

**TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)**

**STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA  
DI KABUPATEN JAYA WIJAYA**



**TAPM Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Magister Sains Dalam Ilmu Administrasi  
Bidang Minat Administrasi Publik**

**Disusun Oleh :**

**FATAH YASSIN**

**NIM. 500031417**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS TERBUKA  
JAKARTA  
2015**

## Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Jayawijaya

Fatah Yassin

Program Pasca Sarjana Universitas Terbuka

e\_mail : [faybaliem@gmail.com](mailto:faybaliem@gmail.com)

### Abstrak

Kabupaten Jayawijaya merupakan salah satu daerah di Provinsi Papua yang berpotensi untuk mengembangkan pariwisata di daerahnya. Di Kabupaten Jayawijaya terdapat banyak objek wisata daerah baik wisata alam, wisata budaya maupun wisata minat tertentu yang sampai saat sebagian besar belum ditata dan dikelola dengan baik. Pemerintah Daerah belum maksimal dalam mempromosikan wisata tersebut mengakibatkan potensi-potensi objek wisata yang dimiliki tidak dapat berkembang secara optimal. Sektor pariwisata memerlukan suatu strategi dengan pola pengembangan kepariwisataan yang terencana atau tersusun agar potensi yang di miliki bisa di kembangkan secara optimal. Didalam memajukan sektor pariwisata ditingkat daerah peran pemerintah daerah adalah sebagai motor penggerak yang selanjutnya memberikan kewenangan penuh kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Jayawijaya dalam menentukan strategi-strategi pembangunan kepariwisataan. Di sini penulis ingin mengetahui sejauh mana strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Jayawijaya dalam mengembangkan potensi pariwisata daerahnya, sehingga muncul dua permasalahan, yaitu *pertama* bagaimana strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Jayawijaya dalam pengembangan pariwisata daerah, *kedua* faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan pariwisata daerah di Kabupaten Jayawijaya. Berdasarkan hasil penelitian maka strategi pengembangan pariwisata di kabupaten Jayawijaya dapat dilakukan melalui: (a) Strategi Pengembangan Produk wisata. Strategi ini meliputi : (1) Strategi pengembangan wisata alam, (2) strategi pengembangan wisata budaya, (3) strategi pengembangan wisata minat khusus. (b) Strategi pengembangan promosi dan pemasaran (c) strategi pengembangan sumber daya manusia (d) strategi pengembangan investasi (e) strategi pengelolaan lingkungan. Faktor-faktor yang menghambat pengembangan pariwisata di kabupaten Jayawijaya adalah : (a) infrastruktur seperti jalan raya yang kurang memadai , penginapan yang kurang mendukung, sarana air bersih yang kurang baik, (b) kurangnya koordinasi antara instansi terkait dalam mengembangkan komoditas unggulan sebagai obyek pariwisata, (c) kurangnya interaksi antara penyuluh lapangan dengan masyarakat untuk pengembangan sektor pariwisata, sedangkan faktor pendukung pengembangan pariwisata di kabupaten Jayawijaya adalah (1) letak geografis yang startegis. (2) potensi alam yang indah (3) dukungan masyarakat lokal, (4) keamanan yang kondusif dan stabil.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data dengan SWOT analysis.

**Kata kunci:** *Manajemen strategi, Strategi, Pengembangan pariwisata.*

## ***Strategy Development Of Tourism Sector In The District Of Jayawijaya***

***Fatah Yassin***

***Graduate Program The Open University***

***e\_mail : [faybaliem@gmail.com](mailto:faybaliem@gmail.com)***

### ***Abstract***

*Jayawijaya district is one area in Papua province that have the potential to develop tourism in the region. The Jayawijaya there are many attractions both local natural attractions, cultural and special interest travel, which until now largely has not been laid out and well managed. Local government is not maximized in promoting tourism resulted in the potential attractions that are not held to develop optimally. The tourism sector requires a strategy with planned tourism development pattern or arranged so that could have potential in developed optimally. In the tourism sector at local level to promote the role of local government is the driving force which in turn gives full authority to the Department of Culture and Tourism District Jayawijaya in defining strategies for tourism development. Here the writer wanted to know the extent to which the strategy of Culture and Tourism District Jayawijaya in developing the tourism potential of the region, so there are two problems: first how the strategy of Culture and Tourism District Jayawijaya in the development of regional tourism, the two factors that influence the development of tourism area in Jayawijaya. Based on the research strategy of tourism development in the district of Jayawijaya can be done through: (a) the Product Development Strategy travel. This strategy includes: (1) natural tourism development strategy, (2) cultural tourism development strategy, (3) special interest tourism development strategy. (B) the promotion and marketing strategy development (c) human resource development strategy (d) investment development strategy (e) environmental management strategies. The factors that hinder the development of tourism in the district of Jayawijaya are: (a) infrastructure such as roads inadequate, lodging unfavorable, clean water facilities that are less good, (b) lack of coordination between relevant agencies in developing leading commodity as an object of tourism, (c) the lack of interaction between field extension with the community for the development of the tourism sector, while the supporting factors of tourism development in the district of Jayawijaya is (1) a strategic geographic location. (2) the potential for beautiful nature (3) local community support, (4) a security that is conducive and stable. This study uses a descriptive study using a qualitative approach. Source of data used are primary data and secondary data. The technique of collecting data through observation, interviews and documentation. Methods of data analysis with SWOT analysis.*

***Keywords:*** Management strategy, Strategy, development of tourism.

**UNIVERSITAS TERBUKA**  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK**

**PERNYATAAN**

TAPM yang berjudul Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Jayawijaya adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber daya yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik

Jayapura, Juli 2015  
Yang Menyatakan,  
  
FATAH YASSIN  
NIM : 500031417

  
N TERAI  
MPEL  
ABADF278560346  
000  
BURUPIAH

**UNIVERSITAS TERBUKA**  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK**

**PENGESAHAN**

Nama : FATAH YASSIN  
 NIM : 500031417  
 Program Studi : Magister Administrasi Publik  
 Judul TAPM : **STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR  
 PARIWISATA DI KABUPATEN JAYAWIJAYA**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program Magister  
 (TAPM) Administrasi Publik Program Pasca Sarjana Universitas Terbuka pada :

Hari/Tanggal : Rabu, Tanggal 8 Juli 2015

W a k t u : 11.30 – 12.10

Dan telah dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TAPM

Ketua Komisi Penguji

DR. Sardjijo, M.Si

Tandatangan

Penguji Ahli

DR. Muhammad Taufik, DEA

Pembimbing I

DR. Usman Pakasi, M.Si

Pembimbing II

DR. Sradjijo, M.Si

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER  
(TAPM)**

Judul TAPM : **STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR  
PARIWISATA DI KABUPATEN JAYAWIJAYA**

Nama : FATAH YASSIN

NIM : 500031417

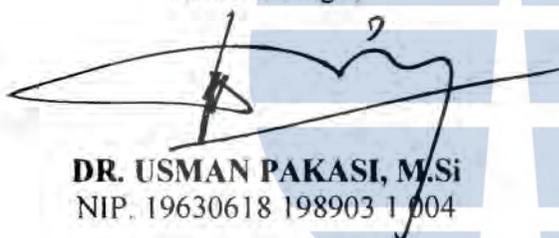
Program Studi : Magister Administrasi Publik

Hari/Tanggal : Rabu, 8 Juli 2015

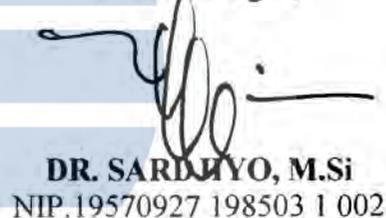
Menyetujui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**DR. USMAN PAKASI, M.Si**  
NIP. 19630618 198903 1 004

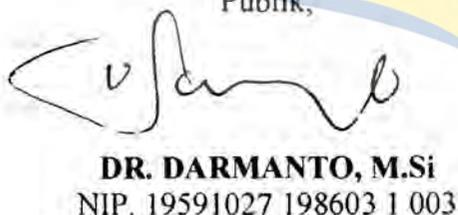


**DR. SARDJYO, M.Si**  
NIP. 19570927 198503 1 002

Mengetahui :

Ketua Bidang Ilmu/ Administrasi  
Publik,

Direktur Program  
Pascasarjana,



**DR. DARMANTO, M.Si**  
NIP. 19591027 198603 1 003



**SUCIATI, M.Sc, Ph.D**  
NIP. 19520213 198503 2 001

## KATA PENGANTAR

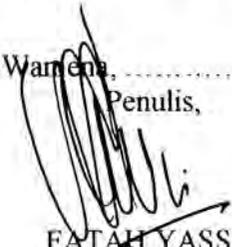
Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulisan dapat menuangkan segala pikiran dan kemampuan untuk menyelesaikan TAPM yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DI KABUPATEN JAYAWIJAYA”.

TAPM ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Program Pasca Sarjana Magister Administrasi Publik pada Universitas Terbuka. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang disajikan dalam TPAM ini masih memiliki keterbatasan pengetahuan baik dari segi metodologi, substansi maupun tata bahasa, untuk itu saran dan kritik dari semua pihak demi kesempurnaan TPAM ini sangat diharapkan.

Dalam upaya menyelesaikan TAPM ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Untuk itu, tidak ada yang dapat kami berikan selain ucapan terima kasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Wempi Wetipo, SH, MH, selaku Bupati Jayawijaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan pada Universitas Terbuka.
2. Prof. Ir. Tian Belawati, M.Ed, Ph.D, selaku Rektor Universitas Terbuka
3. DR. Sardjiyo, M.Si, selaku kepala UPBJJ UT Jayapura sekaligus sebagai Pembimbing II.
4. DR. Usman Pakasi, M.Si, selaku pemimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk dan arahan dalam rangka kesempurnaan TAPM ini.
5. Dosen TTM Universitas Terbuka UPBJJ UT Jayapura yang telah banyak memberikan kontribusi ilmu pengetahuan termasuk dalam penulisan TAPM ini.
6. Drs. Alpius Wetipo, selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya beserta staf yang telah mengizinkan penelitian di wilayah kerjanya dan memberikan data sesuai kebutuhan penelitian.
7. Isteri tercinta Dra. Aprida, teman-teman mahasiswa PPs-MAP UT kelompok Belajar Wamena yang senantiasa memberikan dukungannya, dan pihak-pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu yang secara tidak langsung turut membantu penyusunan TAPM ini.

Kepada mereka semua, penulis ucapkan “jazakumullah khairan katsiran”. Semoga amal baiknya di terima dan di lipat gandakan oleh Allah SWT. Dan semoga TAPM ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca. Amiin.

Warana, .....  
Penulis,  
  
FATAH YASSIN  
NIM. 500031417



## DAFTAR ISI

	Hal.
Judul .....	i
Abstrak .....	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi .....	iii
Lembar Persetujuan Layak Uji .....	iv
Lembar Pengesahan .....	v
Lembar Persetujuan TAPM .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Riwayat Hidup .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Bagan .....	x
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori .....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	37
C. Kerangka Berpikir .....	41
D. Operasionalisasi Konsep .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian .....	45
B. Sumber Informasi dan Pemilihan Informan .....	45
C. Instrumen Penelitian .....	46
D. Prosedur Pengumpulan Data .....	46
E. Metode Analisis Data .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	49
B. Hasil .....	63
C. Pembahasan .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	109
 DAFTAR PUSTAKA .....	 110

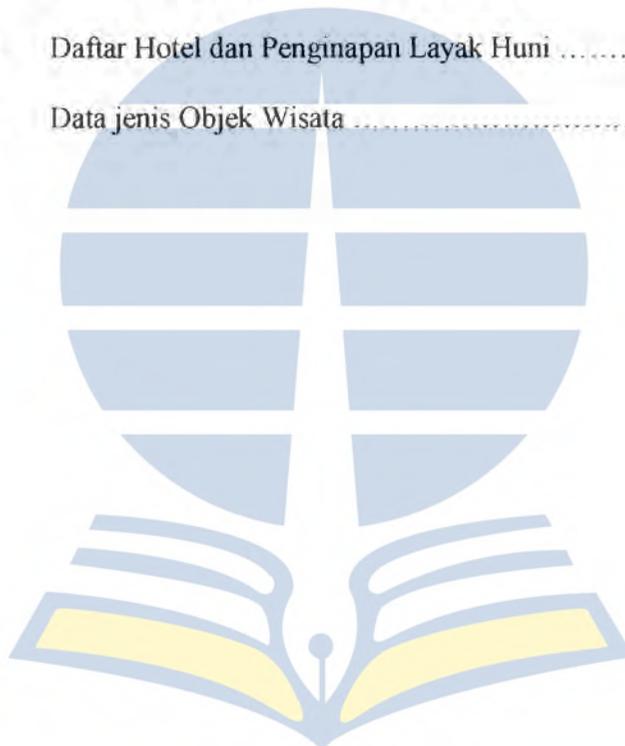
**DAFTAR BAGAN**

	<b>Halaman</b>
Bagan 2.1 Kerangka Pikir .....	42
Bagan 3.1 Diagram Matriks SWOT .....	48
Bagan 4.1 Matriks SWOT Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Jayawijaya .....	98



## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan wisatawan .....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 4.1	PDRB Kabupaten Jayawijaya .....	53
Table 4.2	Laju Pertumbuhan PDRB Jayawijaya .....	54
Tabel 4.3	Banyaknya Perusahaan Perdagangan .....	55
Tabel 4.4	Jenis Akomodasi, Restaurant dan Travel .....	60
Tabel 4.5	Daftar Hotel dan Penginapan Layak Huni .....	60
Tabel 4.6	Data jenis Objek Wisata .....	68



**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1.1 Model Dasar Managemen Strategik.....	13
Gambar 4.1 Sistem Kepariwisataaan .....	64



**DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Transkrip wawancara .....	112
Lampiran 2 Pedoman Wawancara .....	120
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup .....	121
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian .....	122
Lampiran 5 Fasilitas Perekonomian .....	124
Lampiran 6 Potensi Wisata Jayawijaya .....	127



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB), Bank Dunia dan *World Tourism Organization* (WTO), telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan social dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azazi manusia, sebagaimana dinyatakan oleh John Naisbitt dalam bukunya *Global Paradox* yakni bahwa “*where once travel was considered a privilege of the moneyed elite, now it is considered a basic human right*”. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang termasuk pula Indonesia.

