

**PROSPEK OBJEK WISATA TANJUNG MUTIARA
DANAU SINGKARAK KECAMATAN BATIPUH SELATAN
KABUPATEN TANAH DATAR**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)*



RAMA YELZI MULIA

55165/2010

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI

JURUSAN GEOGRAFI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2014

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Pengaji Skripsi
Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang

PROSPEK OBJEK WISATA TANJUNG MUTIARA DANAU SINGKARAK KECAMATAN BATIPUH SELATAN KABUPATEN TANAH DATAR

Nama : RAMA YELZI MULIA

BP/ NIM : 2010/55165

Jurusan : Geografi

Program Studi : Pendidikan Geografi

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Januari 2015

Tim Pengaji:

Ketua : Drs. Helfia Edial, MT

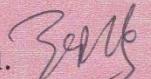
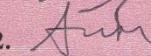
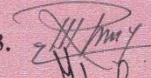
Seketaris : Febriandi, S.Pd. M.Si

Anggota : Dra. Rahmeli, M.Pd

Dra. Yurni Suasti, M.Si

Dra. Endah Purwaningsih, M.Sc

Tanda Tangan

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 

ABSTRAK

Rama Yelzi Mulia (55165/2010) Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar. Skripsi. Program Studi Pendidikan Geografi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Padang. 2014.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak dilihat dari (1) sarana dan prasarana (2) atraksi Wisata (3) Promosi dan Publikasi.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi baik faktor yang tergolong internal maupun faktor yang tergolong eksternal. Penetapan subjek penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. (1) Hasil penelitian dan analisis menunjukan bahwa, (1) Prospek objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak berdasarkan sarana dan prasarana yang ada belum memadai. Untuk itu harus ada peningkatan sarana dan prasarana yg ada melalui strategi peningkatan mutu sarana dan prasarana pariwisata objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak dan apabila strategi peningkatan mutu sarana dan prasarana dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak akan maju dan berkembang, tetapi apabila tidak dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara akan semakin mundur dan tertinggal. (2) Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara dilihat dari atraksi wisata yang ada masih berupa atraksi wisata alami belum ada atraksi buatan. Untuk itu harus ada peningkatan atraksi wisata, melalui strategi peningkatan mutu atraksi wisata dan apabila strategi peningkatan atraksi wisata dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak akan maju dan berkembang, tetapi apabila tidak dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara akan semakin mundur dan tertinggal.

(3) Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak dilihat dari Promosi dan publikasi belum dilakukan semaksimal mungkin. Untuk itu harus ada peningkatan pengembangan promosi dan publikasi melalui strategi peningkatan pengembangan promosi dan publikasi dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak akan maju dan berkembang, tetapi apabila tidak dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara akan semakin mundur dan tertinggal.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullaahi wabarakatuh

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan ke-hadirat Allah SWT pencipta alam yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar”**. Danshalawatbeserta salam tidaklupapenulisucapkankepadajunjunganalam,yakniNabiMhammadSAWyangtelahmemb erikanperubahankepadaumatmanusiauntukmenjadimanusiayangberilmupengetahuandanb erakhlakulkharimah.SkripsiiniidisusunsebagaisalahsatusyaratuntukmemperolehgelarSarjan aPendidikanProgram StudiPendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial UniversitasNegeri PadangDalampenulisanskripsiinipenulistidaklepasdaribantuanbimbingandandorongandari banyakpihak,untukitupadakesempataninipenulismengucapkanterimakasihkepadapihakpih akyangtelahmembantudalammenyelasaikanskripsiini, diantaranyakepada:

1. BapakDrs. Helfia Edial, MT selaku Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, fikiran, dan kesabaran untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Febriandi, S.Pd, M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, fikiran, dan kesabaran untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Drs. Yurni Suasti, M.PdselakuKetua Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial UniversitasNegeri Padang.
4. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Geografi, Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama kuliah di Fakultas Ilmu Sosial.
5. Bapak/Ibu Karyawan Jurusan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang .
6. Yang teristimewa buat kedua orang tua (Ayah Zulhelmi dan Ibu Endra) yang selalu memberikan dukungan moril dan materil sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Terimakasihuntuksetiap tetesan keringat yang diberikan demi menguliahkan Ananda.
7. Untuk sahabat-sahabatku tersayang, dan teman-teman angkatan Geografi 2010 tercinta,yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, terimakasihuntuksegalahalindah yang kitalewatibersama.

Semoga segala bimbingan dan dorongan serta perhatian yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT, Amin.

