

**EFEKTIVITAS PENGEMBANGAN OBJEK WISATA
DI KABUPATEN KERINCI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu (S1)



**SUSI YULIANTI
NIM 1106512/2011**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI
JURUSAN GEOGRAFI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

Judul : Efektivitas Pengembangan Objek Wisata di
Kabupaten Kerinci

Nama : Susi Yulianti

NIM : 1106512/2011

Program Studi : Pendidikan Geografi

Jurusan : Geografi

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Februari 2016

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dra. Rahmanelli, M.Pd
NIP. 196003071985032002

Pembimbing II



Deded Chandra, S.Si, M.Si
NIP. 197904072010121003

Ketua Jurusan Geografi



Dra. Yurni Suasti, M.Si
NIP.196206031986032001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

**Nama : Susi Yulianti
Nim : 1106512/2011**

**Dinyatakan lulus setelah mempertahankan skripsi di depan tim penguji
Program Studi Pendidikan Geografi
Jurusan Geografi
Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang**

Dengan Judul

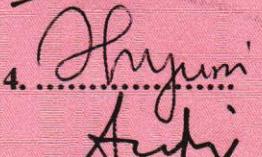
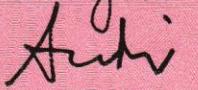
Efektivitas Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Kerinci

Padang, Februari 2016

Tim Penguji

- 1. Ketua : Dra. Rahmanelli, M.Pd**
- 2. Sekretaris : Deded Chandra, S.Si, M.Si**
- 3. Anggota : Dra. Yurni Suasti, M.Si**
- 4. Anggota : Ahyuni, ST, M.Si**
- 5. Anggota : Febriandi, S.Pd, M.Si**

Tanda Tangan

- 
1.
- 
2.
- 
3.
- 
4.
- 
5.



**UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL
JURUSAN GEOGRAFI**

Jalan Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang-25131 Telp. 0751-7875159

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawahini :

**Nama : Susi Yulianti
NIM/TM : 1106512/2011
Program Studi : Pendidikan Geografi
Jurusan : Geografi
Fakultas : Ilmu Sosial**

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya dengan judul:

Efektivitas Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Kerinci

Adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat dan Negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

**Diketahui oleh,
Ketua Jurusan Geografi**

**Dra. Yurni Suasti, M.Si
NIP. 19620603 198603 2 001**

**Padang, Februari 2016
Saya yang menyatakan,**



**Susi Yulianti
NIM. 1106512/2011**

ABSTRAK

SUSI YULIANTI (1106512/2011) Efektivitas Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Kerinci. Skripsi. Program Studi Pendidikan Geografi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas pengembangan objek wisata di Kabupaten Kerinci. Dilihat dari anggaran pengembangan pariwisata dan jumlah kunjungan wisatawan.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pemilihan informan dilakukan dengan cara *purposive sampling* dengan mempertimbangkan objek wisata yang menjadi fokus pengembangan (objek wisata Danau Kerinci, Air Panas Semurup, Sungai Medang, Aroma Pecco dan Air Terjun telun Berasap).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Dari segi anggaran yang terealisasi untuk penerapan program pengembangan pariwisata di lima objek wisata, yaitu objek wisata Danau Kerinci yang mencapai 97% dikategorikan efektif, objek wisata Air Panas Semurup yang mencapai 99% dikategorikan efektif, objek wisata Sungai Medang yang mencapai 99% dikategorikan efektif, objek wisata Aroma Pecco yang mencapai 96% dikategorikan efektif, objek wisata Air Terjun Telun Berasap yang mencapai 83% dikategorikan cukup efektif, dan untuk objek wisata dalam Kabupaten Kerinci mencapai 97% dikategorikan efektif. Secara keseluruhan anggaran dalam penerapan program pengembangan pariwisata Kabupaten Kerinci tahun 2014 sudah efektif, terlihat dari pencapaian anggaran pengembangan tahun 2014 mencapai 98%, namun dari segi penerapan aplikasinya di lapangan masih kurang. Oleh sebab itu ada beberapa program kegiatan yang pelaksanaan yang telah dibuat namun tidak dapat dijalankan semestinya. (2) Jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan dari tahun 2013-2014 di masing-masing objek wisata, yaitu objek wisata Danau Kerinci mengalami peningkatan 22,55% dikategorikan tidak efektif, objek wisata Air Panas Semurup mengalami peningkatan 35,47% dikategorikan tidak efektif, objek wisata Sungai Medang mengalami peningkatan 381,86% dikategorikan sangat efektif, objek wisata Aroma Pecco mengalami peningkatan 211,37% dikategorikan sangat efektif dan objek wisata Air Terjun Telun Berasap mengalami peningkatan 63,22%. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara keseluruhan tidak efektif, karena presentase peningkatan jumlah wisatawan dari tahun 2013-2014 hanya 46,87%.

Kata Kunci: Objek Wisata, Efektivitas Pengembangan Objek Wisata

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Alhamdulillah dengan rasa syukur penulis ucapan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kita sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Efektivitas Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Kerinci”. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Drs. Rahmanelli, M.Pd sebagai Dosen pembimbing I dan Bapak Deded Chandra, S.Si, M.Si sebagai Dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, fikiran, dan kesabaran untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Yurni Suasti, M.Si selaku Ketua Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
3. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama kuliah di jurusan Geografi.

4. Segenap pegawai Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci dan Kepala UPTD masing-masing objek wisata di Kabupaten Kerinci yang telah membantu dalam memberikan informasi mengenai efektivitas dalam mengembangkan objek wisata di Kabupaten Kerinci.
5. Teristimewa untuk kedua orangtua penulis, Ayahanda M.Nawir, Ibunda Almh. Bawani, uni Yuli dan bang nyak terimakasih atas doa restu, kesabaran, motivasi, bantuannya baik secara moril maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih masbro yang selalu memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah selama ini.
7. Sahabat-sahabatku tersayang (wela, ria, dan hani) dan teman-teman seperjuangan GPS 2011 tercinta, yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan dari penulis, skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh sebab itu penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi penulis khususnya pembaca pada umumnya.