Dalam hubungan ini, berbagai negara termasuk Indonesia pun turut menikmati dampak dari peningkatan pariwisata dunia terutama pada periode 1990 – 1996. Badai krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak akhir tahun 1997, merupakan pengalaman yang sangat berharga bagi masyarakat pariwisata Indonesia untuk melakukan *re-positioning* sekaligus *re-vitalization* kegiatan pariwisata Indonesia. Sehubungan dengan pengembangan potensi kepariwisataan, pemerintah telah menetapkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Kepariwisata bertujuan untuk : (a) meningkatkan pertumbuhan ekonomi; (b) meningkatkan kesejahteraan masyarakat; (c) menghapus kemiskinan; (d) mengatasi pengangguran; (e) melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya; (f) memajukan kebudayaan; (g) mengangkat citra bangsa; (h) memupuk rasa cinta tanah air; (i) memperkuat jati diri dan kesatuan

bangsa; dan (j) mempererat persahabatan antar bangsa. Undang-undang ini merupakan bukti keseriusan pemerintah untuk meningkatkan program pengembangan kepariwisataan yang dapat dijadikan acuan pembangunan pariwisata dan memberikan keleluasaan kepada para pengusaha di bidang pariwisata dengan Keputusan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor KEP-012/MKP/IV/2001 tentang Pedoman Perizinan Usaha Kepariwisata.

Menghadapi tantangan dan peluang ini, telah dilakukan pula perubahan peran Pemerintah dibidang kebudayaan dan pariwisata yang pada masa lalu berperan sebagai pelaksana pembangunan, saat ini lebih difokuskan hanya kepada tugas-tugas pemerintahan terutama sebagai fasilitator agar kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh swasta dapat berkembang lebih pesat. Peran fasilitator disini dapat diartikan sebagai menciptakan iklim yang nyaman agar para pelaku kegiatan kebudayaan dan pariwisata dapat berkembang secara efisien dan efektif.

Selain itu sektor pariwisata pun diharapkan dapat menggerakkan ekonomi rakyat, karena dianggap sektor yang paling siap dari segi fasilitas, sarana dan prasarana dibandingkan dengan sektor usaha lainnya. Harapan ini dikembangkan dalam suatu strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata yang berbasis kerakyatan atau *community-based tourism development*.

Prospek pariwisata ke depan pun sangat menjanjikan bahkan sangat memberikan peluang besar, para pelaku pariwisata Indonesia seyogyanya melakukan perencanaan yang matang dan terarah untuk menjawab tantangan sekaligus menangkap peluang yang akan “*bersliweran*” atau lalu lalang di kawasan kita. Pemanfaatan peluang harus dilakukan melalui pendekatan “*re-positioning*” keberadaan masing-masing kegiatan pariwisata dimulai dari sejak investasi, promosi, pembuatan produk pariwisata, penyiapan jaringan pemasaran internasional, dan penyiapan sumber daya manusia yang berkualitas. Kesemuanya

ini harus disiapkan untuk memenuhi standar internasional sehingga dapat lebih kompetitif dan menarik.

Disamping jumlah wisman yang makin meningkat, saat ini pun telah terjadi perubahan *consumers-behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan . Mereka tidak lagi terfokus hanya ingin santai dan menikmati *sun-sea and sand*, saat ini pola konsumsi mulai berubah ke jenis wisata yang lebih tinggi, yang meskipun tetap santai tetapi dengan selera yang lebih meningkat yakni menikmati produk atau kreasi budaya ( *culture* ) dan peninggalan sejarah ( *heritage* ) serta *nature* atau eko-wisata dari suatu daerah atau negara.

Perubahan pola wisata ini perlu segera disikapi dengan berbagai strategi pengembangan produk pariwisata maupun promosi baik disisi pemerintah maupun swasta. Dari sisi pemerintahan perlu dilakukan perubahan skala prioritas kebijakan sehingga peran sebagai fasilitator dapat dioptimalkan untuk mengantisipasi hal ini. Disisi lain ada porsi kegiatan yang harus disiapkan dan dilaksanakan oleh swasta yang lebih mempunyai *sense of business* karena memang sifat kegiatannya berorientasi bisnis.

Perubahan paradigma pembangunan dari era sentralisasi menuju desentralisasi yang tertuang dalam konsep otonomi daerah dengan landasan hukumnya pada UU No. 23 Tahun 2014, memberi konsekuensi pada daerah untuk dapat menggali dan memberdayakan seluruh potensi yang dimiliki sebagai penerimaan daerah yang dapat digunakan sebagai modal pembangunan tanpa harus bergantung pada pemerintah pusat.

Pemberian kewenangan yang luas kepada Kabupaten/Kota, maka Kabupaten/Kota dituntut harus benar-benar berpikiran jauh kedepan untuk dapat mengembangkan semua potensi sumber daya alam yang pada gilirannya akan bermuara kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kondisi obyek wisata di

Kabupaten Jayawijaya baik wisata alam, wisata budaya pada umumnya masih perlu perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Selain itu, kondisi obyek wisata di Kabupaten Jayawijaya juga kurang memadai yaitu kurang tersedianya fasilitas obyek wisata, baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

Dengan diberlakukannya Undang-undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah maka perlu pula porsi kegiatan untuk pemerintah daerah yang akibat adanya otonomi daerah maka daerah lebih memiliki wewenang untuk mengembangkan pariwisata daerah. Secara sederhana pembagian upaya promosi misalnya akan dapat ditempuh langkah-langkah dimana untuk pemerintah pusat melakukan *country-image promotion*, daerah melakukan *destination promotion* sesuai dengan keunggulan daerah masing-masing, sedangkan industri atau swasta melakukan *product promotion* masing-masing pelaku industri.

Di bidang budaya harus dirintis kembali pengembangan dan peningkatan kehidupan kebudayaan dikalangan masyarakat secara rutin dan berkesinambungan diberbagai tingkatan daerah sejak desa sampai ke perkotaan, tidak lagi dipusatkan hanya di Pusat ataupun di ibu kota propinsi. Gerakan massal ini memerlukan waktu minimal 5 – 10 tahun. Adanya upaya penyeragaman budaya menjadi budaya nasional, seperti pada masa lalu, haruslah dicegah agar ke-bhineka-an budaya dan kesenian dapat tumbuh berkembang dengan sehat dan alamiah. Apresiasi budaya dan kesenian diberbagai tingkatan harus dilakukan oleh rakyat secara spontan bukan lagi didasarkan karena adanya arahan dari pusat ataupun diselenggarakan melalui panitia pusat. Yang pada akhirnya setelah surat keputusan berakhir maka berbagai *event* ataupun festival pun tidak muncul lagi dan menunggu SK berikutnya. Paradigma berpikir semacam ini haruslah dikikis habis oleh para pelaku pariwisata itu sendiri. Dan seandainya pun Pemerintah ada dananya dan akan membantu kegiatan-kegiatan budaya kesenian, hendaknya hanyalah bersifat

“*start-up*” untuk menggulirkan kegiatan tersebut pada tahap-tahap awal sedangkan untuk selanjutnya harus dapat dikembangkan sendiri dari swadaya masyarakat.

Menarik untuk disimak Deklarasi Bali tentang Conserving Cultural Heritage for Sustainable Social, Economic and Tourism Development pada tanggal 14 Juli 2000 antara lain : “ *The growth of the tourist industry brings welcome economic development to many parts of the world. Cultural tourism is now a significant sector of this industry. Mass tourism and inappropriate behavior by tourists and those in the tourist industry can, and has, adversely affected the cultural identity of tourism centers. The tourism industry must recognize that it has a responsibility to contribute to the maintenance of the living culture on which it relies* ” (Setyanto P. Santoso, Artikel, 2002).

Sesungguhnya *culture* dan *heritage* ini adalah nyawanya atau “roh” dari kegiatan pariwisata Indonesia. Tanpa adanya budaya maka pariwisata akan terasa hambar dan kering, dan tidak akan memiliki daya tarik untuk dikunjungi. Pada bulan Juli 2000, Bank Dunia mulai memikirkan bagaimana caranya menanggulangi masalah kemiskinan melalui sektor pariwisata yang kemudian dikenal dengan “ *community-based tourism* ” (CBT). Selanjutnya diidentifikasi adanya tiga kegiatan pariwisata yang dapat mendukung konsep CBT yakni *adventure travel* , *cultural travel* dan *ecotourism* . (Setyanto P. Santoso, Artikel, 2002).

Dibahas pula kaitannya dengan akomodasi yang dimiliki oleh masyarakat atau disebut *small family-owned hotels* yang biasanya berkaitan erat dengan tiga jenis kegiatan tersebut. Bank Dunia yakin bahwa peningkatan wisata *adventure* , *ecology* dan budaya akan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat setempat dan sekitarnya sekaligus memelihara budaya, kesenian dan cara hidup masyarakat disekitarnya. (Setyanto P. Santoso, Artikel, 2002).

Selain itu CBT akan melibatkan pula masyarakat dalam proses pembuatan keputusan, dan dalam perolehan bagian pendapatan terbesar secara langsung dari kehadiran para wisatawan. Sehingga dengan demikian CBT akan dapat menciptakan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan dan membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya diharapkan akan mampu menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata. Jadi sesungguhnya CBT adalah konsep ekonomi kerakyatan di sektor riil, yang langsung dilaksanakan oleh masyarakat dan hasilnya pun langsung dinikmati oleh mereka.

Yang perlu mendapatkan perhatian khusus dalam konsep CBT adalah wisatawan domestik (wisnus) yang perannya sangat besar dalam menumbuhkan dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang nantinya diharapkan akan dikunjungi oleh wisman. Obyek-obyek wisata yang sering dan padat dikunjungi oleh wisnus akan memperoleh manfaat lebih besar dibandingkan dengan yang jarang dikunjungi wisnus. Makin banyak wisnus berkunjung, makin terkenal obyek tersebut dan pada akhirnya merupakan promosi untuk menarik datangnya wisman.

Dengan dilaksanakannya otonomi daerah, maka pengembangan dan pembangunan obyek wisata atas dasar CBT ini adalah merupakan salah satu tugas pemerintah daerah, meskipun tetap diupayakan agar hanya sampai sebatas sebagai fasilitator untuk menarik investor swasta melakukan kegiatan-kegiatan tersebut. Event-event pariwisata harus disusun secara konsisten sehingga dapat dijadikan acuan para pelaku pariwisata menjual ke berbagai pasar pariwisata dunia. Tanpa event yang tetap dan berkualitas maka akan sulit menarik pengunjung ke lokasi

tersebut. Selain itu prasarana pariwisata pun harus ditingkatkan kualitasnya terutama yang terkait dengan kesehatan, kebersihan, keamanan dan kenyamanan.

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Pemerintah Kabupaten Jayawijaya Tahun 2013-2018 telah dijabarkan suatu kebijakan kepariwisataan di tingkat daerah yang bertujuan untuk mempromosikan, melestarikan, dan meningkatkan potensi obyek dan daya tarik wisata serta memperluas kesempatan dan lapangan kerja. Salah satu tulang punggung penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada era otonomi daerah adalah sektor kepariwisataan mengingat sektor inilah yang sangat potensial menghasilkan pendapatan yang besar karena sifatnya yang multi sektoral dan multi effects. Dengan berkembangnya sektor kepariwisataan akan mendukung income generating dari berbagai sisi mulai dari retribusi masuk obyek wisata, pajak hotel dan restoran, perijinan usaha pariwisata, disamping juga menyerap tenaga kerja baik dari sektor formal maupun informal.

Mengingat demikian strategisnya posisi pengembangan sektor pariwisata maka developmental-planning-nya penting untuk dipikirkan. Jayawijaya adalah salah satu Kabupaten di Papua yang memiliki potensi wisata cukup berlimpah dan bervariasi. Obyek wisata di Jayawijaya dapat dikelompokkan kedalam tiga kategori yaitu wisata alam dan wisata budaya dan minat khusus.

Tabel 1.1  
Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusa Wisatawan Mancanegara

No	Tahun	Nus	Jumlah wisatawan Mancanegara					Jlh	Ket
			AS	AUS	ASIA	AF	ER		
			4	5	6	7	8		
1.	2009	967	307	39	93	-	1711	3.108	
2.	2010	895	294	55	157	1	1283	2.685	
3.	2011	732	279	37	74	3	1235	2.360	
4.	2012	1093	332	63	183	5	1239	2.915	
5.	2013	2735	161	24	161	-	1024	4.105	
Jumlah								15.173	

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Jayawijaya, 2015

Berdasarkan tabel 1.1 diatas terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Jayawijaya tidak mengalami peningkatan yang cukup berarti. Kondisi ini merupakan pekerjaan rumah bagi Pemerintah Kabupaten Jayawijaya khususnya dalam mengelola potensi kepariwisataan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan formulasi kebijakan yang akan ditempuh nantinya, serta peluang dan tantangan apa yang menghadang. Untuk menempuh kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan tentunya sangat penting untuk mengetahui peta kondisi kepariwisataan Jayawijaya yang ada saat ini.