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 sifatnya membangun kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	7
1. Pengertian Prospek.....	7
2. Potensi Pariwisata.....	7
a. Sarana dan Prasarana.....	8
b. Atraksi Wisata.....	12
c. Promosi dan Publikasi.....	15
3. Pengembangan Objek Wisata.....	17
B. Penelitian yang Relevan.....	19
C. Kerangka Berpikir.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Tempat Penelitian.....	22
C. Informan Penelitian	22
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	23
E. Sumber Data.....	23
F. Teknik Pengumpulan Data.....	24
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	26
H. Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Temuan Umum	29
1. Letak Luas dan Batas	29
2. Kondisi Fisik Daerah	30
a. Topografi.....	30
b. Keadaan Iklim.....	30
3. Kondisi Non Fisik Daerah	31
a. Penduduk.....	31

b. Mata Pencaharian.....	32
c. Budaya.....	33
d. Agama.....	33
B. Temuan Khusus	33
1. Daya Tarik Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak	34
2. Sarana dan Prasaran Objek Wisata	36
3. Atraksi Wisata.....	44
4. Promosi dan Publikasi Objek Wisata.....	46
C. Hasil Analisis SWOT Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak.....	47
D. Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Gambar	Halaman
1. Perkembangan Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak.....	4
2. Klasifikasi SWOT.....	27
3. Jumlah Penduduk Nagari Batu Taba per Jorong.....	31
4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian.....	32
5. Jumlah Sarana dan Prasarana Nagari Batu Taba.....	33
6. Hasil Analisis SWOT Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar..	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagan Alur.....	21
2. Salah Satu Daya Tarik Objek Wisata Tanjung Mutiara Berupa Hamparan Danau yang luas.....	34
3. Salah Satu Daya Tarik Objek Wisata Tanjung Mutiara Pepohonan yang tumbuh di dominasi oleh kelapa.....	34
4. Salah Satu Pemandangan Alam Objek Wisata Tanjung Mutiara...	35
5. Salah Satu Pemandangan Alam Objek Wisata Tanjung Mutiara...	36
6. Pintu Gerbang Objek Wisata Tanjung Mutiara.....	37
7. Rumah Makan di Objek Wisata Tanjung Mutiara.....	38
8. Tempat Duduk untuk menikmati keindahan Alam.....	38
9. WC Umum di Objek Wisata Tanjung Mutiara.....	39
10. Tong K3 di Objek Wisata Tanjung Mutiara	39
11. Musholla di Objek Wisata Tanjung Mutiara.....	40
12. Lapangan Parkir di Objek Wisata Tanjung Mutiara.....	40
13. Jalur Lalu Lintas menuju Objek Wisata Tanjung Mutiara.....	43
14. Atraksi Wisata Berupa Pemandangan Alam.....	44
15. Atraksi Wisata Berupa Pemandangan Alam.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	Halaman
1. Peta Administratif.....	62
2. Instrumen Penelitian.....	63
3. Surat Izin Penelitian.....	71
4. Surat Rekomendasi dari Dinas Kesbangpol Kabupaten Tanah Datar	72
5. Informan Penelitian.....	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk didalamnya di sektor pariwisata. Untuk lebih memantapkan pertumbuhan sektor pariwisata dalam rangka mendukung pencapaian sasaran pembangunan. Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian nilai-nilai kepribadian dan pengembangan budaya bangsa, dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam Indonesia.

Pemanfaatan disini bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih berarti mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, dimana potensi tersebut dirangkaikan menjadi satu daya tarik wisata. Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan dibidang ekonomi. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor non-migas yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Negara.

Usaha mengembangkan dunia pariwisata ini didukung dengan UU N0 10 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatnya taraf hidup masyarakat dan memperluas kesempatan kerja mengingat semakin banyaknya pengangguran saat ini, meningkatkan rasa cinta lingkungan serta melestarikan alam dan budaya setempat.

Tanjung Mutiara terletak di Nagari Batu Taba Kecamatan Batipuh Selatan dengan jarak sekitar 30 kilometer dari pusat Kota Batusangkar ke arah Kota Solok. Persisnya terletak di jalan lintas Sumatera yang menghubungkan jalur Bukittinggi/Padang Panjang - Solok. Objek Wisata Tanjung Mutiara sudah ada sejak tahun 1983 yang awalnya dibuka oleh masyarakat disekitar Tanjung Mutiara, objek wisata Tanjung Mutiara memiliki luas ± 3 hektar, strategi pengelolaan objek wisata Tanjung Mutiara sekarang atas nama Pemerintah Daerah Kabupaten Tanah datar tetapi dikelola oleh Nagari Batu Taba. Untuk mencapai objek wisata Tanjung Mutiara tidak sulit untuk di temukan, bisa menggunakan kendaraan roda dua dan empat serta tersedianya sarana angkutan umum yang bisa mengantarkan ke lokasi Tanjung Mutiara.

