawab untuk menentukan dan mempertahankan komunikasi dua arah secara terbuka dengan semua lapisan masyarakat serta menciptakan opini masyarakat yang baik tentang produk pariwisata yang ditawarkan oleh perusahaan.

## B. Kerangka Pemikiran Teoritik



### C. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian yang dilakukan penulis pada saat ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Farida Robithoh Widyasti dengan judul “Strategi Promosi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Temanggung”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi promosi wisata pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung didasari dengan pemetaan masalah pariwisata yang berupa melihat kekuatan potensi wisata yang bisa dikembangkan di Temanggung, kemudian melihat kelemahan yang ada dan melihat peluang yang baik dalam kepariwisataan serta melihat ancaman yang akan mengganggu dalam pariwisata Temanggung. Kemudian solusi yang ditempuh tertuang dalam rencana strategi jangka panjang yaitu Rencana Strategis(Renstra) melalui pengembangan wisata dengan memperbaiki image Kabupaten Temanggung, sedangkan rencana strategi jangka pendek melalui Rencana Kerja (Renja) yaitu pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan kemitraan dan rehabilitasi dan pemeliharaan obyek wisata. Memacu pada kegiatan Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja) dalam mempromosikan wisata menggunakan alat atau media promosi, seperti media cetak, media elektronik, media promosi dan pameran wisata.

Penelitian selanjutnya adalah sebagaimana yang dilakukan oleh Avelino Pereira Da Silva (2015) dengan judul “Strategi Promosi Kementerian

Pariwisata Timor-Leste (studi kasus Cristo Rei Dilli Timor-Leste). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi promosi yang diteerapkan Kementerian Timor-Leste untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Cristo Rei

- Pameran

Pelaksanaan promosi dilakukan dengan mengikuti tiap Expo yang diadakan diluar negeri. Dengan adanya pameran seperti mengikuti Expo di China, Singapore, Indonesia, Korea, Australian dan Negara-negara CPLP (Comunidade Pais Lingua Portugues) dan didalam negeri juga mengadakan pameran di *Dilli Convention Center* (DCC) dan pertunjukan seni budaya di Cristo Rei

- Media cetak dan elektronik

Media cetak dan elektronik yang digunakan Kementerian Pariwisata Timor-Leste dalam promosi Cristo Rei adalah media massa seperti *Megazine* Australia, Brosur, RTTL ( Radio Televisao De Timor-Leste), Timor Post dan DVD yang diterbitkan oleh Direcao Marketing tiap tahun.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali fakta tentang strategi promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas.

Data atau informasi yang diperoleh dideskripsikan sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan dan disajikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat kemudian ditarik suatu kesimpulan.

#### **B. Lokasi dan Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Kabupaten Kepulauan Anambas beralamat di jalan Tanjung Terempa, Kecamatan Siantan, Kabupaten Kepulauan Anambas, Provinsi Kepulauan Riau dan Penelitian ini dimulai dari proses pembuatan proposal sampai skripsi selesai.

#### **C. Teknik Cuplikan**

Dalam penelitian kualitatif, untuk mendapatkan data yang lengkap digunakan teknik sampling (cuplikan) cuplikan berkaitan dengan pembatasan jumlah dan jenis dari sumber data yang akan digunakan dalam penelitian. Pemikiran mengenai cuplikan ini hamper tidak bisa dihindari oleh peneliti dalam pelaksanaan penelitiannya, mengingat selalu adanya beragam keterbatasannya yang dihadapi peneliti.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat beberapa teknik sampling yang akan digunakan seperti purposive sampling, snowball sampling.

#### **D. Sumber Data**

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang didapat peneliti melalui interaksi langsung dengan objek penelitian. Data primer dari penelitian ini berupa transkrip wawancara dan data yang dilihat oleh peneliti melalui observasi langsung tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dalam menjadikan Kabupaten Kepulauan Anambas sebagai destinasi wisata. Sedangkan data sekunder didapat melalui dokumen-dokumen atau arsip tertulis yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dalam melakukan strategi promosi.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang lengkap dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Observasi**

Observasi ini dilakukan dengan mengamati kegiatan promosi dan kegiatan-kegiatan lain di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas, yang meliputi berbagai agenda kegiatan yang telah dijadwalkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang meliputi program

peningkatan pengembangan dan pengelolaan budaya, peningkatan sarana dan prasarana pengembangan budaya daerah, peningkatan obyek wisata unggulan dan meningkatkan mutu sarana dan prasarana pariwisata, serta peningkatan kerjasama dibidang pariwisata. Pengamatan ini dilakukan selama kunjungan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dan tidak hanya sekali, tetapi dilakukan selama pengumpulan data berlangsung. Pengamatan ini juga dilakukan untuk mengamati berbagai hal yang ditemui di lingkungan dinas, misalnya kondisi bangunan dinas pariwisata dan obyek wisata di kabupaten Kepulauan Anambas, kelengkapan media promosi, dan kinerja pegawai.

## 2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan percakapan yang berisi maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dalam penelitian dilakukan dengan teknik wawancara mendalam. Peneliti dapat bertanya kepada informan tentang fakta suatu peristiwa disamping opini mereka tentang peristiwa yang ada. Peneliti juga dapat meminta informan untuk mengetahkannya pendapatnya dan menggunakannya sebagai dasar penelitian selanjutnya. Jenis pertanyaannya adalah open ended dan mengarah pada kedalaman informasi guna menggali pandangan subyek yang diteliti mengenai banyak hal yang sangat bermanfaat untuk menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut. Pihak yang diwawancarai adalah Kepala Bidang

Promosi Pariwisata Wawancara ini dilakukan berulang-ulang pada informan yang sama dengan pertanyaan semakin terfokus pada suatu masalah sebagai informasi yang dikumpulkan semakin terinci mendalam. Pelaksanaan wawancara ini antara lain strategi promosi wisata, faktor pendukung, hambatan mempromosikan obyek wisata dan langkah penyelesaian menangani berbagai hambatan tersebut.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang telah tersedia dalam bentuk arsip atau buku yang mendukung penelitian. Pengumpulan data yang diperoleh dari hasil laporan-laporan dan keterangan-keterangan tertulis, tergambar, terekam maupun tercetak yaitu struktur organisasi, gambaran umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dan data-data mengenai pariwisata Kabupaten Kepulauan Anambas.

## **F. Keabsahan Data**

Pada penelitian kualitatif, tingkat keabsahan lebih ditekankan pada data yang diperoleh. Melihat hal tersebut maka kepercayaan data hasil penelitian dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan sebuah penelitian. Data yang valid dapat diperoleh dengan melakukan uji kredibilitas (validitas interbal) terhadap data hasil penelitian sesuai dengan prosedur uji kredibilitas data dalam penelitian kualitatif. Adapun macam-macam pengujian kredibilitas menurut Sugiyono (2015) antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian,

triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan memberchek. Dalam penelitian ini menggunakan meningkatkan ketekunan penelitian

1. Meningkatkan Ketekunan Dalam Penelitian
2. Pengamatan yang cermat dan berkesinambungan merupakan wujud dari peningkatan ketekunan yang dilakukan oleh peneliti. Ini dimaksudkan guna meningkatkan kredibilitas data yang diperoleh. Dengan demikian, peneliti dapat mendeskripsikan data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

#### **G. Metode Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumen-dokumen dan hasil observasi dalam penelitian ini dihimpun dan dideskripsikan. Tahap-tahap analisis data, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Reduksi data**

Merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi data kasar yang ada dalam catatan lapangan. Reduksi data ini akan berlangsung terus selama pelaksanaan penelitian dan dalam kegiatan ini data yang tidak berguna atau tidak diperlukan untuk kepentingan kegiatan analisis akan dibuang. Peneliti dalam kegiatan analisisnya akan selalu melakukan reduksi data dari sebelum pengumpulan data di lapangan sampai proses verifikasi selesai dan tidak membutuhkan data baru lagi. Reduksi juga bisa dinyatakan sebagai bagian dari proses

analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, mengurangi hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan akhir dapat dilaksanakan.