Padang, Januari 2016

Susi Yulianti

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Perumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	8
1. Efektivitas	8
2. Strategi	10
3. Pariwisata	14
B. Kerangka Konseptual	28
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian dan Teknik Pemilihan Informan	31
C. Sumber Data	34
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Teknik Analisis Data	36

F. Keabsahan Data	37
-------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	38
1. Letak, luas, dan batas wilayah.....	38
2. Kondisi Fisik Wilayah.....	39
3. Kondisi Sosial	40
B. Gambaran Kepariwisataan Kabupaten Kerinci	41
1. Objek Wisata Kabupaten Kerinci.....	41
2. Kondisi Kunjungan Wisata	45
C. Temuan Khusus	45
1. Efektivitas Anggaran Pengembangan Pariwisata Kabupaten Kerinci	46
2. Efektivitas Jumlah Wisatawan pada Objek Wisata dalam Kabupaten Kerinci	75
D. Pembahasan	76
1. Efektivitas Anggaran Pengembangan Pariwisata Kabupaten Kerinci.....	77
2. Efektivitas Jumlah Wisatawan pada Objek Wisata dalam Kabupaten Kerinci.....	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	83
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara, Nusantara dan Lokal pada ObjekWisata dalam Kabupaten Kerinci Tahun 2013-2014	3
2. Program Pengembangan Pariwisata Kabupaten Kerinci Tahun 2014 .	5
3. Inteprestasi Kriteria Efektivitas	9
4. Nama-nama Objek Wisata dan Lokasi Penelitian	32
5. Nama-nama Informan Penelitian	33
6. Luas Daerah menurut Kecamatan di Kabupaten Kerinci.....	38
7. Presentase Penggunaan Lahan di Kabupaten kerinci.....	40
8. Presentase Penduduk Menurut Lapangan Usaha	41
9. Data Kunjungan Wisatawan Mancanega, Nusantara dan Lokal pada ObjekWisata dalam Kabupaten Kerinci Tahun 2013-2014.....	45
10. Program dan Kegiatan Pengembangan Pariwisata Tahun 2014 di Objek Wisata Danau Kerinci	48
11. Program dan Kegiatan Pengembangan Pariwisata Tahun 2014 di Objek Wisata Air Panas Semurup	53
12. Program dan Kegiatan Pengembangan Pariwisata Tahun 2014 di Objek Sungai Medang	56
13. Program dan Kegiatan Pengembangan Pariwisata Tahun 2014 di Objek Aroma Pecco	60
14. Program dan Kegiatan Pengembangan Pariwisata Tahun 2014 di Objek Air Terjun Telun Berasap	64
15. Program dan Kegiatan Pengembangan Pariwisata Tahun 2014 di Objek Wisatar dalam Kabupaten Kerinci	67
16. Rekapitulasi Realisasi Fisik dan keuagan Belanja Langsung	

Berdasarkan Program/Kegiatan Tahun 2014	71
17. Data Kunjungan Wisatawan pada Objek Wisata dalam Kabupaten Kerinci Tahun 2013-2014.....	76
18. Efektivitas Anggaran Program Pengembangan Pariwisata Tahun 2014 pada Objek Wisata di Kabupaten Kerinci.....	79
19. Interpretasi Kriteria Efektivitas	79
20. Data Kunjungan Wisatawan pada Objek Wisata dalam Kabupaten Kerinci Tahun 2013-2014.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagan alur Efektivitas Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan dalam Mengembangkan objek wisata di Kabupaten Kerinci	30
2. Seni Budaya Khas Kabupaten Kerinci.....	49
3. Kegiatan Pengembangan Pariwisata Tahun 2014 di Objek Wisata Danau Kerinci	51
4. Kolam Renang Objek Wisata Air Panas Semurup	54
5. Program Pengembangan Pariwisata Tahun 2014 di Objek Wisata Sungai Medang	57
6. Jalan Setapak Objek Wisata Aroma Pecco	61
7. Pos Penjualan Karcis dan Gerbang Objek Wisata Aroma Pecco	62
8. Tangga Objek Wisata Air Terjun Telun Berasap.....	65
9. Pameran 2Nd AITIS	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Pedoman Wawancara.....	86
2. Analisis Data Hasil Wawancara Efektivitas Dinas Pemuda Olaharaga Pariwisata dan Kebudayaan dalam Mengembangkan Objek Wisata di Kabupaten Kerinci	91
3. Rencana Strategi Disporaparbud 2014-2019	104
4. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara,Nusantara dan Lokal pada Objek Wisata dalam Kabupaten Kerinci tahun 2013 dan 2014.....	125
5. Penyajian Bukti-bukti Faktual sebagai Dukungan Terhadap Penelitian	127
6. Peta Administrasi Kabupaten Kerinci.....	130
7. Peta Lokasi Penelitian.....	131
8. Peta Persebaran Objek Wisata	132
9. Surat Izin Penelitian.....	134



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan perekonomian suatu negara terutama di sekitar daerah tujuan wisata (DTW). Hal ini karena pariwisata merupakan ujung tombak dari kemajuan perekonomian suatu negara. Pariwisata biasanya menarik investor asing yang dibutuhkan oleh setiap negara yang sedang berkembang. Selain itu pariwisata juga dapat dirumuskan sebagai penambah devisa negara, membuka lapangan kerja/kesempatan kerja, memperkenalkan kekayaan alam dan budaya bangsa, serta memupuk rasa cinta tanah air (Bakaruddin, 2008:1).

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam yang luar biasa yang sangat berpotensi untuk pengembangan pariwisata dengan banyaknya potensi wisata alam dan potensi wisata budaya yang dimiliki. Sumber daya alam yang dimiliki berupa hutan dengan segala isinya, daratan dengan segala bentuknya, serta lautan dengan segala potensinya yang akan dimanfaatkan secara terus-menerus untuk kepentingan pembangunan.

Kabupaten Kerinci merupakan salah satu Kabupaten di wilayah Provinsi Jambi yang memiliki objek dan daya tarik wisata, antara lain objek wisata alam, objek wisata budaya, dan objek wisata kuliner. Kabupaten Kerinci sudah lama dikenal sebagai wilayah yang mempunyai banyak keindahan panorama alamnya di Provinsi Jambi. Keindahannya menjadi

terkenal dengan keberadaan Gunung Kerinci yang merupakan gunung tertinggi di Sumatera, air terjun telun berasap dan danau gunung tujuh di kaki Gunung Kerinci. Keberadaan Taman Nasional Kerinci Seblat yang merupakan paru-paru dunia, hamparan Danau Kerinci, Danau Lingkat, Danau Kaco, serta peninggalan sejarah dan keunikan seni budayanya menjadikan keindahan Kabupaten Kerinci semakin mempesona, rona keindahan itu yang semakin memancar dengan adanya air Panas Semurup dan Sungai Medang, menjadikan Bumi Sakti Alam Kerinci bagaikan *kahyangan swarga loka*. Begitu indah dan lengkapnya pesona alam Kabupaten Kerinci sehingga muncul sebutan yang sangat fenomenal yaitu “Kerinci Bagaikan Sekepal Tanah Surga Dunia.” (Devinawati, Lola 2011)

Untuk mengembangkan sektor pariwisata, dibutuhkan dukungan dari semua pihak, baik masyarakat maupun pemerintah. Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai, seperti informasi lokasi wisata, aksesibilitas, penginapan, rumah makan, dan fasilitas pendukung lainnya sangat mendukung sektor pariwisata. Selain itu perlu diperhatikan juga keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan.