Pembangunan kepariwisataan melalui pengembangan potensi wisata yang ada selain dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan masuknya devisa daerah/pendapatan asli daerah dan peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat, juga dapat memberikan motivasi kepada masyarakat untuk melestarikan lingkungan sekitar serta interaksi sosial budaya yang dapat memberikan kenyamanan dan keamanan. Dengan demikian pembangunan pariwisata selain dapat memberikan manfaat untuk pelestarian lingkungan secara berkelanjutan, juga dapat mendorong masyarakat untuk melestarikan nilai-nilai budaya yang ada. Pengembangan pariwisata dalam pengelolaannya tidak menimbulkan rasa keraguan masyarakat local, terhadap pengrusakan lingkungan sekitar dan hilangnya cirri khas budaya yang dimiliki oleh masyarakat lokal. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi perencanaan dan manajemen yang secara sistematis dapat memberikan problem solving secara komprehensif sehingga tujuan pariwisata akan tercapai jika pengembangan pariwisata dilakukan dengan perencanaan pembangunan kepariwisataan di berbagai aspek.

Secara umum, strategi perencanaan pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan, antara lain (1) Perencanaan secara menyeluruh dan terpadu guna memberikan arah serta acuan bagi daerah untuk

melakukan langkah-langkah pengembangan selanjutnya; (2) Mengorganisasi elemen-elemen kepariwisataan, sehingga pengembangannya dapat dikelola dengan maksimal serta tidak terkesan pengembangan yang sepihak (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI, 2003:7).

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Jayawijaya.”

## **B. Perumusan Masalah**

Permasalahan yang dihadapi Jayawijaya dalam bidang kepariwisataan dari perspektif publik tampak bahwa ada beberapa masalah yang perlu dipecahkan berkaitan dengan kondisi internal pengembangan kepariwisataan Jayawijaya, yaitu

1. Faktor-faktor apakah yang menghambat dan mendukung pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya?
2. Bagaimana strategi pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji serta menganalisis :

1. Faktor-faktor yang menghambat dan mendukung dalam pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya.
2. Strategi pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya.

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara akademis

Merupakan kontribusi pemikiran ilmiah guna menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang administrasi pembangunan, utamanya konsep-konsep atau manajemen strategi dalam kaitannya dengan pengembangan pembangunan pariwisata.

## 2. Secara praktis

- a. Merupakan bahan informasi dan bahan evaluasi bagi Pemerintah Kabupaten Jayawijaya khususnya jajaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya dalam melaksanakan perbaikan dan peningkatan mutu pelayanan kepada masyarakat khususnya di bidang pariwisata.
- b. Sebagai bahan perbandingan atau acuan bagi peneliti lainnya yang relevan dengan materi kajian penelitian ini.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Manajemen Strategi

Menurut Fred R. David (2006) manajemen strategis adalah seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai objektifnya. Sedangkan Bambang Hariadi (2003 : 3) berpendapat bahwa manajemen strategis adalah suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, menjalankan strategi dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai-nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi organisasi. Menurut Peach dan Robinson (1997) dikatakan bahwa manajemen stratejik adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.

Manajemen strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. Dari pengertian manajemen strategi di atas yang cukup luas tersebut menunjukkan bahwa manajemen stratejik merupakan suatu sistem yang sebagai satu kesatuan memiliki berbagai komponen yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi, dan bergerak secara serentak (bersama-sama) kearah yang sama pula. Dari pengertian manajemen strategi di atas yang cukup luas tersebut menunjukkan bahwa manajemen stratejik merupakan suatu sistem yang sebagai satu kesatuan memiliki

berbagai komponen yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi, dan bergerak secara serentak (bersama-sama) kearah yang sama pula.

Komponen pertama adalah perencanaan strategi dengan unsur-unsurnya yang terdiri dari visi, misi, tujuan dan strategi utama organisasi. Sedangkan komponen kedua adalah perencanaan operasional dengan unsure-unsurnya sasaran dan tujuan operasional, pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen berupa fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan dan fungsi penganggaran, kebijaksanaan situasional, jaringan kerja internal dan eksternal, fungsi kontrol dan evaluasi serta umpan balik.

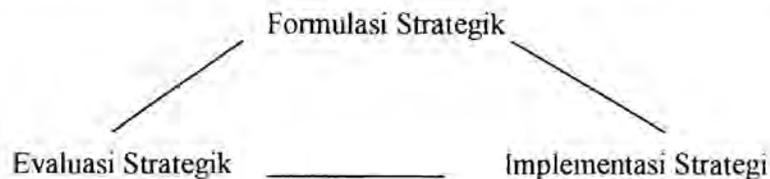
Managemen strategi merupakan suatu proses yang dinamik karena berlangsung secara terus menerus dalam suatu organisasi. Setiap strategi selalu memerlukan peninjauan ulang dan bahkan mungkin perubahan di masa depan. Salah satu alasan utama mengapa demikian halnya adalah karena kondisi yang dihadapi oleh suatu organisasi, baik yang sifatnya internal maupun eksternal selalu berubah-ubah pula. Dengan kata lain strategi manajemen dimaksudkan agar organisasi menjadi satuan yang mampu menampilkan kinerja tinggi karena organisasi yang berhasil adalah organisasi yang tingkat efektifitas dan produktifitasnya makin lama makin tinggi.

Manajemen strategi berkaitan dengan upaya memutuskan persoalan strategi dan perencanaan, dan bagaimana strategi tersebut dilaksanakan dalam praktek. Manajemen strategi dapat dipandang sebagai hal yang mencakup tiga macam elemen utama. Terdapat adanya analisis strategi dimana penyusun strategi (strategis) yang bersangkutan berupaya untuk memahami posisi strategik organisasi yang bersangkutan. Terdapat pula adanya pilihan strategi yang berhubungan dengan perumusan aneka macam arah tindakan, evaluasi, dan pilihan antara mereka. Akhirnya terdapat pula implementasi strategi yang berhubungan dengan

merencanakan bagaimana pilihan strategi dapat dilaksanakan. Ketiga macam pendekatan dirangkumkan dalam gambar berikut:

Gambar 1.1

Sebuah Model Dasar Dari Proses Manajemen Strategik (David, Fred R)



Don Harvey dalam bukunya yang berjudul: "*Business policy and Strategic Management*" (1982), menyatakan pandangan-pandangan berikut tentang manajemen strategik. Manajemen strategik berhubungan dengan proses memilih strategi dan kebijakan dalam rangka upaya memaksimalkan sasaran-sasaran organisasi yang bersangkutan. Manajemen strategik meliputi semua aktivitas yang menyebabkan timbulnya perumusan sasaran-sasaran organisasi, strategi-strategi dan pengembangan rencana-rencana, tindakan-tindakan dan kebijakan untuk mencapai sasaran-sasaran strategik tersebut untuk organisasi yang bersangkutan secara total. Adapun fokus manajemen strategik adalah pada lingkungan eksternal dan pada operasi-operasi pada masa datang. Manajemen strategik mendeterminasi arah jangka panjang organisasi yang bersangkutan dan menghubungkan sumber-sumber daya organisasi yang ada dengan peluang-peluang pada lingkungan yang lebih besar. Manajemen Strategis (*Strategic Management*) merupakan kumpulan keputusan dan tindakan yang digunakan dalam penyusunan dan implementasi strategi yang akan menghasilkan kesesuaian superior yang kompetitif antara organisasi dan lingkungannya, untuk meraih tujuan organisasi.

Ketchen (Senja Nilasari, 2014:4) menyatakan manajemen strategis sebagai analisis, keputusan dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan

mempertahankan keunggulan kompetitif. Sedangkan menurut Gluck, Kaufman dan Welleck (Senja Nilasari 2014:5) manajemen strategi merupakan sistem manajemen yang menghubungkan perencanaan strategis dengan pembuatan keputusan dalam proses operasional perusahaan. Proses operasional perusahaan terjadi setiap hari secara terus menerus dan berkelanjutan. Manajemen strategi turut berproses seperti proses operasional perusahaan. Tidak heran manajemen strategi bersifat dinamis menurut perkembangan yang terjadi.

Manajemen strategi merupakan proses sistematis yang dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang matang. Sebagai sebuah proses, manajemen strategi melibatkan seluruh kepentingan yang diperlukan dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Tindakan-tindakan, keputusan-keputusan, serta komitmen juga akan dilibatkan berdasarkan proses manajemen strategi.

Menurut Prof. Dr. Sondang P. Siagian, (2012:15) manajemen strategik adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Dari berbagai pengertian atau definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang (Wahyudi, 1996:15).

Prinsip-prinsip utama dalam formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

#### a. Formulasi Strategi (*Strategic Planning*)

Formulasi strategi sangat penting untuk dilaksanakan sehubungan dengan adanya keterbatasan sumber daya yang dimiliki organisasi misalnya keterbatasan

dana dan kemampuan, dibandingkan dengan tujuan-tujuan yang diinginkan sehingga perlu disusun strategi yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan kemampuan organisasi dengan menggunakan seperangkat piranti (*tools*) antara lain analisis lingkungan dengan metode SWOT, *System Thinking*, *Scenario Planning*, *Balance Scorecard* dan lain-lain.(LAN-RJ, 2012: 18)

Tujuan utama kegiatan formulasi strategi adalah penetapan tujuan yang rasional dimana hal ini disebabkan pesatnya perkembangan dan perubahan lingkungan dimana organisasi itu berada. Perkembangan lingkungan ini menuntut organisasi agar selalu melakukan perubahan ke arah perbaikan untuk mempertahankan eksistensinya. Kemampuan internal organisasi dan tuntutan perubahan eksternal merupakan dua komponen utama yang harus dipertimbangkan dalam penyusunan strategi.

Formulasi strategi berkait erat dengan fungsi utama organisasi yang dituangkan secara jelas dalam pernyataan misi organisasi. Formulasi strategi juga bersifat praktis karena berorientasi pada aksi berdasarkan hasil pengujian faktor internal dan eksternal. Secara spesifik ada hal-hal yang harus diperhatikan dalam penyusunan strategi (LAN-RJ, 2012:20) yaitu :

1. Menentukan Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran yang akan dicapai dengan tepat sehingga dapat digunakan sebagai acuan operasional kegiatan organisasi terutama dalam pencapaian tujuan akhir organisasi
  2. Mengenali lingkungan dimana organisasi berada
  3. Melakukan analisis yang bermanfaat dalam positioning organisasi untuk mempertahankan eksistensi dan melaksanakan yujuannya
  4. Penyusunan Rencana Strategik
- b. Implementasi strategi (*Action Plan*)

Implementasi strategi pada dasarnya menjelaskan cara mencapai *outcomes* , karena tujuan utamanya adalah rasionalitas tujuan dan sumber daya yang pada dasarnya adalah tindakan mengimplementasikan strategi yang telah disusun kedalam berbagai alokasi sumber daya secara proporsional dan optimal. Dengan kata lain dalam membuat implementasi strategi maka diperlukan penggunaan informasi formulasi strategi untuk membantu penetapan target kinerja, alokasi dan prioritas sumber daya.(LAN RI, 2012:21).

Pengenalan dan analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal dalam formulasi strategi harus dilakukan untuk dapat mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman/tantangan/kendala (*threats*) dan diharapkan mampu membuahkan rumusan tujuan, alokasi sumber daya serta pencapaian sasaran yang berguna bagi organisasi dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Secara teknis komponen penting dalam manajemen kinerja adalah dengan menyusun *action plan* yang merupakan strateji dan tindakan mengimplementasikan hasil formulasi strateji dengan pengalokasian sumber daya secara proporsional dan optimal, serta mempersiapkan semua faktor penunjang yang diperlukan dalam mencapai keberhasilan organisasi.

### c. Evaluasi Strategi

Fokus utama dalam evaluasi strategi adalah pengukuran kinerja dan penciptaan mekanisme balikan yang efektif. Pengukuran kinerja merupakan tahap yang penting untuk melihat dan mengevaluasi capaian atau hasil pekerjaan yang telah dilakukan organisasi dalam proses mencapai tujuan yang menjadi sasaran pekerjaan tersebut (LAN RI, 2012:23).

Para manajer di semua level menggunakan informasi hasil kinerja untuk melakukan tindakan perbaikan dan memecahkan masalah. Walaupun evaluasi dan

pengendalian merupakan elemen akhir yang utama dari manajemen strategis, elemen itu juga dapat menunjukkan secara tepat kelemahan-kelemahan dalam implementasi strategi sebelumnya dan mendorong proses keseluruhan untuk dimulai kembali.

Pengendalian strategik merupakan pengendalian yang mengikuti strategi yang sedang diimplementasikan, mendeteksi masalah atau perubahan yang terjadi pada landasan pemikirannya, dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Tahap pengendalian strategi ini merupakan suatu jenis khusus dari pengendalian organisasi yang berfokus pada pemantauan dan pengevaluasian proses manajemen strategi, dengan maksud untuk memperbaiki dan memastikan bahwa sistem tersebut berfungsi sebagaimana mestinya.

Dalam tahap ini akan coba dievaluasi apakah implementasi strategi benar-benar sesuai dengan formulasi strategi atau tidak. Atau apakah asumsi-asumsi yang kita gunakan dalam pengendalian strategi ini akan sangat bermanfaat dan akan menjadi input untuk proses manajemen strategi perusahaan selanjutnya.

Dengan demikian perusahaan diharapkan akan tetap memiliki daya saing yang berkelanjutan dalam persaingan. Karena strategi diimplementasikan dalam suatu lingkungan yang terus berubah, implementasi yang sukses menuntut pengendalian dan evaluasi pelaksanaan. Sehingga jika diperlukan dapat dilakukan tindakan-tindakan perbaikan yang tepat.