## 2. Penyajian data

Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, gambaran dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca, akan bisa mudah dipahami. Sajian data dalam penelitian ini selain dalam bentuk narasi kalimat, juga dapat meliputi berbagai jenis matriks, gambar/skema, jaringan kerja, kaitan kegiatan serta tabel sebagai pendukung narasinya. Semuanya itu dirancang guna merakit informasi secara teratur supaya mudah dilihat dan dapat lebih dimengerti dalam bentuknya yang lebih kompak.

## 3. Penarikan kesimpulan

Penarikan simpulan merupakan komponen analisis yang memberikan penjelasan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan. Simpulan yang diperoleh dari penyajian data bersifat sementara sebab masih terus berkembang sejalan dengan penemuan data baru. Hal ini penting untuk mendapatkan simpulan akhir yang dapat

dipertanggungjawabkan baik secara akademis maupun secara keilmuannya.

## H. Alur Penelitian

Diawali dengan munculnya minat untuk meneliti sesuatu yang kemudian berubah menjadi gagasan disertai dengan pemahaman teori-teori yang mendukung konsep penelitian, peneliti melakukan pemilihan tempat tertentu yang berhubungan secara langsung dengan permasalahan yang diteliti. Dengan melakukan studi pendahuluan yang bersifat eksploratif, dengan tujuan untuk mengenali dan memahami karakteristik dan untuk mencari informasi yang diperlukan oleh peneliti agar gejala yang diteliti menjadi lebih jelas.

Kemudian peneliti melaksanakan tahapan penelitian berikutnya secara konsisten untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, dalam arti isinya berkualitas dan ditulis dengan bahasa yang baik, dalam arti isinya berkualitas dan ditulis dengan bahasa yang benar. Konsistensi terhadap pelaksanaan prosedur penelitian peneliti sajikan sebagai berikut :

PERSIAPAN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Studi pendahuluan, penetapan teknik pengumpulan data</li> <li>2) Konsultasi ke dosen pembimbing, fokus masalah</li> <li>3) Menentukan metode analisis data</li> <li>4) Penyusunan proposal</li> </ol>
-----------	---

PELAKSANAAN	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Melakukan Observasi</li><li>2) Menyampaikan panduan wawancara kepada informan</li><li>3) Melakukan wawancara</li><li>4) Melakukan dokumentasi</li></ol>
PENULISAN	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Pengumpulan data, menyusun dan menyajikannya</li><li>2) Melakukan analisis data</li><li>3) Penyusunan hasil penelitian</li></ol>

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

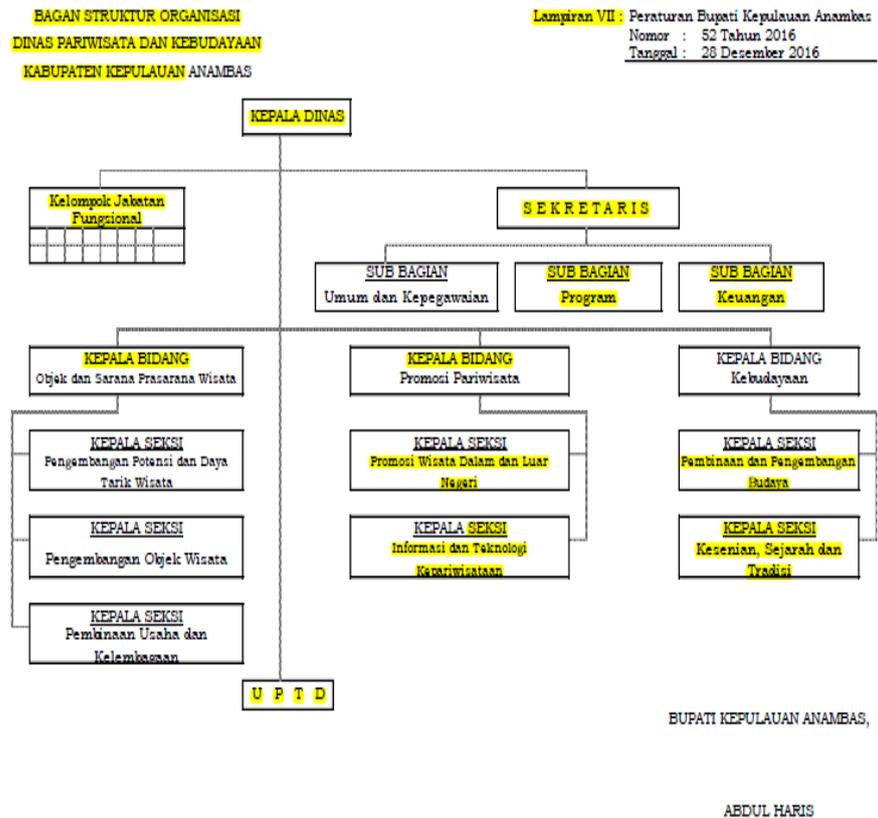
**A. HASIL PENELITIAN**

**1. Deskripsi Tempat Penelitian**

**a. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas**

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan bertempat di Tarempa, Ibukota Kabupaten Kepulauan Anambas. Pembentukan PD Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas adalah berdasarkan atas Peraturan Daerah Nomor 07 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Kepulauan Anambas dan Peraturan Bupati Kepulauan Anambas Nomor 52 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Daerah. Melalui kedua peraturan tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas.

## b. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas



**Gambar 4.1 struktur organisasi**

## c. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten kepulauan Anambas

Berdasarkan Peraturan Bupati Kabupaten Kepulauan Anambas Nomor 52 Tahun 2016 Pasal 157 ayat (1), Dinas pariwisata dan kebudayaan mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan bidang Pariwisata dan Kebudayaan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang di berikan kepada

daerah. Dalam Pasal 157 ayat (2) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menyelenggarakan fungsi:

- 1) Perumusan dan Pelaksanaan kebijakan teknis di bidang pariwisata dan kebudayaan;
- 2) Penyelenggaraan urusan pariwisata dan kebudayaan serta pelayanan di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
- 3) Koordinasi, Pengawasan, pembinaan, evaluasi, pelaporan, dan pelaksanaan tugas bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
- 4) Pelaksanaan administrasi Dinas sesuai dengan lingkup dan tugasnya;
- 5) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

**d. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas**

Dalam pelaksanaan tugas dan fungsi sebagaimana dimaksud Dinas Pariwisata dan Kebudayaan terdiri dari:

- 1) Sekretariat dinas memiliki tugas melaksanakan pelayanan teknis dan administratif serta koordinasi pelaksanaan tugas di lingkungan dinas pariwisata dan kebudayaan.

Dalam melaksanakan tugas, Sekretariat menyelenggarakan fungsi:

- a) Koordinasi penyusunan kebijakan, rencana, program, kegiatan, dan anggaran di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
- b) Pengelolaan data dan informasi di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
- c) Koordinasi dan pelaksanaan kerja sama di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
- d) Koordinasi pengelolaan dan laporan keuangan di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
- e) Penyusunan bahan rancangan peraturan perundang-undangan dan fasilitasi bantuan hukum di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
- f) Pelaksanaan urusan organisasi dan tata laksana di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
- g) Pengelolaan kepegawaian di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
- h) Penyusunan bahan pelaksanaan urusan tugas pembantuan di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;

- i) Koordinasi dan penyusunan bahan publikasi dan hubungan masyarakat di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
  - j) Koordinasi pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan;
  - k) Pengelolaan barang milik daerah di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan; dan
  - l) Pelaksanaan urusan ketatausahaan dan kerumahtanggaan di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan
2. Sub Bagian Program mempunyai tugas melakukan penyusunan rencana program, kegiatan dan anggaran, pemantauan, evaluasi, pengelolaan data, dan penyusunan laporan kinerja program di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan.