Penyediaan fasilitas tentunya harus disesuaikan dengan manfaat kebutuhan serta anggaran yang cukup untuk pengembangan dimasing-masing objek wisata. Fasilitas lengkap memang sangat disarankan guna menambah kepuasan wisatawan yang datang berkunjung. Namun yang perlu diingat adalah bahwa semakin banyak fasilitas yang disediakan, maka semakin banyak pula biaya yang akan dikeluarkan untuk merawat fasilitas

tersebut agar tetap bersih dan nyaman untuk digunakan. Oleh karena itu sangat penting untuk diperhatikan perbandingan antara pengalokasian anggaran pengembangan dengan fasilitas yang harus disediakan.

Adapun objek wisata yang menjadi fokus pengembangan, yaitu objek wisata Danau Kerinci, Air Panas Semurup, Sungai Medang, Aroma Pecco dan Air Terjun Telun Berasap. Lima objek wisata ini merupakan objek wisata yang mempunyai daya tarik tersendiri, suasana pemandangan yang masih asri dan juga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke masing-masing objek wisata di Kabupaten Kerinci.

Tabel 1
Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara, Nusantara dan Lokal
pada Objek Wisata dalam Kabupaten Kerinci
Tahun 2013-2014

No	Wisatawan	Tahun 2013	Tahun 2014
1	Wisatawan Mancanegara	1.235	1.040
2	Wisatawan Nusantara	38.985	54.125
3	Wisatawan Lokal	15.003	25.936
	Jumlah	55.223	81.106

Sumber: Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci

Dari hasil wawancara dengan Bapak Inasrijal,SE selaku Kepala UPTD Objek Wisata Danau Kerinci:

“Dari tahun ke tahun terdapat peningkatan pengunjung, namun pengunjung yang banyak berkunjung ke objek wisata Danau Kerinci pada waktu tertentu, seperti kegiatan Festival Masyarakat Peduli Danau Kerinci (FMPDK) dan pada lebaran. Tapi pihak UPTD objek wisata Danau Kerinci dan Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci untuk kedepannya mencari alternatif agar masyarakat selalu ingin berkunjung pada hari-hari biasa.”(Wawancara 10 Agustus 2015)

Pariwisata Kabupaten Kerinci memberikan kontribusi yang cukup besar dalam pembangunan Kabupaten Kerinci. Pembangunan pariwisata dirancang untuk meningkatkan daya tarik Kabupaten Kerinci sebagai daerah tujuan wisata. Program pembangunan yang baik menurut Bintarto (1997) harus memiliki ciri-ciri seperti tujuan dirumuskan secara jelas, penentuan peralatan proyek yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan program. Pengukuran dengan biaya yang diperkirakan dan keuntungan yang diharapkan dari program tersebut, hubungan dengan kata lainnya seperti berbagai upaya di bidang manajemen seperti penyediaan tenaga dan pembiayaan untuk melaksanakan program.

Banyak cara dan usaha yang dilakukan oleh Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci dalam mewujudkan semua usaha peningkatan kualitas pariwisata Kabupaten Karinci sebagai daerah yang layak diperhitungkan di mata dunia pariwisata. Usaha tersebut akan mempengaruhi keadaan lingkungan secara tidak langsung, baik dilihat dari segi lingkungan sosial maupun ekonomi. Dalam Rencana Strategi (Renstra) Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci tahun 2014-2019, adapun program prioritas pengembangan pariwisata tahun 2014 di masing-masing objek wisata.

Tabel 2
Program Pengembangan Pariwisata
Kabupaten Kerinci Tahun 2014

No	Program	Kegiatan
1	Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata	1. Pelaksanaan promosi wisata daerah 2. Partisipasi mengikuti pameran dan pengiriman duta seni mengikuti event wisata
2	Program Pengembangan Destinasi Wisata	1. Peningkatan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata <ul style="list-style-type: none"> a. Pembangunan jalan setapak aroma pecco b. Rehap gazebo dan pembangunan pagar objek wisata Danau Kerinci c. Rehap dermaga dan tempat pemandian Danau Kerinci d. Pembangunan kolam renang Air Panas Semurup, Sungai Medang dan penjagaan karcis 2. Peningkatan sarana dan prasarana ODTW (pemeliharaan) <ul style="list-style-type: none"> a. Rehap atap gedung pos penjualan karcis dan gebang b. Pembangunan tangga ODTW Air Terjun Telun Beeasap
3	Program Pengembangan Kemitraan	Pembinaan kelompok sadar wisata
4	Program Manajemen Pengelolaan Objek Wisata	Peningkatan pelayanan teknis pariwisata UPTD Kabupaten Kerinci

Sumber: Rencana Strategi tahun 2014-2019 Diporaparbud Kabupaten Kerinci

Program diatas secara teoritis dapat dijadikan rujukan untuk pelaksanaan pengembangan pariwisata Kabupaten Kerinci untuk kedepannya. Namun dalam implementasinya yang ditemukan dilapangan masih terdapat kekurangan dari setiap program-program tersebut. Terutama pada program pengembangan destinasi pariwisata yaitu kurangnya pengembangan dan pemanfaatan pada objek wisata yang telah ada.

Dilihat dari anggaran yang digunakan untuk menerapkan program dan kegiatan pariwisata Kabupaten Kerinci telah mencukupi, namun sarana dan prasarana yang merupakan pendukung sektor pariwisata yang kurang terawat, bahkan ada beberapa yang sudah tidak dapat digunakan namun

masih tetap dipertahankan. Sehingga pengelolaan objek wisata agar terlihat lebih nyaman dan menarik pun tidak bisa dilakukan secara maksimal, karena fasilitas yang sudah tidak dapat terpakai itu akan membuat semua fasilitas yang ada juga terlihat tidak terawat. Hal ini tentu akan memberikan kesan yang kurang baik bagi objek wisata itu sendiri.

Perlu adanya peningkatan di sektor pariwisata agar para wisatawan baik mancanegara, nusantara maupun lokal merasa nyaman dan tertarik untuk datang kembali ke objek wisata dalam Kabupaten Kerinci. Langkah yang dapat diambil agar bisa selangkah lebih maju dari pesaing adalah melihat efektivitas di masing-masing program pengembangan pariwisata apakah penggunaan sudah sesuai, sehingga dapat diambil tindakan dalam peningkatan di masa akan datang. Berdasarkan uraian di atas maka penulis berminat melakukan penelitian dengan judul **“Efektivitas Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Kerinci.”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, maka fokus penelitian ini adalah Bagaimana Efektivitas Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Kerinci?

