STRATEGI PROMOSI DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN POHUWATO,PROVINSI GORONTALO

SKRIPSI

Untuk Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Pariwisata

Oleh

ADOLVIN FIFE HUMOKOR

NO. MHS: 518200094

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2020

STRATEGI PROMOSI DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN POHUWATO,PROVINSI GORONTALO

SKRIPSI

Sebagai Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Pariwisata

Oleh

ADOLVIN FIFE HUMOKOR

NO. MHS: 518200094

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN POHUWATO, PROVINSI GORONTALO

Oleh

ADOLVIN FIFE HUMOKOR

No. MHS : 518200094

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Santosa, M.M	Harry Hermawan, S.Par,M.M
NIDN. 0519045901	NIDN. 0530099002

Mengetahui

Ketua Jurusan Pariwisata

Arif Dwi Saputra, S.S.M.M

NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN

STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN POHUWATO, PROVINSI GORONTALO

Oleh:

ADOLVIN FIFE HUMOKOR

NIM : 518200094

Telah dipertahankan didepan penguji dan dinyatakan :

LULUS

PadaTanggal 12 September 2020

TIM PENGUJI

Penguji : Yudi Setiaji, S.H,M.M ( )

NIDN. 0508066401

PembimbingI : Drs. Santosa,M.M ( )

NIDN. 0519045901

Pemibimbing II: Hary Hermawan, S.Par,M.M ( )

NIDN. 0530099002

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno, M.M

NIDN. 0525125401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Adolvin Fife Humokor
Nim	: 518200094
Program Studi	: Pariwisata
Judul Skripsi	: Strategi Promosi Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Pohuwato, Provinsi Gorontalo.

Menyatakan bahwa skripsi adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya, skripsi ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara etika penulisan yang lazim

Yogyakarta, 12 September 2020

Adolvin Fife Humokor

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala hormat dan mengucap syukur kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan memberikan kemudahan dalam menyelasaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Teruntuk suami tercinta, Alfred Anwar. S.H, M.H, yang selalu mendukung dalam study dan karena izin beliau penulis bisa melanjutkan study, serta anak-anak Alvioni Aathirahzulihiz Anwar dan Al'Afiq Anwar semoga selalu menjadi anak-anak sabar dan mandiri.
2. Teruntuk mama tercinta, Ramlan Bouty yang selalu mendukung dan mendoakan kesuksesan penulis dan penulis dedikasikan skripsi ini untuk Alm Papa tercinta Hasimoto Humokor yang selalu memotivasi untuk terus berkembang dalam pendidikan.
3. Kepada kakak-kakakku tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan selalu memberikan nasehat.
4. Teman-teman study lanjut 2018 yang selalu memotivasi, ada dikala sedih dan bahagia.
5. Teman-teman pariwisata AMPTA Yogyakarta yang melengakapi pengalaman dan cerita hidup saya, yang menyenangkan.

Motto

"Allah pencipta langit dan bumi, dan bila dia berkehendak (untuk menciptakan" sesuatu maka (cukuplah) dia hanya mengatakan 'Jadilah'lalu jadilah ia"

(Al'Baqarah, 116)

"Organ yang terbaik dan indah pada manusia adalah Otak dan Hati"

(Adolvin Fife Humokor)

"Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu"

(Bobby Unser)

"Tiga tahap dalam pendidikan dasar, pertama, mengalami sebab akibat; kedua, memahami sebab akibat, dan ketiga merancang sebab akibat"

(Toto Rahardjo)

"Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkan jejak "

(Ralph Waldo Emerson)

"Nilai akhir dari proses pendidikan, sejatinya terekapitulasi dari keberhasilannya menciptakan perubahan pada dirinya dan lingkungan. Itulah fungsi daripada pendidikan yang sesungguhnya"

(LenangManggala)

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT berka trahmat dan petunjukNya serta dengan usaha yang sepenuh hati, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dilakukan sebagai satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisataan pada Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Shalawat dan salam semoga tetap dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga dan sahabatnya serta insha Allah sampai kepada kita.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan Strategi Promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Pohuwato. Dalam penulisan skripsi ini banyak kendala yang dihadapi penulis. Namun berkat bantuan berbagai pihak, maka penulis menyampaikan rasa syukur dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara lansung maupun tidak lansung menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Hary Hermawan, S.Par, M.M selaku pembimbing II yang telah dengan arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan serta petunjuk-petunjuk pada penulisan skripsi ini.

3. Bapak Yudi Setiaji, S.H, M.M Selaku penguji utama yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan

4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

5. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah banyak membantu penulis dari sejak masuk mendaftar di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, memberikan bimbingan saat KKN hingga sampai saat semester akhir.

6. Pemerintah Daerah Kabupaten Pohuwato, Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato khususnya Bapak Herman Abdullah, S.ST.Par selaku Pelaksana Tugas Kepala Bidang Pariwisata di DinasPemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato yang telah memberikan izin penulis untuk mengadakan penelitian sekaligus menjadi informan wawancara.

7. Para pegawai Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata yang membantu dalam penulisan skripsi ini

8. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi angket penelitian

Semoga bantuan bapak dan ibu serta para responden dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa. Sebagai manusia biasa penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penulis, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Demikian skripsi ini dibuat semoga menjadi bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 12 September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ……. i

HALAMAN PENGESAHAN……...…….. ii

BERITA ACARA UJIAN…..…… iii

HALAMAN PERNYATAAN…… iv

HALAMAN PERSEMBAHAN…… v

HALAMAN MOTTO…… vi

KATA PENGANTAR…… vii

DAFTAR ISI …… x

DAFTAR TABEL……. xiii

DAFTAR GAMBAR…….. xiv

DAFTAR LAMPIRAN…… xv

ABSTRAK…….……. xvi

ABSTRACT…… xvii

BAB 1 PENDAHULUAN …… 1

LatarBelakang …… 1

A. Fokus Masalah …… 4

B. Tujuan Penelitian ……..... 4

C. Manfaat Penelitian …… 5

BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN……. 6

A. LandasanTeori …….. 6

1. Pariwisata …….. 6

2. Wisatawan ……. 9

3. Destinasi Wisata …….. 11

4. Promosi …….. 15

5. Strategi Promosi …….. 16

6. Pengembangan Strategi Promosi Daerah …….. 21

B. Kerangka Pemikiran ……. 24

C. Penelitian Terdahulu ……. 25

BAB III METODE PENELITIAN …… 34

A. Metode dan Design Penelitian …… 34

B. Lokasi dan waktu penelitian ……... 35

C. Teknik Cuplikan …… 35

D. Sumber Data …… 36

E. Teknik Pengumpulan Data ……. 37

F. Keabsahan Data …… 39

G. MetodeAnalisis Data ……. 40

1. Reduksi Data……. 40

2. Penyajian Data ……. 40

3. Analisis SWOT ……. 41

4. Penarikan Kesimpulan…….. 43

H. Jadwal Penelitian ……. 44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ……. 46

A. Gambaran Umum Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato ……. 46

B. Identifikasi Aset Wisata Kabupaten Pohuwato …… 61

1. Pantai Libuo ……..... 61

2. Pantai Lalape …… 65

3. Pantai Pohon Cinta ……. 67

4. Desa Wisata Terapung Suku Bajo ……. 74

C. Strategi Promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato …… 76

D. Analisis *SWOT* …… 94

E. Strategi Analisis *SWOT*…… 110

BAB V PENUTUP……..…… 123

A. Kesimpulan …… 123

B. Saran ……. 125

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Struktur Organisasi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato……. 60

Tabel 4.2 Daftar destinasi Wisata Kabupaten Pohuwato……. 77

Tabel 4.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan……. 78

Tabel 4.4 Renja Pembangunan Destinasi Wisata APBN……. 80

Tabel 4.5 Daftar Pegawai di BidangPariwisata…… 94

Tabel 4.6 *Internal Faktor Analisis Strategis (IFAS)*…… 95

Tabel 4.7 *Eksternal Faktor Analisis Strategis (EFAS)*……. 96

Tabel 4.8 Hasil Kuisioner terhadap Faktor Internal (IFAS)…….. 97

Tabel 4.9 Hasil Kuisioner terhadap Faktor Eksternal (EFAS)…….. 104

Tabel 4.10 Matriks *SWOT*…… 116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Destinasi Wisata Pantai Libuo …….. 62

Gambar 4.2 Suasana Asri Kawasan Pantai Libuo……. 62

Gambar 4.3 Cottage PantaiLibuo……. 63

Gambar 4.4 Panggung di PantaiLibuo…….. 64

Gambar 4.5 Restoran di PantaiLibuo…… 64

Gambar 4.6 Toilet danTempatBilas……. 65

Gambar 4.7 Pantai Lalape…….. 66

Gambar 4.8 Cottage PantaiLalape……. 66

Gambar 4.9 Gazebo kayu di PantaiLalape…… 67

Gambar 4.10 Toilet di Pantai Lalape……. 67

Gambar 4.11 Jalan Masuk Kawasan Pantai Pohon Cinta…….. 68

Gambar 4.12 Parkiran sepeda motor……. 69

Gambar 4.13 Parkiran mobil dan Sepeda Motor…….. 70

Gambar 4.14 Panggung pertunjukan di PantaiPohonCinta……. 70

Gambar 4.15 Taman Maleo…… 71

Gambar 4.16 Taman bermainanak-anak…… 71

Gambar 4.17 Tracking Jogging…… 72

Gambar 4.18 Tracking Mangrove…… 72

Gambar 4.19 Area Rumah makan di PantaiPohonCinta…… 73

Gambar 4.20 Toilet……. 73

Gambar 4.21 Taman Pintu Gerbang Desa Terapung Suku Bajo …… 75

Gambar 4.22 Desa Wisata Terapung……... 75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1 :Foto Wawancara

Lampiran2 :Foto Alat Promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato

Lampiran3 :Foto Karnaval

Lampiran4 :Surat Penelitian

Lampiran5 :Foto Wawancara bersama Kepala Bidang Pariwisata

Lampiran6 :Foto Wawancara bersama wisatawan

Lampiran7 :Kuisioner

ABSTRAK

Promosi merupakan salahs atustrategi untuk menghasilkan penjualan. Tujuan promosi dalam kepariwisataan yaitu untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di wilayah tersebut. Kabupaten Pohuwato merupakan salah satu daerah yang sedang mengembangkan potensi pariwisata dan gencar memasarkan potensi wisata yang dimiliki, mulai dari pembangunan sarana dan prasarana penunjang pariwisata, hingga penyelenggaraan *event* tahunan. Namun strategi promosi pariwisata oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata masih belum efektif dengan adanya kunjungan wisatawan masih kurang dan hanya ramai pada waktu-waktu tertentu saja, maka tujuan penelitian ini yaitu menentukan strategi promosi pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato yang difokuskan melalui deskripsi aset wisata dan kegiatan promosi melalui SWOT.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian yang menggambarkan tentang suatu masalah, gejala, fakta, perisitiwa dan realita di lapangan secara luas dan mendalam unutk memperoleh pemahaman baru. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisioner. Setelah pengumpulan data dilakukan penyaringan data-data, menyusun data hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner disajikan dalam bentuk naratif dan dianalisa menggunakan *SWOT* untuk menentukan strategi promosi pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato.

Hasil penelitian ini menunjukan strategi promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato belum optimal, sehingga perlu adanya kebijakan pemerintah yang mendukung secara penuh terhadap kepariwisataan di Kabupaten Pohuwato agar menjadi skala prioritas. Dukungan tersebut melalui pendanaan kegiatan promosi, pengembangan potensi wisata alam dan budaya yang efektif dan efisien, menciptakan produk wisata yang baru dan lebih menarik, meningkatkan SDM di bidang pelayanan dan kepariwisataan, pemilihan media promosi yang tepat dan dapat menjangkau pasar yang luas untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Pohuwato.

Kata kunci : Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato, *SWOT*, Strategi Promosi, Kunjungan Wisatawan

ABSTRACT

Promotion is one strategy to generate sales. The purpose of promotion in tourism is to increase tourist visits in the region. Pohuwato Regency is one of the areas that is developing tourism potential and is aggressively marketing its tourism potential, starting from the construction of tourism supporting facilities and infrastructure, to organizing annual events. However, the tourism promotion strategy regional government youth, soprt and tourism is still ineffective with the presence of tourist visits that are still lacking and only crowded at certain times, so the purpose of this study is to determine the tourism promotion strategy of the Pohuwato Regency government youth, sports and tourism which is focused through description of tourism assets and promotional activities through SWOT.

The method used in this research is a type of qualitative research. Research that describes a problem, symptoms, facts, events and realities in the field broadly and deeply to gain new understanding.Collecting data through observation, interviews, documentation and questionnaires. After data collection, data is filtered, compiled data from observations, interviews, documentation, and questionnaires presented in narrative form and analyzed using SWOT to determine the tourism promotion strategy of the Youth, Sports and Tourism Office of Pohuwato Regency.

The results of this study indicate that the promotion strategy of regency goverment youth, sports and tourism Office of Pohuwato Regency is not optimal, so it is necessary to have a government policy that fully supports tourism in Pohuwato Regency so that it becomes a priority scale. This support is through funding promotional activities, developing effective and efficient natural and cultural tourism potential, creating new and more attractive tourism products, increasing human resources in the field of tourism and services, selecting the right promotional media and being able to reach a wide market to increase tourist visits in Pohuwato Regency.

Keywords: The gouverment of Pohuwato regency youth, sports and tourism office, SWOT, Promotion Strategy, Tourist visits

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Dunia Pariwisata adalah hal yang terus berkembang dalam sebuah industri di dunia saat ini termasuk Negara Indonesia. Sejak pariwisata itu pertama kali masuk di Indonesia pada abad ke 14, Pariwisata seakan terus berkembang hingga saat ini. Berbagai hal baru dan warna baru di dunia pariwisata yang menambah definisi pariwisata itu makin luas, seiring kemajuan teknologi dan pola pikir manusia itu sendiri. Pariwisata seakan menjadi *partner* setiap aktivitas manusia. Industri-industri pariwisata itu pun turut mengembangkan fasilitas, kebutuhan untuk memberikan kemudahan pada wisatawan.

Kunjungan wisatawan merupakan salah satu indikator keberhasilan sebuah industri pariwisata. Karena wisatawan adalah sasaran yang di tuju dalam sebuah industri pariwisata yang mampu menggerakan sistem perekonomian di dunia. Pariwisata di Indonesia sendiri memiliki dampak yang sangat besar untuk Negara. Sehingganya pariwisata oleh presiden Republik Indonesia Ir.Joko Widodo di tetapkan sebagai *leading sector* pembangunan ekonomi(Jokowi : 2015), Pariwisata dikatakan sebagai *Leading sector* karena mampu berdampak dan menopang semua sektor ekonomi seperti, sektor pertanian, perkebunan, kelautan, bahkan pembangunan desa. Pariwisata dapat dikemas dalam sebuah industri pariwisata sehingga mampu

terterima semua kalangan baik tua, muda, hingga anak-anak. Masyarakat kota hingga masyarakat desa bisa merasakan dampak pariwisata.

Dengan menjadikan pariwisata sebagai primadona untuk daerah-daerah (Arif Yahya : 2019), maka kegiatan pariwisata dewasa ini diharapkan mampu berdampak baik untuk kesejahteraan masyarakat luas. Hal ini tidak lepas dari diberlakunya Undang-undang No.22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang memberikan kebebasan dan wewenang kepada daerah untuk mengatur dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dengan maksimal untuk menghasilkan pendapatan bagi daerah dan memperkenalkan potensi yang dimiliki oleh daerah. Salah satu contoh daerah yang saat ini berkembang dalam kepariwisataan adalah Banyuwangi. Banyuwangi adalah daerah yang saat ini menjadi daerah *study* banding bagi daerah lain untuk contoh pengembangan pariwisata (kemenpar.go.id-2019). Dukungan pemerintah menjadikan pariwisata sebagai sektor utama penggerak pembangunan nasional sehingga pariwisata saat ini terus berkembang. Hal tersebut dapat terlihat semakin banyaknya destinasi wisata yang muncul dan beragam.

Destinasi wisata di setiap daerah memiliki potensi, keunikan, serta daya tarik yang berbeda-beda. Sehingga Pemerintah Daerah memiliki kebijakan yang berbeda-beda dalam visi dan misi membangun daerah nya. Terutama dalam pengembangan dan mempromosikan pariwisata di daerah tersebut.

Daerah yang sedang serius dalam mengembangkan pariwisata salah satunya adalah Kabupaten Pohuwato. Kabupaten Pohuwato memiliki potensi wisata alam dan budaya yang tak kalah menarik dari daerah-daerah lain di Indonesia. Karena wilayah pohuwato berada di wilayah tengah dari kawasan teluk tomini sehingga yang dominan adalah objek wisata pantai. Objek wisata yang menjadi ikon Kabupaten Pohuwato saat ini serta menghasilkan pendapatan daerah adalah Perkampungan di atas laut suku Bajo, Pantai Libuo yang memiliki pohon-pohon pinus di sepanjang pantai, Pantai lalape, dan Pantai pohon cinta. Saat ini pengelolaan pariwisata di Kabupaten Pohuwato masih di tangani oleh Pemerintah Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata.

Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato terus berupaya untuk memajukan pariwisata di Pohuwato. Berbagai upaya dilakukan dalam pembangunan sarana dan prasarana dalam menunjang kegiatan pariwisata untuk memudahkan dan untuk menarik wisatawan yang datang ke Kabupaten Pohuwato. Selain pembangunan sarana dan prasarana di destinasi wisata, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata mulai gencar memasarkan potensi wisata yang ada dengan melakukan promosi pariwisata. Karena promosi merupakan kunci dalam memperkenalkan dan memasarkan suatu destinasi wisata. Promosi adalah "berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual (Kotler dan Keller, 2009 melalui Mandey 2013 : 97)". Dengan demikian promosi sangat perlu dilakukan untuk menunjang pengelola dalam meningkatkan

kunjungan dan kepuasan wisatawan serta mencapai visi dan misi pemerintah Kabupaten Pohuwato. Namun sejauh ini Promosi yang dilakukan oleh pihak Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata belum terlihat efektif. Hal ini terlihat dari masih kurangnya pengunjung di destinasi wisata. Pengunjung hanya ramai pada hari-hari tertentu saja, misalnya hanya pada saat libur hari raya idul fitri, idul adha, natal, dan liburan sekolah. Sehingga, berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul Strategi Promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Pohuwato, Provinsi Gorontalo.

A. Fokus Masalah

Dari latar belakang diatas, maka pembahasan penelitian lebih difokuskan pada dua hal. Hal pertama yaitu deskripsi tentang aset wisata dan kegiatan promosi melalui SWOT. Hal kedua yang akan dikaji adalah tentang strategi apa sajakah yang dilakukan pihak Dinas Pemuda, Olaharga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dalam mempromosikan aset wisata.

B. Tujuan penelitian

Sesuai dengan fokus masalah maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendiskripsikan aset wisata dan kegiatan promosi melalui analisis SWOT yang sudah dilakukan oleh pihak Dinas Pemuda, Olaharga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato

2. Merancang strategi yang tepat yang dilakukan pihak Dinas Pemuda, Olaharga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dalam mempromosikan aset wisata.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata

   Penelitian ini bisa menjadi evaluasi bagi pihak Dinas pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dalam hal mempromosikan destinasi wisata di wilayah Kabupaten Pohuwato,Provinsi Gorontalo

2. Bagi Lembaga STP Ampta Yogyakarta

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi ilmu pengetahuan, mengenai strategi promosi wisata di Kabupaten Pohuwato yang berhubungan dengan pengembangan keilmuan mahasiswa.Sebagai referensi ilmiah bagi kalangan akademik.

3. Bagi penulis

   Dengan penelitian ini mampu menambah ilmu dan pengalaman dalam hal promosi destinasi wisata.

Analisis Faktor-faktor internal (IFAS)		**Penilaian**			
Peluang (Ancaman)		**1**	**2**	**3**	**4**
S1	Dukungan kebijakan pemerintah dalam mengembangkan potensi wisata alam dan budaya				
S2	Meningkatnya keinginan masyarakat untuk berwisata				
S3	Membuka Lapangan Pekerjaan masyarakat lokal				
S4	Meningkatkan Penghasilan Asli Daerah (PAD)				
S5	Gaya Hidup Masyarakat di era digital.				
Threats (Ancaman)					
W1	Munculnya Destinasi-destinasi baru dengan promosi dan pemasaran yang lebih unggul				
W2	Terganggunya masyarakat lokal destinasi wisata dengan aktivitas wisatawan				
W3	Konflik masyarakat lokal dengan lembaga pembuat kebijakan				
W4	Kondisi sosial-politik yang rawan konflik dan kebijakan bupati yang berubah-ubah				
W5	Resiko cyber security risk yang memungkinkan sistem digital dan informasi dibajak dan disalahgunakan ke hal kriminal.				

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

   a. Definisi Pariwisata

      Menurut arti katanya, Pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu kata Pari dan kata wisata.Kata Pari berarti penuh, seluruh, atau semua dan kata wisata berarti perjalanan (I Gusti Bagus Rai Utama, 2016 : 23).

      Menurut Yoeti, (2010 : 109) Pariwisata adalah sebuah perjalanan yang dilaksanakan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan di suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan berekreasi memenuhi keinginan yang beraeneka ragam.

      Menurut Undang-undang Kepariwisataan No.10 Tahun 2009 pasal 1. Pariwisata yaitu berbagai macam kegiatan wisata yang di dukung berbagai fasilitas serta layanan yang disedakan oleh masyrakat, pengusaha pemerintah dan pemerintah daerah.

      Secara estimologi wisata “Travel berasal dari Bahasa sansekerta dengan arti perjalanan, yang saat ini berkembang dengan motivasi yang bersifat “Rekreatif” yaitu dengan tujuan liburan. Secara ilmiah wisata “Travel” adalah perjalanan dang persinggahan yang dilakukan oleh manusia diluar tempat tinggalnya dengan berbagai motivasi atau dengan berbagai maksud dan tujuan, tetapi bukan untuk berpindah tempat tinggal dan menetap ditempat yang dikunjungi atau disinggahi, atau untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan dengan mendapat upah, berpetualang, olah raga, dan liburan (Kodyat, 2013)

b. Jenis-jenis pariwisata

Pembangunan industri pariwisata di Indonesia berkembang sangat pesat. Hal ini terlihat dengan munculnya beragam jenis-jenis pariwisata. Seperti yang dikatakan oleh Pendit, (2010 : 41-47) Pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut sebagai berikut ;

1) Wisata Alam *(Natural Tourism/outdoor recreation)*, adalah jenis wisata yang memanfaatkan potensi alam sebagai objeknya.
2) Wisata Budaya *(Cultural Tourism)*, yaitu jenis wisata yang memanfaatkan potensi hasil budaya manusia sebagai objeknya. Rai Utama (2016: 144) mengemukakan : Wisata budaya adalah Perjalanan yang dilakukan orang yang ingin mengetahui atau mempelajari sebuah Adat istiadat, kebiasaan suatu masyarakat, cara hidup, budaya serta seni yang dimiliki oleh komunitas lain yang berbeda, Wisata budaya di Indonesia yaitu, Wisata Historis / Sejarah (Peninggalan bekas bersejarah , keraton, museum dan sebagainya), Wisata religius, Wisata Seni, Wisata Ritual/ Upacara Tradisional.
3) Wisata Maritim atau bahari, yaitu jenis wisata yg banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, lebih-lebih di danau, teluk atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil

melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaanm air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak tempat dan daerah yang memiliki potensi wisata maritime ini.

4) Wisata Cagar Alam atau yang disebut juga taman konservasi, yaitu wisata cagar alamini banyak dilakukan oleh para penggemar dan pecinta alam dan kaitannya dengan kegemaran memotret binatang atau marga satwa serta pepohonan kembang beraneka warna yang memang mendapat perlindungan dari pemerintah dan masyarakat.

5) Wisata Konvensi

Pendit (1999:25) dalam Utama (2016) MICE *(Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition)* mengemukakan :

> "Wisata Konvensi diartikan sebagai wisata konvensi dengan batasan ; Usaha jasa Konvensi, Perjalanan insentif dan pameran merupakan usaha dengan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (Negarawan, Suahawan, Cendekiawan) untuk membahas masalah-masalah kepentingan bersama".

Sedangkan Kesrul (2004;3) dalam Utama (2016) menyatakan bahwa :

> "Wisata Konvensi atau MICE merupakan suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *bussines,* biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk

meetings, incentive travels,conventios, congresses, conference dan exhibition".