Uraian tugas Sub Bagian Program adalah sebagai berikut:

- a) Merencanakan kegiatan Sub Bagian Penyusunan Program pada Dinas;
- b) Menyusun bahan rencana strategik (RENSTRA) dan rencana kinerja (RENJA) dari masing-masing bidang;

- c) Mengumpulkan bahan RPJPD, RPJMD dan RKPD Dinas Pendidikan pada masing-masing bidang sebagai bahan penyusunan RPJPD, RPJMD dan RKPD Kabupaten;
- d) Menghimpun Rencana Kegiatan Anggaran (RKA) dan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) pada Dinas;
- e) Menghimpun, memaduserasikan dan mengolah perencanaan program dan kegiatan dari masing-masing bidang;
- f) Menghimpun dan mengolah bahan evaluasi program dan kegiatan Dinas;
- g) Mengumpulkan bahan-bahan LPPD tahunan dan LPPD lima tahunan dalam bidang pendidikan sebagai bahan penyusunan LPPD Tahunan dan LPPD lima tahunan kabupaten;
- h) Mengumpulkan bahan-bahan LKPJ akhir tahun dan akhir masa jabatan Bupati Dinas Pariwisata;
- i) Menyusun bahan laporan akuntabilitas kinerja Dinas sebagai bahan pertanggungjawaban kepada Bupati;
- j) Menghimpun, mengolah, menganalisa, dan menyajikan data hasil kegiatan masing-masing bidang;
- k) Menyusun rekapitulasi bidang-bidang lingkup Dinas dalam penyusunan Laporan Kegiatan Tugas Pembantuan dari Pemerintah dan/atau Provinsi;

- l) Menyusun bahan persetujuan dan bahan penetapan urusan pemerintahan daerah kabupaten yang ditugaspembantuankan kepada pemerintah desa sesuai dengan lingkup tugasnya;
- m) Mengevaluasi pelaksanaan tugas dan menginventarisasi permasalahan di lingkup tugasnya serta mencari alternatif pemecahannya;
- n) Mempelajari, memahami dan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bidang tugasnya sebagai pedoman dalam pelaksanaan tugas;
- o) Memberikan saran dan pertimbangan teknis kepada atasan;
- p) Membagi tugas kepada bawahan agar pelaksanaan tugas dapat berjalan lancar sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- q) Memberi petunjuk kepada bawahan agar pelaksanaan tugas berjalan sesuai dengan pedoman dan ketentuan yang berlaku;
- r) Menilai hasil kerja bawahan dengan jalan memonitor dan mengevaluasi hasil kerjanya untuk bahan pengembangan karier;
- s) Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan/atau kegiatan kepada atasan;
- t) Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diberikan oleh atasan.

3. Sub Bagian Keuangan mempunyai tugas Koordinasi penyusunan anggaran pengelolaan data dan informasi serta administrasi keuangan dan barang milik daerah di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan dan Penyusunan laporan Dinas.

Uraian tugas Sub Bagian Keuangan adalah sebagai berikut:

- a) Meneliti kelengkapan SPP-LS pengadaan barang dan jasa yang disampaikan oleh bendahara pengeluaran dan diketahui/disetujui oleh PPTK;
- b) Meneliti kelengkapan SPP-UP, SPP-GU, SPP-TU dan SPP-LS gaji dan tunjangan PNS dan PTT serta penghasilan lainnya yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang diajukan oleh bendahara pengeluaran;
- c) Memverifikasi bukti-bukti SPJ dari para PPTK atas penggunaan dana GU;
- d) Meneliti dan atau memverifikasi setiap pengajuan SPP kegiatan dengan ketersediaan anggaran serta pembebanan pada kode rekening;
- e) Menyiapkan SPM;
- f) Melaksanakan pengelolaan gaji dan tunjangan pegawai negeri sipil dan PTT lingkup Dinas;
- g) Melakukan verifikasi harian atas penerimaan;

- h) Menyelenggarakan akuntansi keuangan yang meliputi akuntansi penerimaan kas, akuntansi pengeluaran kas, akuntansi aset tetap dan akuntansi selain kas;
- i) Menyusun laporan realisasi anggaran Dinas setiap bulan dan triwulan;
- j) Menyusun laporan neraca dinas setiap triwulan dan akhir tahun;
- k) Menyusun catatan atas laporan keuangan Dinas;
- l) Menyusun Rencana Kebutuhan Barang Dinas;
- m) Menyusun Rencana Kebutuhan Pemeliharaan Barang Dinas;
- n) Melaksanakan penyusunan Daftar Kebutuhan Barang lingkup Dinas;
- o) Melaksanakan penyusunan Daftar Barang Dinas menurut penggolongan dan kodifikasi barang
- p) Melaksanakan pencatatan barang milik daerah dalam Kartu Inventaris Barang A, B, C, D, E dan F;
- q) Melaksanakan dokumentasi kepemilikan barang selain kendaraan, tanah dan bangunan;
- r) Melaksanakan penyiapan bahan sensus barang milik daerah di Dinas sebagai bahan penyusunan Buku Inventaris dan Buku Induk Inventaris barang milik pemerintah daerah;
- s) Melaksanakan pencatatan dan inventarisasi barang milik daerah yang berada dalam penguasaan Dinas;

- t) Menyusun usulan pemindahtanganan barang milik daerah berupa tanah dan/atau bangunan yang tidak memerlukan persetujuan DPRD dan barang milik daerah selain tanah dan bangunan;
- u) Mengevaluasi pelaksanaan tugas dan menginventarisasi permasalahan lingkup tugas serta mencari alternatif pemecahannya;
- v) Mempelajari, memahami dan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bidang tugasnya sebagai pedoman dalam pelaksanaan tugas;
- w) Memberikan saran dan pertimbangan teknis kepada atasan;
- x) Membagi tugas kepada bawahan agar pelaksanaan tugas dapat berjalan lancar sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- y) Memberi petunjuk kepada bawahan agar pelaksanaan tugas berjalan sesuai dengan pedoman dan ketentuan yang berlaku;
- z) Menilai hasil kerja bawahan dengan jalan memonitor dan mengevaluasi hasil kerjanya untuk bahan pengembangan karier;
- aa) Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan/atau kegiatan kepada atasan;
- bb) Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diberikan oleh atasan.

4. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas melaksanakan urusan ketatausahaan, kerumahtanggaan, organisasi, ketatalaksanaan, penyusunan bahan rancangan peraturan perundang-undangan, fasilitasi bantuan hukum, pengelolaan kepegawaian di bidang objek dan sarana wisata, promosi pariwisata dan kebudayaan.