## 2. Fungsi Manajemen Strategi

Manajemen adalah proses kegiatan pencapaian tujuan melalui kerja sama antar manusia. Rumusan tersebut mengandung pengertian adanya hubungan timbal balik antara kegiatan dan kerja sama di satu pihak dengan tujuan di pihak lain.

Sedangkan fungsi manajemen strategis itu sendiri adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan

dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan maupun perencanaan-perencanaan yang terstruktur untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Terry (J. Panglaykim dan Hazil Tanzil, 1986:39) fungsi manajemen itu sendiri dibagi menjadi empat, yaitu :

- a. Perencanaan (*planning*) adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Manajer mengevaluasi berbagai rencana alternatif sebelum mengambil tindakan dan kemudian melihat apakah rencana yang dipilih cocok dan dapat digunakan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan, fungsi-fungsi lainnya tak dapat berjalan.
- b. Pengorganisasian (*organizing*) dilakukan dengan tujuan membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah dibagi-bagi tersebut. Pengorganisasian dapat dilakukan dengan cara menentukan tugas apa yang harus dikerjakan, siapa yang harus mengerjakannya, bagaimana tugas-tugas tersebut dikelompokkan, siapa yang bertanggung jawab atas tugas tersebut, pada tingkatan mana keputusan harus diambil.
- c. Pengarahan (*directing*) adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha organisasi. Jadi *actuating* artinya adalah menggerakkan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau penuh kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif. Dalam hal ini yang dibutuhkan adalah kepemimpinan (*leadership*).

d. Pengevaluasian (*evaluating*) adalah proses pengawasan dan pengendalian performa perusahaan untuk memastikan bahwa jalannya perusahaan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Seorang manajer dituntut untuk menemukan masalah yang ada dalam operasional perusahaan, kemudian memecahkannya sebelum masalah itu menjadi semakin besar.

### 3. Strategi

Strategi adalah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan (Salusu, 2008 : 1001). Dalam dunia bisnis strategi sering digunakan untuk menunjuk pada tindakan khusus yang dipakai oleh seorang manajer guna mengimbangi tindakan potensial yang diperkirakan akan muncul dari pesaing-pesaingnya. Dalam arti umum, Steiss (Salusu, 2008 : 90) menyatakan bahwa berlaku sebaliknya strategi organisasi adalah setiap langkah kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran utama organisasi.

Sementara itu Bryson, (2003 : 189) memandang strategi sebagai pola tujuan, kebijakan, program, tindakan keputusan, atau alokasi sumber daya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang dikerjakan organisasi, dan mengapa organisasi melakukannya. Jadi strategi merupakan pola di dalam arus keputusan atau tindakan.

Menurut Porter strategi adalah suatu alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing (Rangkuti, 2004:4). Senada dengan itu, Hamel dan Pharalad juga mengatakan strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan (Rangkuti, 2004:4).

Sementara itu Bryson, (2003:189) memandang strategi sebagai pola tujuan, kebijakan, program, tindakan keputusan, atau alokasi sumber daya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang dikerjakan organisasi, dan mengapa organisasi melakukannya. Jadi strategi merupakan pola di dalam arus keputusan atau tindakan.

Hax dan Majhuf (Salusu 2008 : 100) merumuskan tentang strategi adalah :

- a. Suatu pola keputusan yang konsisten, menyatu dan integral.
- b. Suatu upaya untuk menentukan dan menampilkan tujuan organisasi dalam artian sasaran jangka panjang, program bertindak, dan prioritas alokasi sumber daya.
- c. Menyeleksi bidang yang akan digeluti organisasi.
- d. Mencoba mendapatkan keuntungan yang mampu bertahan lama, dengan memberikan respon yang tepat terhadap peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal organisasi dan kekuatan serta kelemahannya.
- e. Melibatkan semua tingkat hierarki dari organisasi.

Setiap strategi selalu mempunyai tujuan, oleh Korten dalam (Salusu, 2008 : 136-137) bahwa tujuan strategi itu adalah kunci dari arah perubahan masa depan, ia mengarahkan apa yang hendak dikejar di waktu yang akan datang ( 3 – 5 tahun). Bila tujuan strategi berjalan dengan baik maka kenyataan itu sudah merupakan “kunci keunggulan dan kesuksesan” sebab arahannya jelas yaitu untuk mendapatkan manfaat terbesar dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Juga, membantu menciptakan kondisi yang mendorong pertumbuhan dan kemajuan organisasi.

Secara pragmatis tujuan strategi adalah kunci menuju kelangsungan hidup organisasi, ini berarti pada saat-saat yang kritis harus memusatkan perhatian segera, jelas dan bahkan agresif terhadap hal-hal yang memerlukan perubahan dengan maksud untuk menanggulangi situasi yang bisa mengancam organisasi yang dapat mempengaruhi stabilitas keuangan dan kelanjutan hidup organisasi.

Suatu strategi juga bervariasi sesuai kerangka tindak dan waktu, yang oleh Charles Hafer, Higgins (Salusu, 2008 : 101-102) dijelaskan ada 4 tingkatan strategi

dan merupakan kesatuan yang bulat, yang keseluruhannya itu disebut Master Strategi yaitu :

1. *Enterprise Strategy*; yakni suatu strategi yang berkaitan dengan respons masyarakat, di mana organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha dalam memberi pelayanan terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat dan merespon terhadap keinginan masyarakat dengan pertimbangan-pertimbangan etis.
2. *Corporate Strategy*; yaitu strategi yang berkaitan dengan isi organisasi, sehingga sering disebut grand Strategi yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi.
3. *Bussines Strategy*; yaitu suatu tingkatan strategi yang bertujuan bagaimana merebut pasaran ditengah masyarakat dengan maksud untuk dapat memperoleh keuntungan-keuntungan strategi yang menunjang berkembangnya organisasi ketingkat yang lebih baik. Dengan kata lain, strategi ini memusatkan perhatian pada keunggulan kompetitif.
4. *Fungchional Strategy*; yakni suatu strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada 3 jenis strategi ini yaitu :
  - a. Strategi fungsional ekonomi, yakni mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai suatu kesatuan ekonomi yang sehat antara lain berkaitan dengan : keuangan, pemasaran, sumber daya, penelitian dan pengembangan.
  - b. Strategi fungsional manajemen, mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu planning, organizing, controlling, staffing, motivating, communicating, desision making, representing dan integrating.
  - c. Strategi isu strategi, yakni mengontrol lingkungan baik situasi yang sudah diketahui maupun yang belum diketahui.

Selain tingkatan strategi, juga dikenal adanya tipe-tipe strategi, dimana tiap-tiap tipe ini saling menopang sehingga merupakan satu kesatuan yang kokoh. Tipe-tipe yang dimaksud ini menurut Koteen (Safusu, 2008 : 104-105) adalah sebagai berikut :

1. *Corporate Strategy* (Strategi organisasi); strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif organisasi yang dilakukan.
2. *Program Strategy* (strategi program) ; strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu, misalnya dampaknya bila program tertentu dilancarkan/diperkenalkan.
3. *Resource Support Strategy* (strategi pendukung sumber daya) ; strategi ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya.
4. *Institutional Strategy* (strategi kelembagaan) ; fokus dari strategi ini adalah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategi.

Perencanaan strategi yang digunakan oleh kalangan bisnis maupun kalangan penyelenggara pembangunan (pemerintah dan LSM) pada perkembangannya dikemas dalam suatu metode yang saat ini telah dikenal luas yaitu manajemen strategi. Pengintegrasian terminologi strategi dan manajemen, sesungguhnya merupakan konsekuensi logis dari upaya untuk mencapai keberhasilan suatu program dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen secara utuh, baik perencanaan, pengorganisasian, pembimbingan (kepemimpinan), pengawasan dan evaluasi kembali.

Manajemen strategi diartikan sebagai suatu cara memimpin organisasi untuk mencapai misi, tujuan dan sasarannya dengan cara meningkatkan kemampuan manajerial, tanggung jawab organisasional, sistem administrasi yang baik, yang dapat menghubungkan pengambilan keputusan strategi dengan pengambilan keputusan operasional, pada semua tingkatan hierarki organisasi, dan pada semua jajaran kewenangan fungsional dalam organisasi (Salusu, 2008 : 492-493).

Dengan kata lain manajemen strategi adalah suatu cara untuk mengendalikan organisasi secara efektif dan efisien, sampai kepada implementasi garis terdepan, sedemikian rupa sehingga tujuan dan sasarannya tercapai.

Nawawi (2000 : 147-148) menginventarisir 4 (empat) definisi dari manajemen strategik, sebagai berikut :

1. Manajemen strategik adalah proses atau rangkaian kegiatan atau pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan dan cara pelaksanaannya yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.
2. Manajemen strategik adalah usaha manajerial menumbuh kembangkan kekuatan organisasi untuk mengexploitasi peluang yang muncul guna mencapai tujuannya yang telah ditetapkan sesuai dengan misi yang telah ditentukannya.
3. Manajemen strategik adalah suatu keputusan dan tindakan yang mengarah pada suatu pengembangan suatu strategi atau strategi-strategi yang aktif untuk membantu mencapai tujuan organisasi.
4. Manajemen strategik adalah perencanaan berskala besar (perencanaan strategik) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi) dan ditetapkan sebagai keputusan manajemen puncak (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil).

Konsep atau kerangka berpikir manajemen strategik berupaya mencari jalan keluar bagi institusi atau organisasi untuk beradaptasi kembali terhadap perubahan dan tantangan lingkungan melalui pencarian isu atau faktor strategis dengan menggunakan teknik-teknik manajemen, agar kemajuan dapat dipertahankan dengan kinerja yang semakin optimal.

Kegunaan praktis yang diperoleh dari aplikasi teknik-teknik yang dikembangkan oleh manajemen strategis (Bryson, 2003 : 12 – 13) adalah sebagai berikut :

1. Berpikir secara strategis dan mengembangkan strategi-strategi yang efektif.
2. Memperjelas arah masa depan.
3. Menciptakan prioritas.
4. Membuat keputusan sekarang dengan mengingat konsekuensi masa depan.
5. Mengembangkan landasan yang koheren dan kokoh bagi pembuatan keputusan.
6. Menggunakan keleluasan yang maksimum dalam bidang-bidang yang berada di bawah kontrol organisasi.
7. Membuat keputusan yang melintasi tingkat dan fungsi.
8. Memecahkan masalah utama organisasi.
9. Memperbaiki kinerja organisasi.
10. Menangani keadaan yang berubah dan cepat secara efektif.
11. Mengembangkan kerja kelompok dan keahlian.

Selanjutnya, dikemukakan bahwa manfaat manajemen strategi adalah dapat memberi petunjuk bagi para eksekutif dalam mencoba mempengaruhi dan mengendalikan lingkungan itu sehingga tidak sekedar memberi reaksi terhadapnya. Dengan demikian organisasi tetap mengendalikan arah perjalanannya menuju sasaran yang dikehendaki (Salusu, 2008 : 495).

Manajemen strategis memberikan gambaran kepada pengambil keputusan mengenai bagaimana suatu institusi dapat digerakkan untuk mencapai tujuan sesuai dengan visi dan misi yang diembannya dengan mengolah secara efektif faktor – faktor strategis yang ada.

Untuk menerapkan teknik manajemen strategik secara baik dan berhasil, maka harus dipertimbangkan 8 (delapan) langkah pokok berikut ini (John M. Bryson, 2003 : 55-71) :

1. Kesepakatan awal terhadap suatu proses manajemen strategik. Untuk itu perlu dilakukan negosiasi dengan para pembuat keputusan (*decision maker*) agar diperoleh dukungan dan komitmen dalam implementasinya kemudian.
2. Mengidentifikasi yang ada, baik yang bersifat formal maupun informal secara jelas dan transparan, karena mandat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keberadaan suatu institusi.
3. Memperjelas misi dan nilai-nilai institusi karena posisinya penting sebagai tujuan bagi kebutuhan sosial atau politik yang akan diraih.
4. Menilai lingkungan eksternal yang menyangkut peluang dan ancaman yang ada. Faktor-faktor yang terkait dengan lingkungan eksternal ini adalah meliputi politik, ekonomi, sosial dan teknologi.
5. Menilai lingkungan internal yang berhubungan dengan kekuatan yang dimiliki maupun kelemahan yang ada. Dalam hal ini institusi dapat memonitori sebagai sumber daya sebagai input, strategis saat ini sebagai konversi, dan kinerja yang diperoleh sebagai output.
6. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi, antara lain yang menyangkut tujuan, cara falsafah, lokasi, ketetapan waktu, pihak-pihak (*stakeholder*) yang mendapat keuntungan atau mengalami kerugian jika strategi baru diimplementasikan.
7. Merumuskan strategi baru dan tepat untuk mengelola isu-isu strategi yang ada dan muncul kemudian.
8. Membangun suatu visi institusi yang tepat untuk masa yang akan datang.

Hal-hal yang selalu menjadi perhatian dalam setiap merumuskan suatu strategi secara efektif adalah visi, misi, tujuan/goal dan sasaran suatu organisasi. Visi, misi, tujuan/goal dan sasaran merupakan satu kesatuan yang utuh dalam mewujudkan tujuan organisasi.

#### a. Visi

Visi adalah gambaran kondisi masa depan yang belum tampak sekarang, tetapi merupakan konsepsi yang dapat dibaca oleh setiap orang (Salusu 2008 : 130). Berarti visi merupakan suatu pikiran yang melampaui realitas sekarang, sesuatu atau keadaan yang diciptakan yang belum pernah ada sebelumnya akan diwujudkan oleh seluruh anggota organisasi. Visi memberi gambaran kondisi yang akan dicapai oleh organisasi dimasa yang akan datang. Selanjutnya Bryson ( 2003 :

67) mengemukakan bahwa sesungguhnya visi memberikan kerangka dasar tentang gambaran organisasi di masa depan.