6) Wisata Pertanian (Agrowisata)

Terkait dengan wisata pertanian atau agrowisata Rai Utama, (2016 : 152-156) menyatakan bahwa :

> "Agrowisata adalah pemanfaatan alam sebagai atraksi wisata. Agrowisata merupakan tuntutan akan pariwisata yang pro lingkungan, *go green*, dan bertanggung jawab. Filosofi agrowisata adalah meningkatkan pendapatan kaum tani, dan meningkatkan kualitas alam pedesaan menjadi hunian yang benar-benar dapat diharapkan sebagai hunian yang berkualitas, memberikan kesempatan masyarakat untuk belajar kehidupan pertanian yang menguntungkan dan ekosistemnya".

7) Wisata Buru, yaitu jenis wisata berburu binatang di daerah atau hutan yang sudah dilegalkan pemerintah untuk menjadi kawasan wisata buru(Utama, 2016:158).

8) Wisata Ziarah, yaitu jenis wisata yang memiliki nilai Agama, sejarah, dan adat istiadat sekelompok orang atau umat yang dianggap suci atau keramat (Utama, 2016:160).

2. Wisatawan

Wisatawan adalah unsur yang sangat penting dalam dunia pariwisata.Sasaran yang di tuju oleh promosi sebuah objek wisata adalahwisatawan.Wisatawan berperan penting dalam keberhasilan atas penjualan sebuah produk wisata".

Destinasi wisata tidak dapat di pisahkan dari wisatawan begitu pun sebaliknya karena saling memiliki keterkaitan. Seperti yang tercantum

dalam Undang-undang Kepariwisataan No.10.Tahun 2009, "Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata".

> Menurut Irawan, (2010 : 12) Jika ditinjau dari arti kata "wisatawan" yang berasal dari kata *"wisata"* maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata *"tourist"* dalam bahasa Inggris. Kata itu berasal dari bahasa *Sansekerta "wisata"* yang berarti "perjalanan" yang sama atau dapat disamakan dengan kata *"travel"* dalam bahasa Inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata "*traveler"* karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran "*wan"* untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang.

Wisatawan menurut Yoeti, (2013 : 143) diklasifikasikan menurut daerah tujuan wisata, yaitu :

a. *Foreign tourist* (wisatawan asing) yaitu orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu Negara lain yang bukan merupakan Negara dimana ia biasanya tinggal. Wisatawan asing biasanya disebut wisatawan mancanegara atau disingkat wisman.
b. *Domestic foreign tourist*, yaitu Orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal di suatu Negara karena tugas, dan melakukan perjalanan wisata di wilayah Negara dimana ia tinggal. Misalnya staf kedutaan belanda yang mendapat cuti tahunan , tetapi ia tidak pulang ke belanda, tetapi melakukan perjalanan wisata di Indonesia (tempat ia bertugas)

c. *Domestic Tourist* (Wisatawan Nusantara), yaitu seorang warga Negara suatu Negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya. Misalnya warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan ke Bali atau ke Danau Toba. Wisatawan ini disingkat Foreign Tourist.

d. *Indegenous foreign tourist*, yaitu warga negara tertentu yang karena tugasnya atau jabatannya berada di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri. Misalnya, warga negara Perancis yang bertugas sebagai konsultan di perusahaan asing di Indonesia, ketika liburan ia kembali ke perancis dan melakukan perjalanan wisata di sana. Jenis wisatawan ini merupakan kebalikan dari *Domestic Foreign Tourist.*

e. *Transit tourist*, yaitu wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu yang terpaksa singgah pada suatu pelabuhan/ *Airport*/ stasiun bukan atas kemauannya sendiri.

f. *Business tourist*, yaitu orang yang melakukan perjalanan, entah itu wisatawan asing atau domestik yang mengadakan perjalanan untuk tujuan wisata ke suatu tempat dan akan melanjutkan perjalanan selanjutnya setelah tujuan wisata selesai.

3. Destinasi wisata

Destinasi wisata merupakan unsur pokok dalam kepariwisataan yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata selain aspek wisatawan.

Destinasi wisata adalah suatu entitas yang mencakup wilayah geografis tertentu yang di dalamnya terdapat komponen produk pariwisata *(attraction, amenitas,accebilities)* dan layanan, serta unsur pendukung lainnya seperti, masyarakat, pelaku industri pariwisata , dan institusi pengembang, yang membentuk sistem sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan dan totalitas pengalaman kunjungan bagi para wisatawan.

Dalam sebuah destinasi wisata memiliki beberapa elemen yang sangat penting dan saling berkaitan antara satu dengan yang lain membentuk satu komponen yang mampu menjadi daya tarik bagi calon wisatawan yang ingin datang ke suatu destinasi wisata.

Seperti yang diungkapkan Suwantoro (2019 :19) unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya meliputi 5 unsur, yaitu ;

a. Objek dan daya tarik wisata adalah daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Objek dan daya tarik wisata tersebut dapat meliputi, Objek dan Daya tarik

wisata alam, objek dan daya tarik wisata budaya dan objek dan daya tarik wisata minat khusus.

b. Prasarana Wisata, adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak di butuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya.

c. Sarana wisata, merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang di perlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan.

d. Tata Laksana / Infra Struktur, adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah dan di bawah tanah seperti :

1) Sistem pengairan, distribusi air bersih, sistem pembuangan air limbah yang membantu sarana perhotelan / restoran.
2) Sumber listrik dan energy serta jaringan distribusinya yang merupakan bagian vital bagi terselenggaranya penyediaan sarana wisata yang memadai
3) Sistem jalur angkutan dan terminal yang memadai dan lancer akan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi objek-objek wisata.

4) Sistem komunikasi yang memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan informasi, mampu mengirimkan informasi secara cepat dan tepat

5) Sistem keamanan atau pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para wisatawan. Dalam hal ini harus ada kerjasama yang mantap antara petugas keamanan, baik swasta maupun pemerintah, karena dengan banyaknya orang di daerah tujuan wisata dan mobilitas manusia yang begitu cepat membutuhkan sistem keamanan yang ketat dengan para petugas yang selalu siap setiap saat.

e. Masyarakat / lingkungan

Daerah tujuan wisata atau destinasi wisata memiliki berbagai objek dan daya tarik wisata akan mengundang kehadiran wisatawan,yaitu :

1) Masyarakat

Masyarakat di sekitar objek wisatalah yang akan menyambut kehadiran wisatawan tersebut dan sekaligus akan memberikan layanan yang di perlukan oleh para wisatawan. Untuk itu para masyarakat di sekitar objek wisata perlu mengetahui berbagai jenis dan kualitas layanan yang di butuhkan oleh para wisatawan.

2) Lingkungan

Lingkungan alam di sekitar objek wisata harus di perhatikan agar tak rusak dan tercemar. Sehingga perlu ada upaya

menjaga kelestarian lingkungan melalui penegakan berbagai aturan dan persyaratan dalam pengelolaan suatu objek wisata.

3) Budaya

Lingkungan masyarakat dalam lingkungan alam di suatu objek wisata merupakan lingkungan budaya yang menjadi pilar penyangga kelansungan hidup suatu masyarakat.Tidak tercemar budaya asing tetapi harus ditingkatkan kualitasnya sehingga memberikan kenangan yang mengesankan bagi setiap wisatawan (Suwantoro 2019 : 20).

4. Promosi

Seperti diketahui bahwa semua industri pasti menghasilkan *product, price, place / distributor* yang tidak akanbisa dipisahkan satu sama lain, karena ketiga hal tersebut merupakan *system* pada industri yang menjadi bukti tetap berlansungnya *produksi* di industri barang dan jasa.Setelah *product, price, place / distributor* telah dilakukan secara cermat, maka selanjutnya yakni merencanakan kegiatan promosi. Kegiatan promosi merupakan kegiatan untuk mencapai tujuan sebuah industri untuk memperoleh keuntungan dari menawarkan dan menjual *product* kepada konsumen karena kegiatan promosi adalah kegiatan yang menentukan sebuah *product* yang tersedia diketahui oleh orang banyak.Terkait dengan promosi, ada beberapa definisi tentang promosi yang di sampaikan Ali Hasan pada bukunya tentang *marketing* dan kasus-kasus pilihan, yaitu ;

> "Promosi merupakan proses mengkomunikasikan variable bauran pemasaran *(marketing mix)* yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi di mulai dari perencanaan, implementasi, dan pengendalian komunikasi untuk menjangkau target *audience* (pelanggan – calon – pelanggan)". (Hasan, 2013: 603)

> "Kegiatan promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan (penjual dan pembeli). Promosi merupakan fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasive kepada target pelanggan atau calon pelanggan untuk mendorong terciptanya transaksi – pertukaran antara perusahaan dan pelanggan". (Hasan, 2013: 603)

Sedangkan dari pandangan ilmu ekonomi, "Kegiatan promosi tersebut dapat mempengaruhi naik dan turunnya harga, tergantung permintaan konsumen terhadap produk perusahaan yang telah ditawarkan" (Tjiptono, 2014: 222). Kegiatan promosi dapat dikatakan sebagai kegiatan yang membangun hubungan antara produsen dan konsumen, karena suksesnya penjualan produk tidak hanya bergantung pada kualitas produk dan pelayanan yang baik dan cepat tetapi juga melalui komunikasi antara produsen untuk menyebarkan informasi, membujuk, mempengaruhi calon konsumen.

Sama halnya dengan industri-industri lain, di dunia pariwisata kegiatan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting untuk menunjang keberlansungan kegiatan-kegiatan kepariwisataan. Karena pariwisata termasuk sebuah industri yang menghasilkan produk dan jasa seperti

keindahan destinasi wisata, atraksi wisata, paket wisata, penerbangan, *tour & travel*, perhotelan dan restoran.

Sasaran dalam melakukan kegiatan promosi dalam dunia pariwisata yaitu masyarakat atau calon wisatawan, dengan cara membujuk calon wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata pada sebuah destinasi wisata. Hasan, (2015:259) mengemukakan :

> "Sistem Promosi dibidang pariwisata untuk dua tujuan utama yaitu ; Pertama untuk tujuan eksternal perusahaan dengan penggunaan berbagai bentuk variasi informasi secara insentif untuk menarik wisatawan potensial mencari pemasok, mendorong transaksi, pemeliharaan wisatawan untuk peluang kunjungan ulang. Kedua untuk tujuan internal perusahaan, yaitu untuk menginformasikan kepada semua mitra internal agar mereka mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh perusahaan, termasuk untuk memperoleh tanggapan, pendapat, keinginan mitra internal perusahaan".

Promosi merupakan kunci memasarkan produk pada calon pelanggan, dengan cara "Menciptakan dialog secara konsisten antara perusahaan dan pelanggan melalui instrument promosi. Intrumen Promosi terdirin dari ; *Advertising*, *Personal Selling*, *Sales promotion*, *Public Relation*, *Direct Marketing*, *Online marketing*" (Hasan, 2013:604). Alat promosi dalam kegiatan promosi tersebut dijelaskan seperti di bawah ini ;

a. Alat Promosi (*Promotion Instrument*)

   Mempromosikan suatu produk menurut, (Hasan, 2013 : 604-605) menggunakan alat promosi *(Promotion Instrument)* yaitu ;

   1) Advertising

Advertising atau yang dikenal dengan periklanan merupakan cara untuk menginformasikan produk kepada konsumenn melalui mass media seperti media cetak atau media elektronik. Dalam kepariwisataan, selain advertising mass media dikenal juga dua *advertising* lain yakni ; pertama, *Outdoor travel advertising*. Jenis *advertising* ini menggunakan kalimat-kalimat slogan yang mudah diingat dan ditempatkan di lokasi yang dianggap strategis mulai dari *Airport*, Stasiun, terminal dan *shopping centre*. Kedua, *Point of sale advertising* berupa bahan yang terbuat dari karton-karton yang bisa di letakan di atas meja, di gantung dalam ruangan kantor, atau berupa *travelling bag*, *ball point*, atau *map*. (Oka, 2013; 189-190)

2) Personal Selling

Penjualan personal (*Personal Selling*) ialah proses penjualan dengan berinteraksi lansung dengan calon pembeli yakni dengan mendekati, mempresentasikan, mendemonstrasikan, dan menjual produk kepada pelanggan secara lisan. (Hasan, 2013: 604-605).

3) Sales Promotion

Promosi penjualan atau sales promotion, menurut Hasan (2013:608) "adalah Kategori yang luas yang mencakup kegiatan periklanan non media. Beberapa barang yang seringkali terkandung dalam promosi penjualan adalah sampel gratis, tampilan, kupon penukaran, kupon diskon, undian dan tawaran istimewa".

4) Public Relations

Public relation merupakan pelengkap dalam periklanan, karena *public relation* bagian yang dapat terlibat lansung dengan masyarakat luar,

sehingga *public relation* juga dikenal dengan arti hubungan masyarakat (Hasan, 2013 : 609) Pada perusahaan atau organisasi bagian *public relation* bertugas sebagai juru bicara dewan direksi atau pimpinan untuk mengharumkan nama baik perusahaan, membentuk citra yang baik dan memperbaiki citra perusahaan tersebut jika ada masalah eksternal.

Menurut Hasan, (2013 : 609) *public relation* merupakan usaha untuk menstimulasi permintaan sebuah produk atau jasa dengan cara menyampaikan berita yang signifikan dan bersifat komersial,merancang berbagai program untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau setiap produknya. Dari sisi bisnis, *public relations* dilihat sebagai ;

a) *Public* : Sekelompok pelanggan atau calon pelanggan yang memiliki kepentingan actual dan potensial yang berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya.
b) *Public Relation* : Usaha manajemen untuk memanfaatkan berbagai program terencana dan berkesinambungan yang secara efektif dirancang untuk mendukung dan memelihara serta mempromosikan dan atau menjaga citra perusahaan atau setiap produknya.

5) Direct marketing

Direct marketing atau pemasaran lansung menurut Hasan, (2013; 610) merupakan sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media iklan untuk menghasilkan berbagai tanggapan dan transaksi yang dapat diukur pada suatu lokasi. Jenis direct marketing seperti, e-mail marketing, telemarketing, internet marketing, fax untuk mendapatkan tanggapan dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

6) Online Marketing

Alat promosi *online marketing* merupakan strategi promosi yang menggunakan teknologi dan internet dalam usaha pemasaran produk dan jasa, seperti media sosial intagram, facebook, e-mail marketing, website, blog.

5. Strategi Promosi

Sebuah strategi dapat dikatakan sebagai pedoman sebuah organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan. Seperti yang diungkapkan Tjiptono (2015 : 3-4) dalam buku strategi pemasaran, yaitu :

> "Dalam konteks bisnis strategi menggambarkanarah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi. Bila konsepstrategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain".

Dapat disimpulkan strategi dalam sebuah perusahaan salah satunyaialah promosi. Perusahaan menetapkan Strategi promosi sebagai kunci dalam rencana pemasaran suatu produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut untuk disampaikan kepada orang banyak yakni calon konsumen dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan permintaan konsumen. Tjiptono (2015 : 233) menyatakan ;

> "Strategi promosi berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian komunikasi persuasive dengan pelanggan. Strategi promosi ini biasanya untuk menentukan proposal personal selling, iklan, dan promosi penjualan.
>
> Menurut Tjiptono (2013: 233-254), ada enam strategi pokok dalam strategi promosi,yakni; [1] Strategi pengeluaran promosi. Faktor penyebabnya pengeluaran promosi itu bervariasi tergantung pada produk atau situasi pasar. [2] Strategi bauran promosi. Strategi ini berupaya memberikan distribusi yang optimal dari setiap metode promosi. Faktor yang menentukan bauran promosi ini adalah :Faktor produk, Faktor Pasar, Faktor Pelanggan,Faktor Anggaran , Faktor bauran pemasaran [3] Strategi pemilihan media. Tujuan dari strategi ini adalah memilih media yang tepat untuk kampanye iklan dalam rangka membuat pelanggan menjadi tahu, paham, menentukan sikap, dan membeli produk yang dihasilkan perusahaan.Adapun yang dimaksud dengan media adalah saluran penyampaian pesan komersial kepada

khalayak sasaran. Media tersebut dapat berupa surat kabar, majalah, TV, radio, media luar ruang, iklan transit, dan *direct mail*. [4] Strategi Copy Periklanan. *Copy* adalah isi iklan, *Copy* berfungsi untuk menjelaskan manfaat produk dan memberi alasan kepada pembacanya mengapa harus membeli produk tersebut.*Copy* yang efektif haruslah menarik, spesifik, mudah dimengerti, singkat, bisa dipercaya, sesuai dengan keinginan pembaca, dan persuasif. Oleh karena itu *copy* adalah sesuatu yang mewakili pesan yang ingin disampaikan pengiklan. Dalam hal ini pengiklan haruslah kreatif dalam menemukan gaya, bunyi, kata-kata, dan format pesan. [5] Strategi Penjualan. Strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka. [6] Strategi motivasi dan penyeliaan tenaga penjual. Wiraniaga dapat dimotivasi dengan menggunakan penghargaan berbentuk finansial maupun nonfinansial.Motivasi financial berwujud kompensasi uang, sedangkan motivasi nonfinasial biasanya dalam bentuk program evaluasi kerja.Penyeliaan diperlukan untuk memastikan bahwa *salespeople*bekerja dengan baik, menempatkan *salespeople* pada lokasi kerja yang tepat, memberi pelatihan, dan sebagai saluran komunikasi antara atasan dan bawahan.

Terkait dengan strategi promosi dalam industri pariwisata, Yoeti (2010: 169) menyatakan strategi promosi ialah komunikasi untuk menyampaikan informasi produk dan jasa yang tersedia di industri pariwisata dimana, Informasi tersebut mengandung bujukan serta meyakinkan calon wisatawan.

6. Pengembangan Strategi Promosi Daerah

Pada saat pengembangan strategi promosi daerah terdapat beberapa langkah-langkah yang harus dilakukan. Menurut Yoeti. (2010 : 174), Langkah-langkah yang harus dilakukan yaitu ;

a. Menentukan target pasar yang akan di pengaruhi oleh kegiatan promosi yang akan dilakukan . Dengan mengetahui target pasar,kita akn lebih mudah melakukan pemilihan terhadap : media yang akan

digunakan, bahasa yang akan dipakai, dan waktu-waktu biasanya mereka melakukan perjalanan wisata.

b. Menetapkan kelayakan promosi yang akan dilakukan. Maksudnya jenis dan macam promosi apa saja yang akan dilakukan, dan beberapa anggaran yang akan di gunakan untuk suatu target pasar tertentu.
c. Mengatur komposisi unsure-unsur bauran pemasaran yang akan di gunakan
d. Mempersiapkan bentuk-bentuk desain iklan yang akan digunakan mulai dari ukuran *(size)*, berwarna atau hitam-putih , bahasa yang di gunakan, produk yang di tonjolkan dan *copy-writing* yang mengenai sasaran.
e. Merumuskan bentuk-bentuk kegiatan *sales promotions* yang akan di lakukan
f. Perencanaan pembentukan *promotions materials*, termasuk bentuk-bentuk hand-out yang akan di berikan pada setiap pertemuan formal kepada pejabat-pejabat pariwisata dari luar negeri dan pencetakan brosur yang berkualitas.
g. Rencana dan jadwal mengundang biro perjalanan wisata, *tour operator dan travel writer* luar negeri untuk melihat secara lansung melihat dan menyaksikan produk-produk suatu daerah tujuan wisata yang siap di jual.

h. Menunjuk seorang *public realtions officer*, untuk menjaga atau memelihara citra suatu daerah tujuan wisata dan sekaligus untuk meng counter berita-berita negative untuk konsumsi luar negeri, khususnya target pasar yang di tuju.

7. Keputusan Berkunjung Wisatawan

Sebelum menentukan tujuan wisata yang akan di kunjungi, wisatawan akan mempertimbangkan beberapa hal yang menyangkut destinasi yang akan didatangi. Seperti yang di ungkapkan Yoeti, (2010: 172) keputusan wisatawan akan di pengaruhi oleh faktor-faktor, baik internal maupun eksternal secara obyektif atau secara subyektif dengan penjelasan sebagai berikut ;

a. Faktor *Internal*

Faktor Internal Sangat bergantung pada image yang dimiliki calon wisatawan sendiri tentang suatu Daerah tujuan wisata, mulai dari pelayanan yang dapat diberikan , daya tarik daerah tujuan wisata tersebut, tingkat harga, keamanan dan ketertiban, dan harapan yang hendak di capai calon wisatawan yang bersangkutan.

b. Faktor *eksternal*

Untuk sampai pada suatu keputusan, calon wisatawan banyak di pengaruhi faktor-faktor luar seperti informasi yang di sampaikan dan *advis* yang di berikan selama proses pengambilan keputusan.

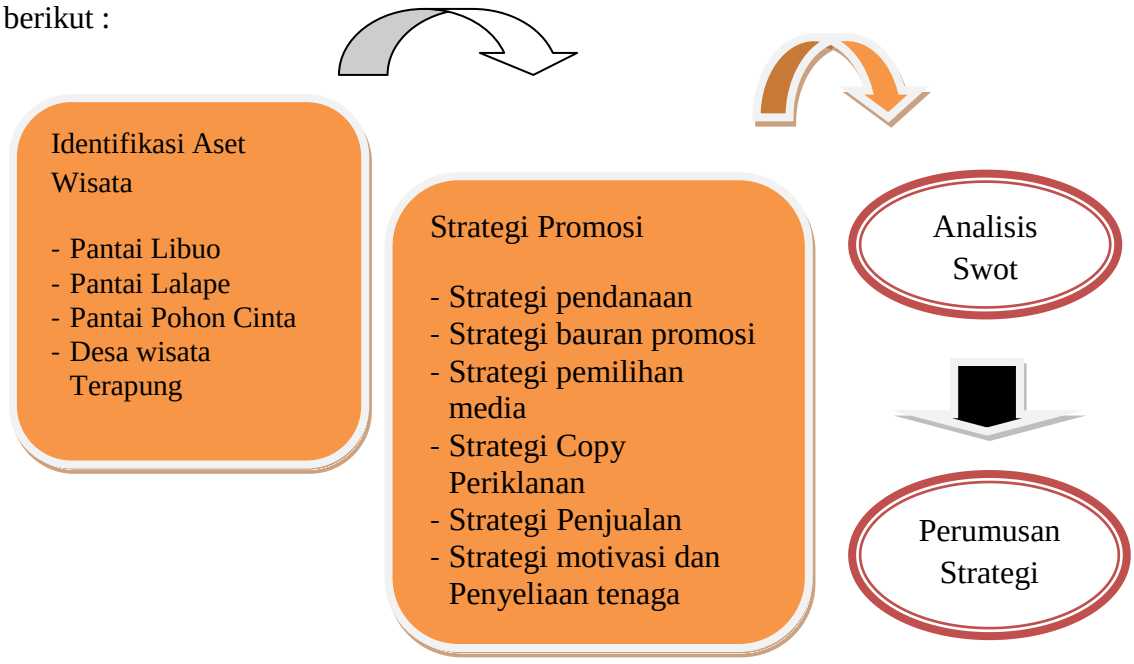
Berbagai Faktor yang banyak berpengaruh terhadap pilihan untuk melakukan strategi promosi antara lain :

1) Karakter Wisatawan
2) Informasi yang sebenarnya dibutuhkan oleh calon wisatawan
3) Karakter dari Produk industry pariwisata sendiri
4) Sumber-sumber daya yang dimiliki suatu daerah sebagai suatu daerah tujuan wisata
5) Ciri atau bentuk komunikasi yang digunakan untuk setiap komponen promosi yang dapat digunakan atau tersedia
6) Posisi atau kedudukan dihadapkan dengan pesaing-pesaing utama.

B. Kerangka Pemikiran

Dalam penyusunan penelitian ini objek yang diteliti adalah Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato, dengan memfokuskan penelitianpada Strategi Promosi dari Dinas Pemuda Olahrga dan Pariwisata dalam mempromosikan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo.

Berkaitan dengan uraian di atas peneliti menyususun kerangka pikir sebagai berikut :



C. Penelitian Terdahulu

1. Artikel Nugraha tahun (2019) dalam Skripsi yang berjudul "Strategi Promosi Pariwisata Budaya di Kota Bengkulu (Studi Kasus Pada *Event* Tabot 2018)".