Uraian tugas Sub Bagian Umum dan Kepegawaian adalah sebagai berikut:

- a) Menyusun rencana kegiatan urusan tata warkat, kepegawaian, kehumasan dan dokumentasi, perlengkapan, perbekalan dan keperluan alat tulis serta ruang perkantoran Dinas;
- b) Melaksanakan ketatawarkatan Dinas meliputi pengaturan pengelolaan surat masuk surat keluar dan pengaturan pencatatan jadwal kegiatan dinas dalam rangka kelancaran tugas;
- c) Menyiapkan bahan kegiatan kehumasan Dinas;
- d) Menganalisis rencana kebutuhan perlengkapan dan keperluan alat tulis kantor (ATK), kebutuhan perlengkapan, ATK, perbekalan serta ruang Dinas;
- e) Melaksanakan pengadaan perlengkapan, perbekalan, pemeliharaan atau penataan gedung kantor dan keperluan alat tulis kantor (ATK) Dinas;

- f) Pendistribusian perlengkapan dan keperluan alat tulis kantor (ATK) pada Dinas;
- g) Menganalisa dan menyusun usulan penghapusan aset Dinas;
- h) Menyusun bahan pengajuan penetapan status untuk penguasaan dan penggunaan barang milik daerah yang diperoleh dari beban APBD dan perolehan lainnya yang sah;
- i) Melaksanakan urusan administrasi kepegawaian lingkup Dinas meliputi layanan administrasi, absensi pegawai, kenaikan pangkat, kenaikan gaji berkala (KGB), daftar urut kepangkatan (DUK), data pegawai, kartu pegawai (Karpeg), Karis/ Karsu, tunjangan anak atau keluarga, Askes, Taspen, taperum, pensiun, membuat usulan formasi pegawai, membuat usulan izin belajar, membuat usulan izin diklat, kesejahteraan pegawai, penyesuaian ijazah, usulan pemberian penghargaan, memberikan layanan Penilaian Angka Kredit (PAK) Jabatan Fungsional, pembinaan/teguran disiplin pegawai, membuat konsep usulan cuti pegawai sesuai aturan yang berlaku, membuat konsep pemberian izin nikah dan cerai, membuat usulan pemberhentian dan pengangkatan dari dan dalam jabatan, membuat dan atau mengusulkan perpindahan atau mutasi pegawai sesuai dengan peraturan yang berlaku, melaksanakan pengelolaan Sasaran Kinerja

Pegawai (SKP) dan Laporan Kinerja Pegawai Tidak Tetap (LKPTT);

- j) Mengelola administrasi perjalanan dinas lingkup Dinas;
- k) Mengevaluasi pelaksanaan tugas dan menginventarisasi permasalahan di lingkup tugasnya serta mencari alternatif pemecahannya;
- l) Mempelajari, memahami dan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bidang tugasnya sebagai pedoman dalam pelaksanaan tugas;
- m) Memberikan saran dan pertimbangan teknis kepada atasan;
- n) Membagi tugas kepada bawahan agar pelaksanaan tugas dapat berjalan lancar sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- o) Memberi petunjuk kepada bawahan agar pelaksanaan tugas berjalan sesuai dengan pedoman dan ketentuan yang berlaku;
- p) Menilai hasil kerja bawahan dengan jalan memonitor dan mengevaluasi hasil kerjanya untuk bahan pengembangan karier;
- q) Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan/atau kegiatan kepada atasan;
- r) Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diberikan oleh atasan.

5. Bidang objek dan sarana wisata melaksanakan tugas perumusan dan pelaksanaan kebijakan operasional di bidang objek dan sarana wisata.

Dalam melaksanakan tugas menyelenggarakan fungsi:

- a) Perumusan kebijakan operasional di bidang pengembangan objek wisata, potensi dan daya tarik wisata serta usaha jasa dan kelembagaan;
  - b) Pelaksanaan kebijakan operasional di bidang pengembangan objek wisata, potensi dan daya tarik wisata serta usaha jasa dan kelembagaan;
  - c) Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi di bidang pengembangan objek wisata, potensi dan daya tarik wisata serta usaha jasa dan kelembagaan; dan
  - d) Pemantauan, evaluasi dan pelaporan di bidang pengembangan objek wisata, potensi dan daya tarik wisata serta usaha jasa dan kelembagaan.
6. Bidang promosi pariwisata melaksanakan tugas perumusan dan pelaksanaan kebijakan operasional di bidang promosi pariwisata.

Dalam melaksanakan tugasnya bidang promosi pariwisata mempunyai fungsi:

- a) Perumusan kebijakan operasional di bidang promosi wisata dalam dan luar negeri serta informasi dan teknologi kepariwisataan;

- b) Pelaksanaan kebijakan operasional di bidang promosi wisata dalam dan luar negeri serta informasi dan teknologi kepariwisataan;
- c) Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi di bidang promosi wisata dalam dan luar negeri serta informasi dan teknologi kepariwisataan; dan
- d) Pemantauan, evaluasi dan pelaporan di bidang promosi wisata dalam dan luar negeri serta informasi dan teknologi kepariwisataan;

7. Bidang kebudayaan melaksanakan tugas perumusan dan pelaksanaan kebijakan operasional di bidang kebudayaan.

Dalam melaksanakan tugasnya bidang kebudayaan menyelenggarakan fungsi:

- a) Perumusan kebijakan operasional di bidang pembinaan, pengembangan sejarah dan kebudayaan serta kesenian dan nilai-nilai tradisional;
- b) Pelaksanaan kebijakan operasional di bidang pembinaan, pengembangan sejarah dan kebudayaan serta kesenian dan nilai-nilai tradisional;
- c) Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi di bidang pembinaan, pengembangan sejarah dan kebudayaan serta kesenian dan nilai-nilai tradisional; dan

- d) Pemantauan, evaluasi dan pelaporan di bidang pembinaan, pengembangan sejarah dan kebudayaan serta kesenian dan nilai-nilai tradisional

## 2. Deskripsi Data Penelitian

### a. Pelaksanaan Strategi Promosi Wisata

Kabupaten Kepulauan Anambas memiliki berbagai obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Wisata di Kepulauan Anambas yang sangat beragam adalah salah satu alasan mengapa Kepulauan Anambas menarik untuk dikunjungi. Keanekaragaman wisatanya antara lain wisata sejarah, wisata alam, wisata buatan, wisata budaya. Pemerintah Daerah (Pemda) melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melakukan berbagai langkah promosi wisata. Menurut Kepala Bidang Promosi Pariwisata, pihaknya melakukan antara lain:

“Strategi promosi yang dilakukan adalah dengan melakukan analisis SWOT terlebih dahulu kemudian menyusun Rencana Strategis dan Rencana Kerja. Selanjutnya kami membagi tugas-tugas (*job description*) kepada seluruh pegawai. Hal ini dilaksanakan agar kerja-kerja promosi wisata bisa berlangsung optimal.”

Dari pendapat di atas diketahui bahwa Kepala Bidang Promosi Pariwisata berusaha melakukan perencanaan promosi wisata dengan sangat seksama dan cermat. Hal ini dibuktikan, sebelum melakukan kegiatan promosi pihaknya melakukan analisis SWOT. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas juga

berusaha profesional dalam membagi tugas-tugas (*job description*) promosi wisata ke para pegawai agar promosi dapat berhasil.

Sementara itu menurut Kepala Seksi Promosi Wisata Dalam dan Luar Negeri menyatakan strategi promosi yang dilakukan sebagai berikut:

“Kami memanfaatkan media sebagai salah satu strategi promosi wisata. Harapannya dengan beragam media tersebut bisa menjangkau semua orang baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, sasaran promosi wisata juga ditujukan untuk pegawai dinas dan obyek wisata serta budaya yang ada di Kabupaten Kepulauan Anambas.”

Media yang digunakan pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan Anambas yaitu sebagai berikut:

1) Media cetak

Media cetak yang digunakan adalah menerbitkan brosur, booklet yang dilengkapi dengan *calendar event* selama satu tahun, peta wisata serta informasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas yang disampaikan melalui surat kabar.

2) Media elektronik

Media elektronik yang digunakan adalah telephone dan internet di alamat email [disparbud@gmailanambaskab.go.id](mailto:disparbud@gmailanambaskab.go.id) , pariwisata atau di [www.anambaskabkab.go.id](http://www.anambaskabkab.go.id) yang memuat informasi seputar Kabupaten Kepulauan Anambas secara keseluruhan.

### 3) Promosi dan pameran wisata

Untuk Promosi dan Pameran wisata, Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan anambas bekerjasama dengan 5 kabupaten atau kota di Kepulauan Riau.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat diketahui bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan Anambas telah melakukan promosi wisata secara modern tidak konvensional. Dinas telah memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dalam mendukung tugas dan fungsinya. Hal tersebut tentu lebih efektif dan efisien dilakukan di era globalisasi seperti sekarang ini.