Jika membawa kendaraan pribadi, maka tinggal mengikuti jalan dari Kota Padang Panjang yang akan mengarah kekota Solok. Perjalanan tidak akan memakan waktu terlalu lama, dan akan melihat petunjuk lokasi Tanjung Mutiara. Untuk kendaraan umum, bisa menggunakan bis antar kota dengan jurusan Solok. Objek wisata Tanjung Mutiara memiliki pantai yang indah tetapi bukan pantai laut melainkan berupa pantai dari Danau Singkarak. Panorama alamnya tak kalah indah dengan pantai-pantai yang lain, Pepohonan yang tumbuh, juga didominasi oleh kelapa, sehingga menjadikan suasana pantainya semakin sejuk. Udara danau yang sejuk, membuat suasana terasa nyaman dengan pemandangan perbukitan di sekitarnya.

Beberapa pondok-pondok penjual makanan sudah tersedia untuk melengkapi kegiatan wisata agar terhindar dari rasa lapar saat berwisata ke tempat ini. Kuliner khas ketika berlibur ke tempat ini adalah ikan bilih. Ikan yang memiliki panjang 3 sampai 4 sentimeter ini, hanya bisa ditemukan dan hidup di Danau Singkarak dan pangek sasau. Untuk masuk ke kawasan Tanjung Mutiara, di pungut biaya satu orangnya cukup membayar uang sebesar Rp 5.000, selebihnya bebas menikmati keindahan alam dan segarnya air di danau ini.

Jika ingin lebih menikmati keindahan alam di Tanjung Mutiara, bisa menyewa perahu sewaan untuk merasakan suasana ketika berada di atas danau, juga bisa bermain air dan mandi karena airnya sangat segar dan bersih. Selain itu dengan adanya spesies ikan yang langka dan satu-satunya di dunia yang disebut dengan ikan "bilih" ini juga merupakan salah satu daya tarik wisata datang ke Tanjung Mutiara.

Menurut sejarah, puluhan tahun lalu, kebiasaan masyarakat Sumbar pada umumnya untuk menyambut datangnya bulan suci Ramadhan mereka beramai-ramai melakukan mandi "balimau", mereka datang satu keluarga baik tua maupun muda melakukan atraksi mandi bersama yang dikenal dengan "balimau" tersebut. Berawal dari sanalah nama Tanjung Mutiara mulai merambah dunia pariwisata Sumbar. Daerah itu pun menjadi incaran pemasukan bagi penjual jasa seperti Tour Travel. Lambat laun keberadaan Tanjung Mutiara mulai tersohor, dan otomatis perekonomian masyarakat sekitar pun meningkat. Berbagai inovasi masyarakat pun tercipta sebagai sumber penghasilan bagi mereka.

Kemajuan zaman dan teknologi yang terus berkembang, membuat keberadaaan objek wisata Tanjung Mutiara dari tahun ke tahun mengalami masalah, diantaranya kurangnya fasilitas pendukung yang ada seperti sarana dan prasarana diantaranya tempat penginapan yang tersedia, kurangnya perhatian pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan potensi yang ada di Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak, tidak jelasnya siapa pengelola yang bertanggung jawab dalam mengelola Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak, kurangnya pemeliharaan dan pemberahan potensi yang ada di Objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak.

Alhasil pengunjung Tanjung Mutiara dari hari ke hari berkurang, apalagi lokasi wisata alam yang penuh sejarah tersebut terkesan tidak lagi diperhatikan dan terurus. Begitu pula dengan perhatian Pemerintah Daerah Tanah Datar sebagai leading sektornya seakan sudah puas dengan yang ada tanpa mau melihat jauh kedepan akan perkembangannya, kini Tanjung Mutiara nyaris mati suri.

Tabel 1. Perkembangan Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1..	2007	1.700
2.	2008	1.100
3.	2009	950
4.	2010	730
5.	2011	580
6.	2012	400

Sumber : Data Nagari Batu Taba tahun 2012

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa, terjadi penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Tanjung Mutiara dalam waktu 6 tahun terakhir. Dengan cukup besarnya potensi yang dimiliki oleh objek wisata Tanjung Mutiara dari tahun ke tahun mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan maka perlu rasanya untuk melihat bagaimana Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak.

Berdasarkan uraian diatas, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang akan dituangkan dalam skripsi dengan judul **“ Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar “.**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, maka fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak Kecamatan Batipuh Selatan, Kabupaten Tanah Datar dilihat dari : (1) Sarana dan Prasarana (2) Atraksi Wisata, (3) Promosi dan Publikasi.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, tujuan penelitian ini yaitu mengetahui Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak Kecamataan Batipuh Selatan, Kabupaten Tanah Datar dilihat dari: (1) Sarana dan Prasarana (2) Atraksi Wisata, (3) Promosi dan Publikasi.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

- 1) Penulis sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
- 2) Memperkaya pengetahuan tentang objek wisata sebagai peneliti.
- 3) Sebagai informasi bagi pemerintah setempat untuk lebih meningkatkan dan mendukung pengelolahan objek wisata yang ada
- 4) Sebagai informasi bagi masyarakat hendaknya memanfaatkan dan mengelola Objek wisata dengan baik
- 5) Bagi Fakultas Ilmu Sosial sebagai bahan masukan untuk melengkapi sumber-sumber penelitian dan menambah koleksi perpustakaan, khususnya FIS UNP

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Prospek

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2000), prospek adalah kemungkinan atau harapan. Paul R.Krugman Prospek (1996) adalah peluang yang terjadi karena adanya usaha seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya juga untuk mendapatkan profit atau keuntungan.