C. Perumusan Masalah

1. Bagaimana efektivitas alokasi anggaran untuk pengembangan pariwisata dimasing-masing objek wisata?
2. Bagaimana efektivitas jumlah pengunjung di masing-masing objek wisata Kabupaten Kerinci?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi tentang:

1. Mengetahui sejauh mana efektivitas alokasi anggaran untuk pengembangan pariwisata dimasing-masing objek wisata.
2. Mengetahui sejauh mana efektivitas jumlah pengunjung di masing-masing objek wisata Kabupaten Kerinci.

E. Manfaat Penelitian

1. Memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan pada Jurusan Geografi FIS UNP.
2. Sebagai informasi dan pertimbangan bagi Pemerintah Kabupaten Kerinci dalam mengembangkan objek wisata di Kabupaten Kerinci.
3. Menambah keilmuan kepada pembaca, sehingga dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.
4. Memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam matakuliah Geografi Pariwisata.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Efektivitas

a. Pengertian Efektivitas

Pada dasarnya pengertian efektivitas yang umumnya menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengetian efisien, meskipun sebenarnya ada perbedaan diantara keduanya. Efektivitas menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisiensi lebih melihat pada bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai itu dengan membandingkan *input* dan *outputnya*.

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang dikutip Soewarno Handayaningrat S. (1994:16) yang menyatakan bahwa Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Hidayat (1986) yang menjelaskan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas,kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya.

b. Ukuran Efektivitas

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

Tingkat efektivitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun, jika usaha atau hasil pekerjaan dan tindakan yang dilakukan tidak tepat sehingga menyebabkan tujuan tidak tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif.

Dalam menentukan kriteria efektivitas telah ditetapkan oleh Menteri Dalam Negeri (Mendagri) dalam susanto (2010:78) sebagai berikut:

Tabel 3 Interpretasi Kriteria Efektivitas	
Presentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
90-100	Efektif
80-90	Cukup Efektif
60-80%	Kurang Efektif
<60%	Tidak Efektif

Rumus Efektivitas :

$$Efektivitas = \frac{Realisasi\ anggara}{Target\ anggaran} \times 100\%$$

Sumber: Halim (2004:93)

2. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* yang berarti jenderal atau panglima, sehingga strategi diartikan sebagai ilmu kejenderalan atau ilmu kepanglimaan. Strategi dalam pengertian kemiliteran ini berarti cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk mencapai tujuan perang (Gulo W 2002:1). Hingga awal zaman Industrialisasi pengertian strategi hanya sebatas pada makna militer. Baru setelah itu pengertian mengalami perluasan makna kedalam bidang-bidang lainnya seperti ekonomi, politik dan kemasyarakatan. Untuk memperjelas konsep strategi, sebagian orang mencoba membedakan antara strategi dan taktik, yaitu strategi sebagai cara-cara untuk mencapai tujuan jangka pendek (Peter Schoder dalam Prima 2011).

Strategi adalah ‘penetapan’ misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai (A. Steiner, George dan John B. Miner, 1997:18).

Menurut Stephanie K.Marrus dalam Umar, Husein (2003:4) Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara/ upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

b. Pelaksanaan Strategi

Dalam kamus bahasa Indonesia diberikan batasan mengenai pelaksana dan pelaksanaan, Pelaksana adalah orang-orang yang mengerjakan atau melaksanakan rencana yang telah disusun, sedangkan pelaksanaan adalah perihal perbuatan usaha atau pelaksanaan rancangan.

Kata pelaksanaan juga memiliki arti sama dengan implementasi, menurut J. Salusu dalam Samaya, Florensia Pagita (2012) bahwa implementasi merupakan rangkuman dari berbagai kegiatan yang didalamnya sumber daya manusia menggunakan daya lain untuk mencapai sasaran dari strategi. Kegiatan itu menyentuh semua jajaran manajemen mulai dari manajemen puncak sampai pada yang paling bawah.

Menurut Bryson dalam Skripsi Marzuki (2006 : 10) langkah pertama untuk mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan adalah membuat perencanaan strategik. Inti dari apa yang ingin dilakukan pada tahapan ini adalah bagaimana membuat rencana pencapaian (sasaran) dan rencana kegiatan (program dan anggaran) yang benar-benar sesuai dengan arahan (misi-visi) dan strategi yang telah ditetapkan organisasi.

Program berisi tahapan-tahapan kegiatan yang merupakan urutan kegiatan yang perlu dilakukan untuk mencapai sasaran strategik (*the step-by step sequence of actions*). Menurut Umar, Husein (2003:15) program pada hakikatnya adalah kumpulan proyek. Jika perusahaan hanya memiliki satu proyek, dalam hal ini proyek bisa disamakan dengan program. Sedangkan dalam rumusan anggaran berisi rencana kegiatan/program (biasanya

tahunan) yang disertai taksiran sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan semua kegiatan yang direncanakan. Selain itu juga ditunjuk orang yang bertanggung jawab untuk melaksanakan rencana-rencana kegiatan.

1) Program

Program adalah pernyataan aktivitas-aktivitas atau langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai. Program melibatkan restrukturisasi organisasi, perubahan budaya internal organisasi, atau awal dari suatu usaha penelitian baru.

2) Anggaran

Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara rinci dalam biaya, yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan. Anggaran tidak hanya memberikan perencanaan rinci dari strategi baru dalam tindakan, tetapi juga menentukan dengan laporan keuangan performa yang menunjukkan pengaruh yang diharapkan dari kondisi keuangan organisasi.

3) Prosedur

Prosedur yang kadang disebut *Standard Operating System (SOP)*. Prosedur adalah sistem langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan yang menggambarkan secara rinci bagaimana suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan. Prosedur secara khusus merinci berbagai aktifitas yang harus dikerjakan untuk menyelesaikan program-program organisasi. Setelah

sebuah strategi diformulasikan, strategi tersebut harus dikembangkan secara logis dalam bentuk tindakan. Tahap inilah yang disebut dengan implementasi strategi. Masalah implementasi ini cukup rumit, oleh karena itu agar penerapan strategi organisasi dapat berhasil dengan baik, manajer harus memiliki gagasan yang jelas tentang isu-isu yang berbeda dan bagaimana cara mengatasinya. Dalam tahap ini masalah struktur organisasi, budaya perusahaan dan pola kepemimpinan akan dibahas secara lebih mendalam.

Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Tindakan pengelolaan bermacam-macam sumber daya organisasi dan manajemen yang mengarahkan dan mengendalikan pemanfaatan sumber-sumber daya organisasi (keuangan, manusia, peralatan dan lain-lain) melalui strategi yang dipilih. Implementasi strategi diperlukan untuk memperinci secara lebih jelas dan tepat bagaimana sesungguhnya pilihan strategi yang telah diambil direalisasikan.

3. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Secara *etimologis* pariwisata berasal dari bahasa sangskerta, yang terdiri dari dua suku kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak, berkali-kali atau berkeliling *wisata* berarti perjalanan atau berpergian. Undang-undang RI No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai

fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat muttidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Menurut Yoeti (1996:113) pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut Kodhyat (1995:1) mendefinisikan pariwisata adalah suatu fenomena yang ditimbulkan oleh salah satu bentuk kegiatan manusia, yaitu kegiatan yang disebut perjalanan (*travel*). Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun berkelompok untuk sementara waktu, dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha dan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, akan tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam (Bakaruddin 2008:16).

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat penulis simpulkan bahwa Pariwisata merupakan suatu perjalanan untuk bertamasya ketempat yang pernah atau belum pernah dikunjungi untuk mencari suasana yang baru.

b. Potensi Pariwisata

Dalam Kamus Bahasa Indonesia pengertian potensi adalah Kesanggupan, kekuatan, dan kemampuan. Sedangkan menurut Soekadijo, R G (1997:49) menjelaskan pengertian potensi pariwisata dengan menggunakan isitilah modal kepariwisataan (*tourism assets*) atau sering juga disebut sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Menurut Suwantoro, Gamal (2004:19) menjelaskan bahwa pada umumnya yang menjadi potensi dan daya tarik suatu objek wisata berdasarkan pada:

- 1) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- 2) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- 3) Adanya ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka.
- 4) Adanya sarana atau prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- 5) Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pengunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya.
- 6) Objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-uoacara ada, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

Potensi pariwisata yang dikembangkan akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Potensi pariwisata yang juga disebut dengan modal kepariwisataan atau sumber daya wisata, pengembangannya sangat tergantung dari kemampuan dan kemauan manusia. Menurut Soekadijo, R G (1997:50) potensi pariwisata sebagai modal kepariwisataan, dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata di tempat dimana modal kepariwisataan itu ditemukan (*in situ*) maupun di luar tempat aslinya (*ex situ*). Modal atau potensi pariwisata dapat berupa alam, kebudayaan dan manusia itu sendiri.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa potensi adalah daya, kekuatan, kemampuan dan kesanggupan baik yang berasal dari lingkungan alam yang dapat mendukung kehidupan manusia maupun suatu proses yang disebabkan oleh sumber daya manusia yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan.

1) Sarana dan prasarna

Sarana kepariwisataan adalah kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisata (Suwantoro, Gamal 2004:22). Sedangkan prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya (A.Yoeti 1996:186).

Sarana kepariwisataan dapat dibagi kedalam tiga bagian yaitu sarana pokok kepariwisataan, sarana pelengkap kepariwisataan dan sarana penunjang kepariwisataan.

a) Sarana pokok kepariwisataan

Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata, diantaranya:

- (1) *Travel agent* dan *tour operator*
- (2) Perusahaan-perusahaan angkutan wisata
- (3) Hotel dan jenis akomodasi lainnya
- (4) Bar dan restoran, serta rumah makan lainnya
- (5) Objek wisata dan atraksi wisata

b) Sarana pelengkap kepariwisataan

Sarana pelengkap kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah membuat agar para wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Termasuk kedalam kelompok ini adalah:

- (1) Sarana olahraga, seperti lapangan tenis, lapangan golf, kolam renang, permainan bowling, daerah perburuan, berlayar dan berselancar.
- (2) Sarana ketangkasan, seperti permainan bola sodok, *jackpot*, *pachinko*, dan *amusement*.

c) Sarana penunjang kepariwisataan

Sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi berfungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjunginya. Yang termasuk kedalam kelompok ini adalah *nighth club, steam baths dan casinos.*

Menurut Lothar A. Kreck dalam A.Yoeti (1996:186) membagi Prasarana atas dua bagian yang penting yaitu prasarana ekonomi dan prasarana sosial.

a) Prasarana perekonomian, yang dapat dibagi atas:

- (1)Transportasi yaitu pengangkutan yang dapat membawa para wisatawan dari negara di mana ia biasanya tinggal, ke tempat atau negara yang merupakan daerah tujuan wisata.
- (2)Prasarana komunikasi yaitu berupa telepon, telegraf, radio, TV, surat kabar dan kantor pos. Hal ini penting karena dalam rangka memberikan informasi kepada keluarga tentang situasi dan kondisi perjalanan serta menunjukkan kepuasan pribadi.
- (3)UTILITIES yaitu penerangan listrik, persediaan air minum, sistem irigasi dan sumber energi. Faktor utilities sangat menuntukan, apabila ingin membangun hotel, rumah makan, dan tempat lain-lainnya.
- (4)Sistem perbankan, dengan adanya pelayanan bank bagi para wisatawan berarti bahwa wisatawan mendapat jaminan untuk dengan

mudah menerima atau mengirim uangnya dari dan negeri asalnya tanpa mengalami birokrasi pelayanan.

b) Prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Termasuk dalam kelompok ini adalah:

(1) Sistem pendidikan, adanya lembaga-lembaga pendidikan yang mengkhususkan diri dalam, pendidikan kepariwisataan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan tidak hanya pelayanan bagi wisatawan, tetapi juga untuk memelihara dan mengawasi suatu badan usaha yang bergerak dalam kepariwisataan.

(2) Pelayanan kesehatan, Dinas Pariwisata setempat perlu mengkoordinasi pelayanan kesehatan bagi wisatawan yang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata. Misalnya pada setiap penginapan perlu kerjasama dengan tenaga teknis kesehatan.

(3) Faktor keamanan penting artinya bagi wisatwan. Jika keamanan tidak terjamin jangan diharapkan wisatawan akan berkunjung kedaerah tersebut.

(4) *Government apparatur* yaitu petugas yang langsung melayani wisatawan seperti : petugas imigrasi, bea cukai, petugas kesehatan, polisi dan petugas lainnya.

Prasarana dibagi menjadi tiga kelompok yaitu prasarana umum, kebutuhan masyarakat dan prasarana kepariwisataan.