   Penelitian ini menunjukan bahwa kegiatan promosi dalam pengembangan pariwisata dan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dalam suatu daerah dapat melalui sebuah *event* yang menunjukan ciri khas sebuah daerah yang menjadi keunikan tersendiri yang berbeda dari daerah-daerah lain.*Event* Tabot merupakan sebuah tradisi yang dilaksanakan secara turun temurun sejak abad ke 14. Saat ini, tradisi ini tak hanya menjadi sebuah perayaan tradisi semata, melainkan *event* yang diselenggarakan oleh pemerintah Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan untuk menjadi *event* tahunan dan wisata budaya yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Bengkulu. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat peluang, kelemahan, kekuatan dan ancaman dalam penyelenggaran *event* Tabot di Kota Bengkulu. Adapun pelaksanaan strategi promosi yang telah dilakukan oleh dinas pariwisata dan Dinas Pendidikan menggunakan bauran promosi *(promotion mix).* Hasil dan kesimpulan dalam penelitian ini menunjukan strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan kebudayaan Bengkulu sudah cukup baik, tetapi masih ada hal-hal yang belum maksimal dan perlu terus ditambah serta dievaluasi kembali karena belum mencapai target yang diinginkan, yakni promosi melalui media sosial, instagram, youtube adalah salah satu strategi promosi yang penting dilakukan agar *event* yang

diselenggarakan diketahui wisatawan secara global. Dalam pelaksanaan strategi promosi juga terdapat faktor pendukung, misal desain dan kondisi sebuah *event*, kebersihan dan keamanan destinasi wisata juga mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung di sebuah destinasi wisata.Keberhasilan strategi promosi yang diimplemntasikan dalam kegiatan pemasaran telah dapat meningkatkan jumlah kunjungan.Maka berdasarkan hal tersebut, pihak Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan perlu menggandeng *EO professional* untuk merancang *even*t lebih menarik dan tidak menoton.

2. Artikel Sartika tahun 2018 di dalam skripsi berjudul "Strategi Promosi Destinasi Prigi Kabupaten Trenggalek dalam Upaya meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan".

   Penelitian ini menunjukan adanya potensi wisata pada destinasi Pantai Prigi untuk menjadi destinasi wisata unggulan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan pantai prigi. Dalam penentuan strategi promosi pada pantai prigi, terlebih dahulu dilakukan sebuah analisis SWOT untuk memungkinkan prioritas strategi promosi destinasi pantai prigi dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. (1) Strategi *Strengths – Opportunities* (SO), menunjang fasilitas penunjang untuk promosi, menerapkan konsep promosi yang tepat, lebih sering mengadakan event dengan tujuan promosi. (2) Strategi *Strengths – Treaths* (ST); Pelatihan SAR, pelatihan SAR dilakukan dalam rangka meningkatkan kemampuan

personil SAR, mengembangkan produk wisata yang berbeda dari destinasi wisata pesaing.(3) Strategi *Weaknesses – Opportunities* (WO); menerapkan konsep promosi 4P, menanggapi kritik dan saran melalui media online, memaksimalkan Promosi. (4) Strategi *Weaknesses– Treaths* (WT); Membuat papan edukasi bencana alam, pihak pengelola harus lebih serius dalam mengelola produk yang sudah ada dan menambah produk, destinasi sekitar Pantai Prigi dapat digunakan sebagai pola kunjungan. Berdasarkan strategi yang diterapakan tersebut bertujuan untuk melihat peluang, ancaman, kelemahan dan kekuatan destinasi wisata pantai prigi karena masih terdapat kekurangan, seperti (1) Kurangnya dikenalnya Kabupaten Trenggalek sebagai daerah wisata; (2) Kurangnya sadar wisata penduduk sekitar pantai Prigi; dan (3) belum maksimalnya promosi yang dilakukan pihak pengelola.

3. Artikel Sariadi (2019) di dalam Skripsi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Shaba *Outbound*, Karanggeneng, Purwobinangun Pakem, Sleman.

   Penelitian ini menunjukan pengusahaan dan pengembangan wisata minat khusus untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan pada sebuah destinasi wisata. Wisata Shaba *Outbound* yang terletak di Dususn Karanggeneng, Desa Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman adalah salah satu wisata minat khusus yang ada di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, permasalahan yang ditemukan adalah kurangnya pengunjung yang datang. Berdasarkan hal tersebut, maka rumus masalah yang diangkat

adalah (1) Strategi pemasaran seperti apakah yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola Shaba *Outbound* dalam rangka meningkatkan minat kunjungan wisatawan (2) Bagaimana Promosi yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola Shaba *Outbound*dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan.Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran seperti apakah yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola Shaba *Outbound* dalam rangka meningkatkan minat kunjungan wisatawan serta untuk mengetahui promosi apa yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola Shaba *Outbound* dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Meteodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi,wawancara,dokumentasi dan studi pustaka. Adapun kegiatan Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan / verifikasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang tepat untuk Shaba Outbound yang mencakup tentang: (1) Segmen pasar *(segmentation)* yakni yang datang ke Shaba Outbound adalah rombongan anak sekolah, perguruan tinggi dan rombongan warga desa. Namun pengunjung dengan skala kunjungan paling tinggi adalah anak sekolah dan rombongan mahasiswa perguruan tinggi, dengan demikian daya tarik dan atraksi yang ada di Shaba *Outbound* dibutuhkan dan diminati oleh segmen pasar (segmentation) terutama rombongan anak sekolah dan rombongan mahasiswa perguruan tinggi. (2)

target pasar *(targeting),*yang paling tepat untuk dijadikan target pasar *(targeting)* adalah rombongan anak sekolah dan rombongan mahasiswa perguruan tinggi; (3) Memposisikan pasar *(positioning)* Shaba *Outbound* ini dibenak pengunjung atau wisatawan, citra atau *image* yang ingin ditanamkan Shaba *Outbound* dibenak pasar yaitu "Objek wisata edukatif". Adapun dalam peningkatan promosi yang tepat dan dapat menarik target pasar *(targeting)* yang sebaiknya dilakukan oleh Shaba Outbound adalah: (1) *Advertising* (Periklanan) yaitu menyebar *brosur*, membuat *poster* dan *leaflet* dan mengiklankan simbol logo Shaba *Outbound,* (2) *Publicrelation* (Hubungan Masyarakat) yaitu menyelenggarakan event, seminar, dan meningkatkan kerjasama dengan biro perjalanan wisata; (3*) Personal Selling* (Penjualan Personal) yaitu melakukan presentasi penjualan; (4) *Direct marketing* (Pemasaran lansung) yaitu menambah media sosial, Instagram dan Line.

4. Artikel Silva (2018) di dalam skripsi berjudul Dampak Strategi *Positioning* untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Museum Affandi Yogyakarta.

   Penelitian ini menunjukan bagaimana ; (1) strategi *positioning* di Museum Affandi Yogyakarta; (2) Bagaimana dampak *Strategi Positioning* untuk meningkat kunjungan wisatawan di museum Affandi Yogyakarta. Pada metode pengumpulan data pada penelitian ini melalui: (1) Observasi; (2) Wawancara; (3) Dokumentasi; (4) kuisioner. Dalam tahap analisis data, dilakukan pengolahan data dari hasil penyebaran kuisioner kepada 30 orang wisatawansebagai responden. Dari hasil penelitian strategi Positioning yang

dapat diterapakan untuk memasarkan produk kepada konsumen dengan beberapa penentuan yang diterapkan yaitu: (1) Penentuan posisi menurut Atribut, Lokasi Museum Affandi sangat strategis sebagai salah satu kompkles seni lukis di Yogyakarta; (2) Penentuan Posisi Menurut manfaat, keberadaan produk yang unik dan otentik karena lukisan yang mempunyai keunikan tersendiri, otentik karena lukisan tidak dapat dihasilkan lagi oleh pelukis sebab pelukisnya telah meninggal dunia; (3) Penentuan Posisi Menurut Pengguna atau Penerapan, manfaat kepada wisatawan minat khusus untuk menambah pen getahuan tentang seni dan tentang tekhnik melukis; (4) Penentuan Posisi Menurut Pemakai, museum Affandi adalah museum seni yang ada di Yogyakarta yang memamerkan lukisan dan koleksi-koleksi Affandi untuk wisatawan yang datang dan terutama wisatawan yang menyukai seni; (5) Penentuan posisi menurut harga atau kualitas, Museum Affandi menawarkan harga ticket yang cukup terjangkau yaitu wisatawan domestic seharga Rp. 25.000 dan untuk wisatawan mancanegara seharga Rp.50.000 dan untuk wisatawan yang datang berkunjung dengan jumlah banyak akan mendapatkan potongan harga.

5. Artikel Avinda (2016) berjudul Strategi Promosi Banyuwangi sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata).

   Penelitian ini menunjukan kegiatan promosi yang efektif untuk mengoptimalkan potensi wisata di Banyuwangi tentu saja dengan tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Salah satu promosi adalah dengan

membuat *tagline"Sunsrise of java"* dan *"Diamond Triangle".* Hasilnya dalam waktu kurun lima tahun terakhir, pariwisata Banyuwangi mengalami perkembangan signifikan yang terlihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Banyuwangi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriftif kualitatif. Untuk jenis dan sumber data yakni data primer dan sekunder.Data primer berupa hasil wawancara yang dilakukan dengan informan dan data sekunder berupa informasi tambahan yang digunakan sebagai data pendukung data primer. Teknik Analisis data melalui tiga tahap yakni; (1) Reduksi data; (2) Penyajian data; (3) Simpulan/Verifikasi. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah untuk mewujudkan visi Banyuwangi sebagai daerah tujuan wisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki sistem penetapan strategi yang disebut *corporate strategy* atau *grand strategy* dimana pembuat dan penyusun strategi adalah manajemen puncak. Strategi promosi terkonsep sentralisasi untuk mencapai tujuan Banyuwangi sebagai destinasi wisata nasional yang berbasis pada kearifan lokal. Pelaksanaan strategi promosi yang telah ditetapkan adalah dengan menggunakan bauran promosi (*Promotion mix*) terdiri dari: (1) Periklanan (*advertising*), Program-program periklanan (*advertising*)yang dijalankan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi dengan menggunakan beberapa media, yaitu media cetak antara lain; *inflight magazine* Garuda Indonesia dan Lion Air yang melayani rute penerbangan dari Surabaya-Banyuwangi-Surabaya (belum maksimal), memasang iklan di JTV(Jawa Pos Media Televisi) dan peluncuran aplikasi berbasis *android*

"Banyuwangi *Tourism*" pada tanggal 11 April 2014 (belum efektif) seta pemanfaatan media luar dengan program pemasangan baliho, spanduk,poster,dan *billboard* berisikan tentang jadwal-jadwal setiap event yang diselenggarakan sejak awal tahun hingga akhir tahun,serta lokasi event itu diselenggarakan di Lokasi strategis (sudah baik dan maksimal); (2) promosi penjualan (*sales promotion*), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan promosi penjualan dengan melakukan *Branding* melalui pembuatan tagline *"Thesunrise of java"* dan *"I love Banyuwangi"*selain pembuatan *tagline* juga berfungsi untuk meningkatkan rasa cinta terhadap daerah (efektif), ikut dan menyelenggarakan event seperti; EXPO MILAN, Pameran Budaya, dan membangun taman hiburan rakyat disetiap kecamatan yang dilengkapi dengan wi-fi (efektif); (3) Pemasaran langsung (*direct marketing*), Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Banyuwangi menyediakan TIC *(Tourist Information Centre)* sebagai media penyalur informasi yang menjangkau wisatawan secara lansung (efektif), pembuatan *website* yang dilengkapi dengan *e-mail* menyuguhkan tampilan yang menarik dan informatife serta selalu meng*update* berita-berita terbaru dan terkini banyuwangi (efektif); (4) Hubungan masyarakat (*public relation*), yang dilakukan sekretariat Dinas yakni melalui program pelatihan bahasa inggris bagi tukang ojek, supir angkot, tukang becak dan penambang belerang (belum efektif), mengadakan pelatihan kepramuwisataan bekerja sama dengan HPI cabang Banyuwangi (belum efektif), sosialisasi kepada masyarakat dengan menghidupkan kembali POKDARWIS (belum efektif). Adapun factor

pendukung strategi promosi banyuwangi sebagai destinasi wisata yang menunjang keberhasilan promosi meliputi: (1)Keanekaragaman alam dan kekayaan seni budaya yang dimiliki Banyuwangi; (2)Adanya dukungan dari Pemerintah Daerah terlihat dari akses yang dibuka menuju Banyuwangi; (3)Adanya kerjasama yang baik antar Dinas yang berada di bawah SKPD dengan terselenggaranya beberapa rangkaian *event*tahunan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang juga bekerja sama dengan dinas lainnya; (4)Perkembangan teknologi dan informasi yang memiliki pengaruh yang besar terhadap sebuah kegiatan pemasaran yang dimanfaatkan untuk meluncurkan aplikasi berbasis android serta peran aktif melalui penggunaan media sosial; (5)Pembangunan Infrastruktur dengan meningkatkan fasilitas dan perbaikan infrastruktur secara merata di Kabupaten banyuwangi. Sedangkan untuk penghambat Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata yaitu ; (1) Minimnya staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi; (2) Data-data mengenai daya tarik wisata alam,kekayaan alam,budaya serta potensi lainnya belum tersedia secara akurat, (3) Minimnya anggaran dari Pemerintah; (4)Kurangnya keterlibatan pemerintah terhadap pembangunan pariwisata; (5) SDM yang ada di bidang Pariwisata masih kurang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Design Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis penelitian Kualitatif. Penelitian yang bertujuan mendektrifsikan secara terperinci tentang langkah-langkah dalam melaksanakan suatu peneltian.

Menurut Moleong (2016:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan. Secara *holistic* dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Karakteristik penelitian kualitatif adalah deskriftif dimana data yang di kumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Jadi semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, nantinya pada peneliti akan menggambarkan tentang suatu masalah, gejala, fakta, peristiwa dan realita di lapangan secara luas dan mendalam untuk memperoleh pemahaman baru.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini mengambil lokasi Dinas Pemuda,Olahraga dan Pariwisata yang terletak di Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo, dimana instansi ini merupakan lembaga yang masih menjadi pengelola dan penannggung jawab dalam pengembangan objek-objek wisata di Kabupaten Pohuwato, Provinsi Gorontalo.

2. Waktu Penelitian

Proses penelitian dilakukan selama 11 Mei – 11 Juni 2020 dengan melalui proses penyusunan proposal, penelitian ke lokasi atau lapangan dan menganalisis data.

C. Teknik Cuplikan

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan teknik cuplikan yaitu *Sampling Purposive*. Menurut Sugiyono (2018 : 85), teknik *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Penentuan *sample* ini dilakukan peneliti, saat mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlansung. Peneliti memilih narasumber dalam penelitian ini terdiri dari Pemerintah, dalam hal ini pihak Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata, masyarakat Kabupaten Pohuwato, dan wisatawan yang berkunjung ditiap-tiap destinasi wisata yang menjadi ikon Kabupaten Pohuwato. Peneliti memilih narasumber tersebut dengan memfokuskan pada penelitian yang akan diteliti, Strategi Promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato. Selain itu, pemilihan narasumber ini bertujuan untuk mengetahui apa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dan bagaimana dampak strategi promosi

yang telah dilakukan terhadap masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke tiap-tiap destinasi wisata. Pemilihan narasumber ini mampu mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam promosi pariwisata di Kabupaten Pohuwato. Hal tersebut untuk menjadi bahan evaluasi dalam Strategi Promosi Dinas Pemuda, Olahrarga dan Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Pohuwato.

D. Sumber Data

Menurut Lofland, (1948:47) di dalam Moleong (2016 : 157) : sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

1. Data Primer

   Data primer adalah sumber data yang lansung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2011 : 225). Data primer ini didapat dari hasil wawancara, observasi lapangan dan menyebarkan kuisioner kepada wisatawan.

   Melalui sumber data ini, peneliti ingin mendapatkan informasi lansung dari pihak-pihak terkait yaitu Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata dalam mepromosikan pariwisata di Kabupaten Pohuwato, Masyarakat Wisatawan.

2. Data Sekunder

   Data sekunder merupakan sumber data yang tidak lansung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengelolahan

lebih lanjut dari data primer yang di sajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (Sugiyono,2011 : 225) .

Penulis juga menggunakan data sekunder yang di dapat berupa dari buku, jurnal, skripsi, dokumnetasi dan referensi lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui tekhnik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang di tetapkan (Sugiyono,2011:224)

Dalam penelitian, peneliti menggunakan tekhnik pengumpulan data sebagai berikut ;

1. Observasi

Menurut Arikunto, (2010:199) mengatakan bahwa observasi merupakan pengamatan yang meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.

Pada penelitian ini peneliti akan mengamati secara lansung dan mencatat keadaan yang terjadi di lapangan yang berupa strategi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Pohuwato, dimana yang menjadi fokus pada penelitian ini.

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2016:231) Wawancara merupakan pertemuan dua orang yang bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Adapun wawancara yang akan dilakukan ini sebelumnya akan menyiapkan daftar pertanyaan yang berisi hal-hal pokok yang berkaitan dengan penelitian. Untuk lebih mengetahui keadaan dan situasi dari objek penelitian dari pihak-pihak terkait yang terlibat lansung dengan masalah penelitian.

Moleong (2016: 186) menyatakan bahwa wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu.Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2011:329-330) Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.Dokumen yang berbentuk tulisan, gambar atau karya –karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung , film dan lain-lain.

Dalam penelitian ini , dokumentasi yang di ambil adalah foto dan rekaman wawancara.

4. Kuisioner

Menurut sugiono (2016: 142) kuisioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuisioner untuk analisis SWOT dan perumusan strategi yaitu terlebih dahulu menentukan kekuatan,kelemahan, peluang dan ancaman pariwisata di Kabupaten Pohuwato. Dimana pernyataan yang dilampirkan di dalam kuisioner akan dijawab oleh responden dengan cara memberikan skor yang ditetapkan oleh peneliti.

F. Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan *(trustworthiness)* data diperlukan teknik pemeriksaan.Pelaksanaan tekhnik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu.

Tehnik yang digunakan dalam pemeriksaan data yakni, Triangulasi. Menurut Moleong (2016 :330) triangulasi adalah “Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu”. Sehingga dapat disimpulkan triangulasi data bertujuan untuk mengecek data tertentu dengan membandingkannnya dengan data-data yang lain yang di peroleh dari sumber lain.

G. Metode Analisis Data

1. Reduksi Data

   Reduksi diperlukan oleh penulis untuk menyaring data-data. Karena data-data yang diperoleh dari proses observasi, wawancara dan dokumentasi cukup banyak dan rumit untuk itu perlu di catat secara teliti dan rinci.Reduksi data di gunakan untuk menyaring data-data seperti kata yang tidak penting sehingga data yang dihasilkan tersusun rapi dan tertata.

   Menurut Miles dan Huberman (2014:16) reduksi data di artikan sebagai proses pemilihan,pemusutan perhatian pada penyerderhanaan, pengabstrakan,dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan di lapangan.

2. Penyajian Data

   Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.Menurut Miles dan Hubermen (1984) dalam Sugiyono (2011:249), yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.Adapun tahapan yang dilakukan penulis dalam penyajian data yaitu ;

   1. Menyusun data hasil observasi dan dokumentasi dalam bentuk tulisan

2. Menyalin recorder wawancara menjadi sebuah tulisan. Disajikan dalam bentuk analisa yang berkaitan dengan fokus masalah dan landasan teori
3. Foto yang diambil selama penelitian disajikan dalam lampiran sebagai kelengkapan data penelitian.

3. Analisis SWOT

Fredi Rangkuti (2015: 18) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).

Penggunaan analisis SWOT bertujuan menganalisa kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dimiliki sebuah perusahaan/usaha. Ditentukan melalui kombinasi kedua faktor, yakni faktor internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) dan ekstrenal (*Opportunities* dan *Threats*).

Menurut Irham Fahmi, (2013:260) untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu: faktor eksternal. Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities* and *threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan

lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya. Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strenghts* and *weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan *(decision making)* perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan *(corporate culture).*

Menurut Rangkuti (2017 : 83-84) alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matriks ini dapat mengambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu :

a. Strategi SO (Strength-Opportunities) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (Strenghts-Threats) ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO (Weknesses- Opportunities) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT (Weaknesses- Threats) Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

4. Penarikan Kesimpulan

Setelah data dikelola dan disajikan berupa hasil analisis,langkah berikutnya adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam analisis data. Penarikan kesimpulan adalah jawaban untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil kesimpulan juga berupa data-data yang valid dan konsisten yang diperoleh dari lapangan dan telah teruji oleh landasan teori yang telah ada merupakan kesimpulan yang kredibel.

H. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan								
		Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni	Juli	agsts	Sep
1	Pengajuan Proposal									
2	Memasuki Lapangan, Identifikasi masalah									
3	Study lapangan									
4	Study Literatur									
5	Tahap Pengumpulan data									
6	Uji Keabsahan data									
7	Penarikan kesimpulan dan pembuatan draft pembahasan									
8	Penulisan dan penyusunan Skripsi									
9	Pelaksanaan ujian Skripsi									

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Pohuwato Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Pohuwato, maka dibentuklah Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata. Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata merupakan hasil perampingan atau pecahan dari Dinas Pendidikan, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga (DIKBUDPORA), sedangkan Pariwisata adalah hasil pemekaran dari Dinas Perhubungan Pariwisara Komunikasi dan Informatika (DISHUBPARKOMINFO).

Dinas Pemuda, Olahraga dan pariwisata dibentuk dalam rangka optimalisasi organisasi kelembagaan Pemerintah Daerah yang responsif terhadap perkembangan zaman dan berdasarkan peraturan perundang-undangan sekaligus untuk menjawab tuntutan masyarakat yang makin beragam khususnya dalam bidang Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan.

Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah yang didalamnya telah memberikan mandat kepada

Pemerintah Daerah untuk melakukan evaluasi dan penyesuaian organisasi perangkat daerah. Berangkat dari Visi dan Misi Bupati/Wakil Bupati "Mewujudkan Kabupaten Pohuwato yang MADANI", yaitu Maju, Asri, Demokratis, Agamis dan Demokratis, maka Pemerintah Daerah memandang perlu merancang desain kelembagaan organisasi perangkat daerah yang mendukung pencapaian Visi tersebut dan juga mendukung pencapaian misi pemerintahan yang melayani masyarakat.

Berdasarkan Peraturan Bupati Pohuwato Nomor 49 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Penyelenggara Urusan Pemerintahan Wajib yang tidak berkaitan dengan Pelayanan Dasar dan Urusan Pemerintahan Pilihan di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Pohuwato dijelaskan bahwa Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato adalah unsur pelaksana otonomi daerah dipimpin oleh seorang kepala dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dalam melaksanakan tugasnya tersebut mempunyai fungsi :

1. Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pemuda, olahraga, pengembangan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, SDM dan kelembagaan pariwisata dan kebudayaan;

2. Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang pemuda, olahraga, pengembangan destinasi pariwisata, dan kebudayaan;
3. Pelaksanaan kebijakan di bidang pembangunan pemuda olahraga, pariwisata dan budaya;
4. Pelaksanaan bimbingan teknis urusan pemerintahan di bidang pemuda, olahraga, pengembangan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, SDM dan kelembagaan pariwisata dan kebudayaan;
5. Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi;
6. Pengelolaan barang milik daerah;
7. Pelaksanaan tugas lain sesuai bidang tugas dan fungsinya.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Pohuwato Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Pohuwato dengan susunan organisasi sebagai berikut :

1. Kepala Dinas

   Mempunyai tugas pokok memimpin penyelenggaraan urusan pemuda, olahraga, pariwisata dan kebudayaan di seluruh wilayah Kabupaten Pohuwato.

2. Sekretaris

   Melaksanakan tugas pelayanan teknis administratif dan koordinasi pelaksanaan tugas di lingkungan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, dan mempunyai fungsi :

a. Koordinasi penyusunan kebijakan, rencana, program, kegiatan, dan anggaran di bidang pemuda dan olahraga, pariwisata, dan kebudayaan;

b. Pengelolaan dan pelayanan data, informasi;

c. Koordinasi dan pelaksanaan kerja sama;

d. Pengelolaan administrasi keuangan;

e. Penyusunan bahan rancangan peraturan perundang-undangan dan fasilitasi bantuan hukum di bidang pemuda dan olahraga, pariwisata, dan kebudayaan;

f. Pelaksanaan urusan organisasi dan tatalaksanaan;

g. Pengelolaan administrasi kepegawaian

h. Koordinasi penyusunan bahan, dan pelaksanaan publikasi dan hubungan masyarakat di bidang pemuda dan olahraga, pariwisata, dan kebudayaan;

i. Pengelolaan barang milik daerah di lingkungan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata;

j. Koordinasi monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan kebijakan di bidang pemuda dan olahraga, pariwisata, dan kebudayaan.

3. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Melaksanakan tugas membantu Sekretaris melaksanakan pelayanan administrasi kepegawaian, ketatalaksanaan rumah tangga Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, dan mempunyai fungsi :

a. Penyiapan pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga dinas;
b. Penyiapan pelaksanaan urusan perlengkapan barang inventaris dinas;
c. Penyiapan penataan organisasi dan ketatalaksanaan;
d. Penyiapan bahan penataan organisasi, penyusunan analisis beban kerja organisasi, penyusunan uraian tugas;
e. Penyiapan bahan analisis jabatan, peta jabatan, dan perencanaan kebutuhan pegawai;
f. Penyiapan bahan analisis kebutuhan pendidikan dan pelatihan pegawai;
g. Penyiapan bahan penegakan disiplin, penilaian kerja, serta pemberian penghargaan dan sanksi;
h. Penyiapan urusan kepegawaian, humas, keprotokoleran;
i. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan Sekretaris.

4. Sub Bagian Program

Melaksanakan tugas membantu Sekretaris melaksanakan pelayanan administrasi kepegawaian, ketatalaksanaan rumah tangga Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, dan mempunyai fungsi :

a. Penyiapan koordinasi dan penyusunan analisis rencana strategis dinas;

b. Penyiapan koordinasi dan penyusunan rencana program dan anggaran dinas;

c. Pemantauan dan evaluasi program dan kegiatan;

d. Penyusunan LAKIP, LPPD, LKPJ, Laporan Tahunan, Rencana Strategis, Rencana Kerja;

e. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan Sekretaris.

5. Sub Bagian Keuangan

Melaksanakan tugas membantu Sekretaris melaksanakan pelayanan administrasi keuangan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, dan mempunyai fungsi :

a. Pelaksanaan urusan administrasi dan tata laksana keuangan;

b. Pelaksanaan urusan perbendaharaan dan pembayaran;

c. Pelaksanaan urusan verifikasi dan akuntansi;

d. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan Sekretaris.

6. Kepala Bidang Pemuda

Mempunyai tugas merumuskan, menyelenggarakan dan mengkoordinasikan urusan pengembangan dan pemberdayaan pemuda, dan mempunyai fungsi :

a. Merumuskan dan menyusun kebijakan bidang pengembangan dan pemberdayaan pemuda;

b. Melakukan koordinasi pelaksanaan kebijakan pengembangan dan pemberdayaan pemuda;

c. Pelaksanaan pembimbingan, pendidikan, fasilitasi, sosialisasi dan monitoring bidang pengembangan dan pemberdayaan pemuda;

d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

7. Seksi Pengembangan Pemuda

Mempunyai tugas merumuskan dan merencanakan kebijakan pengembangan pemuda, dan melaksanakan monitoring dan evaluasi motivasi kepemudaan, dan mempunyai fungsi :

a. Penyiapan perumusan kebijakan pengembangan kepemudaan;

b. Penyusunan norma, standar dan prosedur pengembangan karir kepemudaan;

c. Pendataan, fasilitasi, pelaksanaan, sosialisasi, evaluasi, bimbingan teknis dan monitoring kegiatan pengembangan Kepemudaan;

d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

8. Seksi Pemberdayaan Pemuda

Mempunyai tugas merumuskan, mengkoordinasikan, merencanakan dan melaksanakan kebijakan pemberdayaan Kepemudaan, dan mempunyai fungsi :

a. Menyusun dan merencanakan kegiatan pemberdayaan Kepemudaan melalui kegiatan peningkatan kewirausahaan pemuda bekerjasama dengan lembaga lainnya;

b. Pelaksanaan, pendataan, bimbingan dan supervisi kepemudaan serta melakukan monitoring dan evaluasi dan pemantauan program;

c. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

9. Bidang Olahraga

Mempunyai tugas merumuskan, melaksanakan dan mengkoordinasikan program Pengembangan dan Pembinaan Bidang Olahraga, dan mempunyai fungsi :

Penyusunan program kebijakan pengembangan dan manajemen olahraga;

a. Paksanaan pengembangan dan manajemen olahraga;

b. Memfasilitasi pembangunan sarana dan prasarana olahraga;

c. Monitoring dan evaluasi pengembangan dan manajemen olahraga;

d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

10. Seksi Olahraga Prestasi

Mempunyai tugas membantu Kepala Bidang merumuskan program penyelenggaraan kegiatan di bidang prestasi keolahragaan, dan mempunyai fungsi:

a. Penyusunan dan pelaksanaan identifikasi bakat dan potensi pelajar dalam olahraga;

b. Penyelenggaraan kompetisi olahraga bagi pelajar dan masyarakat;

c. Pelaksanaan urusan pembinaan, sosialisasi, dan bimbingan kepada masyarakat dan pelaksanaan pembangunan sarana dan prasarana keolahragaan;

d. Monitoring, evaluasi serta pelaporan kegiatan prestasi keolahragaan;

e. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

11. Seksi Olahraga Rekreasi

Mempunyai tugas membantu Kepala Bidang merumuskan program penyelenggaraan kegiatan dibidang peningkatan olahraga rekreasi, dan mempunyai fungsi :

a. Menyusun program kegiatan olahraga rekreasi;

b. Melakukan identifikasi potensi olahraga rekreasi;

c. Menyusun agenda penyelenggaraan event olahraga rekreasi;

d. Melakukan pembinaan, pembimbingan atlit olahraga rekreasi;

e. Merencanakan dan melaksanakan pembangunan sarana dan prasarana Rekreasi

f. Monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan olahraga rekreasi;

g. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

12. Bidang Pariwisata

Mempunyai tugas merumuskan, mengkoordinasikan dan melaksanakan kegiatan destinasi, pemasaran, kelembagaan dan SDM kepariwisataan, dan mempunyai fungsi :

a. Menyusun program pengembangan pemasaran, destinasi, kelembagaan dan SDM kepariwisataan;

b. Penyiapan bahan pemantauan dan koordinasi pemasaran, destinasi dan kelembagaan SDM kepariwisataan;

c. Pelaksanaan bimbingan teknis dan penyuluhan kepariwisataan;

d. Menyusun norma, standar, kriteria dan prosedur kepariwisataan;

e. Merumuskan strategi pengembangan promosi dan pemasaran paiwisata;

f. Monitoring dan evaluasi kegiatan pariwisata;

g. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

13. Seksi Destinasi Pariwisata

Mempunyai tugas penyiapan perumusan dan koordinasi pelaksanaan teknis pengembangan destinasi pariwisata, objek dan daya tarik wisata sarana prasarana dan amenitas pariwisata, dan mempunyai fungsi :

a. Merumuskan dan mengolah data pengembangan sarana dan parasarana objek wisata;

b. Menyusun dan membuat daftar potensi sarana objek wisata dan database kepariwisataan;

c. Melakukan pengembangan dan penataan sarana dan prasarana objek wisata berdasarkan RIPPDA dan aturan lainnya yang terkait;

d. Melakukan pengadministrasian Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP);

e. Melakukan pendataan jumlah kunjungan wisata berdasarkan jenis dan kategori;

f. Melaksanakan pengawasan dan penertiban terhadap kegiatan usaha jasa pariwisata;

g. Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan terhadap kegiatan Seksi Destinasi Pariwisata;

h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

14. Seksi Promosi dan Pemasaran Pariwisata

Mempunyai tugas merencanakan, melaksanakan, mengembangkan, mengkoordinasikan, serta mengevaluasi program dan kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata, dan mempunyai fungsi :

a. Mengolah bahan promosi dan pemasaran wisata;

b. Melaksanakan penyusunan data dan promosi dan pemasaran wisata;

c. Menyusun profil wisata daerah dalam rangka persiapan bahan promosi dan pemasaran;

d. Melakukan pendistribusian bahan pomosi dan pemasaran;\

e. Memfasilitasi penyelenggaraan kegiatan MICE;

f. Menyiapkan bahan pengadaan bahan promosi/ informasi dan pemasaran kepariwisataan;

g. Melakukan monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan pada Seksi Promosi dan Pemasaran Pariwisata;

h. Melaksanakan tugas lainnya sesuai dengan bidang tugasnya.

15. Seksi Kelembagaan, Kemitraan dan SDM Pariwisata

Mempunyai tugas merumuskan kebijakan pengembangan bidang SDM dan hubungan kelembagaan kepariwisataan, penelitian, pengkajian dan pengembangan SDM profesionalisme pariwisata, dan mempunyai fungsi :

a. Menyusun program kegiatan SDM dan kelembagaan pariwisata;

b. Melaksanakan kebijakan SDM dan kelembagaan pariwisata;

c. Mengolah data SDM kepariwisataan;

d. Menginventarisir lembaga-lembaga pariwisata dan pemberdayaan usaha pariwisata dan tenaga teknis kepariwisataan dan jumlah tenaga kepaiwisataan;

e. Memfasilitasi terbentuknya lembaga/ organisasi kepariwisataan daerah, desa wisata dan kelompok sadar wisata;

f. Melaksanakan pembinaan dan penyuluhan terhadap masyarakat kepariwisataan, dan peningkatan Sadar Wisata;

g. Melaksanakan pelatihan dan pembimbingan teknis SDM profesional;

h. Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan;

i. Melaksanakan tugas lain sesuai dengan bidang tugasnya.

16. Bidang Kebudayaan

Mempunyai tugas menggali, melindungi, memelihara, memajukan, membina dan melakukan koordinasi serta mengembangkan nilai-nilai budaya, cagar budaya, sejarah, purbakala, museum dan kesenian tradisional, dan mempunyai fungsi :

a. Menyusun kegiatan pelestarian dan aktualisasi nilai-nilai budaya, cagar budaya, sejarah purbakala, museum dan seni tradisional;
b. Melaksanakan kegiatan pelestarian dan aktualisasi nilai-nilai budaya, cagar budaya, sejarah purbakala, museum dan seni tradisional;
c. Menyusun agenda dan melaksanakan pergelaran seni dan budaya;
d. Melakukan bimbingan teknis dan supervisi nilai-nilai budaya, sejarah, purbakala dan kesenian tradisional;
e. Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan;
f. Melaksanakan tugas lain sesuai dengan bidang tugasnya.

17. Seksi Sejarah, Nilai Budaya dan Kesenian Tradisional

Mempunyai tugas melaksanakan penggalian, perlindungan, pelestarian nilai-nilai budaya, sejarah adat istiadat dan kesenian tradisional;

a. Menyusun dokumen perencanaan penyelenggaraan pergelaran budaya lokal, multi etnik, seni musik dan tari tradisional;
b. Melaksanakan pergelaran budaya lokal, multi etnik, seni musik dan tari tradisional;

c. Memfasilitasi sanggar-sanggar seni budaya lokal dan multi etnik;

d. Melakukan pencatatan, pendaftaran dan pendokumentasian nilai budaya, sejarah, adat istiadat dan seni tradisional;

e. Menyusun dan menetapkan daftar kekayaan budaya, sejarah, adat istiadat serta seni tradisional;

f. Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan;

g. Melaksanakan tugas lain sesuai dengan bidang tugasnya.

18. Seksi Purbakala, Cagar Budaya dan Museum

Mempunyai tugas melaksanakan kegiatan di bidang penggalian pelestarian dan pengembangan kepurbakalaan, cagar budaya dan permuseuman, dan mempunyai fungsi :

a. Melaksanakan survei, pencarian, pencatatan dan identifikasi terhadap benda benda purbakala, cagar budaya dan museum;

b. Melakukan pengkajian dan penetapan terhadap benda-benda purbakala, cagar budaya dan museum;

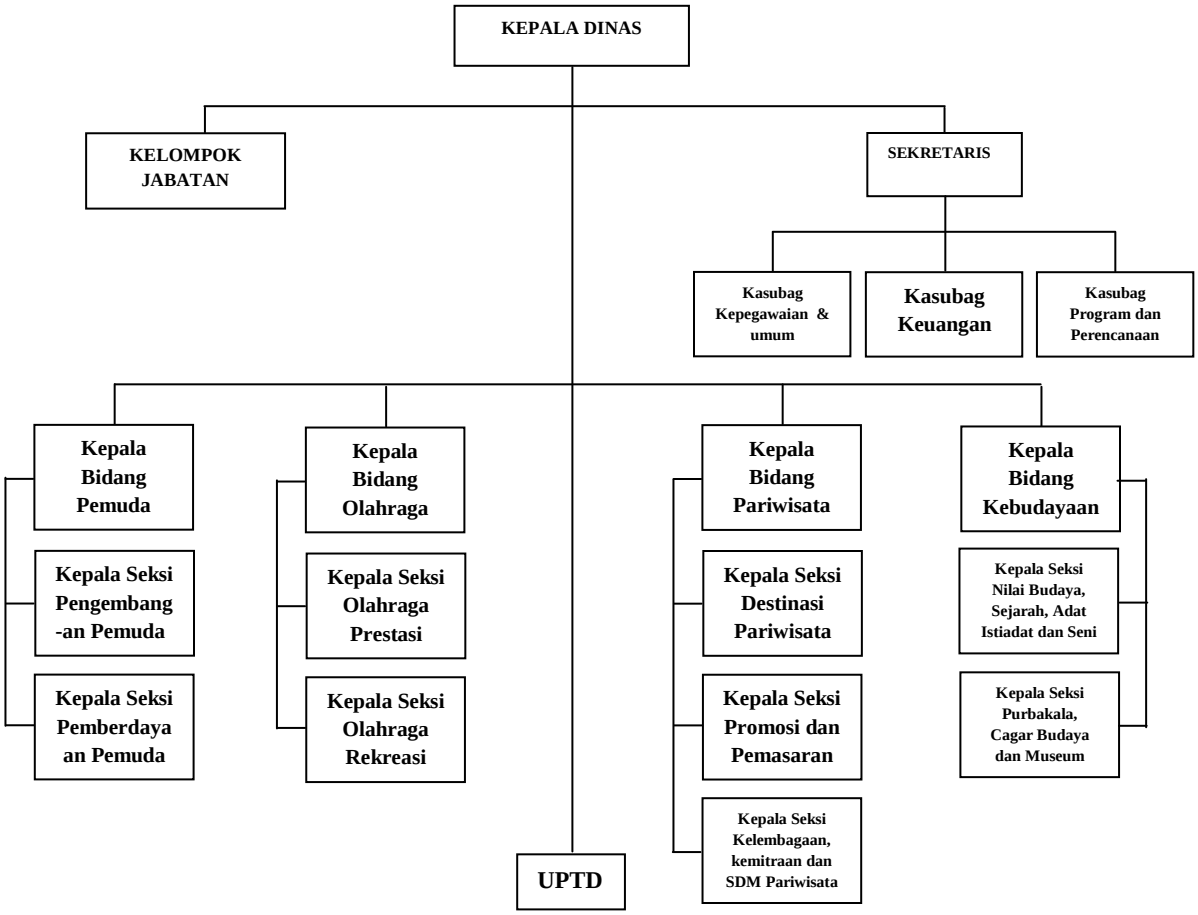
c. Menyusun norma, standar, prosedur dan kriteria dan aturan pelaksanaan;

d. Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan;

e. Melaksanakan tugas lain sesuai dengan bidang tugasnya.

Kelompok Jabatan Fungsional, adalah tenaga fungsional yang mempunyai kompetensi dan kemampuan sesuai bidangnya.

Gambar Tabel 4.1. Struktur Organisasi Disporapar



B. Identifikasi Aset Wisata Kabupaten Pohuwato

1. Pantai Libuo

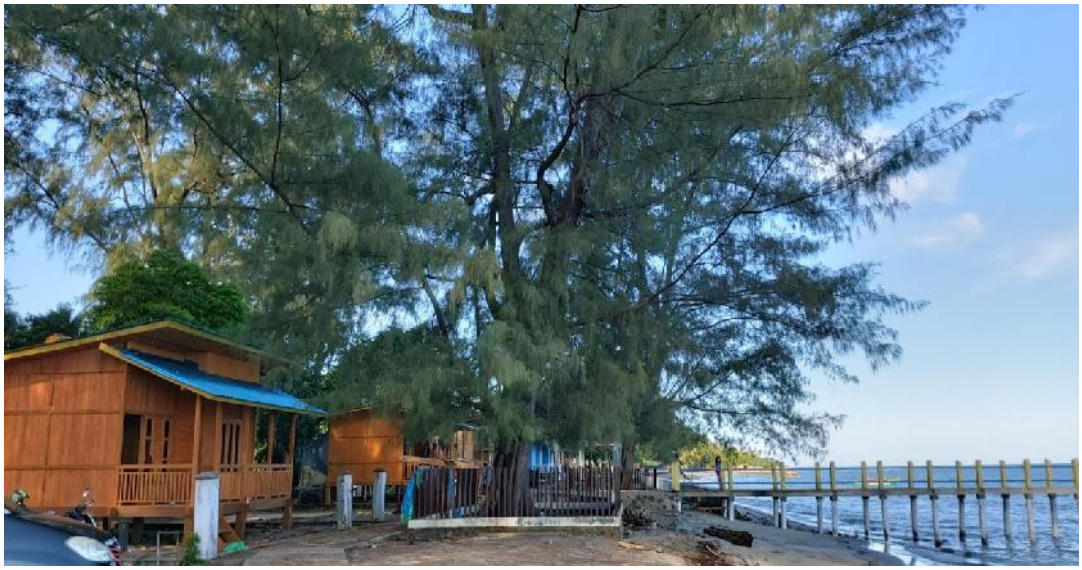
Pantai Libuo terletak di kelurahan Libuo yang terkenal dengan Desa Puspa atau Desa Bunga, kecamatan Paguat kabupaten Pohuwato. Garis pantai ini membentang lurus dengan pasir putih yang tertata indah. Dengan jarak palung laut sekitar 100m dari tepian pantai. Pantai indah libuo ini salah satu kawasan objek wisata dalam pengawasan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato. Saat ini kawasan wisata pantai Libuo dikelola oleh pemerintah dengan dibangunnya beberapa aset pendukung kawasan pariwisata, yakni cottage, Aula dan Restoran.

Pantai Libuo bagi para wisatawan dinilai memiliki objek wisata pantai yang cukup unik dibandingkan wisata bahari yang lain, dimana kawasan wisata pantai ini terlihat asri karena tumbuh pohon pinus yang tumbuh di sepanjang pesisir pantai secara alami. Sementara di sudut kawasan lainnya terdapat pohon mahoni, pohon ketapang, pohon kelapa dan Pohon beringin.

Gambar 4.1 Obek Wisata Pantai Libuo dengan Ciri Khas Pohon Pinus di sepanjang pesisir pantai
Sumber : Observasi Penelitian

Gambar 4.2 Suasana asri kawasan Pantai Libuo
Sumber : Hasil Observasi Penelitian

Dinas pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato sebagai pengelola dan bertanggung jawab terhadap pengembangan destinasi wisata di Kabuapten Pohuwato, maka pembangunanan fasilitas, sarana dan prasarana di kawasan ini telah dilakukan karena Pantai Libuo merupakan salah satu destinasi wisata yang menghasilkan PAD (Penghasilan Asli Daerah) melalui penjualan karcis masuk seharga Rp3.000 / org, Penyewaan Cottage seharga Rp.150.000 / kamar dengan jumalah *cottage* secara keseluruhan 10 kamar. 6 kamar menghadap pantai dan 4 lainnya berada di belakang menghadap bagian barat kawasan wisata libuo.



Gambar 4.3 Cottage Pantai Libuo
Sumber: Hasil Observasi Lapangan

Fasilitas lainnya yang menjadi sumber PAD di pantai Libuo adalah Panggung. Harga penyewaan panggung Rp.200.000 / hari. Dalam gambar di bawah ini terlihat panggung kotor dan menjadi tempat menyimpan balok kayu yang tidak terpakai.

Gambar 4.4 Panggung
Sumber : Hasil Observasi

Pantai Libuo dilengkapi dengan Mushola, Toilet, Air bersih, Restoran dan Tempat Bilas. Restoran di kawasan pantai libuo ada 2 yang juga bisa di sewa oleh pelaku usaha makanan. Pemakaian restoran di Kawasan Pantai Libuo harus membayar Rp.250.000 / Bulan.

Gambar 4.5 Restoran di kawasan pantai libuo
Sumber : Hasil Observasi

Gambar 4.6 Toilet dan Tempat Bilas di Pantai Libuo, yang terlihat sedikit tidak terawat
Sumber ; Hasil Observasi

2. Pantai Lalape

Pantai nyiur indah atau pantai lalape merupakan destinasi wisata pantai yang terletak di Desa Trikora, Kecamatan Popayato Kabupaten Pohuwato. Pantai lalape yang dijuluki dengan Pantai nyiur indah ini ditumbuhi pohon kelapa yang berjejer jejer menjadi keunikan tersendiri di pantai ini. Destinasi ini dapat ditempuh selama kurang lebih 2 jam dari pusat kota atau sepanjang 70 km. Tempat ini ramai dikunjungi oleh wisatawan terutama pada saat perayaan hari-hari besar keagamaan seperti pada hari raya Idul fitri, Idul Adha, Natal, Tahun baru dan lain sebagainya. Selain itu para pengunjunng yang datang juga dapat menyaksikan berbagai atraksi pantai yang sangat menarik seperti lomba perahu katinting, perahu dayung, speed boad, lomba tarik tambang, lari karung, dan lain sebagainya. Adapun fasilitas yang tersedia di Objek Wisata lalape saat ini yaitu Gazebo sebagai tempat istirahat bagi wisatawan, *cottage* dan toilet.

Dikatakan sebagai pantai nyiur indah karena ciri khas dan keunikan dari pantai ini adalah Tumbuhan kelapa yang berjejeran di kawasan pantai.

Gambar 4.7 Pantai Lalape dengan Nyiur indah
Sumber : Hasil Observasi

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata ini harus membayar karcis masuk Rp 3000/orang dengan Fasilitas pantai lalape berupa 3 Cottage dengan harga Rp.150.000 / malam, Panggung, Toilet, dan Rumah makan.

Gambar 4.8 Cottage Pantai Lalape
Sumber : Hasil Observasi

Gambar 4.9 Gazebo Kayu, terlihat tidak terawat dan mulai rusak
Sumber ; Hasil Observasi

Gambar 4.10 Toilet di Pantai lalape yang tidak terawat
Sumber ; Hasil Observasi

3. Pantai Pohon Cinta

Pantai Pohon Cinta *(Tree Of Love)* terletak di Desa Pohuwato Timur Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato. Lokasi ini banyak kunjungi oleh

wisatawan pengunjung karena lokasinya yang sangat dekat dengan Kota Marisa sebagai ibukota Kabupaten Pohuwato Namun demikian, keberadaan pohon cinta ini telah tumbang dikarenakan abrasi pantai. Namun panorama alam yang indah menjadi keunikan dan kelebihan pantai ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat setempat dan demi menjaga keunikan pantai ini, masyarakat sudah mensosialisasikan nama baru yaitu Kelapa Dua, nama ini ditetapkan karena adanya 2 pohon kelapa yang tumbuh ditengah jalan.