Djasmin (1994: 28) prospek adalah kebijakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja penjualan yang ada serta mengatasi berbagai hambatan dan ancaman baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Siswanto Sutejo (1945: 28) prospek adalah suatu gambaran keseluruhan baik ancaman ataupun peluang dari kegiatan yang akan datang yang berhubungan dengan ketidakpastian dengan aktivitas yang ada.

(taqnpanteraya.blogspot.com/2010/10/*pengertian-prospek*.htm)

Jadi Prospek Objek Wisata merupakan harapan-harapan atau kemungkinan yang diharapkan terjadi untuk kelangsungan atau perkembangan Objek Wisata di masa yang akan datang.

2. Potensi Pariwisata

Potensi adalah daya, kekuatan, kesanggupan, kekuasaan, kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan, (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Selanjutnya Suwantoro (2004: 19) menjelaskan bahwa pada umumnya yang menjadi potensi dan suatu daya tarik 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 yang bersifat langka, 4) adanya sarana prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan.

Dalam penelitian ini potensi yang dimaksudkan oleh peneliti adalah potensi objek wisata yang sudah ada namun belum berkembang:

a. Sarana dan Prasarana

Sarana kepariwisataan adalah kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. (Gamal Suwantoro, 2004: 22). Sedangkan prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan yang beraneka ragam. (A. Yoeti, 1996: 196).

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

1). Sarana Pokok Kepariwisataan

Merupakan perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat bergantung pada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan, 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

2). Sarana Pelengkap Kepariwisataan

Merupakan perusahaan atau tempat yang menyediakan fasilitas rekreasi yang fungsinya melengkapi sarana pokok kepariwisataan dan membuat para wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu DTW, (a) sarana olah raga, (b) sarana ketangkasan

3). Sarana Penunjang Kepariwisataan

Merupakan perusahaan yang menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Tetapi fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi.

Prasarana dibagi menjadi 2 bagian yaitu prasarana perekonomian dan prasarana sosial (A. Yoeti, 1996) :

1). Prasarana Perekonomian yang meliputi :

- a) Transportasi yaitu pengangkutan yang dapat membawa para wisatawan dari tempat tinggal menuju daerah lain atau tujuan wisata. Hal ini dapat dilakukan melalui udara, darat, dan laut yang kesemuanya ini adalah untuk memperlancar perjalanan
- b) Prasarana Komunikasi yaitu berupa : telepon, radio, tv, surat kabar, handphone, pos, dan lainnya. Hal ini penting artinya dalam rangka memberikan kepada keluarga tentang situasi dan kondisi perjalanan serta menunjukkan kepuasaan pribadi sedang mengapa dan dimana sekarang.

- c) *Utilities* yaitu penerangan listrik, persediaan air minum, sistem irigasi, dan sumber energi. Faktor utilities sangat penting kalau ingin mendirikan hotel, rumah makan, dan tempat-tempat lainnya.
 - d) Sistem Perbankan juga diperlukan, karena wisatawan asing dengan sangat cepat dan mudah untuk tukar atau mengirimkan uang dari dan ke negara asalnya.
- 2). Prasarana Sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian. Hal yang termasuk dalam kelompok ini adalah :
- a) Sistem Pendidikan yaitu berupa lembaga-lembaga pendidikan yang mengkhususkan dalam bidang kepariwisataan untuk meningkatkan pelayanan wisatawan.
 - b) Pelayanan Kesehatan, terutama di sekitar objek wisata dalam rangka mengantisipasi secara cepat bagi wisatawan yang merasa terganggu kesehatannya. Misalnya pada setiap penginapan perlu kerja sama dengan tenaga teknis kesehatan, kecuali kalau hotel itu berada dalam kota.
 - c) Keamanan penting artinya bagi wisatawan. Jika keamanan terjamin jangan diharap wisatawan akan berkunjung ke daerah tersebut.
 - d) *Government apparatus* yaitu berupa petugas yang langsung melayani wisatawan seperti : petugas imigrasi, bea cukai, petugas kesehatan, polisi dan petugas-petugas lainnya.
- Prasarana dibagi menjadi tiga kelompok yaitu prasarana umum, kebutuhan masyarakat dan prasarana kepariwisataan:

- a) Prasarana Umum yaitu yang menyangkut kebutuhan orang banyak yang tujuannya adalah untuk membantu kelancaran roda perekonomian : 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 suatu daerah tujuan wisata. Termasuk kedalam ini ialah: *Travel Agent* dan *Tour Operator*, *Tourist Information Centre* (yang terdapat di air port, di pelabuhan, terminal atau suatu resor
 - (2) *Residential Tourist Plan*, semua fasilitas yang dapat menampung kedatangan wisatawan untuk menginap dan tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata. Termasuk kedalam kelompok ini adalah semua bentuk akomodasi yang diperuntukkan 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 olah raga. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah fasilitas main golf, main ski, kolam renang, perahu layar, berselancar, memancing, lapangan tenis, dan fasilitas lainnya.

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

b. Atraksi Wisata

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. Pengembangan atraksi harus memperkuat pencerminan itu.

Potensi kepariwisataan di suatu daerah harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga macam yaitu alam, kebudayaan, dan manusia. Menurut Yoeti (1996) atraksi wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Atraksi wisata merupakan sinonim dari pengertian “*entertainment*” yaitu segala sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat dan dinikmati oleh para wisatawan yang datang. Yang termasuk kedalam hal ini antara lain: tari-tarian, nyanyian, kesenian rakyat tradisional, upacara adat dan lain-lain. Tanpa ada suatu persiapan yang matang maka ia tidak merupakan atraksi yang dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan.

Adanya atraksi wisata, maka para wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Atraksi wisata setiap daerah tujuan wisata harus ditingkatkan, agar wisatawan yang berkunjung kedaerah tersebut dapat ditingkatkan jumlahnya dan juga dapat mempengaruhi perekonomian masyarakat setempat, serta dapat juga mendukung pengembangan kegiatan kepariwisataan lainnya di daerah tersebut.

Atraksi wisata dapat dikelompokkan atas dua yaitu: (1) Atraksi penahan wisatawan merupakan modal kepariwisatawan yang dapat dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat menahan wisatawan selama berhari-hari dan dapat berkali-kali dinikmati, bahkan pada kesempatan lain wisatawan mungkin kembali ke tempat yang sama, (2) Atraksi yang hanya dapat menarik kedatangan wisatawan atau atraksi yang hanya sekali dinikmati kemudian ditinggal lagi oleh wisatawan. (Soekadijo, 1997).

Atraksi wisata ini erat kaitannya dengan istilah *tourism resources*. Menurut Prof. Marioti (1990) *tourism resources* disebut dengan istilah “*attractive spontane*” yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata, diantaranya ialah :

1. Benda-benda yang tersedia di alam yang dalam istilah pariwisata disebut dengan *natural animitiles* yaitu: (a) Iklim, misalnya cuaca cerah, sejuk, banyak sinar matahari, (b) Bentuk lahan dan pemandangan, (c) Hutan belukar, seperti hutan heterogen, (d) Flora dan fauna, burung langka, cagar alam

2. Hasil ciptaan manusia yaitu benda-benda dan sisa-sisa peradaban masa lalu, rumah ibadah, upacara perkawinan dan lain-lain.
3. 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.

Menurut Prof. Marioti ketiga hal tersebut yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah. Jadi ketiga hal tersebutlah yang merupakan objek dan atraksi wisata.

Syarat yang harus dipenuhi dalam mengembangkan suatu daerah tujuan wisata menjadi daerah kunjungan wisata adalah: (a) Di daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai “*Something to See*” artinya ditempat tersebut harus 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 di tempat tersebut banyak yang dapat disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau membuat mereka betah tinggal lebih lama di tempat itu, (c) Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*Something to Buy*” artinya ditempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang souvenir dan kerajinan tangan masyarakat sebagai oleh-oleh untuk dibawa ke tempat asal masing-masing.

Yoeti (1996: 178)

c. Promosi dan Publikasi

Promosi Wisata merupakan bagian yang sangat diperlukan dalam pengembangan objek wisata. A. Yoeti (1985) menjelaskan promosi (*promotion*) adalah salah satu kegiatan dalam dunia *marketing*. Menurut Soekadijo (1997) promosi dalam bidang pariwisata adalah menyesuaikan produk pariwisata dengan permintaan wisatawan, sehingga produk menjadi lebih menarik. Kegiatan promosi itu suatu kegiatan yang intensif dalam waktu yang relatif singkat.

Dalam kegiatan promosi diadakan usaha untuk memperbesar daya tarik produk terhadap calon konsumen. Konsumen dan permintaan tidak digarap, akan tetapi produknya yang lebih disesuaikan dengan permintaan konsumen. Promosi dapat dibagi atas promosi langsung dan promosi tidak langsung (A. Yoeti: 1985)

1) 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 membeli produk pariwisata yang dipromosikan.