#### b. Misi

Misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh suatu institusi atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau ditetapkan. Misi menyatakan pernyataan tentang tujuan organisasi yang diungkapkan dalam bentuk *output* dan pelayanan yang optimal untuk memenuhi tuntutan, kebutuhan dan keinginan masyarakat yang ada. Oleh Kotler (Salusu, 2008 : 121) mengatakan bahwa misi adalah pernyataan tentang tujuan organisasi yang di ekspresikan dalam produk dan pelayanan yang dapat ditawarkan, kebutuhan yang dapat ditanggulangi, kelompok masyarakat yang dilayani, nilai-nilai yang dapat diperoleh, serta aspirasi dan cita-cita dimasa depan.

Misi memiliki peranan penting dalam mengarahkan tujuan dan sasaran organisasi. Menurut Ansoff dan McDonnell (Salusu, 2008 : 123) suatu perumusan tujuan dan sasaran yang realistik hanya mungkin dilakukan jikalau terlebih dahulu misi organisasi sudah diidentifikasi.

Secara organisatoris Hani Handoko (1995 : 108) mengemukakan bahwa misi organisasi menunjukkan fungsi yang hendak dijalankan dalam suatu sistem sosial dan ekonomi tertentu. Hani mengatakan bahwa misi organisasi menjelaskan juga alasan keberadaan dari institusi atau organisasi tersebut, mengapa ia ada dan apa tujuan pendiriannya. Organisasi harus selalu dilihat sebagai alat untuk mencapai tujuan.

Etzioni (Handoko, 1995 : 109) mengemukakan bahwa tujuan organisasi merupakan suatu pernyataan tentang keadaan yang diinginkan, di mana organisasi tersebut bermaksud untuk merealisasikan dan sebagai pernyataan tentang keadaan

diwaktu yang akan datang dimana organisasi sebagai kolektivitas mencoba untuk menimbulkannya.

### c. Tujuan

Tujuan/*goal* adalah merupakan suatu pernyataan kualitatif mengenai keadaan/hasil yang ingin dicapai dimasa yang akan datang (Wahyudi, 1996 : 73). Hal ini senada dengan uraian Salusu bahwa tujuan diartikan sebagai kondisi jangka panjang yang diinginkan, yang dinyatakan dalam istilah umum dan kualitatif, dan yang mungkin hanya sebagian yang dapat dicapai (2008 : 133).

Tujuan dapat dibedakan dalam tiga tipe, (Salusu, 2008 : 135) yaitu : pertama, tujuan resmi (*official goals*) yaitu tujuan organisasi yang diumumkan melalui pernyataan resmi untuk diketahui publik dan yang menegaskan apa yang akan dicapai. Kedua, tujuan operatif (*operative goals*), yaitu tujuan yang memberi perhatian pada kebijaksanaan dan tindakan apa yang perlu dilakukan agar organisasi dapat memperoleh sukses. Ketiga, tujuan operasional (*operational goals*) yaitu tujuan yang lebih memberi perhatian pada sasaran akhir yang akan di capai.

### d. Sasaran

Sasaran adalah sebagai suatu aspirasi atau suatu nilai yang akan dicapai melalui pelaksanaan dari beberapa kegiatan (Salusu, 2008 : 141-142). Di dalam organisasi dikenal ada sasaran primer dan sasaran skunder. Sasaran primer ialah yang hendak dicapai organisasi secara umum, sedangkan sasaran sekunder ialah yang dilaksanakan oleh unit-unit kecil dalam organisasi untuk merealisasikan sasaran primer. Selanjutnya Salusu, (2008;142) menjelaskan bahwa suatu sasaran dikatakan baik bila memenuhi kriteria antara lain : (a) mengandung arti, (b) masuk akal (c) menantang, (d) spesifik dan dapat di ukur, dan (e) konsisten.

Langkah selanjutnya menuju suatu pembuatan strategi suatu organisasi adalah menganalisis lingkungan. Lingkungan adalah faktor terpenting untuk menunjang keberhasilan suatu organisasi dalam persaingan (Wahyudi, 1996 : 47). Lingkungan dapat dibedakan lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal adalah analisis secara internal organisasi dalam rangka menilai atau mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari satuan organisasi yang ada.

Menurut Higgins kekuatan adalah situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif, yang memungkinkan organisasi memiliki keuntungan strategi dalam mencapai sasarannya. Sedangkan kelemahan adalah situasi dan ketidakmampuan internal yang mengakibatkan organisasi tidak dapat mencapai sasarannya (Salusu, 2008 : 291).

Kekuatan dan kelemahan adalah saling berkaitan dan saling mempengaruhi. Jika kelemahan yang sangat dominan ada kemungkinan kekuatan yang dimiliki organisasi berubah menjadi kelemahan. Sebaliknya, kekuatan yang ada dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki kelemahan. (Salusu, 2008 : 291).

Dengan demikian proses analisis lingkungan internal merupakan proses yang sangat penting dan tidak dapat disepelekan, karena dengan analisis lingkungan internal maka akan diketahui kekuatan dan kelemahan yang ada (Rangkuti, 2004 : 19).

Lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang merupakan kekuatan yang berada diluar organisasi. Organisasi pada lingkungan eksternal tidak mempunyai pengaruh sama sekali terhadapnya, sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja institusi atau organisasi dalam suatu hubungan yang timbal balik.

Lingkungan eksternal mengandung dua faktor yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Menurut Higgins (Salusu, 2008 : 319-320) bahwa peluang diartikan sebagai situasi dan faktor eksternal yang membantu organisasi mencapai atau bahkan bisa melampaui pencapaian sarannya. Ancaman adalah faktor-faktor external yang menyebabkan organisasi tidak dapat mencapai sarannya. Dalam melakukan analisa lingkungan internal dan eksternal maka organisasi tersebut melakukan analisis kekuatan, kelemahan serta analisis peluang dan tantangan atau analisis SWOT (Wahyudi, 1996 : 49).

Dari hasil analisa SWOT maka disusunlah suatu strategi untuk mencapai tujuan. Suatu strategi yang disusun selalu diharapkan untuk keberhasilannya. Maka untuk berhasilnya suatu strategi yang disusun dengan meyakinkan, oleh Hatten dan Hatten memberikan beberapa petunjuk supaya suatu strategi yang dibuat dapat sukses, yaitu :

1. Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya, disesuaikan dengan arus perkembangan dalam masyarakat/lingkungan.
2. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi, tetapi disesuaikan dengan ruang lingkup kegiatan, dan strategi yang satu diserasikan atau jangan bertolak belakang dengan strategi yang lain.
3. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tidak menceraikan beraikan satu dengan yang lain, karena jika terpisah dari unit kerja lainnya akan mengakibatkan kekuatan tidak menyatu akhirnya merugikan posisi organisasi.
4. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan pada titik kelemahannya, disisi lain memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempati posisi kompetitif yang lebih kuat.
5. Suatu strategi dibuat yang layak dapat dilaksanakan walupun sumber daya itu kritis.
6. Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar, oleh sebab itu suatu strategi selalu dikontrol.
7. Strategi hendaknya disusun di atas landasan keberhasilan yang telah dicapai, jangan menyusun strategi di atas kegagalan.
8. Tanda-tanda dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait, dan terutama dari eksekutif, dan dari semua pimpinan unit kerja dalam organisasi (Salusu, 2008 : 108-109).

#### 4. Fungsi SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Menurut David (2006:8), Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis.

Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT (David, Fred R., 2006:47) yaitu

- a. Kekuatan (*Strengths*)  
Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar
- b. Kelemahan (*Weakness*)  
Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat meruokan sumber dari kelemahan perusahaan.
- c. Peluang (*Opportunities*)  
Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan – kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.
- d. Ancaman (*Threats*)  
Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah

sebagai kerangka / panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

#### 5. Konsep Pengembangan Pariwisata

Pengembangan Pariwisata adalah suatu upaya peningkatan, pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi nasional agar dapat menjadi kegiatan ekonomi yang handal penerimaan devisa, mendorong pembangunan daerah dan memperluas peluang kerja dan usaha (Yoeti, 2001 : 86). Selanjutnya Oka A Yoeti mengatakan bahwa dalam pengembangan sektor pariwisata adalah dilakukan dengan mengikutsertakan semua lapisan masyarakat. Masyarakat dalam hal ini dimaksudkan sebagai penyedia jasa/industri pariwisata maupun sebagai pelaku wisata. Dengan mengikut sertakan masyarakat, pariwisata menjadi milik masyarakat sehingga manfaat dari kelangsungannya akan lebih terjamin. Demikian juga dalam norma-norma lain yang hidup dan dianut dikalangan masyarakat tempat kegiatan pariwisata berlangsung (Yoeti, 2001 : 87).

Pembangunan pariwisata Indonesia diarahkan untuk memperkenalkan kekayaan dan keindahan alam, budaya, serta sejarah perjuangan bangsa dalam rangka membantu : (a) Manusia Indonesia yang berkepribadian Indonesia yaitu mencintai tanah air serta mampu membangun persatuan dan kesatuan bangsanya. (b) membawa Indonesia kepangung internasional dan menjadikannya lebih dikenal dalam arti positif dan memperoleh manfaat lebih lanjut dari internasionalisasi tersebut (Pendit, 1998 : 61).

Pengembangan pariwisata Indonesia telah tercermin dalam rencana strategi yang dirumuskan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI, yakni

- (1) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan membuka kesempatan berusaha dan lapangan kerja serta pemerataan pembangunan di bidang pariwisata;
- (2) mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkesinambungan sehingga memberikan manfaat sosial-budaya, sosial ekonomi bagi masyarakat dan daerah, serta terpeliharanya

mutu lingkungan hidup; (3) meningkatkan kepuasan wisatawan dan memperluas pangsa pasar, dan (4) menciptakan iklim yang kondusif bagi pembangunan pariwisata Indonesia sebagai berdayaguna, produktif, transparan dan bebas KKN untuk melaksanakan fungsi pelayanan kepada masyarakat, dalam institusi yang merupakan amanah yang dipertanggungjawabkan (*accountabel*) (Swasono, Makalah 2005 : 2).

Pengembangan sektor pariwisata di era otonomi daerah sekarang ini, menurut Armida S. Alisjahbana (Makalah, 2000 : 8) harus memegang prinsip-prinsip sebagai berikut :

- a. Pariwisata melibatkan multisektor (perhubungan, akomodasi, obyek wisata, *travel agent*, dan sebagainya) yang pengembangannya tidak hanya tergantung pada Kantor Menteri Negara Pariwisata dan pemerintah daerah.
- b. Mengembangkan sektor pariwisata dengan mempertimbangkan kepekaan budaya dan lingkungan dan tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan untuk memperoleh devisa.
- c. Pembangunan pariwisata yang inklusif yang menyertakan potensi masyarakat.

Dalam hal pembangunan pariwisata di daerah dalam otonomi daerah sekarang ini, maka pemerintah daerah haruslah melakukan kebijakan-kebijakan. Kebijakan tersebut menurut Armida (Makalah, 2000 : 8-9) adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisis potensi pariwisata daerah, serta mengkaji faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi pengembangan pariwisata daerah. Daerah harus dapat mengidentifikasi kombinasi atraksi budaya yang menjadi kekuatan daerah dan yang akan dijadikan prioritas pengembangan pariwisata daerah.
- b. Kebijakan pengembangan kombinasi atraksi budaya daerah diselaraskan dengan pembangunan regional secara keseluruhan serta perencanaan tata ruang provinsi.
- c. Pengembangan infrastruktur daerah yang menunjang pengembangan sektor pariwisata bekerjasama dengan pihak swasta. Infrastruktur daerah : fasilitas perhubungan (termasuk stasiun kereta api, bandara), sarana pendidikan bagi tenaga kerja industri pariwisata, infrastruktur dasar bagi pengembangan atraksi wisata potensial yang berlokasi di daerah terpencil.
- d. Promosi budaya dan wisata (yang menjadi tanggung jawab pemerintah provinsi) bekerjasama dengan pihak swasta dan asosiasi-asosiasi pariwisata. Jika daerah mengalami keterbatasan dana, kegiatan promosi budaya dan wisata dapat memanfaatkan promosi melalui pasar wisata.
- e. Kebijakan pelestarian dan pemeliharaan sumber daya alam yang sangat penting bagi pengembangan pariwisata daerah, seperti : pantai, sungai, hutan dengan melibatkan pihak swasta dan masyarakat.
- f. Kebijakan pengembangan peluang bisnis dan investasi asing pariwisata yang dapat dilakukan langsung oleh pemerintah daerah dengan adanya

otonomi daerah, termasuk kebijakan-kebijakan yang bersifat teknis seperti : pemberian izin investasi di daerah.

- g. Kebijakan pengembangan usaha kecil-menengah pariwisata : mendorong kemitraan dengan usaha besar dalam negeri dan asing, mengadakan/memfalsifikasi pengadaan fasilitas-fasilitas terpadu (pelatihan, penyediaan fasilitas keuangan, pemasaran, teknis. Pengembangan sumber daya manusia).
- h. Kebijakan untuk mengakses sumber dana bagi calon investor, terutama calon investor menengah dan kecil dengan penekanan pada kelayakan usahanya. Memberikan informasi/penjelasan tentang berbagai kredit yang tersedia dan lembaga pendamping untuk dapat mengakses sumber dana tersebut.
- i. Kebijakan pengembangan sumber daya manusia, khususnya perhatian diberikan pada pengembangan sumber daya manusia di sektor-sektor/keahlian yang dibutuhkan/sesuai dengan prioritas dan kekuatan daerah. Termasuk kedalam prioritas pengembangan sumber daya manusia adalah pengembangan wirausaha dalam bentuk pendidikan/pelatihan ketrampilan formal maupun informal.
- j. Kebijakan mendorong pariwisata mancanegara dan mendorong kerjasama antar kota.