Keunggulan destinasi wisata ini berada di tengah kota Kabupaten Pohuwato, mudah di jangkau dan dengan akses yang sangat baik karena berada di kawasan Blok Plan perkantoran. Konsep Objek Wisata ini adalah wisata terbuka, dan tidak dipungut karcis masuk. Tetapi sumber PAD atau Penghasilan Asli Daerah dari destinasi wisata ini berasal dari Rumah Makan di Kawasan yang dibayarkan oleh pelaku usaha rumah makan Rp.250.000/bulan dan untuk toilet, pengunjung harus membayar Rp.2000

Gambar 4.11 Jalan masuk menuju kawasan
Sumber ; Hasil Observasi

Di tengah jalan masuk kawasan Pantai Pohon Cinta, terdapat tugu telur burung maleo yang berwarna emas, burung maleo merupakan burung yang menjadi ikon Kabupaten Pohuwato karena burung ini adalah burung endemic Sulawesi dan ditemukan di Kabupaten Pohuwato. Destinasi wisata pantai phon cinta dilengkapi beberapa fasilitas yakni parkiran sepeda motor, parkiran mobil, panggung pertunjukan, *jogging tracking*, wahana bermain anak-anak, taman maleo, rumah makan dan toilet

Gambar 4.12 Parkiran sepeda motor
Sumber : Hasil Observasi

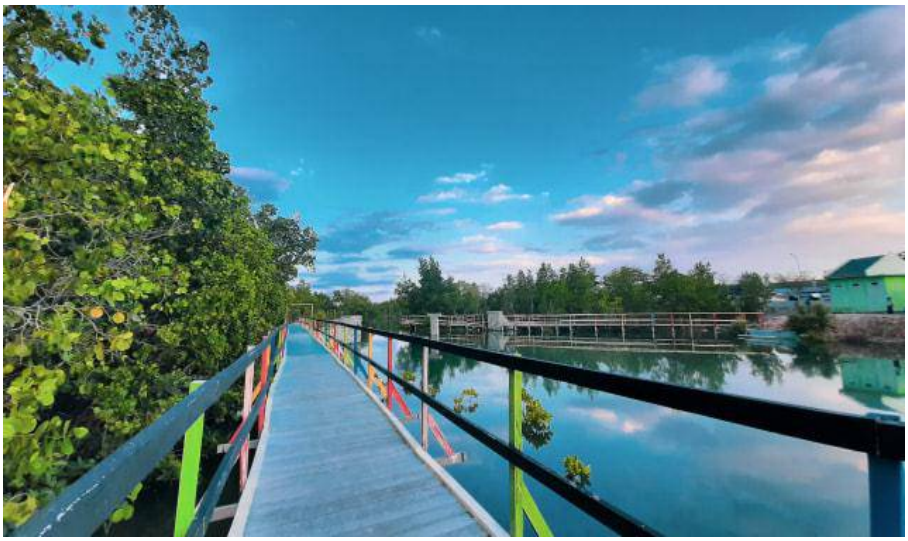
Gambar 4.13 Parkiran mobil dan sepeda motor
Sumber : Hasil Observasi

Gambar 4.14 Panggung pertunjukan
Sumber : Hasil Observasi

Gambar 4.15 Taman Maleo, yang sering dipakai sebagai taman baca
Sumber : Hasil Observasi

Gambar 4.16 Taman bermain anak-anak
Sumber : Hasil Observasi

Gambar 4.17 Tracking Jogging
Sumber : Hasil Observasi



Gambar : 4.18 Tracking mangrove di Kawasan Pantai Pohon Cinta.
Sumber : Hasil Observasi

Gambar 4.19 Area rumah makan di Kawasan Pantai Pohon Cinta dengan menu beragam ikan laut
Sumber : Hasil observasi

Gambar 4.20 Toilet di Pantai Pohon Cinta
Sumber : Hasil observasi

4. Desa Wisata Terapung suku Bajo

Desa wisata terapung Suku Bajo terletak di bagian barat provinsi Gorontalo, berada dekat dengan perbatasan antara Provinsi Gorontalo dan Provinsi Sulawesi Tengah. Desa Terapung merupakan desa yang terletak di Kabupaten Pohuwato, Kecamatan Popayato yang di huni oleh Suku Bajo. Daya tarik dari desa terapung ini adalah deretan rumah adat atau rumah panggung Suku Bajo yang berdiri di atas air menjadi sebuah perkampungan. Aktivitas masyarakat Suku Bajo lebih banyak di atas air. Mata pencaharian masyarakat Suku Bajo sebagian besar adalah sebagai nelayan. Untuk mencapai lokasi perkampungan terapung ini harus melewati jembatan sekitar 100 m, kemudian melanjutkan perjalanan menggunakan transportasi air seperti perahu tradisional untuk menuju perkampungan Suku Bajo (Desa Terapung) sekitar 15 menit.

Keunikan destinasi wisata ini adalah kehidupan masyarakat suku Bajo yang melaksanakan aktivitas sehari-hari di rumah panggung di atas air. Biaya masuk ke lokasi ini sesuai Peraturan Pemerintah daerah Rp.3000/org.

Gambar 4.21 Taman pintu gerbang menuju jembatan Desa Terapung
Sumber : Hasil observasi lapangan

Gambar 4.22 Desa Wisata Terapung
Sumber : Hasil Observasi

Pemerintah Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata menyediakan *cottage* dengan jumlah 6 kamar yang dilengkapi dengan kamar mandi serta air bersih dengan harga Rp.150.000 / malam. Masyarakat lokal yang berada di destinasi wisata ini menyediakan *homestay* untuk wisatawan, dan musholah.

Untuk wisatawan yang membawa kenderaan bermotor biaya Rp.5.000 dan Mobil Rp. 10.000 , parkiran yang cukup aman.

C. Strategi Promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato

Kabupaten Pohuwato termasuk salah satu kabupaten di Provinsi Gorontalo yang memiliki potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan. Saat ini, Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata sebagai lembaga yang bertanggung jawab mengembangkan, mengelola Pariwisata, dan mempromosikan pariwisata di Kabupaten Pohuwato.

Menurut pelaksana tugas Kepala Bidang Pariwisata, Objek wisata yang ada di Kabupaten Pohuwato ada 17 objek wisata, namun dari 17 objek wisata tersebut ada 13 objek wisata diantaranya belum di kembangkan dan belum menjadi sumber PAD (Pendapatan Asli Daerah). Namun ke 13 objek wisata tersebut sudah sering dikunjungi wisatawan (masih wisatawan lokal). Berbeda dengan 4 objek wisata lainnya, seperti ; Pantai Libuo, Pantai Lalape, Pantai Pohon cinta dan Desa Wisata Terapung torosiaje Suku Bajo yang sudah dikembangkan, dibangun fasilitas sarana dan prasarana dan sudah menjadi sumber PAD (Pendapatan Asli Daerah) dan dipromosikan secara luas. (Herman Abdullah, 8 Juni : 2020)

Dari pendapat di atas, dapat diketahui bahwa Kabupaten Pohuwato hanya memiliki empat (4) objek wisata yang di promosikan dan menjadi sumber PAD (Pendapatan Asli Daerah) yang diambil dari penjualan *ticket* masuk, *cottage*, karcis toilet, penyewaan panggung, dan rumah makan. Sebab untuk objek wisata lainnya belum pada tahap dikembangkan dan belum dibangun fasilitas pendukung pariwisata.

Tabel 4.2 Destinasi Wisata Kabupaten Pohuwato

NO	NAMA OBJEK WISATA	ALAMAT
1	Pantai Pohon Cinta	Desa Pohuwato Timur
2	Pantai Libuo	Kelurahan Libuo
3	Pantai Lalape	Desa Trikora
4	Pantai Tanjung Maleo	Desa Maleo
5	Pulau Lahe	Desa Pohuwato Timur
6	Pulau Kima dan Molombunae	Kelurahan Libuo
7	Pulau Maruange	Desa Torosiaje
8	Pulau Olinggobe	Desa Limbula
9	Desa Wisata Banuroja	Desa Banuroja
10	Desa Wisata Torosiaje	Desa Torosiaje
11	Desa Wisata Karangetan	Desa Karangetan
12	Air Terjun Lomuli	Desa Lomuli
13	Air Terjun Ilato/ Karya Baru	Desa Karya Baru
14	Eko Wisata Makarty Jaya	Makarti Jaya
15	Danau Embung	Iloheluma
16	Danau Telaga	Telaga
17	Danau Delo	Botubilotahu

Sumber : Dokumen RIPPAR Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata kabupaten Pohuwato

Empat objek wisata yaitu Pantai Libuo, Pantai Lalape, pantai Pohon Cinta dan Desa Terapung Torosiaje suku bajo di Kabupaten Pohuwato adalah Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari bidang pariwisata saat ini, dengan kata lain ke empat objek wisata ini adalah ikon pariwisata di Kabupaten Pohuwato. Untuk mewujudkan Kabupaten Pohuwato menjadi tujuan wisata para wisatawan, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata memiliki strategi promosi untuk ke empat destinasi wisata ikon pariwisata Kabupaten Pohuwato yaitu mempromosikan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Pohuwato. Karena dengan meningkatnya kunjungan wisatawan maka meningkat pula PAD (Pendapatan Asli Daerah). Pada tabel dibawah ini adalah jumlah kunjungan wisatawan di Kabupate Pohuwato tahun 2018-2019.

Tabel 4.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan 2018-2019

No	Nama Destinasi Wisata	2018		2019	
		Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman
		Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah
1	Pantai Libuo	9.706	3	8.928	3
2	Pantai Lalape	7.061	0	5.105	1
3	Desa Wisata Torosiaje	7.225	19	7.188	26
4	Pantai Pohon Cinta	11.616	29	17.475	42
Total		**35.607**	**51**	**38.696**	**71**

Sumber : Dokumen Disporapar

Adapun, Strategi Promosi oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata saat ini dapat diindentifikasi melalui enam strategi pokok promosi, yaitu ;

1. **Strategi Pendanaan**

   Kegiatan promosi sangat membutuhkan dana yang cukup besar. Upaya yang dilakukan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) dalam promosi pariwisata dimulai dari pembangunan infrastruktur, pembangunan dan pengembangan fasilitas penunjang pariwisata yang ada di keempat destinasi wisata yang sudah menjadi ikon pariwisata Kabupaten Pohuwato dan sudah menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah PAD.

Tabel 4.4 Rencana Kerja Pembangunan di Destinasi Wisata melalui APBN

Urusan Pilihan Pariwisata								
Program Pengembangan Destinasi Pariwisata	**Terwujudnya pengembangan sarana prasarana objek pariwisata**		**100%**	**18,390,000,000**	**APBN**		**100%**	**Rp 19,309,500,000**
- Pembuatan air mancur menari kawasan wisata Pohon Cinta	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Marisa	100%	5,600,000,000	APBN		100%	Rp 5,880,000,000
- Pembuatan jalur tracking mangrove kawasan wisata Pohon Cinta	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Marisa	100%	800,000,000	APBN		100%	Rp 840,000,000
- Pembangunan watersport/ waterboom terapung kawasan wisata Pohon Cinta	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Marisa	100%	5,000,000,000	APBN		100%	Rp 5,250,000,000
- Pengadaan Jet Ski kawasan wisata Pohon Cinta	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Marisa	100%	2,000,000,000	APBN		100%	Rp 2,100,000,000
- Pembuatan rumah pohon kawasan wisata Libuo	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Paguat	100%	250,000,000	APBN		100%	Rp 262,500,000
- Pembuatan flying fox kawasan wisata Libuo	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Paguat	100%	200,000,000	APBN		100%	Rp 210,000,000
- Pemagaran pohon langka kawasan wisata Libuo	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Paguat	100%	30,000,000	APBN		100%	Rp 31,500,000
- Rehabilitasi pagar pembatas kawasan wisata Libuo	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Paguat	100%	600,000,000	APBN		100%	Rp 630,000,000
- Rehabilitasi cottage kawasan wisata Libuo	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Paguat	100%	475,000,000	APBN		100%	Rp 498,750,000

- Pemasangan PLTS kawasan wisata Libuo	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Paguat	100%	375,000,000	APBN		100%	Rp 393,750,000
- Pembuatan kolam renang anak kawasan wisata Libuo	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Paguat	100%	625,000,000	APBN		100%	Rp 656,250,000
- Pembuatan plaza kuliner kawasan wisata Libuo	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Paguat	100%	700,000,000	APBN		100%	Rp 735,000,000
- Pemasangan PLTS kawasan wisata Pantai Lalape	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Popayato	100%	150,000,000	APBN		100%	Rp 157,500,000
- Pemagaran kawasan wisata Pantai Lalape	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Popayato	100%	750,000,000	APBN		100%	Rp 787,500,000
- Rehabilitasi cottage kawasan wisata Torosiaje	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Popayato	100%	125,000,000	APBN		100%	Rp 131,250,000
- Rehabilitasi jembatan kayu (penggantian lantai papan) kawasan wisata Torosiaje	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Popayato	100%	500,000,000	APBN		100%	Rp 525,000,000
- Pemasangan PLTS kawasan wisata Torosiaje	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Popayato	100%	150,000,000	APBN		100%	Rp 157,500,000
- Pengadaan sepeda air kawasan wisata Torosiaje	Pelaksanaan pengembangan objek pariwisata unggulan	Kec. Popayato	100%	60,000,000	APBN		100%	Rp 63,000,000

Sumber : Dokumen RENJA Disporapar 2018-2019

2. Strategi Bauran Promosi

Berdasarkan penelitian di lapangan dan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pariwisata, pada saat ini strategi bauran promosi yang dilakukan adalah ;

a. *Advertising* (Periklanan)

Advertising (Periklanan) cara untuk menginformasikan produk wisata kepada konsumen atau wisatawan. *Advertising* (Periklanan) oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dipilih melalui alat promosi antara lain ;

1) Brosur

Brosur yang berisi Objek-objek wisata di kabupaten Pohuwato dan Akomodasi penunjang pariwisata di Kabupaten Pohuwato seperti Hotel dan Rumah Makan.

2) Baliho

Baliho dicetak hanya pada saat Event tahunan misalnya acara Festival Pantai Pohon Cinta yang dilaksanakan pada bulan April menjelang HUT Kabupaten Pohuwato. Baliho di pasang di Jalan-jalan terutama Pusat Kota.

3) Standing Banner

Standing banner yang biasanya berisi foto-foto objek wisata di Kabupaten Pohuwato atau event yang diselenggarakan ini dicetak dan disebar di kantor-kantor dan hotel-hotel.

b. Personal Selling

Berdasarkan penelitian di Lapangan, kegiatan *personal selling* oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato saat ini adalah menawarkan paket wisata *Diving* di Pulau Lahe. Paket wisata ini biasanya di sebar atau di tawarkan setiap Pameran yang diikuti oleh instansi-instansi (selain Dinas Pemuda,Olahraga,Pariwisata) di luar daerah. Selain itu, pihak Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato menggunakan jasa Duta-duta wisata yang dipilih melalui seleksi Nou dan Uti Kabupaten Pohuwato. Duta-duta wisata merupakan salah satu pilihan orang yang dapat melaksanakan kegiatan *Personal Selling* untuk mempengaruhi kalangan anak-anak muda yang bersemangat belajar dan bertualang, misalnya mempromosikan pariwisata di kabupaten Pohuwato ke Sekolah-sekolah dan kampus-kampus. Namun startegi ini masih saja belum cukup efektif dalam hal promosi wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Pohuwato. Hal ini disebabkan karena kegiatan ini membutuhkan anggaran yang e Sementara anggaran khusus kegiatan promosi terbatas.

c. Sales Promotion

Promosi Pariwisata oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dalam hal ini belum berjalan sebagaimana mestinya. Karena *sales*

promotion tentu saja berkaitan dengan *persona*l atau orang. Sedangkan Bidang Pariwisata masih kekurangan SDM.

d. Public Relation

Public Relation bagian yang melibatkan pemerintah dan masyarakat luar. *Public Relation* adalah bagian dari promosi dan membentuk citra lembaga. Dalam hal strategi promosi, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata menyelenggarakan event-event tahunan, yang merupakan masuk dalam rencana anggaran dan program kerja. *Event-event* yang diselenggarakan yaitu;

1) Festival Pesona Pantai Pohon Cinta

Diselenggarakan setiap bulan April menjelang HUT Kabupaten Pohuwato. Lokasi diselenggerakan event ini di Objek wisata pantai pohon cinta. Adapun kegiatan yang biasanya diselenggarakan

a. Exhibiton

Exhibiton yang diselenggarakan pada Festival Pesona Pantai Pohon Cinta diikuti oleh Instansi-instansi pemerintahan, perbankan, Hotel, pelaku UKM, dan swasta lainnya. Dengan menampilkan hasil produk dan jasa setiap instansi atau perusahaan di stand masing-masing.

b. Karnaval Budaya

Karnaval Budaya merupakan salah satu kegiatan yang diselenggarakan untuk memeriahkan event Festival Pesona

Pantai Pohon Cinta, dengan menampilakn *Fashion Carnival* yaitu menampilkan pawai budaya dengan kostum yang megah yang dibuat dengan sentuhan budaya daerah. Misalnya tema *Of the Bird*. Kostum karnaval yang mengusung burung endemik Sulawesi yang hidup Kabupaten Pohuwato yaitu burung maleo. Atau Karawo, sebuah sulaman Kain Khas Provinsi Gorontalo.

c. Lintas Etnis (Parade Budaya)

Lintas Etnis merupakan parade Budaya yang dibawa oleh perwakilan komunitas dari berbagai macam suku-suku di Kabupaten Pohuwato. Suku-suku yang ada di Kabupaten Pohuwato dikenal sebagai miniatur dari ragam suku di Indonesia dari sabang sampai merauke. Pada parade budaya lintas etnis ini setiap setiap suku menampilkan atraksi budaya yang dimilikinya berupa tarian, permainan alat musik dan pakaian adat.

d. Festival Perahu Hias

Festival perahu hias termotivasi melalui tema event yang menampilkan keindahan peisir pantai pohon cinta serta mata pencaharian masyarakat pesisir sebagai nelayan. Festival perahu hias diikuti oleh masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan. Setiap perahu dihias dengan jumlah anggota setiap perahu berjumlah 5 orang, kemudian

perahu yang telah dihias didayung bersama. Perahu yang mencapai finish lebih dahulu adalah pemenang.

e. Fin Swimming

Pada acara festival pesona pantai pohon cinta pertama, tahun 2017 diadakan lomba fin swimming. Fin swimming dibuka untuk masyarakat luas, dari masyarakat lokal sampai masyarakat di seluruh indonesia. Dengan cara pendaftaran secara online. Peserta finswimming berasal dari atlet perenang, dan penyelam. Rute lomba renang ini melintasi lautan lepas, dari pulau lahe hingga pantai pohon cinta sejauh 3,6 Km.

f. Lomba Masak dari *Seafood*

Lomba masak ikan diikuti oleh kelompok Organisasi-organisai wanita seluruh Kabupaten Pohuwato, yaitu Bhayangkari, PKK, Dharmawanita, PIAD, PERSIT, Adhyaksa Dharmakarini.

g. Workshop

Pada festival pesona pantai pohon cinta, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata bekerja sama dengan BI (Bank Indonesia) mengadakan *Workshop* untuk masyarakat pelaku UKM . Hal ini bertujuan membuka peluang usaha, dan modal yang berkaitan dengan pariwisata, misalnya *souvenir*.

h. Pagelaran Seni

Pagelaran seni diselenggarakan berupa tarian, Vokalia, Drama dan Music, Lomba Pidato dan pembacaan puisi. Peserta pagelaran seni yaitu siswa SD,SMP dan SMA se Kabupaten Pohuwato.

i. Lomba Foto *Underwater*

Masih dengan tema laut, lomba foto underwater diikuti oleh peserta yang berprofesi sebagai Photografer. Foto-foto yang bertema kehidupan bawah laut dipajang dan dinilai oleh tim juri.

j. Hiburan Rakyat

Hiburan rakyat diselenggarakan pada malam puncak acara. Hiburan rakyat diselenggarakan oleh pemerintah untuk menghibur seluruh masyarakat Kabupaten Pohuwato, dengan menampilkan artis-artis Ibukota.

2) Festival Ketupat

Festival Ketupat diselenggarakan setiap seminggu setelah Idul Fitri. Festival Ketupat dilaksanakan di Pantai Libuo. Kegiatan yang dilaksanakan adalah ;

a. Hiburan Rakyat

Lokasi pelaksanaan hiburan rakyat berada di dalam destinasi wisata Pantai Libuo. Hiburan rakyat menampilkan penyanyi-penyanyi *professional*.

b. Lomba-lomba

Pada perayaan festival ketupat kegiatan yang dilombakan seperti, Lomba makan kerupuk, lomba tarik tambang, lomba panjat pinang, lomba lari karung. Sedangkan peserta lomba ini adalah para pengunjung.

c. DoorPrice

Pada kegiatan festival ketupat, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dengan bekerja sama dengan perbankan dan pihak swasta lainnya seperti Telkomsel, perhotelan memberikan dukungan berupa hadiah kepada pengunjung dengan membagi bagi nomor kupon (Nomor kode hadiah) dan kuis. Pengunjung yang mendapatkan nomor yang sesuai dengan nomor hadiah atau yang bisa menjawab pertanyaan panitia, itu yang mendapat hadiah.

3) Festival Torosiaje

Festival Torosiaje dilaksanakan pada objek wisata Desa wisata terapung Suku bajo Torosiaje. Dilaksanakan setiap bulan September. Tujuan pelaksanaan event ini tentu saja sebagai promosi dan memperkenalkan budaya suku Bajo laut serta menjadi sarana komunikasi pemerintah Kabupaten Pohuwato dengan masyarakat. Kegiatan yang sudah pernah diselenggarakan pada event ini adalah :

a. Lomba Hias Perahu

Lomba hias perahu diikuti oleh para nelayan masyarakat desa wisata terapung suku bajo yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai nelayan. Dalam lomba ini para peserta menghias perahu-perahunya kemudian berlomba mendayung. Perahu yang lebih cepat mencapai finish adalah pemenang.

b. Lomba Pancing

Lokasi lomba ini dilaksanakan di atas rumah-rumah panggung di Desa Wisata Terapung. Panitia sudah menentukan limit waktu yang harus dilalui dengan jumlah ikan yang didapat. Di waktu yang sudah ditentukan dan yang lebih banyak mendapatkan ikan maka dialah pemenangnya. Lomba ini dibuka untuk masyarakat lokal maupun pengunjung.

c. Lomba renang

Dalam lomba ini, telah ditentukan jarak yang harus di tempuh. Misalnya 1-2 Km, tentu saja yang menjadi pemenang adalah yang lebih dulu sampai di finish. Lomba ini dibuka untuk masyarakat lokal dan pengunjung.

d. Pagelaran Budaya Suku bajo

Pada pagelaran budaya suku bajo menampilkan tarian-tarian dan makanan khas suku bajo dengan bahan utama ikan laut.

e. *Door Price*

Pada kegiatan festival Torosiaje, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dengan bekerja sama dengan perbankan dan pihak swasta lainnya seperti Telkomsel, perhotelan memberikan dukungan berupa hadiah kepada pengunjung dengan membagi bagi nomor kupon (Nomor kode hadiah) dan kuis. Pengunjung yang mendapatkan nomor yang sesuai dengan nomor hadiah atau yang bisa menjawab pertanyaan panitia, itu yang mendapat hadiah.

Event-event yang diselenggarakan ini, selain sebagai upaya menjalin hubungan secara emosional pemerintah dan masyarakat, juga bertujuan untuk memperkenalkan dan menyampaikan kepada masyarakat luas akan potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Pohuwato. Akan tetapi berdasarkan hasil penelitian di Kondisi di lapangan, rencana anggaran untuk program penyelenggaraan *event-event* ini masih dapat berubah-ubah dan mengalami pergeseran sesuai kebijakan dari pemerintah daerah itu sendiri.

e. Direct Marketing & Online Marketing

Hal ini berkaitan dengan pemasaran dan strategi promosi secara lansung, dengan menjangkau calon wisatawan secara luas dan darimana saja. Strategi jenis ini yang dipakai Pihak Dinas Pariwisata adalah Fanpage Pariwisata Pohuwato, facebook, instagram dan website. Sedangkan saat ini website pariwisata Kabupaten Pohuwato masih belum aktif karena masih dalam proses pembuatan.

3. Strategi Pemilihan Media

Tujuan dari strategi ini tentu saja untuk memilih media yang tepat untuk kampanye iklan dalam rangka membuat pelanggan menjadi tahu dan paham sehingga tertarik dan dapat mengambil sikap untuk membeli produk wisata.

Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata kabupaten Pohuwato dalam strategi ini memilih iklan melalui akun facebook pariwisata pohuwato, Instagram, Radio dan Surat Kabar. Sedangkan Iklan dijalankan hanya pada saat menjelang *event* tahunan akan diselenggarakan. Hal ini tentu saja dilakukan karena penyesuaian pendanaan yang ada. Pemilihan iklan melalui *facebook*, karena Dinas Pemuda,Olaharaga dan Pariwisata menilai media melalui *facebook* masih efektif untuk promosi karena masyarakat di Provinsi Gorontalo masih banyak yang aktif menggunakan *facebook*, dan mendengarkan radio.

4. Strategi Copy Periklanan

Yang dimaksud dengan Strategi Copy periklanan ini berisi isi iklan dan menjelaskan fungsi, kelebihan dari produk wisata yang ditawarkan. Untuk strategi ini Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato melalui radio menyewa reporter terbaik dalam penyampaian iklan.

Dari hasil penelitian dilapangan menyatakan bahwa Strategi ini belum optimal karena iklan hanya pada saat-saat tertentu, berbiaya tinggi dan tidak interaktif. sementara peminat radio hanya kalangan orang tua sehingga efek pengiklanan lewat radio tidak meluas di banyak kalangan terutama kalangan anak-anak muda. Adapun strategy copy periklanan ini dapat dilaksanakan melalui *Branding* atau bentuk tulisan promosi yang dimuat di media cetak, akan tetapi karena SDM yang belum mempunyai keahlian dalam hal desain iklan maka strategi ini belum dilakukan secara optimal.

5. Strategi Penjualan

Strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian. Pada strategi ini oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato mempunyai misi mendatangkan wisatawan dengan menjual produk wisata yang di miliki, yaitu dengan menawarkan objek wisata, dan akomodasi lainnya.

Strategi penjualan produk wisata yang dilakukan saat ini berupa paket wisata taman bawah laut pulau Lahe dan Event Festival Pantai Pohon Cinta dilaksanakan cukup megah. Dengan membuka peserta lomba dari luar daerah (luar pulau Sulawesi), membuka kesempatan bagi masyarakat luas dengan

semua kalangan bawah sampai menengah keatas. Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dengan bekerja sama dengan *stakehlolder* lain (Perhotelan, Bank, Rumah Makan, *Travel Agent*). Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Pohuwato.