Cara-cara yang digunakan untuk keperluan promosi langsung yaitu: (a) peragaan (*display*), misalnya rumah adat, pakaian tradisional, gambar-gambar. Dengan peragaan itu produk dan tempat penjualannya lebih mudah dikenal oleh calon konsumen/wisatawan, (b) Barang Cetakan (*prospectus, leaflet, folder, booklet* atau *brochure*) yang disebarluaskan ke pasar. Berbagai informasi dan imbauan dapat dicantumkan di dalamnya, (c) 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 daerah tujuan wisata sendiri, (d) Pemberian ‘rabat’ selama jangka waktu tertentu, biasanya diberikan selama waktu promosi, e) Pemberian hadiah khusus selama waktu promosi kepada konsumen/wisatawan, misalnya: tas perjalanan, karcis bebas untuk atraksi di daerah pariwisata dan sebagainya.

2) 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 perjalanan dan sebagainya.

Cara-cara yang digunakan untuk keperluan promosi tidak langsung yaitu: (a) pemberian informasi dalam bentuk barang cetakan, (b) publikasi dalam majalah-majalah profesi yang beredar di daerah perusahaan penyalur, (c) kunjungan kepada perusahaan-perusahaan penyalur, (d) pertemuan-pertemuan dengan perusahaan penyalur untuk memberi informasi, (e) menyelenggarakan ‘temu karya’ (*workshop*), (f) mengundang wakil-wakil perusahaan penyalur untuk mengunjungi daerah tujuan wisata.

Publikasi adalah kegiatan atau usaha untuk menyesuaikan permintaan dengan produk pariwisata. Bedanya dengan promosi ialah bahwa kegiatan publikasi berusaha menciptakan permintaan atau mempengaruhi permintaan dengan cara menonjolkan kesesuaian produk wisata dengan permintaan. Hasil produk menjadi lebih terkenal, produk mendapat publisitas. Di dalam publikasi dapat dilihat adanya tiga tahapan pokok yaitu: 1) penyebaran informasi, 2) penanaman kepercayaan dan keyakinan, 3) penjualan.

3. 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.

Bakarudin, (1990) mengartikan pengembangan sebagai usaha-usaha yang dilakukan manusia sebagai subjek untuk mengarahkan perubahan yang terjadi pada suatu objek .

A. Yoeti (1996: 33) menyatakan perlunya pengembangan objek wisata sebagai berikut : (a) Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak, (b) Pengembangan pariwisata banyak yang bersifat ekonomis sebab motivasi utama wisatawan mengunjungi suatu kawasan objek wisata adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam yang dikunjungi, (c) Untuk kecurangan berfikir, mengurangi salah pengertian dan dapat mengetahui tingkah laku wisatawan yang datang berkunjung terutama bagi masyarakat di daerah tujuan wisata yang bersangkutan.

GBHN 1998 menyatakan bahwa, pengembangan objek wisata ditujukan untuk mendayagunakan sumber dan potensi kepariwisataan menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk penerimaan devisa, memperluas dan meratakan kesempatan kerja terutama bagi masyarakat setempat, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan alam dan budaya bangsa. Pengembangan objek wisata menjadi daerah tujuan wisata yang dapat diandalkan dapat

ditentukan oleh berbagai 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)

Dalam pengembangan objek wisata tersebut sangat ditentukan oleh pihak-pihak pengelola wisata daerah yang bersangkutan, dengan kata lain berhasil atau tidaknya suatu daerah dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata sangat ditentukan oleh pengelola dan sikap masyarakat (A.Yoeti 1985: 123).

Direktorat Jenderal Pariwisata menegaskan bahwa berhasilnya pengembangan objek wisata suatu daerah harus ditunjang pula oleh kerja sama yang baik antara unsur-unsur kepariwisataan dalam upaya pengembangan objek wisata. Dari pendapat yang telah dikemukakan di atas dapat 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 3 komponen : (1) Komponen Pemerintah, dimana 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.

Jadi yang dimaksud dengan pengembangan objek wisata adalah suatu usaha yang sungguh-sungguh yang dilakukan oleh komponen pemerintah, masyarakat dan swasta dalam upaya untuk membenahi suatu objek wisata baik dari segi fisik maupun dari segi 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. Penelitian Yang Relevan

1. *Pengembangan Objek Wisata Lubuk Bonta Di Kecamatan 2 X 11 Kayu Tanam Kabupaten Padang Pariaman*(Azwirman: 2009), menjelaskan bahwa faktor penyebab mundurnya objek wisata Lubuk Bonta adalah: a) Ketidakpedulian masyarakat (pemuda) untuk mengelola objek wisata Lubuk Bonta, b) Kalah bersaing dengan objek wisata lain, c) Konsep pengembangan yang terlupakan dan d) Tidak adanya kelompok sadar wisata dan alternatif usaha pengembangan objek wisata Lubuk Bonta adalah dengan mengembangkan Agrowisata di kawasan Lubuk Bonta.

