

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT LOKAL DI KAMPUNG TANJUNG SIAMBANG KELURAHAN DOMPAK KECAMATAN BUKIT BESTARI KOTA TANJUNGPINANG

¹⁾Edward Mandala

²⁾ Sri Ambar Rinah

³⁾ Desrian Effendi

⁴⁾Irvan Dharma Sanjaya

^{1), 4).} Ilmu Pemerintahan STISIPOL Raja Haji

^{2), 3).} Administrasi Publik STISIPOL Raja Haji

Email: mandala@gmail.com; desrian_effendi@gmail.com;
sriambarrinahok@gmail.com; irvandharma0508@gmail.com

Abstract

Tanjungpinang City is one of the cities located in the Riau Islands Province which is rich in tourism objects, while the potential for tourism objects in Tanjungpinang City are natural tourism, cultural tourism and artificial tourism. This is reinforced by the growth of foreign tourists visiting Tanjungpinang City in 2019 reaching 80,748 people from January to June. Initial identification shows a significant development in the volume of tourists in Tanjung Siambang. Based on the above phenomenon, the importance of strategic management in tourism development is considered as a specific type such as the formulation, implementation, and evaluation of cross-functional decisions that enable the organization to achieve its goals.

The purpose of this study was to determine the strategy of developing local community-based tourism in Tanjung Siambang Village, Dompak Village, Bukit Bestari District, Tanjungpinang City. This study uses a descriptive type of research using a qualitative method.

The results of this study are where the SWOT analysis is an indication of various factors systematically to formulate company strategy. This analysis is based on a logic that can maximize Strengths and Opportunities, but simultaneously minimize Weaknesses and Threats, so from the results of the SWOT analysis on the development of local community-based tourism in Tanjung Siambang Village, it can be concluded that: said it was not running optimally. This can be identified regarding the strengths and weaknesses that come from the internal environment of the Tanjungpinang Culture and Tourism Office as well as the opportunities and threats that come from the external environment of the Tanjungpinang Culture and Tourism Office. Opportunities and strengths are supporting factors while threats and weaknesses are inhibiting factors for tourism development.

Keywords : strategic management, tourism, local people

Abstrak

Kota Tanjungpinang merupakan salah satu kota yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau yang kaya akan obyek pariwisata, adapun potensi obyek wisata yang terdapat di Kota Tanjungpinang yaitu wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. Hal ini di perkuat dengan adanya pertumbuhan kunjungan wisman ke Kota Tanjungpinang pada tahun 2019 mencapai 80.748 jiwa pada bulan januari hingga juni. Identifikasi awal menunjukkan adanya perkembangan yang cukup signifikan pada volume wisatawan di Tanjung Siambang. Berdasarkan fenomena di atas, pentingnya manajemen strategi pada pembangunan pariwisata yang dianggap sebagai satu tipe spesifik seperti perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat lokal di Kampung Tanjung Siambang Kelurahan Dompok Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun Hasil penelitian ini yaitu dimana analisis SWOT adalah indikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats), maka dari hasil analisis SWOT pada pengembangan pariwisata berbasis masyarakat lokal di Kampung Tanjung Siambang, dapat dikatakan belum berjalan dengan optimal. Hal ini dapat diidentifikasi mengenai kekuatan dan kelemahan yang berasal dari lingkungan internal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tanjungpinang serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tanjungpinang. Peluang dan kekuatan merupakan faktor pendukung sedangkan ancaman dan kelemahan merupakan faktor penghambat perkembangan kepariwisataan.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, Pariwisata, Masyarakat Lokal