- a) Prasarana umum yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak yang pengadaannya bertujuan untuk membantu kelancaran roda perekonomian. Yang termasuk prasarana umum antara lain pembangkit tenaga listrik, penyediaan sumber air bersih, sistem jaringan jalan raya, sistem irigasi dan telekomunikasi.
- b) Kebutuhan masyarakat banyak seperti rumah sakit, kantor pos, apotek, pompa bensin, perbankan, polisi dan sebagainya.
- c) Prasarana kepariwisataan diantaranya:
 - (1) *Receptive Tourist Plan*, segala bentuk badan usaha atau organisasi yang kegiatannya khusus untuk mempersiapkan kedatangan wisatawan pada daerah tujuan wisata. Termasuk dalam ini adalah *Travel agent* dan *Tour operator*, *Tourist information center* (yang terdapat di air port, di pelabuhan, terminal atau suatu resort).
 - (2) *Residential tourist plan*, semua fasilitas yang dapat menampung kedatangan wisatawan untuk menginap dan tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata. Termasuk dalam kelompok ini adalah semua bentuk akomodasi yang diperuntukan bagi wisatawan, termasuk segala bentuk rumah makan dan restoran, contohnya hotel, motel, apotek, wisma, perumahan rakyat (*home stay*), *cottage* dan lain-lain.
 - (3) *Reactive and sportive plan*, semua fasilitas yang dapat digunakan untuk tujuan rekreasi dan olahraga. Termasuk dalam kelompok ini

adalah fasilitas main golf, main ski, kolam renang, perahu layar selancar, memancing, lapangan tenis, dan fasilitas lainnya.

Jadi yang dimaksud dengan sarana kepariwisataan adalah pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau badan pengelolaan kepada wisatawan atau pengunjung yang ada pada suatu objek wisata. Sehingga pengelolaannya sangat tergantung kepada wisatawan tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan prasarana kepariwisataan dalam penelitian ini adalah semua fasilitas pemungjung yang diberikan kepada wisatawan sebagai pelengkap dari sarana kepariwisataan yang dibutuhkan wisatawan.

2) Atraksi

Atraksi merupakan unsur yang paling penting dalam menyusun suatu produk wisata. Atraksi harus mencerminkan khas dari alam dan budaya daerah serta mempunyai keunikan atau berbeda dari daerah lainnya. Menurut Soekadijo, R G (1997:240) mengemukakan bahwa suatu daerah atau tempat hanya menjadi tujuan wisata kalau kondisi sedemikian rupa sehingga ada yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata. Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*)”

Lebih lanjut menurut Soekadijo, R G (1997:61) bahwa atraksi wisata yang baik harus mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberikan kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Untuk mencapai hasil itu, beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

- a) Kegiatan (*act*) dan objek (*artifact*) yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan yang baik.
- b) Karena atraksi itu harus disajikan dihadapan wisatawan, maka cara penyajiannya harus tepat.
- c) Atraksi wisata adalah terminal dari suatu mobilitas spasial, suatu perjalanan.
- d) Keadaan ditempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama.
- e) Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan atraksi wisata harus diusahakan supaya bertahan selama mungkin.

Atraksi wisata ini erat kaitannya dengan istilah *tourism resources*.

Menurut Prof. Marioti dalam Yoeti, Oka A (1996:172) *tourism resources* disebut dengan istilah “*attractive spotanee*”, yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke suatu tempat dawrah tjuan wisata, di antaranya adalah:

- a) Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, yang dalam istilah pariwisata disebut dengan istilah *Natural Amenities* yaitu:
 - (1) Iklmi, misalnya cuaca cerah, sejuk, banyak sinar matahari.
 - (2) Bentuk tanah dan pemandangan.
 - (3) Hutan berlukar, misalnya hutan yang luas, banyak berpohon-pohon.

(4) Flora dan fauna, misalnya tanaman-tanaman yang aneh, burung-burung, cagar alam.

(5) Pusat-pusat kesehatan.

- b) Hasil ciptaan manusia, yaitu benda-benda bersejarah.
- c) Tata cara hidup masyarakat yaitu cara hidup tradisional dari suatu masyarakat yang merupakan salah satu sumber penting yang ditawarkan pada wisatawan, contohnya bagaimana kebiasaan hidupnya, adat istiadatnya yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan untuk datang dan tinggal lebih lama lagi di daerah tersebut.

Syarat yang harus dipenuhi dalam mengembangkan suatu daerah tujuan wisata menjadi daerah kunjungan wisata adalah:

- a) Daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai “*something to see*”, artinya di tempat tersebut arus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.
- b) Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to do*”, artinya ditempat tersebut setiap banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau amusements yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- c) Di daerah itu harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to buy*”, artinya di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang souvenir dan

kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing (Yoeti, Oka A 1996:177).

3) Promosi dan publikasi

Menurut Soekadijo, R G (1997:240) promosi adalah menyesuaikan produk pariwisata dengan permintaan wisatawan, sehingga produk menjadi lebih menarik. Promosi dapat atas promosi langsung dan tidak langsung.

a) Promosi langsung (*consumer promotion*)

Sasaran terakhir dari semua kegiatan pemasaran dan promosi ialah orang-orang yang akhirnya mengeluarkan uang untuk mengadakan perjalanan wisata. Berhasil tidaknya promosi kepariwisataan akan kelihatan dari banyaknya jumlah orang yang sungguh-sungguh memberi produk pariwisata yang dipromosikan. Cara-cara yang digunakan untuk keperluan promosi langsung yaitu:

- (1) Peragaan (*display*), misalnya rumah adat, pakaian tradisional, gambar-gambar. Dengan peragaan itu produk dan tempat penjualannya lebih mudah dikenal oleh calon konsumen/wisatawan.
- (2) Barang cetakan (*prospectus, leaflet, folder, booklate atau brochure*) yang disebarluaskan ke pasar. Berbagai informasi dan imbauan dapat dicantumkan di dalamnya.
- (3) Pameran khusus berupa benda-benda kebudayaan, pertunjukan kesenian dan sebagainya yang dapat ditingkatkan menjadi pekan atau bulan pariwisata, yang dapat diadakan di daerah pasar maupun di dawrah tujuan wisata sendiri.

(4) Pemberian ‘rabat’ selama jangka waktu tertentu, biasanya diberikan selama waktu promosi.

(5) Pemberian ‘hadiah’ khusus selama waktu promosi kepada konsumen/wisatawan, misalnya tas perjalanan, karcis bebas untuk atraksi di daerah pariwisata dan sebagainya.

b) Promosi tidak langsung (dealer promotion)

Promosi tidak langsung pertama-tama ditujukan kepada penyalur produk pariwisata, seperti biro perjalanan umum dan cabang-cabangnya, agen perjalanan, organisasi-organisasi perjalan dan sebagainya. Cara-cara yang digunakan untuk keperluan promosi tidak langsung yaitu:

(1) Pemberian informasi dalam bentuk barang cetak

(2) Publikasi dalam majalah-majalah profesi yang beredar di daerah perusahaan penyalur.

(3) Kunjungan kepada perusahaan-perusahaan penyalur.

(4) Pertemuan-pertemuan dengan perusahaan penyalur untuk memberi informasi.

(5) Menyelenggarakan ‘temu karya’ (*workshop*)

(6) Mengundang wakil-wakil perusahaan penyalur untuk mengunjungi daerah tujuan wisata.