2. *Pengembangan Objek Wisata Candi Pulau Sawah Kenagarian Siguntur Kecamatan Sitiung Kabupaten Darmasraya*(Wesni: 2007), menjelaskan bahwa: 1) Daya tarik yang dimiliki oleh objek wisata ini adalah peninggalan Kerajaan Jayapura, 2) kelemahan yang ada adalah sarana dan prasarana, promosi, dan publikasi, 3) peluang yang dimiliki adalah perhatian dan suaka budaya Pemda yang telah merencanakan pengembangan objek wisata, 4)

ancaman yang dimiliki adalah kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata, 5) kekuatan yang dimiliki adalah potensi yang dimiliki oleh objek wisata tersebut, 6) Strategi pengembangan yaitu dengan pengembangan sumber daya pariwisata, peningkatan dan pengadaan sarana dan prasarana.

Perbedaan penelitian ini dengan saya adalah *Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar* (Rama Yelzi Mulia: 2010), menjelaskan bahwa: 1) Kekuatan yang dimiliki adalah letaknya yang strategis, 2) kelemahan yang ada adalah sarana dan prasarana, atraksi wisata, promosi dan publikasi, 3) ancaman yang dimiliki adalah kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata, 4) Peluang yang dimiliki oleh objek wisata ini adalah Biaya masuk yang murah Rp.5000 per /orang, letaknya yang strategis

C. Kerangka Berpikir

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang diharapakan dapat memecahkan suatu masalah. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

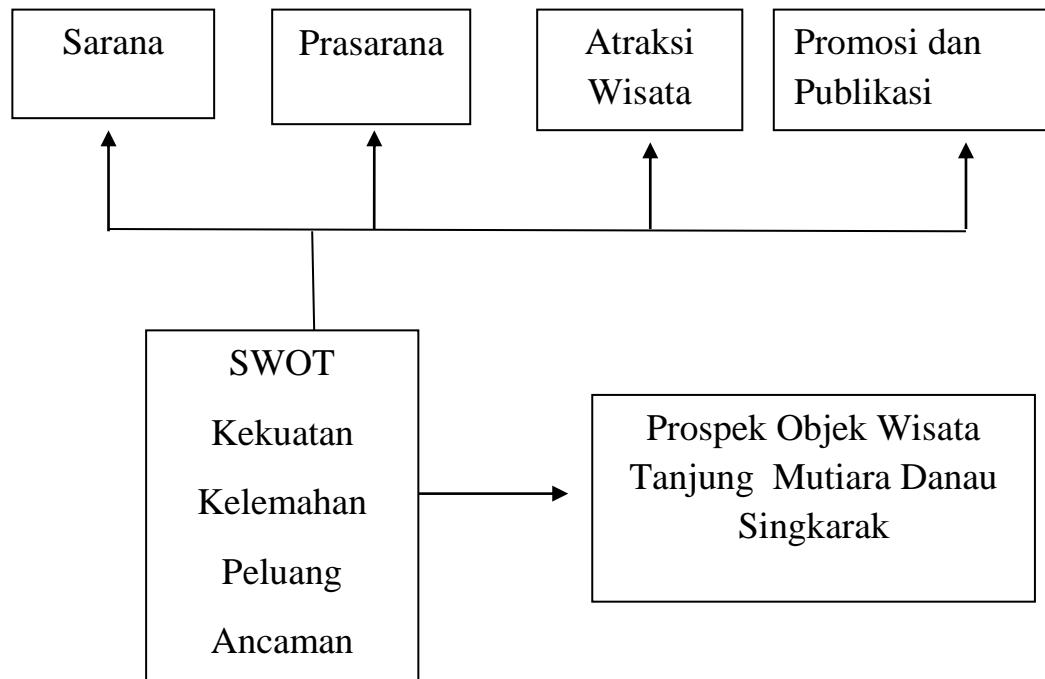
Suatu usaha harus menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta tantangan dari usaha tersebut, begitu juga dalam mencari suatu strategi dalam pengembangan objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak, Kecamatan Batipuh Selatan, Kabupaten Tanah Datar, kita harus menganalisis bagaimana

kekuatan, kelemahan, peluang, serta tantangan objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak.

Kemajuan industri pariwisata perlu adanya fasilitas pariwisata yang memadai misalnya sarana prasarana, atraksi wisata, promosi dan publikasi selain itu keterlibatan pengelola untuk mempromosikan objek wisata sangat menentukan peluang kemajuan industri pariwisata tersebut.