PENDAHULUAN

Dalam strategi pengembangan paradigma pembangunan di banyak Negara, lebih berorientasi kepada pengembangan sektor jasa dan industri, industri pariwisata merupakan salah satu penerimaan ekonomi Negara berkembang pada umumnya. Contohnya negara Malaysia, sektor pariwisata telah menjadi bagian terpenting bagi perkembangan perekonomian Negara tersebut (Hasrawi dan Sugihartoyo, 2015). Pengembangan pariwisata merupakan usaha untuk memberdayakan sumberdaya wisata, bukan untuk mengeksploitasi besar-besaran dalam jangka pendek. Pengelolaan sumberdaya yang bijaksana akan memberikan manfaat sebaik-baiknya bagi masyarakat termasuk generasi yang akan datang. Lebih jauh lagi selain keseimbangan dan berkelanjutan dalam komponen ekologi dan ekonomi, pengembangan pariwisata di Indonesia pada umumnya dan pengembangan pariwisata di daerah pada khususnya, yang dituju adalah pariwisata yang berorientasi pada keseimbangan pengembangan wilayah dan bertumpu pada masyarakat yang bersifat memberdayakan. Sebagai

fenomena sosial budaya hingga kini industri pariwisata dinilai telah mampu menggerakkan manusia lintas wilayah.

Salah satu lokasi wisata di Kota Tanjungpinang adalah Tanjung Siambang, dimana Tanjung Siambang merupakan salah satu destinasi wisata bahari. Kondisi tersebut berimplikasi pada makin kuatnya jalinan rantai ekonomi yang saling mengkait sekaligus menjadikan industri jasa ini mampu memberikan kontribusi penting bagi perekonomian masyarakat di Tanjung Siambang. Kontribusi sektor pariwisata dalam perekonomian, baik dilevel daerah dan maupun nasional saat ini terus meningkat. Identifikasi awal menunjukkan adanya perkembangan yang cukup signifikan pada volume wisatawan di Tanjung Siambang. Berdasarkan fenomena di atas, pentingnya manajemen strategi pada pembangunan pariwisata yang dianggap sebagai satu tipe spesifik seperti perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Oleh karena itu, peneliti merasa penting untuk meneliti tentang pengembangan pariwisata di Kota Tanjungpinang yang termuat dalam judul penelitian “Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Lokal Di Kampung Tanjung Siambang Kelurahan Dompok Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat lokal di Kampung Tanjung Siambang Kelurahan Dompok Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen

Menurut Terry (2010:10) mengatakan bahwa:

“Manajemen merupakan kegiatan untuk mencapai tujuan, dilakukan oleh individu-individu yang menyumbangkan upayanya yang terbaik melalui tindakan-tindakan yang telah ditetapkan sebelumnya. Manajemen mempunyai tujuan-tujuan tertentu dan bersifat tidak terwujud (*Intangible*)”.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan usaha yang dilakukan secara bersama-sama untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan dan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Manajemen merupakan sebuah kegiatan pelaksanaannya disebut manajing dan orang yang melakukannya disebut manajer.

Fungsi-Fungsi Manajemen.

Menurut Terry (2010:9) fungsi manajemen dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan).

1) *Planning* (perencanaan).

a) Pengertian *Planning* (perencanaan).

Planning (perencanaan) ialah penetapan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok-kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan. *Planning* mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk sudah dalam pemilihan alternatif-alternatif keputusan. Diperlukan kemampuan-kemampuan untuk mengadakan visualisasi dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa mendatang.

b) Proses Perencanaan.

Adapun dalam proses perencanaan berisi langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan tujuan perencanaan.
2. Menentukan tindakan untuk mencapai tujuan.
3. Mengembangkan dasar pemikiran kondisi mendatang.
4. Mengidentifikasi cara untuk mencapai tujuan.
5. Mengimplementasi rencana tindakan dan mengevaluasi hasilnya.

c) Elemen Perencanaan.

Perencanaan terdiri atas dua elemen penting, yaitu sasaran (*goals*) dan rencana (*plan*).

1. Sasaran yaitu hal yang ingin dicapai oleh individu, kelompok, atau seluruh organisasi. Sasaran sering pula disebut tujuan. Sasaran memandu manajemen membuat keputusan dan membuat kriteria untuk mengukur suatu pekerjaan.
2. Rencana adalah dokumen yang digunakan sebagai skema untuk mencapai tujuan. Rencana biasanya mencakup alokasi sumberdaya, jadwal, dan tindakantindakan penting lainnya. Rencana dibagi berdasarkan cakupan, jangka waktu, kekhususan, dan frekuensi penggunaannya.

d) Unsur-Unsur Perencanaan.