Berbeda dengan promosi yang bersaha lebih menyesuaikan produk dengan permintaan pasar, maka ‘publikasi’ berusaha menciptakan permintaan atau mempengaruhi permintaan yang

menonjolkan kesesuaian produk wisata dengan permintaan.

Didalam publikasi dapat dilihat adanya tiga tahapan pokok, yaitu:

- a) Penyebaran informasi
 - b) Penanaman kepercayaan dan keyakinan
 - c) penjualan
- c. Pengembangan objek wisata

Menurut kamus Bahasa Indonesia pengembangan diartikan sebagai hal, cara atau hasil kerja. Secara umum pengembangan objek wisata diartikan sebagai usaha untuk mendorong perubahan atau pengembangan kepariwisataan yang bertujuan memperoleh keuntungan dan manfaat yang lebih baik.

Menurut Karyono, Hari (1997:28) agar suatu daerah tujuan wisata mempunyai daya tarik, di samping harus ada obyek wisata dan atraksi wisata, suatu daerah tujuan wisata harus mempunyai tiga syarat daya tarik, yaitu ada sesuatu yang dilihat (*something to see*), ada sesuatu yang dapat dikerjakan (*something to do*) dan ada sesuatu yang bisa dibeli (*something to buy*)

Yoeti, Oka A dalam Yelzi (2014) menyatakan perlunya pengembangan objek wisata sebagai berikut:

- 1) Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak.

- 2) Pengembangan pariwisata banyak yang bersifat ekonomis sebab motivasi utama wisatawan mengunjungi suatu kawasan objek wisata adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam yang dikunjungi.
- 3) Untuk kecurangan berfikir, mengurangi salah pengertian dan dapat mengetahui tingkah laku wisatawan yang datang berkunjung terutama bagi masyarakat di daerah tujuan wisata yang bersangkutan.

Pengembangan objek wisata menjadi daerah tujuan wisata yang dapat diandalkan dapat ditentukan oleh berbagai pihak produk wisata yang harus dimiliki daerah tersebut, faktor-faktor tersebut antara lain adalah objek yang disaksikan dan mempunyai daya tarik khusus dan berbeda dengan daerah lainnya, kemudian ada atraksi wisata yang disajikan untuk wisatawan, atau oleh-oleh khusus yang dapat dibeli dan dibawa pulang serta didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai seperti restoran, penginapan, transportasi, komunikasi dan lainnya (Khodyat 1996:58).

Berhasilnya pengembangan objek wisata suatu daerah harus ditunjang pula oleh kerjasama yang baik antara unsur-unsur kepariwisataan dalam upaya pengembangan objek wisata. Dari pendapat yang telah dikemukakan di atas diketahui bahwa perlu adanya keterpaduan dan kerja sama yang baik antara unsur-unsur kepariwisataan dalam pengembangan objek wisata. Dalam hal ini peranan masyarakat sangat penting, pengertian masyarakat di sini mencakup tiga komponen yaitu:

- 1) Komponen pemerintah, di mana adanya suatu usaha-usaha mampu meningkatkan sumber dana dan menciptakan lapangan kerja yang seluas-luasnya bagi seluruh warga.
- 2) Komponen penyelenggara, yaitu dengan berusaha untuk dapat terselenggaranya dengan lancar dan dapat memberikan keuntungan dari kegiatan pariwisata.
- 3) Komponen masyarakat sebagai pemilik wilayah dan pendukung serta pelaku budaya setempat berusaha mengupayakan, melestarikan wilayah dan kehidupan di alam budayanya agar tidak tercemar (Direktoral Jenderal Pariwisata dalam Yelzi 2014).

Jadi yang dimaksud dengan pengembangan objek wisata adalah suatu usaha yang sungguh-sungguh dilakukan oleh komponen pemerintah, masyarakat dan swasta dalam upaya untuk membenahi suatu objek wisata baik segi fisik maupun dari non fisik agar objek wisata itu akan terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu sehingga akan mendatangkan manfaat bagi semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam usaha pengembangan objek wisata tersebut.

B. Kerangka Konseptual

Pembangunan dan pengembangan kepariwisataan diarahkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan pendapatan daerah. Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya adalah mengembangkan dan memanfaatkan objek wisata dan daya tarik wisata yang merupakan potensi daerah yang dimiliki.

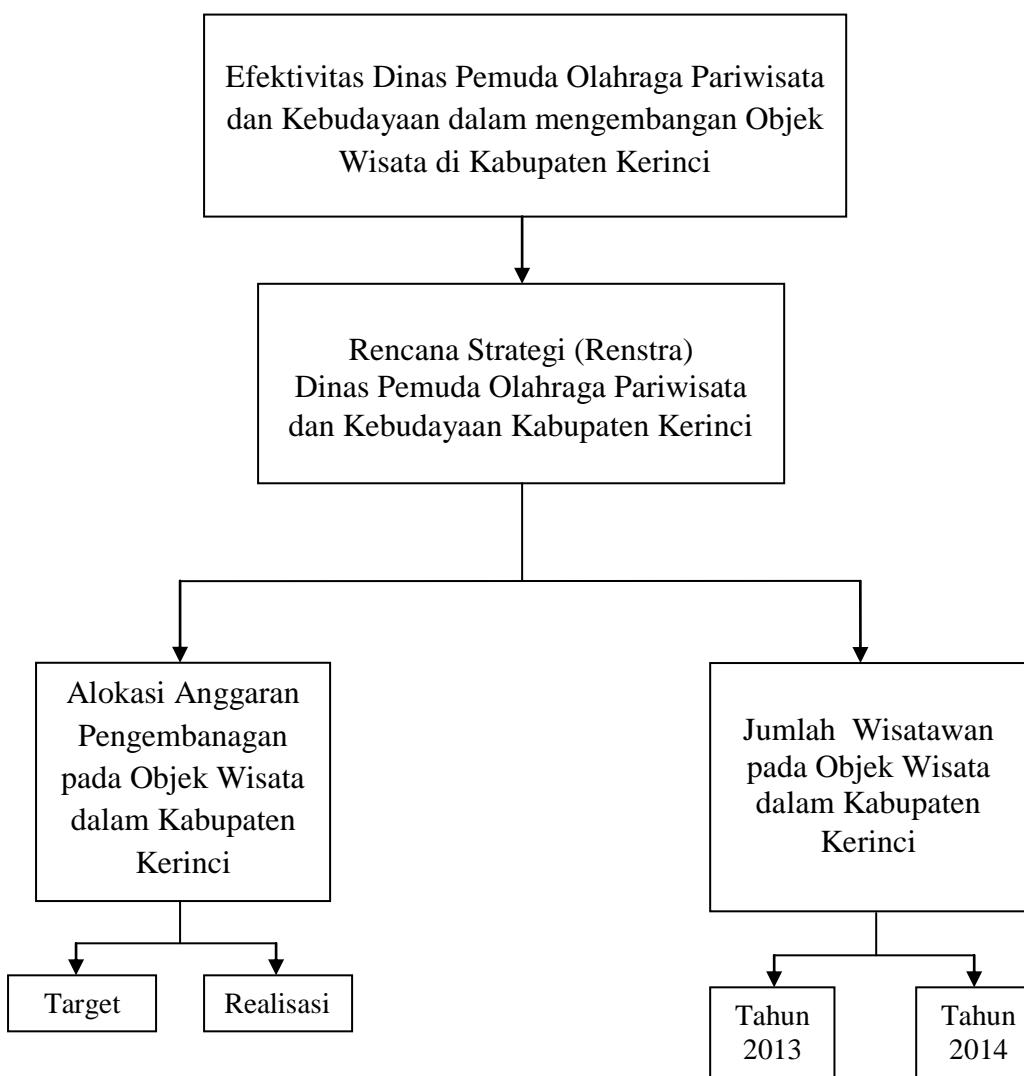
Dinas Pemuda Olaharaga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci menyusun Rencana Strategi (Renstra) yang menjadi dasar pijakan bagi aparatur dalam melaksanakan segala aktifitas Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan untuk lima Tahun kedepan. Rencana Strategi ini merupakan dokumen perencanaan yang berisi Visi misi, tujuan, sasaran, kebijakan, strategi, program dan kegiatan-kegiatan yang menjadi pedoman bagi Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan dalam menyusun program dan kegiatan secara menyeluruh.