Bagan Alur Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak

Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar



Gambar 1. (Bagan Alur Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar dengan menggunakan Analisis SWOT)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil analisis sebagaimana yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Prospek objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak berdasarkan sarana dan prasarana yang ada belum memadai seperti restoran/ rumah makan, perusahaan angkutan wisata, tempat penjualan souvenir, hotel, sistem pendidikan, pelayanan kesehatan dan lain-lain. Untuk itu harus ada peningkatan sarana dan prasarana yg ada melalui strategi peningkatan mutu sarana dan prasarana pariwisata objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak dan apabila strategi peningkatan mutu sarana dan prasarana dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak akan maju dan berkembang, tetapi apabila tidak dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara akan semakin mundur dan tertinggal.
2. Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara dilihat dari atraksi wisata yang ada masih berupa atraksi wisata alami belum ada atraksi buatan seperti pemandangan alam yang indah dan terlihat pohon kelapa yang hidup di tepi danau. Untuk itu harus ada peningkatan atraksi wisata, melalui strategi peningkatan mutu atraksi wisata dan apabila strategi peningkatan atraksi wisata dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung

Mutiara Danau Singkarak akan maju dan berkembang, tetapi apabila tidak dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara akan semakin mundur dan tertinggal.

3. Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak dilihat dari Promosi dan publikasi belum dilakukan semaksimal mungkin. Untuk itu harus ada peningkatan pengembangan promosi dan publikasi melalui strategi peningkatan pengembangan promosi dan publikasi dan apabila strategi peningkatan pengembangan promosi dan publikasi dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak akan maju dan berkembang, tetapi apabila tidak dijalankan dengan baik maka prospek objek wisata Tanjung Mutiara akan semakin mundur dan tertinggal.

B. Saran

1. Memanfaatkan semua potensi yang ada sebaik mungkin, seperti halnya sumber daya alam yang ada di objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak untuk dapat melihat Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak agar kedepanya dapat maju dan berkembang
2. Meningkatkan sarana dan prasarana yang ada objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak agar Prospek Objek Wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak kedepanya maju dan berkembang
3. Tingkatkan promosi dan publikasi objek wisata tanjung Mutiara Danau Singkarak dengan memperbanyak pembuatan brosur dan media lainnya

melalui internet untuk promosi pariwisata agar Prospek objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak maju dan berkembang.

4. Melakukan penyuluhan terhadap masyarakat tentang dampak positif dan dampak negatif pengembangan pariwisata sehingga kekhawatiran yang ada di masyarakat dapat teratasi dan membuat prospek objek wisata Tanjung Mutiara berkembang dan maju.
5. Diharapkan pemeliharaan terhadap sarana dan prasarana yang sudah ada agar dapat ditingkatkan, agar sarana dan prasarana dapat terpelihara dan tidak mengalami kerusakan dan dapat membuat prospek objek wisata kedepannya berkembang dan maju.
6. Diharapkan kepada pemerintah daerah terutama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk lebih memberikan perhatian terhadap prospek pengembangan objek wisata Tanjung Mutiara Danau Singkarak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrida. 2000. *Persepsi Pengunjung Tentang Sapta Pesona di Objek Wisata Danau Maninjau (Skripsi)*. Padang: FIS UNP
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian*. Yogyakarta : Rineka Cipta
- Bakaruddin. 1990. *Geografi Pariwisata dan Permasalahannya*. IKIP. Padang
- Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fitriya, 2001. *Persepsi Pengunjung tentang Sapta Pesona pada Objek Wisata Danau Kerinci Kecamatan Danau Kerinci Kabupaten Kerinci. (Skripsi)*. Padang: FIS UNP
- Gamal Suwantoro. 2004. *Perencanaan Produk Wisata*, Dinas Pariwisata, Yogyakarta.
- Gunn, Clare A, 1979, *Tourist Planning*, New York: Crane-Rusak Co.
- Jamaris. (1991). *Respon Masyarakat terhadap Pengembangan Objek Wisata di Sumbar dalam kaitanya dengan Status Sosial Budaya*. IKIP Padang
- Khodyat. H. 1996. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta. Gramedia Grasindo.
- Mainizar. 1994. *Partisipasi Masyarakat dalam Memelihara Sapta Pesona Objek Wisata Pagaruyung di Kecamatan Tanjung Emas Kabupaten Tanah Datar (skripsi)*. Padang: FIS UNP
- Moleong, Lexi J. 2005. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rodaskarya.
- Muljadi A.J. 2010. *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta: rajawali Pers.
- Pabundu, Tika. 2005. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Rangkuty, Freddy. 1999. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum
- Ridjal D. Samsul, 1997. *Peluang Pariwisata Mutiara Sumber Widya*, Benih Kecerdasan.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfa Beta