Suatu perencanaan yang baik harus menjawab enam pertanyaan yang tercakup dalam unsur-unsurperencanaan yaitu:

1. Tindakan apa yang harus dikerjakan, yaitu mengidentifikasi segala sesuatu yang akan dilakukan.
2. Apa sebabnya tindakan tersebut harus dilakukan, yaitu merumuskan faktor-faktor penyebab dalam melakukan tindakan.
3. Tindakan tersebut dilakukan, yaitu menentukan tempat atau lokasi.
4. Kapan tindakan tersebut dilakukan, yaitu menentukan waktu pelaksanaan tindakan.
5. Siapa yang akan melakukan tindakan tersebut, yaitu menentukan pelaku yang akan melakukan tindakan.
6. Bagaimana cara melaksanakan tindakan tersebut yaitu menentukan metode pelaksanaan tindakan.

e) Tujuan Perencanaan.

Adapun tujuan dari sebuah perencanaan adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan pengarahan baik untuk manajer maupun karyawan non-manajerial.
2. Untuk mengurangi ketidakpastian.
3. Untuk meminimalisasikan pemborosan.
4. Untuk menetapkan tujuan dan standar yang digunakan dalam fungsi selanjutnya.

2) *Organizing* (pengorganisasian).

a) Pengertian Pengorganisasian.

Organizing berasal dari kata organon dalam bahasa Yunani yang berarti alat, yaitu proses pengelompokan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan dan penugasan setiap kelompok kepada seorang manajer (Terry, 2010:82). Pengorganisasian dilakukan untuk menghimpun dan mengatur semua sumber-sumber yang diperlukan, termasuk manusia sehingga pekerjaan yang dikehendaki dapat dilaksanakan dengan berhasil.

b) Komponen-Komponen Organisasi.

Ada empat komponen dari organisasi yang dapat diingat dengan kata “*WERE*” (*Work, Employees, Relationship dan Environment*).

1. *Work* (pekerjaan) adalah fungsi yang harus dilaksanakan berasal dari sasaran-sasaran yang telah ditetapkan.
2. *Employees* (pegawai-pegawai) adalah setiap orang yang ditugaskan untuk melaksanakan bagian tertentu dari seluruh pekerjaan.
3. *Relationship* (hubungan) merupakan hal penting didalam organisasi. Hubungan antara pegawai dengan pekerjaannya, interaksi antara satu pegawai dengan pegawai lainnya dan unit kerja lainnya dan unit kerja pegawai dengan unit kerja lainnya merupakan hal-hal yang peka.
4. *Environment* (lingkungan) adalah komponen terakhir yang mencakup sarana fisik dan sasaran umum di dalam lingkungan dimana para pegawai melaksanakan tugas-tugas mereka, lokasi, mesin, alat tulis kantor, dan sikap mental yang merupakan faktor-faktor yang membentuk lingkungan.

c) Prinsip-Prinsip Organisasi.

Adapun prinsip-prinsip dari sebuah organisasi adalah sebagai berikut:

1. Prinsip bahwa organisasi harus mempunyai tujuan yang jelas.
2. Prinsip skala hirarki.
3. Prinsip kesatuan perintah.
4. Prinsip pendelegasian wewenang.
5. Prinsip tanggungjawaban.
6. Prinsip pembagian pekerjaan.

7. Prinsip tentang pengadilan.
8. Prinsip fungsional.
9. Prinsip pemisahan.

d) Tujuan Organisasi.

Tujuan organisasi merupakan pernyataan tentang keadaan atau situasi yang tidak terdapat sekarang, tetapi dimaksudkan untuk dicapai pada waktu yang akan datang melalui kegiatan-kegiatan organisasi.

3) *Actuating* (pelaksanaan).

Pelaksanaan atau penggerakan merupakan usaha untuk menggerakan anggota anggota kelompok demikian rupa hingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran-sasaran anggota-anggota perusahaan tersebut oleh karena para anggota itu ingin mencapai sasaran-saran tersebut.

4) *Controlling* (pengawasan).

a) Pengertian *Controlling* (pengawasan).