Pengembangan pariwisata di Indonesia di era otonomi daerah ini, Swasono (2005 : 2-3) berpendapat bahwa dalam pengembangan pariwisata Indonesia harus didahului dengan pemahaman mengenai berbagai tantangan dan hambatan yang harus dihadapi dalam merencanakan dan melaksanakan pengembangan pariwisata Indonesia tersebut. Sedikitnya ada tiga tantangan yang dapat dikemukakan di sini, yaitu sebagai berikut :

**Pertama**, dunia pariwisata Indonesia masih selalu menghadapi tantangan berupa tuntutan dan selera wisatawan dan investor asing dibidang pariwisata yang tidak seiring dengan tujuan menjaga kelestarian unsur-unsur budaya masyarakat setempat maupun ekologi atau lingkungan alam setempat. Berkenaan dengan tantangan pertama, hal ini menuntut kewaspadaan dari Pemerintah Daerah dalam memadukan antara kemampuan daerah dan kebutuhan wisatawan. Dengan kata lain, kepentingan wisatawan memang tidak boleh terabaikan, namun sebaliknya, tuntutan dan minat pariwisata mereka pun tidak boleh merusak daya tarik utama

daerah wisata Indonesia, baik yang berupa ekologi, obyek-obyek wisata (termasuk peninggalan sejarah), adat – istiadat serta kesenian setempat yang khas.

**Kedua**, masih ada kenyataan bahwa nilai-tambah ekonomi dari pengembangan pariwisata lebih besar jatuhnya ke tangan investor asing daripada kepada rakyat setempat. Tantangan yang kedua ini menuntut penanganan oleh Pemda agar pengembangan sarana dan prasarana pariwisata tidak mengakibatkan tergusurnya (marginalisasi atau *disempowerment*) terhadap kepentingan masyarakat setempat, serta mengakibatkan pendapatan pariwisata lebih banyak dinikmati oleh investor asing daripada oleh masyarakat. Untuk itu perlu dicegah kemungkinan tentang lebih banyaknya penghasilan (nilai-tambah) yang kembali ke pemilik modal asing daripada kepada masyarakat, dimana bagi masyarakat hanya sedikit tertinggal kerja rendah, bukan pada tingkat manajerial. Manajemen yang masih dominan dipegang oleh ahli asing akan menyebabkan bangsa kita masih tetap dalam posisi sebagai “pekerja”, bukan sebagai pengambil keputusan, sehingga hanya akan menjadi partisipasi pasif saja terhadap berbagai kebijakan pengembangan yang diambil.

**Ketiga**, masih adanya pola pikir “searah” yang melandasi hubungan antara pihak “tuan rumah” (Pemda dan penduduk) dan pihak “tamu” (wisatawan dan investor), padahal yang seharusnya adalah yang bersifat “timbang balik”. Tantangan ketiga berkenaan dengan kualitas sumber daya manusia, khususnya mengenai landasan pola pikir dalam melihat kegiatan pariwisata oleh masyarakat setempat. Hingga saat ini masih banyak ditemukan adanya tingkat pengetahuan, pemahaman dan kesiapan masyarakat setempat yang masih rendah dalam menerima kegiatan pariwisata dan pengembangannya. Masyarakat di banyak daerah di berbagai penjuru tanah air masih banyak yang belum memahami bahwa dengan menerima kunjungan wisatawan di daerahnya, Pemda dan masyarakat setempat pun

bertanggungjawab untuk memberikan kemudahan dan rasa aman bagi wisatawan dalam memperoleh pengetahuan dan pengalaman baik dari perjalanan wisata yang dinikmatinya.

Dalam pengembangan pariwisata juga terdapat permasalahan-permasalahan.

Permasalahan tersebut (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI, 2003 : 18)

adalah :

(1) Belum terdapatnya objek-objek pariwisata yang potensial; (2) belum adanya kesatuan tekad antara pusat dan daerah serta industri pariwisata untuk menangani pariwisata daerah; (3) belum terolahnya objek-objek dan kawasan-kawasan potensial pariwisata; (4) perencanaan pariwisata yang masih parsial; (5) belum adanya pengembangan sistem informasi kepariwisataan; (6) belum tercapainya keterpaduan berbagai sektor untuk secara bersama mengembangkan pariwisata; dan (7) belum terisolasinya misi pengembangan pariwisata ke berbagai sektor, instansi dan lembaga terkait lainnya.

Menurut Sudirman (2001:3-4), masalah yang terjadi dalam pengembangan pariwisata di daerah ini, antara lain :

1. Pemerintah pusat yang mempunyai kewenangan menentukan kebijakan-kebijakan umum dalam lingkup nasional, tampaknya kurang melakukan usaha-usaha pengembangan pariwisata secara konseptual dalam artian berorientasi pada pola penyebaran wisatawan secara lebih merata ke daerah-daerah lain di seluruh Indonesia.
2. Perencanaan kebijakan pariwisata sering didesain tidak sesuai dengan fenomena lokal, sifatnya mengarah pada kebijakan makro, sehingga kebijakan nasional sering tidak sesuai dengan kemampuan pemerintah daerah dan masyarakat untuk mewujudkan kemajuan pariwisata.
3. Pembangunan dan pengembangan pariwisata pada umumnya didasarkan pada konsep yang kurang tepat, artinya dalam melakukan pembangunan pariwisata bersama pihak investor swasta selalu berorientasi pada keuntungan, sementara masyarakat tidak dilibatkan secara aktif, melainkan hanya menerima nilai residu dari kemaslahatan pariwisata.
4. Belum tertatanya obyek-obyek kunjungan pariwisata hal ini diakibatkan belum tersedianya mekanistik profil data-data unggulan dan andalan kawasan pariwisata di daerah.
5. Kurangnya perhatian pemerintah daerah dan masyarakatnya untuk mengembangkan nilai-nilai budaya adat istiadat sebagai wacana untuk pengembangan pariwisata termasuk pengembangan karakteristik komoditi-komoditi spesifik daerah sebagai penunjang daya tarik wisata.

Disisi lain, permasalahan-permasalahan yang harus menjadi perhatian pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata menurut Armida S. Alisjahbana (2000 : 9-10) adalah :

1. Permasalahan-permasalahan yang dapat berdampak pada sektor pariwisata, antara lain :
  - a. Situasi politik dan keamanan pada umumnya, dan keamanan daerah pada khususnya.
  - b. Koordinasi dan komunikasi dengan pihak/sector terkait mengenai kebijakan dan target pariwisata.
2. Permasalahan yang dapat ditimbulkan sektor pariwisata, antara lain :
  - a. Menimbulkan kerawanan dan masalah sosial.
  - b. Menimbulkan kesenjangan pembangunan ekonomi antara daerah (dalam satu provinsi) sebagai akibat pengembangan akses dan pembangunan infrastruktur yang semata-mata berdasarkan potensi wisata yang terkonsentrasi disuatu wilayah tertentu.
  - c. Dalam banyak kasus, pengembangan sektor pariwisata misalnya ; pengembangan kawasan wisata dapat memarjinalkan penduduk lokal, merusak kebudayaan lokal dan menimbulkan kerusakan lingkungan.

Untuk menanggulangi berbagai permasalahan pengembangan pariwisata dalam pelaksanaan otonomi daerah, menurut Sapta Nirwanda (2005 : 6-8) perlu dilakukan serangkaian tindakan yang berbasis pada strategi :

- a. Kebijakan fiskal (*Fiscal Policy*) dengan jalan memberikan berbagai kebijakan fiskal bagi pengembangan kepariwisataan di berbagai daerah khusus di kawasan timur Indonesia, seperti tax holiday, pendudukan permodalan, bunga pinjaman yang kompetitif dan sebagainya.
- b. Kebijakan Investasi (*Investment Policy*) melalui penerapan peraturan perundangan baik di tingkat pemerintah pusat maupun daerah yang kondusif terhadap pembangunan usaha pariwisata baru maupun pengembangan usaha yang telah ada.
- c. Pengembangan infrastruktur dengan inemperbesar aksesibilitas menuju dan dalam destinasi pariwisata melalui pembangunan serta perluasan jaringan jalan, bandara, pelabuhan laut, jaringan telekomunikasi, penyediaan listrik dan air bersih. Ketersediaan infrastruktur yang memadai akan meningkatkan daya saing serta daya tarik dalam penyediaan fasilitas kepariwisataan di suatu daerah tertentu.
- d. Pembangunan SDM melalui peningkatan kegiatan pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat lokal guna mengembangkan kompetensi masyarakat dalam penyediaan barang dan jasa kepariwisataan serta pelayanan bagi wisatawan baik mancanegara maupun nusantara.
- e. Koordinasi Lintas Sektor mengembangkan kemitraan antara seluruh *stakeholders* pembangunan kepariwisataan melalui upaya koordinasi, sinkronisasi dan konsolidasi yang melibatkan lembaga swadaya masyarakat, asosiasi/usaha pariwisata, DPR/DPRD, maupun pemerintah.

## B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Dodi Widiyanto.et.al ,2008

Judul penelitian ini adalah “ Pengembangan Pariwisata Perdesaan (Suatu Usulan Strategi Bagi Desa Wisata Ketingan)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi desa-desa wisata daerah penelitian berdasarkan identifikasi potensi sehingga didapatkan strategi pengembangan yang akan dilakukan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Alat analisis yang dipakai adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata pedesaan di desa wisata Ketingan masih mengandalkan daya tarik alam, yaitu habitat burung kuntul dan blekok. Strategi yang hendaknya dikembangkan adalah dengan meningkatkan pemasaran, kualitas SDM, kualitas pelayanan, dan memelihara mutu apa yang menarik yang ditawarkan oleh objek wisata tersebut, dukungan masyarakat sekitar lebih dioptimalkan, peranan organisasi dan modal usaha.

### 2. Jay W Pao, 2004

Judul penelitian ini adalah “*Recent Development and Prospect of Macao's Tourism Industry*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan dan prospek dari industri pariwisata di Macao. Analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT.

Hasil penelitian ini adalah, dalam memngembangkan industri pariwisata di Macao maka ada beberapa hal yang harus dilakukan yaitu promosi dari MICE dapat menguatkan posisi Macao sebagai kota wisata yang besar, program kerjasama promosi dengan Hong Kong dan Guangdong sebagai tempat wisata yang berdekatan, dan Macao harus mengembangkan kota wisatanya agar menjadi tujuan

wisata liburan yang menyediakan berbagai macam kegiatan dan hiburan menyenangkan dan menarik.

### **3. Marina Iijina dan Linda Scrdiene, 2004**

Judul penelitian ini adalah "*Analysis Of The Current Situation of Inbound Conference Tourism in Latvia and its Future Development Possibilities*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan ke depan dalam pariwisata konferensi di Latvia. Data yang digunakan adalah menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dari metode kualitatif dan metode kuantitatif. Dan data sekunder dari sumber-sumber informasi tertulis. Analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT.

Hasil penelitian ini adalah yang pertama, secara umum hasil dari kualitas semua faktor dalam pariwisata konferensi di Latvia yaitu memuaskan untuk kunjungan wisatawan konferensi. Yang kedua, agar pengembangan pariwisata berhasil maka harus didukung oleh lokasi geografis yang baik, tempat yang belum pernah dikunjungi, mempunyai nilai sejarah dan budaya yang tinggi, dan keamanan serta kenyamanan yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan konferensi di Latvia.

### **4. Dewi Ayu Maharani, 2009**

Judul penelitian ini adalah Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata Umbul Sidomukti di Kabupaten Semarang. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT. Hasil /Kesimpulan penelitian ini adalah :

Konsep strategi pengembangan kawasan obyek wisata Umbul Sidomukti yang tepat adalah :

- a. Strategi Pertumbuhan Intensif

Strategi yang dilakukan dengan memperhatikan secara intensif *market penetration*, *market development*, dan *product development* yang semuanya itu dapat dijual.

b. Strategi Pertumbuhan Integratif

Strategi yang dilakukan dengan mengevaluasi permasalahan yang ada pada obyek wisata secara langsung dan tidak langsung.

c. Strategi Pertumbuhan Diversifikasi adalah Strategi yang dilakukan dengan mengadakan penganekaragaman wisata dan fasilitas wisata berupa paket-paket wisata, produk wisata, dan fasilitas wisata.