Menurut Kepala Bidang Promosi Pariwisata, obyek wisata yang dimiliki Kabupaten Kepulauan Anambas terbagi menjadi 3 kelompok, yaitu:

- 1) Wisata alam, diantaranya ;
  - a) Air Terjun Temburun, terletak di Desa Temburun, Kecamatan Siantan Timur. Air Terjun ini secara unik dikenal karena konturnya yang memiliki 7 tingkat bebatuan dan langsung bermuara ke laut.
  - b) Pantai Padang Melang adalah salah satu destinasi wisata di Desa Batu Berapit, Kecamatan Jemaja. Padang Melang terkenal karena 8 Km panjang pantainya dari Letung membentang hingga Desa Bukit Padi.

c) Pulau Penjalin adalah salah satu pulau terindah di Anambas. Tepatnya Pulau ini terletak di Desa Tebang, Kecamatan Palmatak. Pulau ini memiliki area seluas 1.552,9 Km<sup>2</sup> tersebar dengan pasir putih dan air laut yang jernih. Uniknya, Penjalin memiliki teluk yang membentuk bulan sabit. Di setiap ujung pantainya terdapat bebatuan dalam berbagai bentuk.

## 2) Wisata buatan

- a) Kawasan Wisata Batu Tompak Tiga merupakan salah satu daya tarik wisata yang baru dibangun. Lokasi yang sangat strategis yaitu di Ibukota, Tarempa. Kawasan wisata ini dibangun dengan konsep taman dengan iconic batu yang tersusun tiga sebagai pusatnya dan menghadap ke Barat.
- b) Kawasan Wisata Mangroove Temburun merupakan objek wisata mangroove yang baru terfasilitasi. Objek wisata ini memiliki keunggulan berada tepat di depan Air Terjun Temburun sehingga membuat objek wisata ini menjadi unik.
- c) Kawasan Wisata Mangroove Genting Pular terletak di Desa Genting Pular, Kecamatan Jemaja Timur. Aktifitas yang dapat anda nikmati di objek ini adalah melihat bakau yang rimbun dengan pemandangan yang asri.

### 3) Wisata Budaya

- a) Masjid Jamik baiturrahim Tarempa merupakan salah satu bangunan bersejarah yang masih bisa anda tapaktilasi ketika mengunjungi Tarempa, Ibukota Kabupaten Kepulauan Anambas. Meski telah berusia 88 tahun, mesjid ini masih berdiri kokoh di tempatnya.
- b) Vietnamese Camp Pantai Kuku berada di Desa Air Biru, Kecamatan Jemaja. Pulau kuku merupakan salah satu spot wisata sejarah yang ada di Kepulauan Anambas. Berdasarkan sejarahnya, Pantai Kuku pernah disinggahi tidak kurang dari 40 ribu pengungsi Vietnam yang melarikan diri dari Negeranya akibat perang saudara.
- c) Keramat Siantan, terletak Di Desa Air Nangak, Kecamatan Siantan Tengah. Keramat Siantan Ini Merupakan Pemakaman Leluhur Yang Dulu Merupakan Tokoh Yang Berjaya Di Kepulauan Anambas. Mekan-makam Ini Merupakan Makam Para Prajurit Lanun (Bajak Laut).

Tradisi dan adat yang masih dilestarikan oleh Kabupaten Kepulauan Anambas adalah cecah inai, gobang, dan gasing.

Hasil kerajinan yang terkenal di Kabupaten Kepulauan Anambas seperti kerajinan dari batang dan tempurung Kelapa, T-shirt khas Anambas, dan kain cual.

## **b. Faktor Pendukung Kegiatan Promosi Wisata**

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas berhasil dipetakan beberapa hal penting. Dalam melakukan strategi promosi wisata Dinas Pariwisata menemui beberapa faktor pendukung. Menurut kepala Seksi Promosi Wisata Dalam dan Luar Negeri, menyatakan antara lain:

“Dalam kegiatan promosi wisata kami mendapat dukungan dalam bentuk, adanya kerjasama yang baik antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dengan 5 kabupaten atau kota pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan Riau”

Berdasarkan pernyataan di atas dukungan yang didapat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan adalah kerjasama antar Dinas Pariwisata se-Provinsi Kepulauan Riau. Kerjasama ini dalam berbagai hal, bisa dalam bentuk pembuatan website pariwisata secara terpadu (integral) atau saling mempromosikan potensi wisata di daerah masing-masing. Tidak ketinggalan mereka bekerjasama mempromosikan program pemerintah daerah Kepulauan Riau di bidang pariwisata yaitu Wonderfull KEPRI 2018.

Pendapat berbeda dikemukakan oleh Kepala Bidang Promosi Pariwisata. Faktor pendukung kegiatan promosi wisata di Kabupaten Kepulauan Anambas sebagai berikut:

“Adanya kegiatan pameran dan promosi wisata di dalam dan luar negeri yang sudah terjadwal dengan baik. Pameran yang sudah terjadwal dengan rapi dan kerjasama yang baik dengan mitranya, mempermudah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten

Kepulauan Anambas dalam mempersiapkan acara secara maksimal.”

Dari pendapat di atas diperoleh informasi bahwa faktor yang mempermudah kegiatan promosi wisata adalah kalender/jadwal kegiatan promosi yang sudah terjadwal dengan rapi dan baik. Hal ini menjadikan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas mempunyai waktu persiapan yang mencukupi. Sehingga kegiatan promosi yang dilakukan bisa berjalan maksimal.

**c. Faktor Penghambat Kegiatan Promosi Wisata**

Dalam melaksanakan kegiatan promosi wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas juga menemui beberapa kendala. Menurut Kepala Bidang Promosi Pariwisata, pihaknya menemui beberapa kendala sebagai berikut:

“Belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran, karena terbatasnya dana yang dianggarkan. Sebagaimana diketahui bersama bahwa alokasi Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Kepulauan Anambas 2018 masih mayoritas untuk belanja rutin (gaji pegawai).”

Melalui pendapat di atas diketahui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas menemui kendala berupa minimnya dana/anggaran yang diperoleh dari pemerintah daerah (pemda) untuk kegiatan promosi wisata. Hal ini menjadikan setiap event/acara promosi wisata yang dilakukan Dinas tidak berlangsung secara meriah. Hal tersebut membuat promosi wisata kurang bisa menarik para wisatawan.

Pernyataan yang berbeda dikemukakan oleh kepala Seksi Promosi Wisata Dalam dan Luar Negeri, menyatakan sebagai berikut:

1. Kami menemui kendala berupa belum adanya bagian khusus di dinas kami yang menangani masalah promosi wisata, misalnya bagian *public relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas. Di lembaga kami selain menaungi bidang pariwisata juga menaungi bidang kebudayaan. Hal ini membuat kami mengalami kesulitan saat ingin berkoordinasi.
2. Obyek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas pendukung bagi wisatawan. Hal ini kadang-kadang membuat para wisatawan baik domestik maupun mancanegara enggan mengunjungi obyek wisata di Anambas. Apabila sudah mengunjungi mereka enggan berlama-lama karena minimnya sarana dan prasarana.

Berdasarkan pendapat tersebut diperoleh informasi, bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas menemukan hambatan dalam hal belum adanya dinas yang khusus mengurus bidang pariwisata. Hal ini menimbulkan masalah dalam hal koordinasi antar pegawai di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dan bahwa sarana pendukung pengembangan wisata di Kabupaten Kepulauan Anambas masih minim. Hal ini bisa dilihat dari sarana infrastruktur jalan yang menuju obyek wisata masih belum semuanya sempurna. Sering dijumpai kerusakan jalan. Hal ini tentu akan mengurangi kenyamanan para wisatawan selama perjalanan. Masalah tidak berhenti disitu, ketika wisatawan sudah berada di obyek wisata masih ditemui minimnya sarana dan prasarana pendukung. Hal ini mengakibatkan para wisatawan enggan berlama-lama berada di obyek wisata tersebut.