Controlling atau pengawasan adalah mendeterminasikan apa yang telah dilaksanakan, mengevaluasi prestasi kerja apabila perlu, menerapkan tindakan-tindakan korektif sehingga hasil pekerjaan sesuai dengan rencana.

b) Tahap-Tahap Pengawasan.

Adapun tahap-tahap dalam pengawasan adalah sebagai berikut:

1. Penentuan standar.
2. Penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan.
3. Pengukuran pelaksanaan kegiatan.
4. Pembandingan pelaksanaan dengan standar dan analisa penyimpangan.
5. Pengambilan tindakan koreksi bila di perlukan.

c) Tipe-Tipe Pengawasan.

Adapun tipe-tipe dalam pengawasan adalah sebagai berikut:

1. *Feedforward Control* dirancang untuk mengantisipasi masalah-masalah dan penyimpangan dari standar tujuan dan memungkinkan koreksi sebelum suatu kegiatan tertentu diselesaikan.

2. *Concurrent Control* merupakan proses dalam aspek tertentu dari suatu prosedur harus disetujui dulu sebelum suatu kegiatan dilanjutkan atau untuk menjamin ketepatan pelaksanaan suatu kegiatan.
3. *Feedback Control* mengukur hasil-hasil dari suatu kegiatan yang telah dilaksanakan.

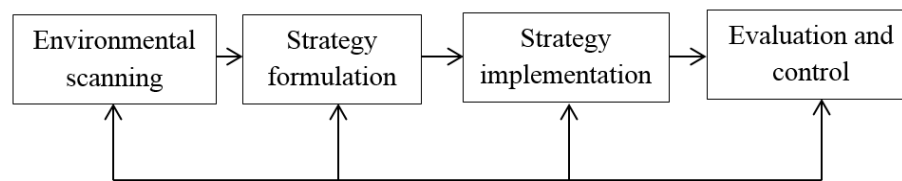
Dalam mencapai tujuan manajemen strategi menurut Fred R. David, 2004 (Taufiqurokhaman, 2016) terdapat tahapan dalam manajemen strategi, yaitu:

1. Perumusan strategi : Meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan.
2. Pelaksanaan strategi : Mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategis dapat dilaksanakan.
3. Pelaksanaan strategis mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.
4. Evaluasi strategi : Tahap ini merupakan tahap akhir dari manajemen strategik tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah : Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Kemudian mengukur kinerja, melakukan tindakan-tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok.

Selain itu, Wheelen dan Huger, 2003 (Rahman dan Radjab, 2017:9), mengatakan bahwa dalam model manajemen strategi terdapat elemen dasar dari manajemen strategi, yaitu seperti bagan berikut:

Bagan 1.2

Basic Element Of The Strategic Manajement Proses



Sumber: Wheelen dan Huger, 2003 (Rahman dan Radjab, 2017:9)

Sebagaimana elemen dasar dari manajemen strategi dan model manajemen strategis, maka dapat dijelaskan dalam model manajemen strategis adalah sebagai berikut:

1. Pemindaian Lingkungan (*Environmental Scanning*), Pemindaian lingkungan adalah memonitor, mengevaluasi, dan mencari informasi dari lingkungan eksternal maupun internal bagi orang-orang penting dalam perusahaan.
2. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*), Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Setelah mengetahui yang menjadi ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki, serta kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan, maka selanjutnya kita dapat menentukan atau merumuskan strategi perusahaan.
3. Implementasi Strategi (*Strategy Implmentation*), Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur.
4. Evaluasi dan Kontrol (*Evaluation and Control*), Evaluasi dan kontrol mengukur apa yang dapat dihasilkan atau diraih oleh perusahaan. Hal ini berarti membandingkan antara kinerja perusahaan dengan hasil yang diharapkan perusahaan. Kinerja adalah hasil akhir dari suatu aktivitas.

Analisis SWOT

Menurut Albert Humphrey (Salusu, 2015:175) mengatakan bahwa analisis SWOT adalah suatu metode dalam perencanaan stratejik yang dipakai untuk mengidentifikasi 4 faktor utama yang mempengaruhi kegiatan organisasi sepanjang masa. SWOT adalah akronim dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang

(opportunity) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strenght) dan kelemahan (weakness).