**5. Moch. Prihatna Sobari, et.al, 2006**

Judul penelitian ini adalah Analisis Permintaan Rekreasi dan Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Kalianda Resort, Kabupaten Lampung Selatan. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi karakteristik pengunjung, menduga kurva permintaan masyarakat terhadap rekreasi, dan merumuskan alternatif strategi pengembangan wisata bahari Kalianda Resort. Sumber data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder. Alat analisis yang digunakan adalah *Travel Cost Method* dan Analisis SWOT. Hasil /Kesimpulan penelitian ini adalah :

- Dari hasil perhitungan uji F, biaya perjalanan memiliki hubungan nyata dengan tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Kalianda Resort.
- Analisis SWOT menghasilkan 3 alternatif strategi yaitu pertama, menambah fasilitas, sarana dan prasarana penunjang ; serta gencar melakukan promosi yang bekerjasama dengan Pemerintah. Kedua, mengantisipasi persaingan dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya alam dan sumber daya manusia, serta menyesuaikan harga tiket dengan fasilitas yang disediakan. Yang ketiga yaitu memperbaiki citra objek wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun Penelitian, Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil/Kesimpulan
1	2	3	4
1.	Dodi Widiyanto, et.al, 2008, Pengembangan Pariwisata Perdesaan (Suatu Usulan Strategi Bagi Desa Wisata Ketingan)	analisis SWOT	pengembangan pariwisata pedesaan di desa wisata Ketingan masih mengandalkan daya tarik alam, yaitu habitat burung kuntul dan blekok. Strategi yang hendaknya dikembangkan adalah dengan meningkatkan pemasaran, kualitas SDM, kualitas pelayanan, dan memelihara mutu apa yang menarik yang ditawarkan oleh objek wisata tersebut, dukungan masyarakat sekitar lebih dioptimalkan, peranan organisasi dan modal usaha
2.	Jay W Pao, 2004, judul : <i>Recent Development and Prospect of Macao's Tourism Industry</i>	Analisis SWOT	.Dalam mengembangkan industri pariwisata di Macao maka ada beberapa hal yang harus dilakukan yaitu promosi dari MICE dapat menguatkan posisi Macao sebagai kota wisata yang besar, program kerjasama promosi dengan Hong Kong dan Guangdong sebagai tempat wisata yang berdekatan, dan Macao harus mengembangkan kota wisatanya agar menjadi tujuan wisata liburan yang menyediakan berbagai macam kegiatan dan hiburan menyenangkan dan menarik.
3.	Marina Iijina dan Linda Scrdiene, 2004, judul : <i>Analysis Of The Current Situation of Inbound Conference Tourism in Latvia and its Future Development Possibilities</i>	Analisis SWOT	pertama, secara umum hasil dari kualitas semua faktor dalam pariwisata konferensi di Latvia yaitu memuakan untuk kunjungan wisatawan konferensi. Yang kedua, agar pengembangan pariwisata berhasil maka harus didukung oleh lokasi geografis yang baik, tempat yang belum pernah dikunjungi, mempunyai nilai sejarah dan budaya yang tinggi, dan keamanan serta kenyamanan yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan konferensi di Latvia
4.	Dewi Ayu Maharani, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata Umbul Sidomukti di Kabupaten Semarang, tahun 2009	Analisis SWOT	Konsep strategi pengembangan kawasan obyek wisata Umbul Sidomukti yang tepat adalah strategi pertumbuhan integratif, strategi pertumbuhan intensif, dan strategi pertumbuhan diversifikasi
5.	Moch. Prihatna Sobari, et.al, tahun 2006, judul : Analisis Permintaan Rekreasi dan Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Kalianda Resort, Kabupaten Lampung Selatan.	Travel Cost Method dan Analisis SWOT	- biaya perjalanan memiliki hubungan nyata dengan tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Kalianda Resort. -3 alternatif strategi yang dihasilkan yaitu pertama, menambah fasilitas, sarana dan prasarana penunjang ; serta gencar melakukan promosi. Kedua, meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya alam dan sumber daya manusia, serta menyesuaikan harga tiket dengan fasilitas yang disediakan. Yang ketiga yaitu memperbaiki citra objek wisata untuk meningkatkan kunjungan

Sebagai bahan acuan hasil penelitian terdahulu dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya, walaupun terdapat perbedaan objek atau variabel-variabel yang diteliti dan tempat penelitian tersebut dipakai sebagai gambaran dan perbandingan bagi peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian.

### C. Kerangka Berpikir

Pengembangan pariwisata adalah suatu upaya peningkatan, pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi nasional agar dapat menjadi kegiatan ekonomi yang handal penerimaan devisa, mendorong pembangunan daerah dan memperluas peluang kerja dan usaha. Oka A. Yoeti (2001 : 87) mengatakan bahwa dalam pengembangan sektor pariwisata adalah dapat dilakukan dengan mengikutsertakan semua lapisan masyarakat. Masyarakat dalam hal ini dimaksudkan sebagai penyedia jasa/industri pariwisata maupun sebagai pelaku wisata. Dengan mengikutsertakan masyarakat, pariwisata menjadi milik masyarakat sehingga manfaat dari kelangsungannya akan lebih terjamin. Demikian juga dalam pengembangan kepariwisataan harus memperhatikan nilai-nilai agama, tradisi dan norma-norma lain yang hidup dan dianut dikalangan masyarakat tempat kegiatan pariwisata berlangsung.

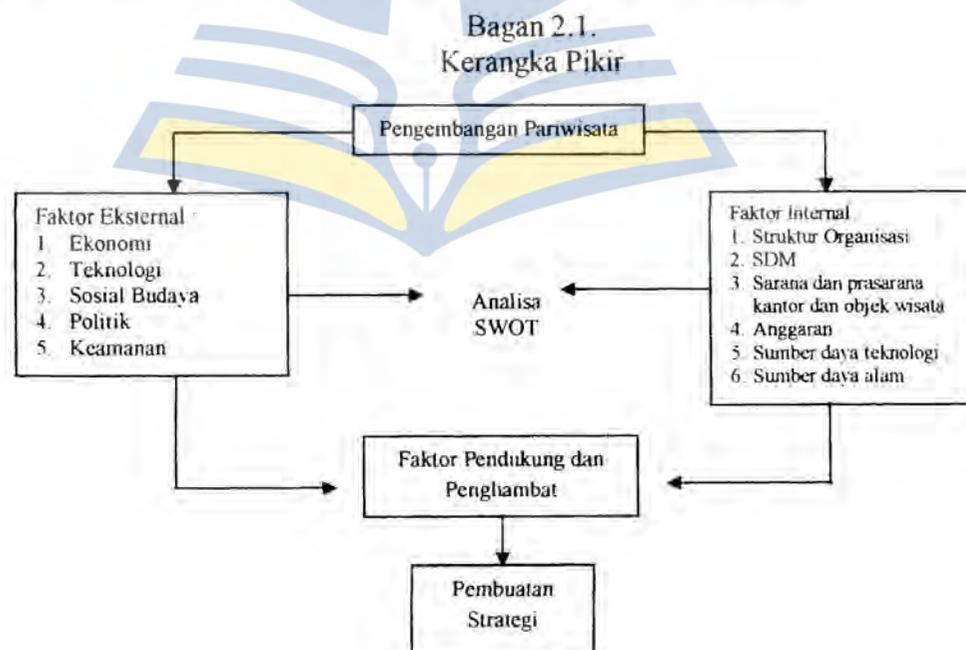
Pembangunan pariwisata Indonesia diarahkan untuk memperkenalkan kekayaan dan keindahan alam, budaya, serta sejarah perjuangan bangsa dalam rangka membentuk : (a) manusia Indonesia yang berkepribadian Indonesia yaitu mencintai tanah air serta mampu membangun persatuan dan kesatuan bangsa, (b) membawa Indonesia ke panggung internasional dan menjadikannya lebih dikenal dan memperoleh manfaat lebih lanjut dari internasionalisasi tersebut (Pendit, 1998 : 61)

Visi adalah gambaran kondisi masa depan yang belum tampak sekarang, tetapi merupakan konsepsi yang dapat dibaca oleh setiap orang (Salusu 2008 : 130). Berarti visi merupakan suatu pikiran yang melampaui realitas sekarang, sesuatu atau keadaan yang diciptakan yang belum pernah ada sebelumnya dan akan diwujudkan oleh seluruh anggota organisasi.

Misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh suatu institusi atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau ditetapkan. Misi menyatakan pernyataan tentang tujuan organisasi yang diungkapkan dalam bentuk *output* dan pelayanan yang optimal untuk memenuhi tuntutan, kebutuhan dan keinginan masyarakat yang ada.

Tujuan (*goals*) adalah merupakan suatu pernyataan kualitatif mengenai keadaan/hasil yang ingin dicapai di masa yang akan datang (Wahyudi, 1996 : 73). Lingkungan internal adalah analisis secara internal organisasi dalam rangka menilai atau mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari satuan organisasi yang ada.

Lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang merupakan kekuatan yang berada di luar organisasi, di mana organisasi tidak mempunyai pengaruh sama sekali terhadapnya, sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja institusi atau organisasi dalam suatu hubungan yang timbal balik. Untuk lebih jelasnya perhatikan bagan 2.1 berikut :



## D. Operasionalisasi Konsep

Analisis SWOT adalah identifikasi 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*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang dan Ancaman dengan faktor internal Kekuatan dan Kelemahan. (Freddy Rangkuti, 2004).

### 1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi peluang dan ancaman dalam menarik wisatawan di Kabupaten Jayawijaya. Analisis eksternal yang meliputi peluang dan ancaman dilakukan untuk mengetahui posisi daerah dalam berhadapan dengan lingkungan eksternalnya. Menurut Pearce/Robinson(2008), peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, sedangkan ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.

### 2. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Jayawijaya. Analisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dilakukan untuk mengetahui kondisi daerah tersebut secara internal. Menurut Pearce/Robinson(2008), kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relative lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Sedangkan kelemahan adalah

keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif dan berdasarkan jenis datanya adalah termasuk jenis penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan mendeskripsikan atau menjelaskan sesuatu hal seperti apa adanya (Prasetya Irawan, 2011:4.7).

Sesuai dengan kerangka metodologis pertanyaan penelitian, maka faktor yang dideskripsikan dalam penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan sektor pariwisata dan menganalisis faktor-faktor yang menghambat dan mendukung pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya. Sifat penelitian deskriptif mempunyai tujuan utama membuat gambaran tentang suatu keadaan secara objektif, guna memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi pada situasi ini, khususnya di bidang kepariwisataan.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan institusi Satuan kerja Perangkat Daerah yang menangani kewenangan di bidang pariwisata.

#### B. Sumber Informasi dan Pemilihan Informan

Dalam penelitian ini, informan terdiri dari tiga kelompok yaitu :

1. Informan Kunci (*key informan*) yakni yang paling mengetahui dalam hal pengembangan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya, dalam hal ini adalah Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran Wisata (dengan seksi-seksinya).

2. Informan Ahli, yaitu para ahli yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan berbagai hal yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya, seperti tokoh masyarakat, budayawan, akademisi dan lain-lainnya
3. Informan Insidental (*man on the street*) yaitu siapa saja yang ditemukan di wilayah penelitian yang diduga dapat memberikan informasi tentang kepariwisataan di Kabupaten Jayawijaya.

### C. Instrumen Penelitian

Data yang ingin di jaring dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer di peroleh dari responden dengan menggunakan wawancara terstruktur. Instrument yang digunakan disini adalah pedoman wawancara (*interview Guide*). Disamping itu digunakan juga recorder untuk merekam hasil wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur-literatur yang terkait dengan kajian penelitian. Data sekunder ini di jaring dengan menggunakan instrument pedoman *review* dokumen (*document review*).

### D. Prosedur Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif. Sesuai dengan sifat penelitian tersebut, maka data dan bahan utama yang digunakan adalah data yang diperoleh di lapangan, untuk kemudian didukung dengan data dari dokumen-dokumen yang berkaitan. Guna memudahkan pencarian data, selengkapnya prosedur dan langkah-langkah dalam pencarian data akan menempuh tahap-tahap sebagai berikut :

1. Menginventarisasi data sekunder tentang kepariwisataan di Kabupaten Jayawijaya dengan mengacu pada permasalahan penelitian ini.
2. Dari data sekunder ini, sebuah draft kasar mengenai strategi pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya dapat dirumuskan secara tentatif.

3. Atas dasar draft kasar ini, sebuah pedoman wawancara bias dirumuskan untuk mengungkap strategi pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya dapat dirumuskan secara tentatif. Pertanyaan yang diajukan bersifat terbuka sedangkan observasi lapangan adalah mencatat fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan, baik itu karakteristik pengunjung maupun keadaan fasilitas pendukung objek wisata.
4. Selanjutnya analisis data dilakukan guna menjawab permasalahan penelitian ini.

#### **E. Metode Analisis Data**

Menurut Bogdan dan Biklen ( dalam Iskandar,2008:221), analisis data adalah proses mencari data dan mengatur secara sistematis transkrip interview, catatan di lapangan, dan bahan-bahan lain yang anda dapatkan, yang kesemuanya itu dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap suatu fenomena dan membantu untuk mempresentasikan penemuan kepada orang lain. Menurut Bogdan dan Taylor analisis data adalah sebagai proses yang mencari usaha secara formal untuk menemukan tema merumuskan ide seperti yang disarankan oleh data dan sebagi usaha untuk memberikan bantuan tema dan ide itu

Alat analisa yang digunakan dalam memetakan isu atau faktor strategis adalah analisis *Strenght, Weakness, opportunity, and Threat* (SWOT) sehingga dapat diketahui struktur serta tingkat strategis dari faktor-faktor tersebut. Dengan matriks SWOT ini dapat diketahui isu atau faktor-faktor strategis yang perlu dikembangkan di masa yang akan datang dalam pengembangan sektor pariwisata.