**d. Langkah yang ditempuh dalam mengatasi hambatan promosi wisata**

Hambatan-hambatan yang ditemui oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dalam melakukan kegiatan promosi wisata perlu dicarikan langkah penyelesaiannya agar tidak mengganggu program promosi wisata yang sudah dibuat oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas.

Menurut Kepala Bidang Pariwisata, langkah yang sudah ditempuh jajarannya sebagai berikut:

“Upaya yang kami lakukan untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi wisata adalah dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak/instansi dan lembaga baik negeri maupun swasta seperti Kelompok Sadar Wisata Kabupaten Kepulauan Anambas.”

Pendapat yang hampir sama juga dikemukakan oleh kepala Seksi Promosi Wisata Dalam dan Luar Negeri menyatakan sebagai berikut:

“Dalam menangani berbagai permasalahan yang timbul kami tidak sendirian menyelesaikannya. Kami selalu menjalin komunikasi dengan berbagai stakeholder pariwisata di Anambas. Mereka dimintai saran, nasehat dan masukannya”.

Pernyataan di atas membuktikan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas sangat terbuka sekali mendengarkan saran dan masukan dari pihak luar. Apalagi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas “menjemput bola” atau berinisiatif berkomunikasi dengan berbagai pihak dalam usaha membangun dunia pariwisata di Kabupaten Kepulauan Anambas. Strategi ini ternyata efektif walaupun sempat

mengalami penurunan wisatawan pada tahun 2017 tetapi pada tahun sesudahnya terus mengalami peningkatan secara signifikan. Puncaknya terjadi pada tahun 2018 dimana jumlah wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Kepulauan Anambas mencapai 108.785.00 orang.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan, dapat diketahui strategi promosi wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas. Dalam menentukan strategi promosi yang tepat dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Kepulauan Anambas, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan Anambas terlebih dahulu melakukan suatu analisis SWOT, yaitu Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (peluang) dan Threatment (ancaman). Diharapkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas mampu menyusun rencana dalam memajukan dan mengembangkan pariwisata secara maksimal. Analisis SWOT difokuskan untuk memprediksi sejauh mana sumber kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Kabupaten Kepulauan Anambas, serta peluang dan ancaman yang timbul bagi pengembangan pariwisata.

Renstra Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan Anambas difokuskan untuk pembentukan image yang baik tentang Kabupaten Kepulauan Anambas sekaligus sebagai promosi obyek wisata. Sebab Kabupaten Kepulauan Anambas belum menjadi daerah tujuan wisata utama,

hanya berada pada jalur wisata utama antara Kota Tanjungpinang dengan Kota Batam. Oleh karena itu, perlu adanya upaya pengembangan wisata dengan memanfaatkan kondisi geografis tersebut baik wisata alam, wisata budaya, wisata buatan.

Selain itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas menyusun strategi promosi wisata melalui Renja (Rencana Kerja) Jangka Pendek. Rencana Kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas merupakan strategi jangka pendek melalui kegiatan pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan kemitraan dan rehabilitasi dan pemeliharaan obyek wisata.

Sasaran promosi wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas adalah semua orang, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Bukan hanya itu, sasaran promosi wisata juga ditujukan untuk pegawai dinas dan obyek wisata serta budaya yang ada di Kabupaten Kepulauan Anambas, karena mempunyai peran penting dalam mendukung proses kegiatan dinas dalam mempromosikan obyek wisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Anambas, sehingga perlu terbangun hubungan komunikasi yang positif, baik antara atasan dengan bawahan maupun dengan sesama pegawai.

Pentingnya mengetahui pihak-pihak yang menjadi sasaran promosi wisata ini adalah untuk menentukan sikap organisasi dan mempertimbangkan keputusan atau kebijakan yang perlu diambil agar dalam pencapaian tujuan

organisasi tidak menemui hambatan yang berarti dan menghasilkan opini publik yang positif tanpa ada pihak yang merasa dirugikan.

Untuk dapat memberikan pelayanan dan pengalaman yang baik bagi wisatawan, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas melakukan pembinaan kepada masyarakat, khususnya masyarakat di sekitar obyek wisata. Dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata akan semakin mendorong perekonomian dengan membuka lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar obyek wisata. Guna lebih mengefektifkan pembinaan tersebut, maka dibentuklah Kelompok Sadar Wisata. Dengan pembinaan yang baik dari Kelompok Sadar Wisata diharapkan masyarakat dapat berperan mewujudkan Sapta Pesona, yang meliputi:

1. Aman, merupakan suatu keadaan atau kondisi lingkungan dan suasana, dimana seseorang merasa tenteram, tidak merasa takut, terlindungi jiwa raga dan termasuk harta miliknya dan barang-barangnya.
2. Tertib, merupakan kondisi dimana suasana yang teratur, rapi, dan pelayanan dilakukan secara baik, cepat dan tepat.
3. Bersih, merupakan kondisi dimana obyek dan lingkungan wisata bebas dari sampah, kotoran, corat-coret sehingga nyaman untuk dipandang.
4. Sejuk, merupakan kondisi yang diharapkan agar mahasiswa ikut menjaga lingkungan dengan hijau, segar dan alami sehingga menumbuhkan kenangan yang baik.

5. Indah, merupakan kondisi yang menampilkan suasana secara serasi, seperti letak tata ruang dan tata bentuk alami pada obyek wisata.
6. Ramah, merupakan sikap dan perilaku seseorang yang menunjukkan keakraban, sopan dan senang membantu khususnya kepada wisatawan.
7. Kenangan, merupakan kesan yang melekat pada ingatan dan perasaan seseorang yang disebabkan pengalaman yang diperolehnya di obyek wisata.

Dengan adanya Kelompok Sadar Wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas mengharapkan adanya suatu komunikasi timbal balik dengan para pelaku wisata di Kepulauan Anambas, khususnya masyarakat di sekitar obyek wisata sehingga dapat terwujud keadaan seperti yang terdapat dalam Sapta Pesona.

Selain memberikan pembinaan terhadap masyarakat, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas, melakukan kegiatan promosi wisata melalui media promosi. Media yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dalam mempromosikan obyek wisatanya adalah dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan promosi dan pameran wisata bersama.

Dalam menjalankan promosi wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas mengalami beberapa kendala, yaitu obyek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas bagi wisatawan seperti belum adanya transportasi umum ke sejumlah obyek wisata dan belum adanya penjaga keamanan di beberapa

obyek wisata. Serta kendala lain yang dihadapi adalah belum adanya bagian khusus yang menangani masalah promosi wisata dan terbatasnya dana yang dianggarkan sehingga belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran. Oleh karena itu, sebuah organisasi harus membuat perencanaan dengan matang terkait dengan pelaksanaan fungsi sesuai di lingkup bidang kerjanya. Misalnya, dalam hal mempertimbangkan kondisi keuangan daerah maka program kegiatan yang dibuat oleh dinas harus jelas dan sistematis serta pelaksanaannya didasarkan pada prioritas kegiatan, termasuk juga dalam program pengembangan pemasarannya. Sehingga dana yang ada dapat teralokasikan secara efisien dan efektif. Upaya untuk mengatasi hambatan tersebut adalah dengan menjalin kerjasama dengan Kelompok Sadar Wisata Kabupaten Kepulauan Anambas.

Sedangkan faktor yang mendukung kegiatan promosi wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas adalah dengan adanya kerjasama yang baik antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dengan 5 kabupaten atau kota antar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan Riau, serta jadwal pameran dan promosi wisata di dalam negeri dan di luar negeri yang sudah terjadwal. Oleh karena itu, hal-hal yang mendukung pelaksanaan strategi promosi wisata diharapkan dapat menjadi penentu keberhasilan dinas dalam menumbuh dan mengembangkan hubungan baik dengan publiknya.