Hal yang sama juga di ungkapkan Tripomo (2005) suatu analisis strategi harus memperhatikan faktor-faktor SWOT (*strenghts, weakness, opportuniities and threat*) yaitu sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strenghts*).

Kekuatan yang dimiliki oleh organisasi dalam menjalankan strategi yang telah ditetapkan.

2. Kelemahan (*Weakness*).

Kelemahan yang dimiliki oleh organisasi dalam melaksanakan strategi yang telah ditetapkan dapat menjadi penghambat keberhasilan strategi.

3. Peluang (*Opportuniities*).

Peluang atau kesempatan yang dimiliki oleh organisasi dalam menjalankan rencana strategi yang telah ditetapkan dapat menjadi faktor-faktor pendukung akan memberikan dampak negatif pada strategi.

4. Ancaman (*Threat*).

Ancaman yang dimiliki oleh setiap organisasi menjadi pemacu untuk meningkatkan usaha dan kreatifitas suatu organisasi dalam menjalankan strategi yang telah direncanakan.

Mengacu pada pendapat Suwarsono (2013:5) menyatakan bahwa untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT. Selanjutnya Rahmi (2015) menjelaskan dalam melihat factor lingkungan dan faktor lingkungan eksternal dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths (kekuatan) dan weaknesses (kelemahan) (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan (Rahmi, 2015:260).

Adapun indikator dalam dimensi ini antara lain:

- 1) Pemasaran.

Menurut Rahmi (2013:70) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Menurut Suyanto (2007:48) pemasaran merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berhubungan dengan periklanan dan promosi. Untuk melihat kekuatan dan kelemahan pemasaran dapat dilihat dari reputasi perusahaan, kualitas pelayanan, efektifitas distribusi, efektifitas promosi, efektifitas inovasi dan cakupan geografis.

2) Keuangan.

Menurut Suyanto (2007:183) tentang keuangan yaitu Salah satu kendala yang sering dihadapi oleh banyak perusahaan adalah keterbatasannya mengumpulkan dana yang mutlak diperlukan dalam mengelola perusahaan tersebut. Seperti ketersediaan dana yang diperlukan untuk pembiayaan operasional yang mendesak atau dadakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Kekuatan dan kelemahan keuangan dapat dilihat dari aset, ketersediaan modal, arus kas, stabilitas keuangan.

3) Operasi.

Menurut Suyanto (2007:185) operasi adalah aktifitas mengubah masukan (bahan baku, bahan pendukung, mesin, manusia) menjadi keluaran yang bernilai. Operasi berkaitan dengan fasilitas dan peralatan, sumber daya dan perencanaan dan pengendalian operasi.

4) Sumber Daya Manusia.

Manajemen sumber daya manusia merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berhubungan perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan, penilaian kinerja, kompensasi, pemeliharaan karyawan termasuk aktivitas hubungan karyawan. Selanjutnya Siagian (2012:114) mengungkapkan tentang sumber daya manusia yaitu sumber daya manusia adalah kenyataan yang tidak dapat disangkal bahwa manusia merupakan unsur terpenting dalam setiap organisasi.

5) Penelitian dan pengembangan

Penelitian dan pengembangan menyangkut tentang terobosan baru dan inovasi yang bertujuan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan dan juga merupakan kegiatan yang berkaitan dengan aset dan biaya yang berhubungan dengan riset dan pengembangan produk, riset dan pengembangan proses, perbaikan desain proses, desain peralatan, pengembangan perangkat lunak komputer, sistem telekomunikasi, kemampuan database yang baru dan system dukungan keputusan yang terkomputerisasi (Suyanto, 2007:64).

6) Sistem Informasi Manajemen

Informasi merupakan batu pertama bagi semua organisasi. Informasi mempresentasikan sumber penting keunggulan atau kelemahan manajemen kompetitif.

7) Budaya Perusahaan (*corporate culture*).