Secara garis besarnya Event Festival Pantai Pohon Cinta adalah sebuah acara yang memberikan kesempatan untuk masyarakat luas untuk melihat potensi wisata di Kabupaten Pohuwato, menampilakan keragaman budaya yang dimiliki kabupaten Pohuwato dengan parade lintas etnis, yaitu sebuah parade budaya dari semua suku di Nusantara yang tinggal di Kabupaten Pohuwato. Karena kabupaten Pohuwato, dikenal sebagai miniature dari Bhineka Tunggal Ika.

Event ini baru dilaksanakan sejak tahun 2016. Dan event ini ternyata sangat mempengaruhi kunjungan wisatawan di Kabupaten Pohuwato dan juga mempengaruhi roda ekonomi di wilayah ini.

6. Strategi motivasi dan penyeliaan tenaga

Penyeliaan tenaga sangat penting dalam penjualan produk, hal ini bertujuan untuk mempermudah penyebaran informasi tentang produk kepada target pasar dan menaikan tingkat penjualan. Namun pada Instansi Pemerintah Pemuda, Olahraga dan Pariwisata ketersediaan SDM masih sangat minim. Di Bidang Pariwisata memiliki 1 Kepala Bidang (Belum Pejabat tetap) Backround pendidikan Diploma empat pariwisata, 3 Kepala seksi dengan backround pendidikan Diploma empat Parwisata, dan 5 org pelaksana

dibawah masing-masing seksi (ASN) dengan backround pendidikan Diploma tiga pariwisata, yang dibantu oleh 35 orang tenaga honor (Non ASN).

Tabel 4.5 Daftar Jumlah Pegawai di Bidang Pariwisata

NO	Nama Objek Wisata	Jumlah Penanggung Jawab	Jumlah Cleaning Service (Non ASN)
1.	Pantai Libuo	1 orang (ASN) sebagai Koordinator	6 orang
2	Pantai Pohon Cinta	1 Orang (ASN) sebagai Koordinator	- 21 Orang - SATGAS 3 Org
3	Pantai Lalape	1 Orang (Non ASN)	1 Orang
4	Desa Wisata Terapung Torosiaje	1 Orang (Non ASN)	2 Orang

Sumber : Hasil Observasi

D. Analisis *SWOT*

Berdasarkan hasil data primer, observasi, kuisioner dan wawancara dengan informan, maka dari empat objek wisata yang menjadi ikon Pariwisata kabupaten Pohuwato diperoleh faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) atau *SWOT* dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini :

Tabel. 4.*6* *Internal Faktor Analisis strategi* (IFAS)

No	Kekuatan	Kelemahan
1	Potensi keindahan pesisir pantai di Kabupaten Pohuwato, dan Budaya Suku bajo yang unik yang tinggal di perkampungan terapung.	1. Belum optimalnya promosi dan pemasaran Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata
2	Kegiatan *Public Relation* dengan diselenggarakan *event-event* tahunan seperti ; (Festival Pantai Pohon Cinta, Festival Ketupat, Festival Torosiaje) dapat meningkatkan kunjunngan wisatawan dan mampu meningkatkan imej yang positif bagi lembaga pemerintahan.	2. Fasilitas pendukung yang belum memadai 3. Kurangnya SDM yang bertanggung jawab dalam kebersihan dan Pemeliharaan fasilitas 4. Aksesibilitas belum memadai
3	Kegiatan promosi wisata Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata kabupaten Pohuwato dengan mengikuti pameran-pameran pariwisata yang dilaksanakan oleh kementrian pariwisata.	5. Kurangnya kegiatan penunjang atau produk wisata yang bisa membuat lama tinggal wisatawan, misalnya paket wisata. 6. Kurang efektif memilih/ menggunakan alat promosi untuk mencapai target pasar yaitu wisatawan. 7. Belum ada SDM yang ahli dalam *Public Relation* 8. Kurangnya SDM yang ahli di Bidang Pariwisata dan Promosi.

Tabel 4.7 *Eksternal Faktor Analisis Strategi* (EFAS)

No	Peluang	Ancaman
1	Didukung Kebijakan pemerintah dalam mengembangkan potensi wisata Alam dan budaya.	Munculnya Destinasi-destinasi wisata yang baru dengan promosi dan pemasaran yang lebih unggul
2	Makin meningkatnya minat wisatawan untuk berwisata	Terganggunya lingkungan masyarakat sekitar dengan aktivitas wisatawan atau terganggunya wisatawan dengan masyarakat sekitar.
3	Membuka lapangan kerja masyarakat lokal	Konflik masyarakat lokal dengan lembaga pembuat kebijakan
4	Meningkatkan Penghasilan Asli Daerah (PAD)	Kondisi sosial-politik yang rawan konflik, serta kebijakan bupati yang bisa berubah-ubah
5	Gaya hidup masyarakat masa kini yang mulai berkembang ke era digital sehingga berpeluang bagi Dinas , Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato sehingga dapat mengoptimalkan media sosial sebagai media promosi pariwisata.	Risiko yang disebabkan *Cyber-security risk* yaitu memungkinkan sistem digital dan informasi dibajak dan disalahgunakan ke hal-hal criminal

Tabel 4.8 Hasil Kuisioner terhadap Faktor Internal (IFAS)

Faktor Strategis Internal	**SKOR**				**Total**
	1	**2**	**3**	**4**	
Kekuatan					
1. Potensi keindahan Wisata Pesisir Pantai dan Budaya	-	-	6	9	**15**
2. Adanya penyelenggaraan Event-event tahunan yang menajdi sarana promosi dan meningkatkan kunjungan wisatawan	-	3	5	7	**15**
3. Keikut sertaan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata kabupaten Pohuwato setiap penyelenggaraan pameran-pameran yang diselenggarakan kementrian Pariwisata sebagai bentuk kegiatan promosi	-	-	9	6	**15**
Faktor Internal	**SKOR**				
Kelemahan	**4**	**3**	**2**	**1**	**Total**
1. Belum optimalnya promosi dan pemasaran Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata	1	1	6	7	**15**
2. Fasilitas pendukung pariwisata masih kurang	1	3	9	2	**15**
3. Kurangnya SDM yang bertanggung jawab dalam kebersihan dan Pemeliharaan fasilitas	-	3	11	1	**15**
4. Aksesibilitas	-	4	8	3	**15**
5. Kurangnya kegiatan penunjang atau produk wisata yang bisa membuat lama tinggal wisatawan, misalnya paket wisata	1	5	8	1	**15**

6. Kurang Efektif memilih/ menggunakan alat promosi untuk mencapai target pasar.	-	7	7	1	**15**
7. Belum ada SDM yang ahli dalam *Public Relation*	7	5	3	-	**15**
8. Kurangnya SDM di Bidang Pariwisata untuk Promosi	4	3	6	2	**15**

Berdasarkan tabel diatas, skor 1-2 pada faktor strategis internal kekuatan *(Strength)*, menunjukan nilai yang diberikan responden terhadap rendahnya kekuatan pada faktor strategis internal. Sedangkan skor 3-4 adalah skor yang menunjukan tingginya kekuatan pada faktor strategis internal.

Adapun hasil faktor strategis internal kelemahan *(Weaknesess)*, skor 1 dan 2 adalah skor yang diberikan responden yang menunjukan tingginya nilai kelemahan *(Weaknesses)* pada faktor strategis internal kelemahan, dan skor 3 dan 4 menunjukan rendahnya kelemahan yang ada pada faktor strategis internal kelemahan.

Dalam menentukan kekuatan dan kelemahan pada faktor strategis internal yaitu melalui kuisioner yang diberikan kepada 15 responden yaitu wisatawan. 15 responden memberikan skor terhadap pernyataan-pernyataan yang ada di kuisioner, dan dari hasil 15 kuisioner tersebut, maka ditemukan apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan di destinasi wisata Kabupaten Pohuwato, serta kekuatan dan kelemahan tindakan strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato.

Pada faktor strategis kekuatan, Pernyataan pertama mengenai potensi pariwisata di Kabupaten Pohuwato menurut wisatawan, Kabupaten Pohuwato memiliki potensi pariwisata yang baik dengan potensi keindahan wisata yang berupa pesisir pantai dan kebudayaan Suku Bajo yang tinggal di suatu perkampungan terapung, dimana hal itu dianggap sebagai keunikan budaya yang tidak ada di daerah lain. Dari pernyataan tersebut, 6 wisatawan memilih baik dan 9 orang memilih sangat baik.

Pernyataan kedua, Adanya penyelenggaraan *event* tahunan di destinasi wisata merupakan sarana promosi destinasi wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan karena melalui event ini dapat memperkenalkan potensi wisata alam dan budaya yang ada di Kabupaten Pohuwato serta akan menimbulkan rasa cinta dan kepedulian masyarakat terhadap sumber daya alam dan kebudayaan yang dimilikinya, sehingga 7 responden menyatakan sangat baik, 6 responden menyatakan baik. sedangkan 3 responden menyatakan cukup baik karena informasi yang diperoleh masyarakat tentang *event* tersebut masih terbatas dan belum menjangkau masyarakat secara luas.

Pernyataan ketiga tentang keikutsertaan Dinas Pemuda,Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dalam setiap *event* dan pameran-pameran yang diselenggarakan oleh Kementrian Pariwisata, 6 responden menyatakan sangat baik dan 9 responden menyatakan baik, karena hal tersebut merupakan salah satu sarana

untuk mempromosikan potensi wisata di Kabupaten Pohuwato di Skala Nasional, menambah pengalaman, pengetahuan serta sebagai *study* banding dengan daerah-daerah lain yang lebih unggul dalam mengembangkan potensi wisata dan unggul dalam strategi promosi wisata.

Sedangkan pada faktor strategi internal kelemahan *(Weaknesses),*dari 15 responden ditemukan 8 item yang menjadi kelemahan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dalam promosi pariwisata, yaitu pada pernyataan pertama tentang promosi dan pemasaran Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato, 7 responden menyatakan sangat setuju, karena promosi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata saat ini belum optimal, pengiklanan hanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu, banyak calon wisatawan yang jarang melihat iklan atau mendapatkan informasi tentang pariwisata di Kabupaten Pohuwato. 6 responden menyatakan setuju jika promosi pariwisata belum optimal, mereka menilai pembangunan atau pengembangan pariwisata saat ini belum seimbang dengan promosi pariwisata, sedangkan 1 responden cukup setuju sedangkan 1 responden lainnya menyatakan tidak setuju promosi pariwisata belum optimal, karena menilai pembangunan sarana dan prasarana pariwisata serta pengembangan di destinasi wisata merupakan upaya sebelum melakukan promosi pariwisata, apabila fasilitas penunjang baik, destinasi wisata tertata rapi maka akan meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Pernyataan kedua tentang fasilitas pendukung yang ada di destinasi wisata, 2 responden menyatakan sangat setuju 9 responden menyatakan setuju dan apabila

fasilitas di destinasi masih kurang karena hal ini dapat dilihat dari kurangnya penerangan pada malam hari, gazebo rusak dan tidak dapat dipakai oleh wisatawan, kurangnya air bersih di destinasi, toilet banyak yang rusak dan kotor, tempat sampah di destinasi sedikit, *cottage* banyak debu. Sedangkan 3 responden lainnya menyatakan cukup setuju terhadap fasilitas pendukung di destinasi wisata karena fasilitas yang ada seperti *cottage*, toilet dan parkiran yang aman sudah dapat memudahkan wisatawan saat berada di destinasi wisata, dan 1 responden menyatakan tidak setuju, karena destinasi wisata yang ada di Kabupaten Pohuwato sudah mempunyai kemajuan lebih baik dibandingkan 5 tahun lalu.

Pernyataan ketiga tentang kurangnya SDM yang bertanggung jawab dalam hal kebersihan dan pemeliharaan fasilitas di destinasi wisata , 1 responden menyatakan sangat setuju dan 11 responden menyatakan setuju karena hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya fasilitas yang tidak terawat dan kotor, fasilitas banyak yang rusak, lampu-lampu jalan dicuri, sampah yang berserakan di destinasi wisata, dan toilet kotor. Sedangkan 3 responden lainnya menyatakan cukup setuju akan hal tersebut. Mereka menyatakan perlu adanya *controlling* dan evaluasi kerja terhadap kinerja pegawai kebersihan.

Pernyataan keempat tentang aksesibilitas di destinasi wisata, 3 responden menyatakan sangat setuju dan 8 responden menyatakan setuju, karena walaupun destinasi wisata berada dekat dengan jalur trans sulawesi, namun ada beberapa jalan menuju destinasi wisata, tidak layak untuk dilalui, mislanya jalan menuju destinasi wisata pantai lalape yang belum teraspal, sehingga saat musim hujan jalan menjadi

becek, dan pada saat musim panas jalan berdebu sehingga membuat para wisatawan yang menjadi tidak nyaman melewatinya, sedangkan 4 responden lainnya menyatakan cukup setuju, karena jalan menuju destinasi wisata mudah dilalui kenderaan bermotor.

Pernyataan kelima tentang kurangnya kegiatan penunjang atau produk wisata yang bisa membuat wisatawan lama tinggal, misalnya atraksi wisata dan paket wisata, 1 responden menyatakan sangat setuju dan 8 responden menyatakan setuju, karena aktivitas wisatawan didestinasi wisata saat ini menjadi kaku, tidak ada aktivitas lain yang bisa dilakukan oleh wisatawan di destinasi wisata selain datang, duduk, dan kemudian pulang. 5 responden menyatakan cukup setuju karena keinginan melakukan aktivitas berwisata itu tergantung kepada masing-masing wisatawan, sedangkan 1 responden menyatakan tidak setuju akan kurangnya kegiatan penunjang atau produk wisata karena banyak hal yang sudah dapat dilakukan di destinasi wisata, wisatawan saat ini hanya perlu mengambil gambar di destinasi wisata tanpa harus melakukan hal lain.

Pernyataan keenam tentang kurang efektif memilih/menggunakan alat promosi untuk iklan promosi pariwisata, 1 responden dan 7 responden mnyatakan sangat setuju dan setuju, hal tersebut dapat dilihat dari kurangnya alat promosi pariwisata yang dipajang ditempat umum, atau tempat-tempat strategis, iklan promosi pariwisata hanya ada pada saat *event* akan diselenggarakan, alat promosi yang dipilih hanya baliho, radio, brosur, Koran, *standing banner* dan belum ada *website*. Sedangkan 7 responden menyatakan cukup setuju, karena alat promosi digunakan

belum bisa mencapai target pasar karena menyesuaikan dengan *budget* yang dimiliki Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato.

Pernyataan ketujuh tentang belum ada SDM yang ahli dalam bidang *public realtion*, 3 responden menyatakan setuju karena mereka menilai seorang public relation dapat membantu dalam kegiatan kepariwisataan, terutama dalam hal promosi dapat berkomunikasi yang baik dan sangat dibutuhkan saat penyelenggaraan *event.* Sedangkan 5 responden menyatakan cukup setuju dan 7 responden lainnya menyatakan tidak setuju, karena seorang *public relation* tidak harus orang yang memiliki latar belakang pendidikan komunikasi melainkan dapat menempatkan orang-orang yang mempunyai banyak pengalaman dalam penyelenggaraan MICE, memiliki *attitude* yang baik, percaya diri, komunikatif dan menguasai teknologi.

Pernyataan kedelapan tentang kurangnya SDM di bidang pariwisata dan ahli promosi dan pemasaran, 2 responden menyatakan sangat setuju dan 6 responden menyatakan setuju, karena keberadaan SDM yang ahli dalam bidang pariwisata akan mampu memberikan sumbangsi pemikiran sesuai bidangnya untuk kemajuan dan pengembangan kepariwisataan, ahli dalam periklanan akan bisa menciptakan iklan yang menarik bagi target pasar, karena saat ini desain periklanan oleh Dinas Pemuda,Oalharaga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato sepenuhnya diserahkan kepada jasa *dygital printing* . Sedangkan 3 responden dan 4 responden menyatakan cukup setuju dan tidak setuju, karena SDM pariwisata yang ada di Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata sudah cukup untuk baik di bidangnya namun harus

diberdayakan dan lebih banyak mengikuti pelatihan khusus untuk menambah pengetahuan tentang kepariwisataan.

Dalam menentukan peluang *(Opportunitiess)* dan ancaman *(Threats)* pada faktor strategis eksternal yaitu melalui kuisioner yang diberikan kepada 15 responden yaitu wisatawan. 15 responden memberikan skor terhadap pernyataan-pernyataan yang ada di kuisioner, dan dari hasil 15 kuisioner tersebut, maka ditemukan apa saja yang menjadi peluang dan ancaman terhadap pariwisata di Kabupaten Pohuwato.

Tabel 4.9 Hasil Kuisioner terhadap faktor eksternal (EFAS)

Faktor strategis Ekstrenal	**SKOR**				**Total**
Peluang	**1**	**2**	**3**	**4**	
1. Didukung Kebijakan pemerintah dalam mengembangkan wisata Bahari dan budaya.	-	5	7	3	**15**
2. Makin meningkatnya minat wisatawan untuk berwisata	-	5	6	4	**15**
3. Membuka lapangan kerja masyarakat lokal	-	-	6	9	**15**
4. Meningkatkan Penghasilan Asli Daerah (PAD)	-	1	3	11	**15**

5. Gaya hidup masyarakat masa kini yang mulai berkembang ke era digital sehingga berpeluang bagi Dinas , Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato mengoptimalkan media sosial sebagai media promosi pariwisata.	-	-	4	11	**15**
Ancaman	**SKOR**				**Total**
	4	**3**	**2**	**1**	
1. Munculnya Destinasi-destinasi wisata bahari yang baru dengan konsep yang baru, promosi dan pemasaran yang unggul	1	3	4	7	**15**
2. Terganggunya lingkungan masyarakat sekitar dengan aktivitas wisatawan atau terganggunya wisatawan dengan masyarakat sekitar.	1	8	6	-	**15**
3. Konflik masyarakat lokal dengan lembaga pembuat kebijakan	2	5	6	2	**15**
4. Kondisi sosial-politik yang rawan konflik, serta kebijakan bupati yang bisa berubah-ubah	-	5	1	9	**15**
5. Risiko yang disebabkan *Cyber-security risk* yaitu memungkinkan sistem digital dan informasi dibajak dan tidak dapat berproses sesuai keinginan pemilik sistem.	2	5	6	2	**15**

Berdasarkan tabel diatas, skor 1-2 pada faktor eksternal peluang *(Opportunities),* menunjukan nilai yang diberikan responden terhadap rendahnya

kekuatan pada faktor eksternal. Sedangkan skor 3-4 adalah skor yang menunjukan tingginya kekuatan pada faktor strategis eksternal. Dan pada kolom faktor eksternal ancaman *(Threats)*, skor 1-2 adalah nilai yang menunjukan tingginya ancaman *(Threats)* dan skor 3-4 adalah nilai yang menunjukan rendahnya ancaman *(Threats).*

Pada kolom peluang *(Opportunities)*, pernyataan pertama tentang dukungan kebijakan pemerintah dalam mengembangkan wisata bahari dan budaya di Kabupaten Pohuwato, 9 responden menyatakan peluang cukup besar tetapi pariwisata belum menjadi prioritas dalam pembangunan daerah, hal tersebut dapat dilihat dari kebijakan pemerintah Kabupaten Pohuwato tentang pariwisata yang masih sering berubah-ubah. 3 responden menyatakan dukungan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata sudah baik dengan adanya pengembangan dan pembangunan sarana dan prasarana di destinasi wisata. Sedangkan 3 responden lainnya menyatakan dukungan kebijakan pemerintah dalam mengembangkan wisata bahari dan budaya di Kabupaten Pohuwato sudah sangat baik, karena pembangunan sarana dan prasarana di destinasi wisata tidak hanya didukung dari APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) tetapi juga dari APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) selain itu, program kepariwisataan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata yang sudah mulai masuk ke skala Nasioanal melalui *event-event* yang diselenggarakan oleh Kementrian Pariwisata.

Pernyataan kedua tentang makin meningkatnya minat wisatawan untuk berwisata, 6 responden menyatakan jika hal tersebut mempunyai peluang yang baik karena pariwisata saat ini sudah menjadi gaya hidup masyarakat di dunia, masyarakat

yang sibuk dengan rutinitas kantor butuh untuk *refreshing*, masyarakat kota kadang bosan dengan rutinitas kantor, kemacetan jalan, bisingnya perkotaan mereka memilih berwisata ke pedesaan, pegunungan atau ke pantai untuk melihat *sunrise* atau *sunset* . 5 responden menyatakan meningkatnya minat wisatawan untuk berwisata cukup baik, masyarakat sangat antusias untuk melakukan berwisata, namun wisatawan juga perlu hal-hal baru yang bisa mereka temukan di destinasi wisata, tidak hanya datang, duduk, dan pulang, sehingga perlu adanya produk wisata yang baru untuk membuat wisatawan tidak merasa bosan di tempat wisata dan membuat wisatawan terkesan dan ingin kembali lagi misalnya, *parasailing, snorckleing,* memancing ikan, menyusuri hutan mangrove dengan perahu, berkeliling perkampungan terapung. Dan 4 responden menyatakan meningkatnya minat wisatawan untuk berwisata berpeluang sangat baik, karena masyarakat di Kabupaten Pohuwato dapat memilih tempat wisata yang mudah dijangkau dan murah.

Pernyataan ketiga pariwisata dapat membuka lapangan pekerjaan masyarakat lokal yaitu masyarakat di linkungan destinasi wisata, 6 responden menyatakan baik dan 9 responden menyatakan peluangnya sangat baik karena mereka melihat munculnya pedagang-pedagang makanan di destinasi wisata, pedagang mainan anak, adapula yang menyewakan mainan mobil-mobilan untuk anak-anak.

Pernyataan keempat yaitu tentang meningkatnya penghasilan PAD (Pendapatan Hasil Daerah), 1 responden menyatakan peluangnya cukup baik namun perlu penambahan produk wisata yang membuat wisatawan tertarik dan berminat untuk berkunjung ke destinasi wisata di Kabupaten Pohuwato karena dengan

banyaknya produk wisata yang dijual, memancing calon wisatawan berkunjung ke Kabupaten Pohuwato dan akan memberi peluang meningkatkan hasil PAD (Penghasilan Asli Daerah), 3 responden menyatakan meningkatnya PAD (Penghasilan Asli Daerah) oleh kegiatan pariwisata itu sudah baik dan 11 wisatawan menyatakan sangat baik karena mereka melihat ramainya destinasi wisata setiap hari libur.

Pernyataan kelima tentang gaya hidup masyarakat yang mulai berkembang ke era digital sehingga berpeluang untuk mengoptimalkan sosial media untuk mempromosikan pariwisata di Kabupaten Pohuwato, 4 responden menyatakan peluang tersebut baik karena sebagian besar penduduk dunia aktif di media sosial, selalu ingin tampil di media sosial, sehingga Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dapat mengambil peluang tersebut melakukan strategi promosi secara agresif melalui media sosial, sedangkan 11 wisatawan menyatakan peluang tersebut sudah sangat baik. Karena dengan adanya peluang tersebut, promosi pariwisata lewat media sosial itu bisa mencapai target pasar yang sangat luas sampai di seluruh dunia.

Sedangkan pada kolom faktor ekternal ancaman *(Threats)*, pernyataan pertama dengan adanya muncul destinasi-destinasi baru yang menjadi pesaing yang lebih unggul potensi dan promosi serta pemasaran, 7 responden menyatakan ancaman tersebut sangat kuat dan 4 responden menyatakan ancaman tersebut kuat karena Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata tidak dapat menghindari fenomena itu, pariwisata terus mengalami perkembangan, perilaku wisatawan pun beragam. Namun

hal tersebut dapat diantisipasi dengan meningkatkan produk wisata dan strategi promosi yang baik juga. Sedangkan 3 responden menyatakan ancaman munculnya pesaing baru cukup kuat dan 1 responden lainnya menyatakan tidak kuat, karena walaupun munculnya destinasi baru yang menjadi pesaing, tetapi potensi wisata di Kabupaten Pohuwato tidak kalah menarik yang belum tentu ada di destinasi yang lain. Misalnya suku Bajo desa terapung hanya ada di Kabupaten Pohuwato, dipilih menjadi ikon pariwisata Provinsi Gorontalo. Jika sebagian orang berpikir bahwa pantai itu identik dengan suhu panas, di Kabupaten Pohuwato dapat menemukan destinasi wisata pantai yang sejuk dan asri yaitu Pantai Libuo.