Dalam mewujudkan pertumbuhan dan kemajuan yang dicapai di sektor pariwisata, maka perlu mekanisme perencanaan dan pelaksanaan pembangunan daerah yang dilaksanakan di Kabupaten Kerinci memerlukan pelaksanaan program yang kreatif, khususnya dalam pengembangan yang berkontribusi terhadap usaha pemanfaatan segenap komponen sumber daya yang tersedia di daerah.

Efektivitas pelaksanaan pengembangan pariwisata Kabupaten Kerinci dapat terlaksana apabila unsur yng terlibat dalam proses pelaksanaannya dapat berperan dengan baik. Seperti anggaran, yang merupakan faktor penting dalam mengembangkan pariwisata, tanpa adanya ada anggaran yang terealisasai, pengembangan tidak dapat dilakukan secara efektif.

Tingkat kunjungan wisatawan ikut terlibat dalam menentukan efektivitas pengembangan pariwisata. Apabila jumlah kunjungan penurun maka pengembangan pariwisata pada masing-masing objek wisata belum

efektif, namun sebaliknya apabila kunjungan wisatawan mengalami peningkatan maka pengembangan pariwisata yang dilakukan sudah efektif.



Gambar 1:
Bagan alur Efektivitas Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan dalam Mengembangkan objek wisata di Kabupaten Kerinci



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat di simpulkan bahwa:

1. Anggaran yang dialokasikan Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci untuk bidang pariwisata pada tahun 2014 sebesar 42,32% dari total keseluruhan anggaran yang dikeluarkan pemerintah Kabupaten Kerinci untuk Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata Kabupaten Kerinci. Dari segi anggaran yang terealisasi untuk penerapan program pengembangan pariwisata Kabupaten Kerinci tahun 2014 sudah sudah efektif di masing-masing program dan kegiatan pengembangan, yang pencapaian anggaran untuk masing-masing program pengembangan mencapai 99%. Namun dari segi penerapan aplikasinya di lapangan masih kurang, oleh sebab itu ada beberapa program kegiatan yang pelaksanaan yang telah dibuat namun tidak dapat dijalankan semestinya.
2. Wisatawan yang berkunjung pada objek wisata dalam Kabupaten Kerinci terdiri dari wisatawan mancanegara, nusantara maupun lokal. Berdasarkan jumlah secara keseluruhan kunjungan wisatawan dari tahun 2013-2014 mengalami peningkatan di masing-masing objek wisata sebesar 68,08%, namun peningakatan jumlah kunjungan wisatawan tersebut di katagorikan kurang efektif, berdasarkan kriteria efektivitas.

B. Saran

1. Pemerintah Kabupaten Kerinci khususnya Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci harus lebih bijak dalam menggunakan anggaran untuk masing-masing program pariwisata dan memanfaatkan fasilitas sarana prasarana pendukung pariwisata agar menjadi suatu daya tarik wisata yang dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Kerinci.
2. Agar dapat mencapai tingkat efektivitas anggaran pengembangan pariwisata dan peningkatan kunjungan wisatawan yang optimal, perlu adanya peningkatan kualitas dan kuantitas dari segi sumber daya manusia.
3. Pemanfaatan teknologi informasi perlu ditingkatkan untuk mengenalkan dan mempromosikan potensi-potensi wisata kepada masyarakat luas. Dengan pemanfaatan teknologi maka Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci hendaknya mengaktifkan *website* secara optimal dan menjelaskan di dalamnya secara detail tentang daya tarik yang dimiliki oleh Kabupaten Kerinci.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Steiner, George dan John B. Miner. 1997. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*. Jakarta. Erlangga.
- Albone,dkk. 2009. *Panduan Penyusunan Proposal Dengan Mudah*. Padang. Yayasan Jihadul Khair Center.
- Bakarudin, 2008. *Perkembangan Dan Permasalahan Kepariwisataan*. Padang. UNP Press.
- Bintoro, Tjokroamidjojo. 1997. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. LP3ES. Jakarta.
- Bryson, John. 2007. *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*. Jogyakarta. Pustaka Belaja Offset.
- Devinawati, Lora. 2011. *Strategi Optimalisasi Aset Daerah di Sektor Pariwisata Kabupaten Kerinci dalam Meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD)*. Skripsi .UNAND.
- Gulo, W. 2002. *Strategi Belajar-Mengajar*. Jakarta. PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Halim, Abdul. 2004. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Salemba Empat. Jakarta.
- Handayanigrat, Soewarno.1994. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manjemen*. Jakarta. Cv Hajimasagung.
- Hidayat. 1986. *Teori Efektivitas dalam Kinerja Karyawan*. Yogyakarta. Gajah Mada Universiti Press.
- Kerinci Dalam Angka 2014
- Karyono, Hari. 1997. *Kepariwisataan*. Jakarta. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kodhyat. 1995. *Sejarah Pariwisata Dan Perkembangannya Di Indonesia*. Jakarta. PT Gramedia Widiasarana.
- Moleong, Lexi J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Karya.
- Rencana Strategi (Renstra) Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci Tahun 2014-2019.