Dengan berbagai cara yang ditempuh pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas untuk mengatasi

berbagai hambatan yang timbul. Jumlah kunjungan wisatawan terus mengalami peningkatan secara signifikan dari tahun ke tahun, setelah sempat mengalami penurunan pada tahun 2016. Berikut ini tabel rincian jumlah pengunjung obyek wisata di Kabupaten Kepulauan Anambas tahun 2018.

TAHUN	JUMLAH
2018	108,785.
2017	108,233
2016	81 510
2015	105 544
Sumber data : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas	

**Tabel 4.1 Rincian Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara di Kabupaten Kepulauan Anambas Tahun 2015-2018**

Tabel data di atas menjadi bukti nyata bahwa strategi promosi yang diterapkan efektif untuk menjaring kunjungan wisatawan ke Kabupaten Kepulauan Anambas. Langkah ke depan pihaknya akan bekerja lebih keras untuk meningkatkan koordinasi dengan dinas lain, pemerintah daerah, serta stakeholder pariwisata terkait demi memperbaiki aspek infrastruktur, konektivitas, dan pelayanan. Hal ini karena tiga aspek ini berperan penting untuk meningkatkan kedatangan dan pergerakan wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dari hasil pembahasan, strategi promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas yaitu:

1. Strategi promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas didasari dengan pemetaan masalah pariwisata yang berupa melihat kekuatan potensi wisata yang bisa dikembangkan di Anambas, kemudian melihat kelemahan yang ada dan melihat peluang yang baik dalam kepariwisataan serta melihat ancaman yang akan mengganggu dalam pariwisata Kepulauan Anambas. Kemudian solusi yang ditempuh tertuang dalam rencana strategi jangka panjang yaitu Rencana Strategis (Renstra) melalui pengembangan wisata dengan memperbaiki image Kabupaten Kepulauan Anambas sedangkan rencana strategi jangka pendek melalui Rencana Kerja (Renja) yaitu pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan kemitraan dan rehabilitasi dan pemeliharaan obyek wisata. Memacu pada kegiatan Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja) dalam mempromosikan wisata menggunakan alat atau media promosi, seperti media cetak, media elektronik, media promosi dan pameran wisata. Penggunaan media promosi tersebut menghasilkan data jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun. Mulai tahun 2015 jumlah kunjungan

adalah 105.544 orang. Kemudian mengalami penurunan menjadi 81.510 orang pada tahun 2016. Tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 108,233 orang. Kemudian pada Tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 108, 785 orang.

2. Faktor yang mendukung promosi wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas adalah:
  - a. Adanya kerjasama yang baik antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dengan 5 kabupaten atau kota antar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan Riau.
  - b. Jadwal pameran dan promosi wisata di dalam negeri dan di luar negeri sudah terjadwal.
3. Faktor yang menghambat promosi wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas adalah:
  - a. Terbatasnya dana yang dianggarkan sehingga belum dapat memaksimalkan promosi wisata.
  - b. Belum adanya bagian khusus yang menangani masalah promosi wisata, misalnya belum adanya bagian *public relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas.
  - c. Obyek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas pendukung bagi wisatawan.
4. Upaya untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas adalah

dengan menjalin kerjasama dengan Kelompok Sadar Wisata Kabupaten Kepulauan Anambas.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran untuk mengatasi masalah yang ada. Adapun saran dari peneliti, adalah:

1. Sebaiknya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas membentuk suatu tim *public relations*. Adanya peran *public relations* akan lebih efektif dalam mendukung semua kegiatan dinas yang berhubungan dengan pariwisata.
2. Sebaiknya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas melengkapi kurangnya sarana dan fasilitas pendukung di tempat wisata agar wisatawan yang berkunjung merasa puas dan nyaman, seperti, belum adanya transportasi umum ke sejumlah obyek wisata dan belum adanya penjaga keamanan di beberapa obyek wisata.
3. Dinas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas sebaiknya bekerja sama dengan biro perjalanan untuk mempromosikan obyek wisata yang ada di Kepulauan Anambas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, Satish dan Menezes, Dennis. 2001. "Applications of Multivariate Analysis in International Tourism Research: The Marketing Strategy Perspective of NTOs", *Journal of Economic and Social Research*, 3(1): 77-98.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif; Analisis Data*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat; Sebuah Pendekatan Konsep*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Herat, Rizki Andini, Rembang, Max R. ,dan Kalagi, John, 2015. "Peran Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai", *e-Journal Acta Diurna*, Vol. IV, No.4
- Keegan, Warren J. 2002. *Manajemen Pemasaran Global*. Prentice Hall: New Jersey
- Kertajaya, Hermawan. 2002. *Marketing Plus 2000; Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Phillip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran: Jilid 1*, Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, inc.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Sukabumi: Graha Ilmu
- Leiper, Neil. 2004. *Tourism Management*. Australia: Person Hospitality Press
- Mason, P. 2004. *Tourism Impacts, Planning, and Management*. London: Elviesier
- Pendit, Nyoman S. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Philip Kotler. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Suryadana, M Liga dan Octavia Vanny. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabet

Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran (edisi III)*. Yogyakarta: Andi

Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang  
Kepariwisataaan

Yoeti, Oka A. 2008. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita

## **LAMPIRAN 1**



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / Fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 519/Q.AMPTA/I/2019  
Hal : Permohonan Penelitian

24 Januari 2019

Kepada Yth.  
Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan  
Kepulauan Anambas  
Di Jl. Cekwan Abdul Hayat, Tarempa Barat

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama : Agustian  
NIM : 414100276  
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata ( Diploma IV )  
Tahun Akademik : 2018/2019  
Alamat : Jl. A. Yani No. 44, Tarempa  
Nomor Telp : 0813 7253 3804  
Periode : Januari – Februari 2019

Mohon untuk diijinkan melaksanakan Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul :

**“STRATEGI DINAS PARIWISATA, KEBUDAYAAN, PEMUDA, DAN  
OLAHRAGA KABUPATEN KEPULAUAN ANAMBAS DALAM UPAYA  
MEMPROMOSIKAN WISATA-WISATA DI KABUPATEN  
KEPULAUAN ANAMBAS”**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,



Drs. Prihatno, MM

## **LAMPIRAN 2**



PEMERINTAH KABUPATEN KEPULAUAN ANAMBAS  
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN

Jl. Tanjung No. 29 TAREMPA 29791  
Website: [www.anambas.id](http://www.anambas.id) - Email: [anambas.id@gmail.com](mailto:anambas.id@gmail.com)

**SURAT REKOMENDASI**

NO : 35 a/DISPARBUD 800/II/19

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. MASYKUR, ST, MM  
NIP : 19781101 200312 1 011  
Pangkat/Gol : Pembina Tk. I (IV/b)  
Jabatan : Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan  
Kabupaten Kepulauan Anambas

Dengan ini memberikan Rekomendasi kepada :

Nama : AGUSTIAN  
NIM/Jurusan : 414100276 / Usaha Perjalanan Wisata  
P. Tinggi / Jenjang : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA / Diploma IV  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Jl. A. Yani No. 44 – Tarempa – Kabupaten Kepulauan Anambas

Untuk melakukan Penelitian / Observasi di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dengan judul Skripsi

**"Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dalam Upaya Mempromosikan Wisata-wisata di Kabupaten Kepulauan Anambas".**

Demikian Surat Rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tarempa, 01 Februari 2018

KEPALA DINAS PARIWISATA  
DAN KEBUDAYAAN  
KABUPATEN KEPULAUAN ANAMBAS.