Pernyataan terganggunya lingkungan masyarakat dengan aktivitas wisatawan atau sebaliknya, 6 responden menyatakan ancaman itu sangat kuat dan 8 responden menyatakan ancaman tersebut kuat, karena destinasi wisata berada dekat dengan rumah-rumah penduduk sehingga banyak ancaman yang timbul, keributan yang di;lakukan oleh masyarakat sekitar akan mengganggu wisatawan, masyarakat dalam keadaan mabuk dan masuk ke area destinasi wisata melakukan hal-hal krimanal, membuat wisatawan tidak nyaman. Atau kegiatatan wisatawan sedang menyelenggarakan *party* sampai tengah malam di destinasi wisata membuat masyarakat sekitar terganggu. Sedangkan 1 responden menyatakan ancaman yang ditimbulkan tersebut tidak kuat, selama terjalin komunikasi yang baik antara pengelola wisata dan masyarakat sekitar, serta pengamanan yang *ekstra.*

Pernyataan ketiga tentang ancaman konflik masyarakat lokal dengan lembaga pembuat kebijakan, 2 responden menyatakan ancaman itu sangat kuat dan 6

responden menyatakan ancaman tersebut kuat karena pegawai yang bekerja di destinasi wisata diambil dari orang-orang sekitar masyarakat lokal sehingga mereka merasa menjadi pemilik kawasan sehingga kadang tidak mematuhi aturan yang ditetapkan oleh pengelola destinasi wisata atau Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, hal itu terlihat dalam pembagian tugas kebersihan, mereka kurang bertanggung jawab dan bahkan tidak melaksanakan tugas yang sudah ditetapkan sehingga destinasi wisata terlihat kotor, selain itu konflik terjadi saat pengalihan akses jalan destinasi wisata, dapat mengambil lahan warga sekitar. Sedangkan 5 responden menyatakan ancaman itu hanya cukup kuat karena ancaman tersebut dapat ditangani apabila ada evaluasi kinerja, dan *reward* untuk membangkitkan semangat kerja para pegawai. Sedangkan 1 responden menyatakan ancaman itu tidak kuat, karena penentu kebijakan adalah pemerintah, jika kebijakan telah dikaji dengan baik dan sudah dipertimbangkan segala resiko berarti sudah siap pula dengan segala anstisipasinya.

Pernyataan keempat tentang kondisi sosial politik yang rawan konflik serta kebijakan pemerintah yaitu bupati yang bisa berubah-rubah, 9 responden menyatakan ancaman tersebut sangat kuat dan 1 responden menyatakan kuat, hal itu dikarenakan penentu kebijakan di daerah adalah bupati, program kerja Dinas Pemuda, Olahraga Dan Pariwisata yang sudah disahkan dalam rapat pembahasan di DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) dapat dirubah oleh bupati sesuai kondisi atau masalah yang dihadapi di wilayah. Selain itu, kondisi sosial-politik yang sedang konflik pada satu wilayah dapat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan di wilayah tersebut.

Keaadaan yang tidak aman, membuat wisatawan tidak akan melakukan perjalanan wisata ke daerah konflik. Sedangkan 5 responden menyatakan kondisi sosial politik yang rawan konflik dan kebijakan bupati yang bisa berubah merupakan ancaman yang cukup kuat, namun walaupun tidak dapat dihindarkan dan sewaktu-waktu bisa terjadi akan tetapi masih bisa diantisipasi selagi pariwisata menjadi prioritas di daerah.

Pernyataan kelima resiko yang disebabkan *cyber security risk* yaitu memungkinkan sistem digital dan informasi dibajak, 2 responden menyatakan ancaman itu sangat kuat dan 6 wisatawan menyatakan kuat karena, maraknya tindakan kriminal yang terjadi di media sosial di era digital saat ini. Sedangkan 5 responden menyatakan cukup kuat dan 2 responden menyatakan tidak kuat hal ini karena perlu ada tingkat keamanan yang tinggi dan dikelola oleh ahli IT *(Information Technology).*

E. Strategi Analisis SWOT

Dari hasil wawancara, observasi, dan kuisioner yang telah dilakukan maka dapat ditentukan strategi yang dapat dilakukan sebagai strategi promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, yang ditinjau dari analisis SWOT yaitu ;

1. Strategi SO *(Strenght – Opportunities)*

Strategi SO *(Strenght –Opportunities),* merupakan strategi yang dipakai untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang. Strategi yang dapat dilakukan oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dengan strategi SO *(Strenght-Opportnities)* yaitu :

a. Memanfaatkan Kekuatan yang dimiliki oleh Kabupaten Pohuwato yaitu potensi wisata alam yang indah yang tidak kalah dengan wisata alam di daerah lainnya. Potensi wisata alam di Kabupaten Pohuwato yang memiliki banyak pantai, ada Pantai Pohon Cinta yang berada di dekat pusat kota Kabupaten Pohuwato dan kompleks perkantoran pemerintahan di Kabupaten Pohuwato Selain itu, kawasan pantai pohon cinta yang berdekatan dengan pulau lahe yang memiliki *spot diving* yang mempunyai tumbuhan karang raksasa *Salvador Dali,*dan pantai pohon cinta memiliki *tracking* mangrove sebagai sarana lokasi edukasi lingkungan.

   Selain pantai pantai pohon cinta, adapula Pantai Libuo dan Pantai Lalape yang terletak di ujung bagian barat provinsi Gorontalo, dan keunikan Desa Terapung yang dihuni oleh komunitas suku Bajo, merupakan peluang pasar pariwisata yang potensial, sehingga perlu didukung oleh kebijakan pemerintah Kabupaten Pohuwato dengan menjadikan pariwisata sebagai skala prioritas.

b. Penyelenggaraan *event* tahunan yang dimiliki seperti Festival Pesona Pantai Pohon Cinta yang telah diselenggarakan sejak tahun 2017 dan

sudah menjadi perhatian kementrian pariwisata, festival ketupat, dan festival torosiaje sebagai representative dalam mempromosikan potensi destinasi wisata di Kabupaten Pohuwato dan mengusung nilai Budaya daerah, diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berwisata, kunjungan wisatawan di destinasi wisata, sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal, serta meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah).

c. Program Kerja Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dengan ikut serta kegiatan-kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh Kementrian Pariwisata dapat menjadi akses untuk memperkenalkan dan menjual potensi wisata dan budaya di Kabupaten Pohuwato, serta bisa menjadi sarana study banding dengan daerah-daerah yang lebih unggul dalam bidang kepariwsataan dan promosi wisata.

2. Strategi ST *(Strengths– Threats*)

Strategi ST *(Strengths-Threats)* merupakan strategi yang dipakai untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki Kabupaten Pohuwato untuk mengatasi ancaman. Strategi yang dapat dilakukan oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato yaitu :

a. Memanfaatkan potensi wisata dan budaya yang ada, dikemas dengan lebih menarik, dan menciptakan produk wisata yang baru dan lebih beragam melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung pengembangan pariwisata

secara skala prioritas sehingga dapat bersaing dengan destinasi-destinasi lain.

b. Membangun komunikasi yang efektif antara Pemerintah yaitu Bupati, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dengan masyarakat lokal, serta pemangku kepentingan yang lain dalam menentukan kebijakan, membuat peraturan kepariwisataan sehingga memiliki payung hukum, untuk menghindari konflik yang terjadi antara masyarakat dan pemerintah..

c. Promosi pariwisata Kabupaten Pohuwato dilakukan melalui dengan media yang tepat dan dikelola oleh ahli atau yang benar-benar paham tentang IT *(Informasi Technology)* untuk menghindari sistem digital dibajak dan digunakan sebagai

3. Strategi WO *(Weaknesess – Opportunities)*

Strategi WO *(Weaknesses –Opportunities)* merupakan strategi yang memperbaiki kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang. Strategi WO yang dapat digunakan oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato yaitu:

a. Meningkatkan kegiatan promosi dengan sebanyak-banyaknya dengan lebih menarik melalui dukungan kebijakan pemerintah terhadap pariwisata di Kabupaten Pohuwato melalui pengadaan pendanaan kegiatan promosi yang lebih banyak serta pemilihan media promosi yang tepat melalui media untuk masyarakat yang sudah berkembang di era digital. Strategi yang lebih agresif dapat menjangkau pasar secara pasa luas. Serta meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Pohuwato dan dapat meningkatkan sumber PAD (Penghasilan Asli Daerah). Dengan kemajuan

pariwisata di Kabupaten Pohuwato akan membuka peluang lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal.

b. Membangun atau mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana destinasi wisata dengan kearifan lokal, lebih baik, lebih menarik dan pembangunan yang lebih efisien dimulai dari mengajak orang-orang yang berkompetensi dalam kepariwisataan dan lingkungan.

c. Mengevaluasi kembali kinerja pegawai di destinasi wisata yaitu pegawai yang bertanggung jawab dalam kebersihan destinasi wisata serta memberikan *reward* sebagai motivasi kerja.

d. Menambah Produk wisata, dan dengan membuat banyak produk wisata membuat wisatawan mempunyai ragam pilihan terhadap produk wisata yang ditawarkan, selain paket wisata *Diving* yang sudah ada. Produk wisata berupa paket wisata, dan atrakasi menarik lainnya seperti *livemusic* setiap malam minggu di destinasi wisata, *parasailing*, *snorckling*, memancing ikan, menyaksikan *sunrise* dan *sunset*, berkeliling kampung terapung Suku Bajo dengan perahu sambil melihat kehidupan Suku Bajo yang melakukan aktivitas sehari-hari diatas air, mengelilingi hutan mangrove dengan menggunakan perahu, melihat penangkaran burung maleo. Dengan beragam produk wisata, maka akan menambah penjualan produk wisata efeknya dapat menarik minat calon wisatawan dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Kabupaten

Pohuwato, serta dengan banyaknya produk wisata tersebut akan memberi peluang lapangan pekerjaan terhadap masyarakat lokal.

e. Memberdayakan pegawai Dinas pemuda, Olahraga dan pariwisata untuk menambah pengetahuan dalam kepariwisataan,yang handal dalam promosi dan pemasaran pariwisata serta MICE.

f. Menambah jumlah petugas di destinasi wisata, kemudian memberikan pelatihan tentang pelayanan dan memberikan *reward* sebagai motivasi kinerja kepada petugas yang bertanggung jawab sebagai koordinator destinasi wisata dan petugas yang bertugas di destinasi wisata.

4. Strategi WT *(Weaknesses – Threats)*

Strategi WT *(Weaknesses – Threats)* merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi WT *(Weaknesses – Threats*) yang dapat dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato yaitu:

a. Menciptakan produk wisata, atraksi wisata atau paket wisata yang beragam dan menarik diikuti dengan promosi yang aktif dan agresif serta memilih media promosi yang tepat untuk memperluas jangkauan promosi sampai ke luar daerah hingga ke luar negeri. Hal ini *website* pariwisata Kabupaten Pohuwato, promosi lewat media sosial yang lain seperti instagram, dan facebook, mencetak brosur sebanyak banyaknya, pemasangan iklan di *billboard, digital billboard,* dan megatron atau membuat *souvenir* yang menampilkan destinasi wisata misalnya kaos.

maka destinasi wisata Kabupaten Pohuwato dapat bersaing dengan destinasi-destinasi wisata di daerah lain.

b. Mengevaluasi dan melakukan *controlling* akan kinerja pegawai kebersihan di destinasi wistata, memberdayakan pegawai di bidang pariwisata dengan mengikuti berbagai macam pelatihat tentang kepariwisataan agar lebih handal dalam kepariwisataan, promosi dan pemasaran, MICE serta memberikan *reward* sebagai motivasi kerja.

c. Menentukan kebijakan dan peraturan tentang kepariwisataan yang dilindungi payung hukum untuk menghindari konflik antara masyarakat dan pemerintah.

Tabel 4.10 Matriks SWOT

IFAS / **EFAS**	**Strength (S)**	**Weakness (W)**
	1. Potensi keindahan pesisir pantai di Kabupaten Pohuwato, dan Budaya Suku bajo yang unik yang tinggal di perkampungan terapung. **2.** Penyelenggaran *Event* tahunan yang menarik Festival Ketupat, Festival Torosiaje, dan Festival Pesona pantai Pohon Cinta yang mendapat dukungan dari Kementrian Pariwisata **3.** Mengikuti pameran-pameran yang kepariwisataan yang dilakanakan oleh Kementrian Pariwisata	1. Belum optimalnya promosi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato 2. Mempunyai fasilitas pendukung yang masih kurang memadai 3. Aksesibilitas yang masih kurang baik. 4. Kurangnya SDM yang bertanggung jawab dalam kebersihan 5. Kurangnya kegiatan penunjang yang membuat wisatawan lama tinggal, misalnya paket wisata 6. Kurang efektif pemilihan media promosi 7. Kurangnya SDM yang memahami *public relation* 8. Kurangnya SDM yang basic pariwisata, yang paham tentang promosi, desain iklan
Opportunitiess	**Strategi (SO)**	**Strategi (WO)**

1. Didukung Kebijakan pemerintah dalam mengembangkan wisata Bahari dan budaya. 2. Makin meningkatnya minat wisatawan untuk berwisata 3. Membuka lapangan kerja masyarakat lokal 4. Meningkatkan Penghasilan Asli Daerah (PAD) 5. Gaya hidup masyarakat masa kini yang mulai berkembang ke era digital sehingga berpeluang bagi Dinas , Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato sehingga dapat mengoptimalkan media sosial sebagai media promosi pariwisata.	1. Memanfaatkan Kekuatan yang dimiliki oleh Kabupaten Pohuwato yaitu potensi wisata alam yang indah yang tidak kalah dengan wisata alam di daerah lainnya. Potensi wisata alam di Kabupaten Pohuwato yang memiliki banyak pantai, ada Pantai Pohon Cinta yang berada di dekat pusat kota Kabupaten Pohuwato dan kompleks perkantoran pemerintahan di Kabupaten Pohuwato Selain itu, kawasan pantai pohon cinta yang berdekatan dengan pulau lahe yang memiliki *spot diving* yang mempunyai tumbuhan karang raksasa *Salvador Dali*,dan pantai pohon cinta memiliki *tracking* mangrove sebagai sarana lokasi edukasi lingkungan. Selain pantai pantai pohon cinta, adapula Pantai Libuo dan Pantai Lalape yang terletak di ujung bagian barat provinsi Gorontalo, dan keunikan Desa Terapung yang dihuni oleh komunitas suku Bajo merupakan peluang pasar pariwisata yang potensial. 2. Torosiaje sebagai representative dalam mempromosikan potensi destinasi wisata di Kabupaten Pohuwato dan mengusung nilai Budaya daerah. 3. Penyelenggaraan *event* tahunan yang dimiliki seperti Festival Pesona Pantai Pohon Cinta yang telah diselenggarakan sejak	1. Meningkatkan kegiatan promosi dengan sebanyak-banyaknya dengan lebih menarik melalui dukungan kebijakan pemerintah terhadap pariwisata di Kabupaten Pohuwato melalui pengadaan pendanaan kegiatan promosi yang lebih banyak serta pemilihan media promosi yang tepat melalui media untuk masyarakat yang sudah berkembang di era digital. Strategi yang lebih agresif dapat menjangkau pasar secara pasa luas. Serta meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Pohuwato dan dapat meningkatkan sumber PAD (Penghasilan Asli Daerah). Dengan kemajuan pariwisata di Kabupaten Pohuwato akan membuka peluang lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal. 2. Membangun atau mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana destinasi

	tahun 2017 dan sudah menjadi perhatian kementrian pariwisata, festival ketupat, dan festival torosiaje sebagai representative dalam mempromosikan potensi destinasi wisata di Kabupaten Pohuwato dan mengusung nilai Budaya daerah, diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berwisata, kunjungan wisatawan di destinasi wisata, sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal, serta meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah). 4. Program Kerja Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dengan ikut serta kegiatan-kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh Kementrian Pariwisata dapat menjadi akses untuk memperkenalkan dan menjual potensi wisata dan budaya di Kabupaten Pohuwato, serta bisa menjadi sarana study banding dengan daerah-daerah yang lebih unggul dalam bidang kepariwsataan dan promosi wisata.	wisata dengan kearifan lokal, yang lebih baik, lebih menarik dan pembangunan yang lebih efisien dimulai dari mengajak orang-orang yang berkompetensi dalam kepariwisataan dan lingkungan. 3. Mengevaluasi kembali kinerja pegawai di destinasi wisata yaitu pegawai yang bertanggung jawab dalam kebersihan destinasi wisata serta memberikan *reward* sebagai motivasi kerja. 4. Menambah Produk wisata, dan dengan membuat banyak produk wisata membuat wisatawan mempunyai ragam pilihan terhadap produk wisata yang ditawarkan, selain paket wisata *Diving* yang sudah ada. Produk wisata berupa paket wisata, dan atrakasi menarik lainnya seperti *livemusic* setiap malam minggu di destinasi wisata, *parasailing*, *snorckling*, memancing ikan, menyaksikan *sunrise*

		dan *sunset*, berkeliling kampung terapung Suku Bajo dengan perahu sambil melihat kehidupan Suku Bajo yang melakukan aktivitas sehari-hari diatas air, mengelilingi hutan mangrove dengan menggunakan perahu, melihat penangkaran burung maleo. Dengan beragam produk wisata, maka akan menambah penjualan produk wisata efeknya dapat menarik minat calon wisatawan dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Kabupaten Pohuwato, serta dengan banyaknya produk wisata tersebut akan memberi peluang lapangan pekerjaan terhadap masyarakat lokal. 5. Memberdayakan pegawai Dinas pemuda, Olahraga dan pariwisata untuk menambah pengetahuan dalam kepariwisataan,yang handal dalam promosi dan pemasaran pariwisata serta

		MICE. 6. Menambah jumlah petugas di destinasi wisata, kemudian memberikan pelatihan tentang pelayanan dan memberikan *reward* sebagai motivasi kinerja kepada petugas yang bertanggung jawab sebagai koordinator destinasi wisata dan petugas yang bertugas di destinasi wisata.
Threats (T) 1. Munculnya Destinasi-destinasi wisata yang baru yang dikembangkan oleh pemerintah Provinsi Gorontalo dengan promosi dan pemasaran yang unggul 2. Terganggunya lingkungan masyarakat sekitar dengan aktivitas wisatawan atau terganggunya wisatawan dengan masyarakat sekitar. 3. Konflik masyarakat lokal dengan lembaga pembuat kebijakan 4. Kondisi sosial-politik yang rawan konflik,	**Strategi (ST)** 1. Memanfaatkan potensi wisata dan budaya yang ada, dikemas dengan lebih menarik, dan menciptakan produk wisata yang baru dan lebih beragam melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung pengembangan pariwisata secara skala prioritas sehingga dapat bersaing dengan destinasi-destinasi lain. 2. Membangun komunikasi yang efektif antara Pemerintah yaitu Bupati, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dengan masyarakat lokal, serta pemangku kepentingan yang lain dalam	**Strategi (WT)** 1. Melakukan promosi dengan aktif dan agresif serta memilih media promosi yang tepat untuk memperluas jangkauan promosi sampai ke luar daerah hingga ke luar negeri. Hal ini berupa membuat *website* pariwisata Kabupaten Pohuwato, promosi lewat media sosial yang lain seperti instagram, dan facebook, mencetak brosur sebanyak banyaknya, pemasangan iklan di *billboard, digital billboard*, megatron

serta kebijakan bupati yang bisa berubah-ubah. 5. Risiko yang disebabkan *Cyber-security risk* yaitu memungkinkan sistem digital dan informasi dibajak dan tidak dapat berproses sesuai keinginan pemilik sistem.	menentukan kebijakan, membuat peraturan kepariwisataan sehingga memiliki payung hukum, untuk menghindari konflik yang terjadi antara masyarakat dan pemerintah.. *3.* Promosi pariwisata Kabupaten Pohuwato dilakukan melalui dengan media yang tepat dan dikelola oleh ahli atau yang benar-benar paham tentang IT *(Informasi Technology)* untuk menghindari sistem digital dibajak dan digunakan sebagai	membuat *souvenir* yang menampilkan destinasi wisata misalnya kaos. 2. Menambah produk wisata untuk meningkatkan penjualan, misalnya paket wisata yang berisi atraksi menarik 3. Menyeimbangkan antara anggaran pembangunan, pemeliharaan dan promosi. 4. Perekrutan pegawai sesuai kebutuhan dan keahlian nya, melakukan *controlling* ,dan melakukan evaluasi kinerja dan reward

BAB V

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kabupaten Pohuwato memiliki Potensi Wisata pesisir pantai dan budaya yang indah serta menarik. Selain destinasi wisata yang potensial, Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato menyelenggrakan *event* tahunan yaitu, Festival Pohon Cinta, Festival Ketupat, dan Festival Torosiaje di Desa Wisata Terapung Suku Bajo. Selain itu, program Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata adalah ikut serta dalam *event* dan pameran yang diselenggarakan oleh Kementrian Pariwisata. Penyelenggaraan *event* tahunan dan keikutsertaan Kabupaten Pohuwato dalam setiap event dan pameran yang diselenggarakan oleh Kementrian Pariwisata, merupakan bagian dari kegiatan promosi pariwisata di Kabupaten Pohuwato. Namun hal tersebut belum optimal untuk mempromosikan dan memasarkan potensi wisata yang ada di Kabupaten Pohuwato.

Promosi yang tepat akan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dan meningkatkan Penghasilan Asli Daerah (PAD). Namun sebelum melakukan kegiatan promosi, Kegiatan yang dapat dilakukan untuk menunjang kegiatan promosi yaitu:

1. Kebijakan Pemerintah dengan menjadikan pariwisata menjadi skala prioritas dengan membuka peluang para investor atau menambah anggaran dalam hal promosi.

2. Memperbaiki fasilitas pendukung yang sudah rusak, dan menambah fasilitas pendukung lainnya, atau melakukan pengembangan dan pembangunan di destinasi wisata secara efektif dan efisien.

3. Memperbaiki akses yang rusak dan tidak layak agar wisatawan merasa nyaman saat berkunjung ke destinasi wisata.

4. Menambah produk wisata atau kegiatan penunjang yang lebih menarik dan beragam agar meningkatkan kunjungan wisatawan dan membuat wisatawan lama tinggal di Kabupaten Pohuwato. Misalnya paket wisata yang beragam pilihan.

5. Memberdayakan pegawai pariwisata di Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata untuk meningkatkan SDM dalam kepariwisataan, yaitu melalui pelatihan-pelatihan, melakukan evaluasi kinerja dan memberikan *reward* sebagai motivasi dalam bekerja.

6. Menjalin komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat lokal, serta membuat peraturan kepariwisataan yang dilindungi payung hukum untuk menghindari konflik serta melindungi wisatawan dan masyarakat lokal.

7. Pemilihan media promosi yang efektif yang dapat menjangkau masyarakat luas di era digital ini.

8. Penyelenggaraan *event* tahunan yang sudah baik, tetapi perlu ditambahkan kegiatan didalamnya seperti karnaval dan pertunjukan dengan membuka seluas luasnya daerah-daerah lain untuk ikut serta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan,Sehingga sebagai masukan yang ingin disampaiakan penulis untuk pembaca dan instansi yang terkait yaitu :

1. Kepada pemerintah daerah yaitu Bupati sebagai penentu kebijakan, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dapat membuat kebijakan yang lebih memprioritaskan kepariwisataan. Karena dukungan kebijakan pemerintah merupakan hal yang paling utama dalam pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pohuwato.

2. Pengembangan pariwisata dapat dilakukan melalui kajian bersama dengan orang- orang yang lebih paham dan berkompetensi dalam hal kepariwisataan.

3. Untuk semua orang yang membaca tugas akhir ini, peliharalah alam, budaya dan jagalah destinasi wisata yang kita punya. Sebab Pariwisata adalah anugerah tuhan yang luar biasa.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arikunto,S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.*Jakarta*:* PT.RinekaCipta.

Fahmi, I. (2014). M*anajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta

Gamal, S. (2019). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi

Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS

_____ (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Bukuseru

Kodhyat, H. (2013). *Sejarah Kepariwisataan & Perkembangan di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia

Moleong. (2016). *Metodeologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Yoeti, O.A. (2010). *Dasar-dasar Pengertian Hospitality Dan Pariwisata*. Bandung: Alumni.

_____ 2010). *Perencanaan Strategis pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT.PradnyaParamita

_____ (2013). *Pemasaran Pariwisata*.Bandung: PenerbitAngkasa

_____ (2010). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT. Pradnya Paramita

Pendit, I N.S. (2010). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PradnyaParamita

Utama, I G.R. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: CV.Budi Utama

Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D*.

Bandung: Alfabeta

Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

_____ (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: C.VAndi Offset

Skripsi

Avinda, C. B., Sudiarta, I.N., & Karini, N. M. O. (2016). *Strategi Promosi Banyuwangi sebagai destinasi wisata (studi kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata*). Jurnal IPTA ISSN, 2338, 8633.

Nughraha. 2019. *Strategi Promosi Pariwisata Budaya di Kota Bengkulu (Studi kasus pada Event tabot 2018).* Skripsi STP Ampta Yogyakarta.