Sehubungan dengan budaya organisasi, Siagian (2012:117) mengemukakan bahwa budaya organisasi berperan penting dalam menentukan batas-batas berperilaku bagi para anggota organisasi yang bersangkutan. Artinya, budaya menentukan apa yang baik, tidak baik, pantas, tidak pantas, yang boleh dan tidak boleh dilakukan serta yang wajar dan tidak wajar.

2. Faktor Eksternal

faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. (Rahmi, 2015:260).

1) Lingkungan Industri

Menurut Suwarsono (2013:110) industri adalah kumpulan perusahaan yang memproduksi dan menjual produk-produk sejenis atau berlawanan dalam sebuah pasar yang dapat *menggeser* perusahaan.

2) Lingkungan Bisnis Makro

Menurut Suwarsono (2013:56) bahwa Analisis lingkungan bisnis dimaksudkan untuk mencoba mengidentifikasi peluang (*opportunities*) yang perlu dengan

segera mendapatkan perhatian eksekutif dan yang saat yang sama diarahkan untuk mengetahui ancaman (*threats*) yang perlu mendapatkan antisipasi. analisis lingkungan Bisnis berusaha mengidentifikasi sejumlah variable pokok yang berada diluar kendali perusahaan yang diperkirakan memiliki pengaruh nyata keseluruhan lingkungan bisnis makro meliputi ekonomi, teknologi, politik, hukum, sosial, kependudukan, keseluruhan jenis lingkungan termasuk lingkungan yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui lingkungan industry.

Matrix SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT karena Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Hubeis, 2014:96). Matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 1.1

Diagram Matrik SWOT

<div style="text-align: center;"> <div style="display: inline-block; transform: rotate(-45deg); transform-origin: center;"> Faktor Internal Faktor Eksternal </div> </div>	Faktor Internal	<u>STRENGHT (S)</u> Tentukan 5- 10 faktor-faktor kekuatan internal	<u>WEAKNESSES (W)</u> Tentukan 5- 10 kelemahan internal
	<u>OPPORTUNITIES (O)</u> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<u>STRATEGI SO</u> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<u>STRATEGI WO</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	<u>THREATS (T)</u> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<u>STRATEGI ST</u> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk Mengatasi Ancama	<u>STRATEGI WT</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Hubeis (2014:96)

Keterangan:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunities*).

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST (*Strenghts-Threats*).

Adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO (*Weknesses- Opportunities*).

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT (*Weknesses- Threats*).

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Pariwisata

Menurut Nafila (2013:35) pariwisata adalah kegiatan orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek, ketempat-tempat tujuan di luar tempat tinggalnya dan tempat bekerjanya, serta di luar kegiatan-kegiatan mereka dan selama di tempat tujuan mempunyai berbagai maksud, termasuk kunjungan wisata. Sedangkan menurut Khodhyat (Sarasanti, 2012) pengertian pariwisata merupakan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun berkelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis SWOT pada pengembangan pariwisata berbasis masyarakat lokal di Kampung Tanjung Siambang, dapat dikatakan belum berjalan dengan optimal. Hal ini dapat diidentifikasi mengenai kekuatan dan kelemahan yang berasal dari lingkungan internal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tanjungpinang serta peluang dan ancaman

yang berasal dari lingkungan eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tanjungpinang. Peluang dan kekuatan merupakan faktor pendukung sedangkan ancaman dan kelemahan merupakan faktor penghambat perkembangan kepariwisataan sebagai berikut:

1. Faktor Lingkungan Internal

a. Kekuatan

- 1) Adanya aksesibilitas destinasi yang relatif mudah dan baik.
- 2) Adanya keanekaragaman destinasi wisata yang cukup banyak.
- 3) Adanya Kesadaran dan kepedulian masyarakat yang cukup tinggi dalam mengembangkan potensi asset pariwisata.