  
DISPARBUD  
KEPULAUAN ANAMBAS  
DR. MASYKUR, ST, MM  
Pembina Tk. I (IV/b)  
NIP. 19781101 200312 1 011

## **LAMPIRAN 3**

## **PEDOMAN WAWANCARA**

1. Bagaimana potensi pariwisata di Kabupaten Kepulauan Anambas dan apa kelebihanannya dengan pariwisata yang ada di daerah lain?

Jawaban : Potensi pariwisata di Kabupaten Kepulauan Anambas adalah wisata alam dan untuk kelebihanannya pariwisata di Kabupaten Kepulauan Anambas memiliki keindahan alam yang unggul dari daerah lainnya seperti masih asri atau belum tercemar.

2. Apakah wisatawan yang datang ke berbagai obyek wisata di Kabupaten Kepulauan Anambas selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun?

Jawaban : Iya, meningkat untuk tahun 2017 sekitar 108.000 orang untuk wisatawan domestik dan untuk wisatawan mancanegara sekitar 212 orang. Sedangkan untuk tahun 2018 sekitar 108.000 orang untuk wisatawan domestik dan untuk wisatawan mancanegara sekitar 505 orang.

3. Siapakah yang menangani secara khusus kegiatan promosi wisata pada Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Anambas?

Jawaban : Secara khusus kegiatan promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas ditangani oleh Seksi Promosi Wisata Dalam dan Luar Negeri

4. Apa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Anambas dalam menjadikan Kepulauan Anambas sebagai destinasi wisata?

Jawaban : Strategi promosi yang dilakukan adalah dengan melakukan analisis

SWOT terlebih dahulu kemudian menyusun rencana strategis dan rencana kerja.

5. Siapakah yang menjadi sasaran kegiatan promosi wisata oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Anambas?

Jawaban : Saat ini sasaran kegiatan promosi wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas adalah semua orang baik wisatawan domestik dan mancanegara.

6. Media apa saja yang digunakan Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Anambas dalam mempromosikan obyek wisatanya?

Jawaban :

- a. Media cetak

Media cetak yang digunakan adalah menerbitkan brosur, booklet yang dilengkapi dengan calendar event selama satu tahun, peta wisata serta informasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas yang disampaikan melalui surat kabar.

- b. Media elektronik

Media elektronik yang digunakan adalah telephone dan internet di alamat email [disparbud@gmailanambaskab.go.id](mailto:disparbud@gmailanambaskab.go.id) , pariwisata atau di [www.anambaskabkab.go.id](http://www.anambaskabkab.go.id) yang memuat informasi seputar Kabupaten Kepulauan Anambas secara keseluruhan.

c. Promosi dan pameran wisata

Untuk Promosi dan Pameran wisata, Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan anambas bekerjasama dengan 5 kabupaten atau kota di Kepulauan Riau.

7. Apakah faktor pendukung pelaksanaan strategi promosi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas?

a. adanya kerjasama yang baik antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dengan 5 kabupaten atau kota pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan Riau.

b. Jadwal pameran dan promosi wisata di dalam negeri dan di luar negeri sudah terjadwal. Jadwal pameran yang sudah terjadwal dan kerjasama yang baik dengan mitranya, maka mempermudah kegiatan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dalam mempersiapkan acara secara maksimal.

8. Apa kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas dalam mempromosikan obyek wisata?

Jawaban :

a. Belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran, karena terbatasnya dana yang dianggarkan.

b. Belum adanya bagian khusus yang menangani masalah promosi wisata, misalnya belum adanya bagian *public relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Anambas

c. Obyek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas bagi wisatawan.

9. Apakah upaya untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi pada Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Anambas?

Jawaban : Untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi wisata Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Anambas menjalin kerjasama dengan berbagai pihak/instansi dan lembaga baik negeri maupun swasta seperti Kelompok Sadar Wisata Kabupaten Kepulauan Anambas.”

## **LAMPIRAN 4**

## PEDOMAN OBSERVASI

No	Hal yang diamati	Hasil yang diamati
1.	Menggunakan media cetak, seperti brosur dan surat kabar untuk menyebarluaskan informasi tentang obyek wisata di Kabupaten Kepulauan Anambas	Ya, dinas menggunakan media cetak, seperti brosur, baleho, spanduk dan majalah dalam mempromosikan obyek wisata.
2.	Menggunakan media elektronik, seperti televisi dan internet untuk menyampaikan informasi tentang obyek wisata di Kabupaten Kepulauan Anambas	Ya, dinas menggunakan media elektronik, seperti televisi yang bekerjasama dengan radjavisision siaran lokal dan media internet yang beralamatkan email <a href="mailto:disparbud@anambaskab.go.id">disparbud@anambaskab.go.id</a> atau <a href="http://www.disparbud.anambaskab.go.id">www.disparbud.anambaskab.go.id</a> yang memuat informasi seputar pariwisata Kabupaten Kepulauan Anambas
3.	Menggunakan media internal, seperti <i>company profile</i> sebagai sarana informasi kepada masyarakat tentang obyek wisata di Kabupaten Kepulauan Anambas	Tidak, dinas belum menggunakan media internal sebagai promosi obyek wisata.

4.	Dinas bekerjasama dengan biro perjalanan wisata untuk mempromosikan obyek wisata di Kabupaten Kepulauan Anambas	Tidak, dinas belum menjalin kerjasama dengan biro perjalanan untuk mempromosikan obyek wisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Anambas.
5.	Terdapat baleho atau spanduk sebagai informasi sebelum sampai ke tujuan obyek wisata	Ya, sudah terdapat baleho atau spanduk sebelum sampai tujuan wisata untuk mempermudah wisatawan berkunjung ke obyek wisata.
6.	Terdapat petunjuk jalan yang jelas menuju lokasi obyek wisata	Ya, sudah terdapat petunjuk jalan yang jelas yang dibuat oleh Dinas untuk mempermudah wisatawan berkunjung obyek wisata.
7.	Terdapat atraksi pendukung di suatu obyek wisata	Tidak, belum ada atraksi pendukung di suatu objek wisata
8.	Kebersihan obyek wisata selalu terjaga	Ya, kebersihan obyek wisata juga selalu terjaga
9.	Terdapat fasilitas pendukung di suatu obyek wisata	Ya, terdapat fasilitas pendukung seperti toilet, dan mushola di suatu obyek wisata

## **LAMPIRAN 5**



Foto bersama Kepala Dinas, Kepala Bidang Promosi Pariwisata dan Kepala Seksi Promosi wisata Dalam dan Luar Negeri Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kepulauan Anambas



Peta Wisata Anambas

## **LAMPIRAN 6**

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : AGUSTIAN  
 NO. MAHASISWA : 414100276  
 JUDUL PENELITIAN : STRATEGI DINAS PARAWISATA DAN  
KEBERADAAN KABUPATEN KEPULAUAN ANAMBAS  
DALAM UPAYA MEMERANGKATKAN WISATA DI POKA  
 NAMA PEMBIMBING II : AGUS WIBOWO, S.Sos., MM

NAMA PEMBIMBING I : AU HASAN, SE, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	7/7/17	- Teori Strategi Pemasaran - Si Wisata - Uji Kelangkaan - Kualitas & Reputasi - Biaya	
2	8/8/18	Referensi yg digunakan minimal 10 tahun	
3	9/8/18	2007 (10 Tahun terakhir) - Kuesioner yang valid - Uji 5 Bras - diteliti satu spasi - Banyak kuesioner - dan tidak kelas	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	15/3/2018	Format Penulisan	
2	8/5	Andul	
3	14/5/2018	Letter Diklatems Madala	
4	14/5/2018	Format Teori	
		Komponen dasar wisata	
11	11/3	Format Penulisan	
		Norma Penulisan	
		Penulisan Pemasar	
		Sedih	
	8/3/19	Kalimat dan	
		Kekurangan	