Sariadi. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Shaba OutBound, Karangasem, Purwobinangun Pakem,Sleman*.Skripsi STP Ampta Yogyakarta.

Sartika, A.D. 2018. *Strategi Promosi Destinasi Pantai Prigi Kabupaten Dalam Upaya Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan*. Skripsi STP Ampta Yogyakarta.

Silva.(2018). *Strategi Positioning untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Affandi Yogyakarta*. Skripsi STP Ampta Yogyakarta.

Internet

Akhir, J.D. (2015). https:// economy. okezone.com/read/ 2015/02/16/ 320/ 1106407/ jokowi-instruksikan-pariwisata-harus-jadi-leading-sector. Diakses pada tanggal 19 Februari 2020.

Anonim. (2015). Pengertian Jenis-Jenis Wisatawan.https://www.abstraksi ekonomi. com/2015/10/ pengertian-wisatawan-dan -jenis-jenis-wisatawan. html. diakses pada tanggal 8 januari 2020.

Hidayah, N. (2019). Destinasi Menurut Para Ahli.https://pemasaran pariwisata. com/ 2019/ 10/12/destinasi-adalah. Diakses pada tanggal 7 januari 2020.

Sakti, G. (2019). SiaranPers: Menpar Tekankan Pentingnya Komitmen CEO Untuk Jadikan Pariwisata Primadona Daerah. https://www. kemenpar. go. id/post/siaran-pers-menpar-tekankan-pentingnya-komitmen-ceo-untuk-jadikan-pariwisata-primadona-daerah. Diakses pada anggal19 Februari 2020.

LAMPIRAN

Lampiran-lampiran Foto Wawancara

Foto : Wawancara dengan pelaksana tugas kepala bidang pariwisata, Herman Abdullah,S.ST.Par

Foto : Penyerahan RIPPAR (Rencana Induk Pembangunan Pariwisata)Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato

Foto : Wawancara bersama Penanggung Jawab destinasi wisata Pantai Lalape

Foto : wawancara dengan wisatawan di destinasi wisata Desa Terapung Suku Bajo

Foto-foto Lampiran Media Promosi

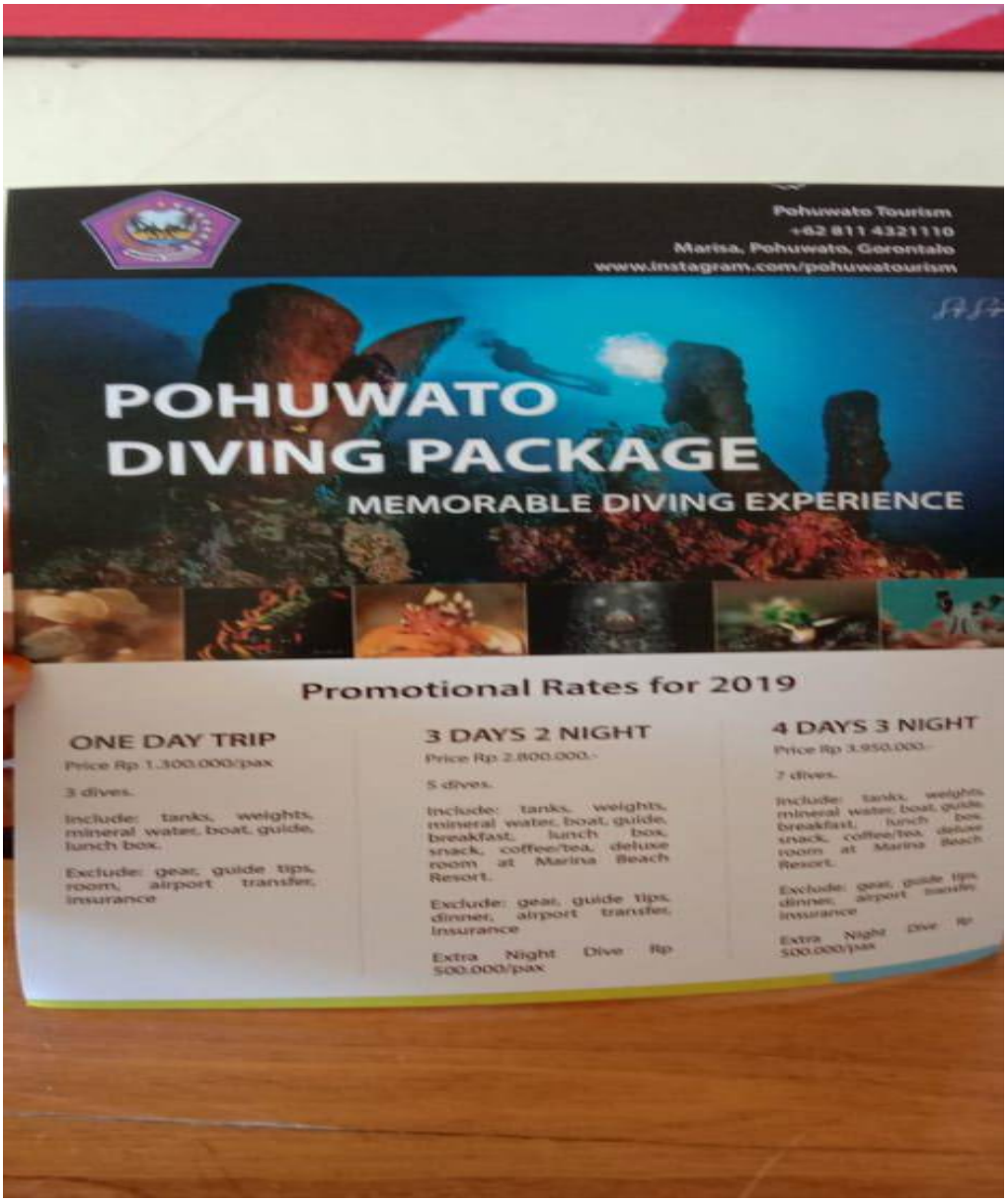


Foto : Brosur Paket Wisata *Diving* Pulau Lahe Kawasan Pantai Pohon Cinta

Foto : *Standing banner* Penyelengaraan Event Festival Pesona Pantai Pohon Cinta

Lampiran Foto *Event* Tahunan

Carnaval event Festival pesona Pantai Pohon Cinta

Parade Lintas Etnis

PEMERINTAH KABUPATEN POHUWATO
DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA
Alamat : Jln. MH. Thamrin Perkantoran Marisa Kode Pos 96266

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800/Disporapar/Phwt/127

Kepala Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwista Kabupaten Pohuwato menerangkan dengan benar bahwa saudari :

Nama	:	Adolvin Five Humokor
NIM	:	518200094
Universitas	:	Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
Prodi	:	Pariwisata
Jurusan	:	Pariwisata
Keterangan	:	Telah Melakukan Penelitian dengan menggunakan Instrumen Kuisioner (angket)

Mahasiswa tersebut benar-benar melaksanakan kegiatan penelitian di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato dari tanggal, 11 Mei 2020 s/d 11 Juni 2020 dengan Judul Penelitian :

"Strategi Promosi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo."

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, agar digunakan sebagaimana mestinya.-

Marisa, 03 Agustus 2020

KEPALA DINAS

PEMERINTAH KABUPATEN POHUWATO
DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA

ARFAN TANGOI, S.Pd. M.PA
NIP. 19790730 200312 1 005

PEDOMAN WAWANCARA PEMERINTAH/ DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN POHUWATO

Indentitas Informan

1. Nama:Herman Abdullah, S.ST.Par
2. Usia: 37 Tahun
3. Jabatan : Plt, Kepala Bidang Pariwisata
4. Hari, tanggal: Senin, 8 Juni 2020
5. Waktu, Tempat : 09.30, Dinas Pemuda Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato

Daftar Pertanyaan

1. Ada berapa jumlah destinasi wisata di kabupaten pohuwato?

   Jawaban : *Saat ini ada 17 destinasi wisata yang meliputi wisata alam, pantai dan budaya, namun yang menjadi sumber PAD (penghasilan asli daerah) hanya 4 yaitu pantai Libuo, pantai pohon cinta, dan pantai lalape, serta Desa wisata terapung di desa Torosieje. Dan baru 4 itu yang saat ini kita promosikan dan kita anggarkan pengembangannya dalam APBD dan APBN*

2. Mengapa hanya 4 destinasi wisata itu yang teranggarkan?

   Jawaban : karena baru itu yang banyak dikenal, 4 destinasi itu yang sudah ada sejak di bnetuknya Kabupaten Pohuwato pada tahun 2003. Dan ke 4 destinasi itu sudah ada fasilitas, UU PERDA tentang ticket masuk (PAD) jadi selama ini setiap penyusunan anggaran hanya 4 destinasi itu saja yang di masukan dalam program Renja

3. Apa saja fasilitas yang ada di 4 Destinasi wisata tersebut?

   Jawaban : Beda-beda. Kalo untuk pantai libuo, ada cottage 10 kamar, Rumah makan, toilet,kamar bilas, air bersih.Biaya masuk karcisRp.3000/org. Rumah makan kita sewakan dan penyewa menyetor di dinas setiap bulan Rp.250.000. ada juga panggung yang biasa disewa kalau ada penyewa yang buat acara dilokasi. Itu di sewakan Rp.100.000/Hari.

   Untuk pantai pohon cinta fasilitas ada banyak, panggung, Rumah makan, Parkiran mobil dan motor, tracking mangrove, tracking jogging, taman maleo, toilet, wahana anak-anak. sumber PAD di pohon cinta berasal dari toilet dengan penjualan karcis Rp.2000/ org dan RM Rp.250.000/Bln

Pantai lalape karcis masuk Rp.3000/org fasilitas baru ada cottage 3 dan Rumah makan, panggung, toilet. Sedangkan untuk desa wisata terapung itu ada cottage milik pemda 6 kamar, disewakan Rp.150.000/hari, tempat parkir Rp 2000/motor dan Rp.5000/mobil.dengan karcis masuk Rp.3000/org

4. Untuk promosinya , apa yang dilakukan pihak Dinas Pemuda, olahraga dan Pariwisata

   Jawaban : sampai saat ini bentuk promosi kita, ya ada pengadaan brosur buat kita sebar-sebar atau kasih ke orang . Saat ini dikawasan pantai pohon cinta ada pulau lahe dengan spot diving yang ditemukan tumbu karang raksasa itu juga ada paket wisata, tapi baru. baru itu aja sih. Selebihnya kita juga punya event-event tahunan. Seperti festival pesona pantai Pohon cinta, festival ketupat, festival torosiaje. Nah klo event seperti itu kita cetak baliho, banner, standing banner, pasang iklan di Radio.

5. Event-event itu rutin setiap tahun?

   Jawaban : Festival pantai pohon cinta dilaksankan baru tahun 2017 pertama kali. Dilaksanakan mendekati perayaan HUT kabupaten dan hardiknas. Jadi cukup megah, selama ini mendapat respon yang baik dari masyarakat dan pak bupati. Untuk masalah promosi itu tanggung jawab seksi promosi dan pemasaran. Kebetulan seksi itu juga masih baru dibentuk sama terbentuknya Dsporapar ini.

6. Apa saja yang dipersiapkan untuk mempromosikan pariwisata kabupaten pohuwato

   Jawaban : tentu saja dari pembangunan dulu. Kita persiapakan sarana dan prasarana, kita adain fasilitas pendukung pariwisata.

7. Tingkat kesuksesan antara pembangunan atau pengembangan destinasi wisata dan promosi bagaimana?

   Jawaban : saat ini memang kalau dilihat lebih banyak pembangunan dan pengembangan destinasi wisata daripada pengadaan-pengadaan untuk promosi. ada yg dari APBD dan ada dari APBN

8. Kalau dari kunjungan wisatawan?

   Jawaban : masih lokal aja yang banyak. Turis mancanegara ada tapi ya mungkin setahun bisa 4 orang sampai 6 orang. Enggak banyak.

9. Dari empat destinasi wisata, yang menjadi favorit itu dimana?

   Jawaban : Pantai Pohoncinta.. karena dekat dengan pusat kota, berada di kompleks perkantoran. Setiap hari rame. Wkatu makan siang, daerah kawasan ramai. Banyak yang makan di temapat makan kawasan pantai pohon cinta, ada kelapa muda juga. Saat sore lebih rame lagi biasanya karyawan-karyawan pulang kantor singgah di sini dulu.

Menikmati sunset, nongkrong-nongkrong, keluarga yang ngajak anak buat main. Kan sore biasa ada wahana untuk anak-anak.

10. Apa kendala Dinas, khususnya bidang pariwisata?

Jawaban : kita masih sangat kurang SDM. Pegawai di Bidang Pariwisata hanya 8 orang. Kabid belum ada pejabat tetap, masih pejabat pelaksana tugas yaitu saya sendiri ,3 kepala seksi dengan latar belakang pendidikan D4 Perhotelan, dan 7 orang staf latar belakang pendidikan SMA dan D3 Pariwisata. di bantu tenaga honor 2 orang di kantor dan sebagian di lapangan. Jadi kalau ada event kita agak susah buat menghandle kecuali di bantu oleh pegawai di bidang lain.

11. Kebijakan Pemerintah saat ini terhadap Pariwisata menurut bapak bagaimana?

Jawaban : Cukup bagus. Tapi pariwisata khususnya di daerah kita belum prioritas. Itu tergantung penentu kebijakan sih.

12. Menurut bapak apa sudah maksimal program pariwisata dan bagaimana realisasinya?

Jawaban : untuk program kita tetap beupaya mewujudkan visi dan misi, tapi kembali lagi penentu kebijakan tertinggi masih ada. Bukan kepala dinas saja .

13. Apa ada harapan untuk pariwisata ?

Jawaban : Semoga lebih baik. Semoga ada kebijakan yang mendukung secara penuh terhadap pariwisata di kabupaten Pohuwato. Karena kalo program kerja dari kita sendiri, insya allah selalu ada untuk membangun pariwisata yang lebih baik di Pohuwato.

PEDOMAN WAWANCARA WISATAWAN

Indentitas Informan

1. Nama: Fandi Badjarad
2. Usia: 36 Tahun
3. Pekerjaan : Pengusaha
4. Hari, tanggal: Selasa, 9 Juni 2020
5. Waktu, Tempat : 16.00 / Objek Wisata Desa Terapung Torosiaje

Daftar Pertanyaan

1. Asal darimana?

   Jawaban : Kota Gorontalo

2. Ke Pohuwato dalam rangka apa?

   Jawaban : mengunjungi keluarga

3. Sudah berapa kali ke Pohuwato?

   Jawaban : Sering sih

4. Apakah anda tahu tentang destinasi wisata di kabupaten Pohuwato?

   Jawaban : tidak semua

5. Apa saja?

   Jawaban : Torosiaje, Pantai Pohon Cinta dan Libuo

6. Pernah ke sana?

   Jawaban : Iya, Sudah dikunjungi semua

7. Dari mana anda tahu tentang destinasi wisata itu?

   Jawaban : dari keluarga, teman dan dari TV (Pohon Cinta)

8. Menurut anda bagaimana destinasi wisata ini (Desa Wisata Terapung Torosiaje) ?

   Jawaban : Bagus, unik . tapi kalau lama-lama disini bingung juga mau ngapain. Tidak ada kegiatan lain yang bisa dilakukan selain jalan-jalan keliling liat pekampungan.

9. Keinginan anda seperti apa?

   Jawaban :Misalnya Disediakan alat pancing, spot foto,snorkeling atau apalah yang bisa dilakukan yang ga bikin bosan.

10. Katanya tadi sudah ke Pohon cinta, Pantai Libuo, Torosiaje . yang paling kamu suka dimana?dan kenapa?

Jawaban : Pantai Libuo. Sejuk banyak pohon-pohonnya. Jadi biar di Pantai ga panas.

11. Sudah berapa kali ke Torosiaje?

    Jawaban : Berapa kali ya? Lebih dari sekali sih

12. Yang anda tidak sukai disini apa?

    Jawaban : Ga ada kegiatan lain yang bisa dilakuin. Bosan.

13. Kenapa datang kesini?

    Jawaban : di ajak teman . daripada bosan dirumah

14. Bagaimana menurut anda tentang promosi pemerintah terhadap Pariwisata ?

    Jawaban : kayaknya masih kurang yah, beda saja dengan tempat-tempat wisata daerah lain yang viral di facebook, di Intagram .kurang mendengung promosi nya pariwisata kabuapten Pohuwato

15. Bagaimana menurut anda tentang fasilitas yang ada, misalnya cottage ?

    Jawaban : saya pernah mennginap juga di Pantai Libuo, kayaknya Kurang perawatan kamar berdebu dan kesulitan air bersih. Air untuk mandi keruh dan rasa asin.

16. Kalau cottage di Desa Wisata Terapung Suku Bajo gimana?

    Jawaban : belum pernah nginap, tapi lewat saja..menurut saya kalau dilihat dari luar juga sudah tidak terawatt. Cat dinding sudah mulai kusam.

17. Bagaimana Kebersihan di destinasi? Destinasi wisata kabupaten Pohuwato yang pernah anda kunjungi

    Jawaban : Pantai Libuo kotor, kan banyak pohon-pohon, daun daunnya lama tidak di bersihkan. Nyari tempat sampah juga susah. Kalo di Desa wisata terapung juga sama, susah tempat sampah. Kasihan orang-orang malah buang tempat sampah di air.tapi kalau pohon cinta lumayan bersih sih

18. Harapan nya ?

    Jawaban : Bisa sama seperti Labuan bajo, bali gitu..hehe

PEDOMAN WAWANCARA WISATAWAN

1. NAMA : Dede
2. UMUR : 25 tahun
3. PEKERJAAN : Tenaga Honor PEMDA
4. HARI/TANGGAL : 5 Juni 2020
5. WAKTU DAN TEMPAT : 16.00 Wita / Pantai Libuo

Daftar Pertanyaan

1. Asal Darimana ?

   Jawaban : Asli Pohuwato

2. Pekerjaan ?

   Jawaban : Tenaga Honor di PEMDA

3. Sering ke tempat-tempat wisata di Pohuwato?

   Jawaban: iya

4. Kemana saja tempat wisata yang dikunjungi kalo piknik?

   Jawab: Pohon Cinta, sering karena dekat rumah.. ke desa wisata torosiaje juga pernah, ke pantai Libuo juga banyak kali.

5. Sama siapa saja kalo ke tempat wisata?

   Jawab : Biasanya sama teman-teman

6. Sudah tahu kalo di Libuo, torosiaje dan pantai lalape ada cottage?

   Jawaban : iya, tahu

7. Tahu darimana? Pernah nginap?

   Jawaban: nginapnya di Pantai Libuo pernah, kalo di tempat lain belum. Tahu dari orang-orang saja.

8. Menurut anda bagaimana fasilitas yang ada di destinasi wisata itu?

   Jawaban: Cukup baik, tapi masih kurang pemeliharaan. Banyak yang harus di perbaiki. Banyak juga yang rusak. Air bersih kurang, buat mandi air keruh dan asin juga. Pernah ke pantai lalape gazebo sudah mau roboh. Airnya juga tidak ada, toilet kotor. Mungkin tempat wisata yang lebih baik itu pantai pohon cinta.

9. Destinasi –destinasi wisata yang ada di Kabupaten Pohuwato itu kan tanggung jawab Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, nah menurut anda bagaimana promosi dinas terhadap destinasi wisata di Kabupaten Pohuwato?

Jawaban : saya liatnya sih belum ada. Biasanya kalo tempat wisata di daerah lain ada iklan-iklannya. Atau ada brosur-brosur. Sejauh ini untuk Pohuwato saya belum liat.

10. Kalau akses destinasi wisata bagaimana untuk masing-masing destinasi wisata ?

    Jawaban : Pantai Pohon Cinta sudah Bagus, mungkin karena dekat dengan pusat kota . Pantai Libuo juga cukup terjangkau dan bagus. Tapi untuk destinasi wisata bagian barat pohuwato sepertinya perlu perbaikan. Apalagi ke pantai lalape. Musim hujan banyak genangan air. Yang naik motor agak susah.

11. Kalau ke Pohon Cinta biasanya ngapain?

    Jawaban : nongkrong-nongkrong sore atau malam minum kelapa muda.

12. Tidak ke tracking mangrove?

    Jawaban : Iya biasanya … foto-foto disitu

13. Kalau ke Pohon cinta hanya itu saja yang dilakukan?

    Jawaban: Biasanya jogging atau bersepeda pasti rute ke pohon cinta

14. Kalau ke desa wisata Suku bajo atau ke pantai libuo ngapain?

    Jawaban : enggak ada, Cuma jalan-jalan saja keliling rumah panggung itu. Liat-liat masyarakat Suku Bajo. Kalau ke libuo biasanya mandi, trus ngumpul-ngumpul barbeque bareng teman-teman. Kan nginap ngerayain Ultah teman

15. Menurut anda perlu perubahan enggak? Maksdunya biar wisatawan tidak bosan dan banyak hal yang wisatawan lakukakan di tempat wisata.

    Jawaban : iya lebih baik seperti itu. Biasanya di Libuo kalau malam sudah gelap, itu penerangan harus di tambah. Terus lebih bagus ada outbond atau apa yang bisa dilakukan ditempat wisata.

16. Kalau di Desa Wisata Suku Bajo punya ide mau di bikin apa?

    Jawaban : Jalan-jalan keliling kampung terapung dengan perahu juga oke. Atau pancing.

17. Kamu sebagai masyarakat asli pohuwato, setuju gak kalau pariwisata di kembangkan terus nanti banyak-banyak turis datang

    Jawaban: Iya setuju sekali, nanti kan banyak pendapatan daerah. Daerah juga akan berkembang dengan bagus.selama itu tidak melanggar aturan dan norma-norma di masyarakat.

KUISIONER

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Riset SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahannya destinasi wisata dan strategi promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato
2. Kondisi Eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman destinasi wisata dan strategi promosi oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato

Cara Pengisian :

a. Penilaian kondisi ini, responden diminta untuk menilai destinasi wisata dan strategi promosi yang ada di kabupaten Pohuwato saat ini (Pantai Libuo, Pantai Pohon Cinta, Pantai lalape dan Desa wisata Terapung Suku bajo)

b. Responden diminta untuk menilai tingkat kualitas Destinasi Wisata dan Promosi

c. Beri tanda (√) pada pilihan bapak/ Ibu, Saudara/I yang dianggap paling sesuai ;

Acuan Pengisian Kuisioner ini adalah sebagai berikut :

Kekuatan :	**Kelemahan :**
1. Tidak Baik	1. Sangat Setuju
2. Cukup Baik	2. Setuju
3. Cukup setuju	3. Cukup Setuju
4. Baik	4. Tidak Setuju
5. Sangat baik	4. Sangat kuat

Analisis Faktor-faktor internal (IFAS)		**Penilaian**			
Kekuatan (Strengths)		**1**	**2**	**3**	**4**
S1	Potensi keindahan pesisir pantai dan budaya suku Bajo, Desa wisata terapung.				
S2	Penyelenggaraan *Event-event* tahunan sebagai bentuk kegiatan *Public Relation*				
S3	Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata turut serta Mengikuti pameran-pameran yang diselenggarakan oleh Kementrian Pariwisata.				
KELEMAHAN (Weaknesess)					
W1	Promosi dan Pemasaran Dinas Pemuda Olaharaga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato				
W2	Fasilitas pendukung di destinasi Wisata				
W3	SDM yang bertanggung jawab dalam kebersihan				
W4	Akseibilitas				
W5	Kegiatan penunjang yang membuat wisatawan lama tinggal misalnya paket wisata				
W6	Pemilihan dan penggunaan alat promosi				
W7	SDM yang ahli Public Relation				
W8	SDM di bidang pariwisata ahli dalam hal promosi dan periklanan				

KUISIONER

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Riset SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahannya destinasi wisata dan strategi promosi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato
2. Kondisi Eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman destinasi wisata dan strategi promosi oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pohuwato

Cara Pengisian :

1. Penilaian kondisi ini, responden diminta untuk menilai destinasi wisata dan strategi promosi yang ada di kabupaten Pohuwato saat ini (Pantai Libuo, Pantai Pohon Cinta, Pantai lalape dan Desa wisata Terapung Suku bajo)
2. Responden diminta untuk menilai tingkat kualitas Destinasi Wisata dan Promosi
3. Beri tanda (√) pada pilihan bapak/ Ibu, Saudara/I yang dianggap paling sesuai ;

Acuan Pengisian Kuisioner ini adalah sebagai berikut :

	Peluang :	**Ancaman :**
1.	Tidak Kuat	1. Sangat Kuat
2.	Cukup Kuat	2. Kuat
3.	Kuat	3. Cukup Kuat
4.	Sangat Kuat	4. Tidak Kuat/Lemah