b. Kelemahan

- 1) Kualitas dan kuantitas SDM Pariwisata belum mendukung sepenuhnya dalam peningkatan pelayanan pariwisata.
- 2) Minimnya Manajemen Pengelolaan Destinasi Wisata
- 3) Pemerataan area kunjungan wisatawan masih yang terpusat pada beberapa kawasan pariwisata.
- 4) Kerjasama antar sector/instansi dalam pengembangan pariwisata belum optimal.
- 5) Ketersediaan dan Konektivitas Infrastruktur di Destinasi wisata yang Belum Optimal.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

a. Peluang

- 1) Letak Geostrategis Kota Tanjungpinang yang berbatasan langsung dengan beberapa Negara tetangga.
- 2) Daya dukung Kota Tanjungpinang sebagai salah satu destinasi Halal di Indonesia.
- 3) Daya dukung sebagai salah satu destinasi utama di Indonesia.

b. Ancaman

- 1) Tingkat persaingan dengan daerah lain yang cukup tinggi.
- 2) Kualitas dan kuantitas daya tarik destinasi wisata belum memadai.

- 3) Kurang optimalnya koordinasi dengan pelaku-pelaku pariwisata.
- 4) Terbatasnya jumlah kunjungan wisatawan, dipengaruhi oleh kurangnya promosi dan penyelenggaraan event wisata di Kota Tanjungpinang.
- 5) Kurangnya peran penyelenggara wisata dan masyarakat dalam penyediaan Paket Wisata.
- 6) Belum Optimalnya Partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata.

PENUTUP

Mengacu pengelolaan pada hasil penelitian dalam pengembangan kepariwisataan berbasis masyarakat lokal di Kampung Tanjung Siambang di atas, maka akan dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia dengan memanfaatkan kondisi politik yang stabil. Hendaknya difokuskan terhadap program-program pelatihan secara berkala dan intensif bagi pegawainya, penempatan pegawai yang tepat, dan penumbuhan kesadaran bagi pegawai untuk meningkatkan kualitasnya. Program ini ditujukan agar para pegawai yang sebelumnya tidak memiliki ketrampilan / latarbelakang pendidikan kepariwisataan menjadi paham mengenai kepariwisataan.
2. Memanfaatkan media informasi yang baik untuk meningkatkan jumlah investor. Isu ini sebaiknya di fokuskan kepada kegiatan penciptaan iklim usaha yang kondusif dengan informasi yang akurat mengenai potensi unggulan dan peluang penanaman modal. Dengan informasi yang akurat yang diberikan oleh dinas diharapkan dapat menumbuhkan minat investor dan masyarakat untuk ikut berperanserta dalam pengembangan kepariwisataan.
3. Meningkatkan sarana dan prasarana melalui peranan kelompok masyarakat sadar wisata. Dalam peningkatan sarana-prasarana melalui peranan kelompok masyarakat sadar wisata ini diprioritaskan pada kegiatan pelibatan masyarakat di dalam pengembangan pariwisata. Kegiatan pelibatan masyarakat ini dilakukan dengan cara membangun kerjasama yang baik antara pemerintah, swasta dengan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Hubeis, M. 2014. Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Nafila, Oktaniza. 2013. Peran Komunitas Kreatif Dalam Pengembangan Pariwisata Budaya Dai Sitis Megalitikum Gunung Padang. Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota 24, No. 1 hal 65-80, Jakarta
- Rahim, Aulia Donie. 2015. "Strategi Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Samarinda Dalam Penanggulangan Penyalahgunaan Dan Peredaran Gelap Narkoba Di Kota Samarinda". eJournal Ilmu Pemerintahan 5, No.1 2017; Samarinda
- Rahman A. dan Radjab E. 2017. Manajemen Strategi. Makassar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar
- Salusu, D. J. 2015. Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi NonProfit. Jakarta: Grasindo
- Sunarti, Dwi and Sugiharto, Sugiharto (2015) Kesejahteraan dan Metode Penelitian Tingkah Laku Unggas. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. ISBN 978-979-704-866-2
- Suwarsono, Muhammad. 2013. Manajemen Strategi Konsep dan Alat Analisis. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Terry, George R. 2010. Dasar-Dasar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara
- Taufiqrokhman. 2016. Manajemen Strategi. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Tripomo, Tedjo dan Udan. 2005. Manajemen Strategi. Bandung: Rekayasa Sains