Teknik analisa matriks SWOT merupakan tahap awal dalam menemukan isu strategis yang nantinya digunakan bagi penemuan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya. Diagram matriks SWOT dapat digambarkan pada bagan 3.1 berikut ini :

Bagan 3.1  
Diagram Matriks Swot

<b>IFAS</b> <b>EFAS</b>	<b>KEKUATAN (S)</b> Identifikasi Kekuatan	<b>KELEMAHAN (W)</b> Identifikasi Kelemahan
<b>PELUANG (O)</b> Identifikasi Kesempatan	<b>ASUMSI STRATEGI SO</b> Pakai kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>ASUMSI STRATEGI WO</b> Tanggulangi kelemahan dg memanfaatkan peluang
<b>ANCAMAN (T)</b> Identifikasi Ancaman	<b>ASUMSI STRATEGI ST</b> Pakai kekuatan untuk menghadapi tantangan atau mengubahnya menjadi peluang	<b>ASUMSI STRATEGI WT</b> Perkecil kelemahan dan hindari tantangan

Sumber : LAN, RI, 2002 : 85

Beberapa alternatif strategi yang dihasilkan dari analisa matriks SWOT ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi SO (*Strenght Opportunity Strategy*) yaitu strategi yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang yang ada dilingkungan eksternal
2. Strategi WO (*weakness Opportunity Strategy*) yaitu strategi untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan luar.
3. Strategi ST (*Strenght Threat Strategy*) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman yang datang dari lingkungan luar.
4. Strategi WT (*Weakness Threat Strategy*) yaitu strategi yang digunakan dengan memperkecil kelemahan internal dan menghindari ancaman yang datang dari lingkungan luar.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

Kabupaten Jayawijaya dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 12 Tahun 1969, tentang pembentukan Provinsi otonom Irian Barat dan Kabupaten-kabupaten otonom Provinsi Irian Barat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1969 Nomor 47, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2907). Berdasarkan pada undang-undang tersebut Kabupaten Jayawijaya terletak pada garis meridian antara  $137^{\circ} 12'$  samapai  $141^{\circ}$  BT, dan  $3^{\circ} 2'$  sampai  $5^{\circ} 12'$  LS yang memiliki daratan seluas  $52.916 \text{ Km}^2$  merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Irian Barat yang wilayahnya tidak bersentuhan dengan bibir pantai.

Disebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Jayapura, Sebelah Selatan dengan Kabupaten Merauke, Sebelah Timur berbatasan dengan Negara PNG dan sebelah Barat dengan Kabupaten Paniai. Secara administratif terdiri dari 12 wilayah Kecamatan yaitu Kecamatan Wamena, Kurulu, Asologaima, Kurima, Kelila, Makki, Bokondini, Tiom, Karubaga, Okbibab dan Kiwirok dengan jumlah 112 Desa.

Mengingat luasnya wilayah ini pemerintah mulai mengadakan pemekaran wilayah dimulai dengan pemekaran desa, pemekaran distrik dan pemekaran kabupaten. Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2001 dengan diberlakukannya Otonomi Khusus di Papua nama Kecamatan diganti Distrik dan Desa menjadi Kampung.

Pemekaran Kabupaten pertama kali dilakukan pada tahun 2002 melalui Undang-undang Nomor 26 Tahun 2002 dengan terbentuknya tiga kabupaten baru yaitu Kabupaten Tolikara dengan ibukota Karubaga, Kabupaten Pegunungan

Bintang dengan ibukota Oksibil, Kabupaten Yahukimo dengan ibukota Dekai. Pemekaran kabupaten kedua kali pada tahun 2008, yaitu pemekaran dari wilayah Kabupaten Jayawijaya dan sebagian wilayah kabupaten pemekaran pertama. Pemekaran 4 (empat) kabupaten baru diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri RI pada tanggal 4 Januari 2008. Keempat kabupaten baru yang dimekarkan tersebut yaitu Kabupaten Mamberamo Tengah, Kabupaten Yalimo, Kabupaten Lany Jaya dan Kabupaten Nduga.

### 1. Kondisi Geografis

#### a. Luas Wilayah

Luas Wilayah Kabupaten Jayawijaya adalah 13.925,31 Km<sup>2</sup> atau 139.253,1 Ha (4,39 persen dari total luas Provinsi Papua yaitu 317.062 km<sup>2</sup>), dengan jarak terjauh dalam jarak datar timur ke barat kurang lebih 104 Km dan jarak terdekat dalam jarak datar utara selatan kurang lebih 56 Km. Secara administratif Kabupaten Jayawijaya setelah pemekaran Kabupaten terdiri dari 40 Distrik, 328 Kampung, 4 Kelurahan (BPS Kabupaten Jayawijaya, 2014). Penggunaan lahan paling banyak diperuntukkan bagi pertanian seluas 11.150 Ha. Distrik paling luas adalah Distrik Musatfak 994,85 km<sup>2</sup> atau sebesar 7,14 persen dari luas Kabupaten Jayawijaya sedangkan yang paling sempit yaitu Distrik Popugoba dengan luas 160,30 km<sup>2</sup>.

#### b. Letak Geografis

Letak geografis Kabupaten Jayawijaya di antara 138.30<sup>0</sup> - 139-40<sup>0</sup> BT dan 3.45<sup>0</sup> - 4.20<sup>0</sup> LS dengan ketinggian rata-rata 1.550 diatas permukaan laut. Wilayah Kabupaten Jayawijaya dengan Ibukota Wamena memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Mamberamo Tengah, Yalimo dan Tolikara
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Yahukimo, Yalimo
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Nduga dan Yahukimo
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Lany Jaya dan Tolikara

### c. Topografi

Kabupaten Jayawijaya merupakan daerah pegunungan yang mempunyai bentuk topografi datar, landai, agak curam sampai sangat curam dengan tingkat kemiringan lereng yang bervariasi 8-15<sup>0</sup> seluas 51 persen, 25-40<sup>0</sup> seluas 29 persen, lebih dari 60<sup>0</sup> seluas 20 persen dan berada pada ketinggian 1.550 dari permukaan laut. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sekitar 80 persen dari wilayah ini merupakan daerah rawan terhadap erosi, sedangkan sisanya merupakan daerah datar dan landai (Lembah) yang cukup potensial sebagai lahan usaha pertanian dan pemukiman. Wilayah yang relatif datar dan merupakan pusat kegiatan pertanian penduduk adalah wilayah DAS Baliem.

Sebagian besar jenis tanah di Kabupaten Jayawijaya terdiri dari jenis tanah alluvial, litosol, podsolik, dan batu karang metamorfik (filit, kuartit, chrit) sebagian dari lempengan pasifik yang terdesak tanggul-tanggul baltik. Keadaan penyebaran dari jenis tanah adalah sebagai berikut :

- 1) Di daerah Lembah terdapat jenis tanah alluvial. Jenis tanah ini ditandai oleh kadar zat organik yang rendah, kejenuhan basah sedang sampai tinggi dengan daya absorpsi besar Permeabilitas rendah, sedangkan kepekaan tanah terhadap erosi sangat kecil.
- 2) Di daerah perbukitan terdapat jenis tanah litosol. Jenis tanah ini ditandai oleh sifat keasaman, kandungan zat organik kejenuhan basa, daya absorpsi,

permeabilitas dan kandungan unsur haranya sangat bervariasi serta kepekaan terhadap erosi besar.

- 3) Daerah dataran tinggi umumnya terdapat jenis podsolik coklat. Jenis tanah ini ditandai oleh keasaman tanah bervariasi antara agak asam di bagian atas dan makin kebawah basah. Bahan organiknya rendah, kejenuhan basah tinggi serta kepekaan terhadap erosi tinggi. Penggunaan tanah ini pada umumnya untuk hutan dan atau kayu-kayuan.

#### d. Hidrologi

Hidrologi Kabupaten Jayawijaya sangat dipengaruhi oleh keadaan jaringan sungai, topografi, dan geomorfologis wilayahnya. Sungai-sungai di kabupaten ini termasuk dalam pola sungai yang deras airnya dimana pola sungai seperti ini dapat mengakibatkan pengikisan tanah sepanjang alur sungai, proses sedimentasi dan banjir sepanjang cakupan sungai. Pola aliran air permukaan trellis dan sub dendritik dan alirannya ada yang intermitent dan permanen mengalir sepanjang tahun dengan aliran sungai yang pada umumnya bermuara kearah selatan pulau Papua termasuk sungai Baliem dimana sungai ini termasuk jenis sungai gletser, sedangkan sungai kecil lainnya mengalir kearah selatan melalui sungai Baliem.

#### e. Klimatologi

Keadaan iklim Kabupaten Jayawijaya sub tropis dengan rata-rata curah hujan pertahun 195,14 mm serta rata-rata hari hujan pertahun 24 hari hujan sedangkan untuk suhu udara maksimum rata-rata 25,63<sup>0</sup> Celcius pertahun serta suhu udara minimum 15,57<sup>0</sup> Celcius pertahun, sedangkan suhu udara rata-rata pertahun 20,6<sup>0</sup> Celcius dengan kelembaban udara 82,83 persen pertahun. (BPS Kabupaten Jayawijaya, 2014).

## 2. Perekonomian Daerah

### a. Produk Domestik Regional Bruto

Selama lima tahun terakhir (2009-2013) total nilai tambah yang dihasilkan oleh aktifitas sektor-sektor ekonomi yang berada di wilayah Kabupaten Jayawijaya baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan, secara konsisten mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2009 nilai Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Jayawijaya atas dasar harga berlaku sebesar 942,819 milyar rupiah. Nilai ini terus bertambah hingga pada tahun 2013 mencapai 1.589,379 milyar rupiah. Nilai PDRB Kabupaten Jayawijaya atas dasar harga konstan pada tahun 2013 adalah sebesar 660,231 milyar rupiah atau naik 8,14 persen dibanding tahun sebelumnya.

Tabel 4.2  
Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Jayawijaya  
Menurut Lapangan Usaha Tahun 2011 – 2013 (Jutaan Rupiah)

No.	Lapangan Usaha	2011 r)	2012 *)	2013**)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Pertanian	369.700,72	396.001,13	429.012,00
2	Pertambangan & Penggalian	8.808,30	9.187,08	9.746,16
3	Industri Pengolahan	3.978,52	4.493,50	4.916,11
4	Listrik, Gas & Air Bersih	2.803,97	2.990,62	3.150,11
5	Bangunan	145.204,38	184.391,03	210.131,28
6	Perdag., Hotel & Restoran	209.313,23	233.474,79	266.783,31
7	Pengangkutan & Komunikasi,	166.786,56	183.709,36	210.759,66
8	Keu., Persewaan & Jasa Perusahaan	57.965,04	63.075,01	75.734,86
9	Jasa-jasa	299.202,47	336.802,87	379.145,06
( P D R B )		1.263.763,19	1.414.125,40	1.589.378,56

CATATAN : r) Angka yang diperbaiki

\*) Angka sementara

\*\*\*) Angka sangat sementara

Sumber : BPS Kabupaten Jayawijaya, 2014

### b. Struktur Perekonomian Daerah

Struktur ekonomi Kabupaten Jayawijaya pada tahun 2013 tidak jauh berbeda dengan tahun sebelumnya. Seperti kondisi secara umum di pegunungan tengah, sektor pertanian menjadi sektor dominan dalam pembentukan PDRB

Kabupaten Jayawijaya. Sektor ini memberi andil hampir atau lebih dari 25 persen setiap tahunnya. Pada tahun 2013, sektor yang sangat bergantung pada alam ini memberi kontribusi 26,99 persen. Sejak tahun 2007, terlihat bahwa peranan yang diberikan sektor ini cenderung mengalami penurunan. Berbeda dengan sektor jasa-jasa, sektor ini justru mengalami peningkatan selama kurun waktu lima tahun terakhir. Sektor jasa-jasa memberikan kontribusi sebesar 23,85 persen terhadap perekonomian Jayawijaya pada tahun 2013, meningkat dibanding tahun-tahun sebelumnya.

### c. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Jayawijaya pada tahun 2013 adalah sebesar 8,14 persen lebih besar bila dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2012 yaitu sebesar 7,51 persen. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat terjadi pada sektor pertanian 5,33 persen, sektor pertambangan dan penggalian 5,46 persen, sektor perdagangan hotel dan restoran 8,66 persen, sektor pengangkutan dan komunikasi 13,22 persen dan sektor keuangan, persewaan dan jasa perusahaan 17,40 persen.

Tabel 4.3  
Laju Pertumbuhan Sektor Produk Domestik Regional Bruto  
Atas Dasar Harga Konstan Kabupaten Jayawijaya Tahun 2011 -2013  
(Persentase)

No	Sektor	Tahun		
		2005	2006	2007
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Pertanian	2,70	3,88	5,33
2	Pertambangan dan Penggalian	4,14	2,95	5,46
3	Industri Pengolahan	6,59	7,92	5,36
4	Listrik dan Air Minum	4,20	4,46	3,57
5	Bangunan	12,71	17,62	7,42
6	Bangunan	8,21	7,16	8,66
7	Perdagangan Hotel dan Restoran	12,68	9,10	13,22
8	Pengangkutan dan Komunikasi	13,54	6,03	17,40
9	Keu., Persewaan dan Jasa Perush	8,43	8,06	7,59
9	Jasa-Jasa			
	Jumlah	7,48	7,51	8,14

Sumber : BPS Kabupaten Jayawijaya, 2014

#### d. Investasi

Industri merupakan sektor yang mendukung bagi perkembangan investasi di Kabupaten Jayawijaya. Industri di Kabupaten Jayawijaya terdiri dari leveransir, distributor, rumah makan/restoran, perdagangan kelontongan, kontraktor, bilyard, koperasi, lain-lain. Perusahaan perdagangan terbanyak pada tahun 2012 adalah kontraktor sebanyak 225 perusahaan akan tetapi bila dibandingkan dari tahun 2011 terjadi penurunan. Sedangkan usaha yang mengalami peningkatan adalah usaha lain-lain dari 67 buah usaha pada tahun 2011 menjadi 143 buah usaha pada tahun 2012.

Tabel 4.4  
Banyaknya Perusahaan Perdagangan Menurut Jenis Izin Usaha  
Di Kabupaten Jayawijaya Tahun 2009 – 2012

Perusahaan		Banyaknya			
		2009	2010	2011	2012
(1)		(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Kontraktor/Leveransir	205	187	165	175
2.	Distributor	27	40	32	35
3.	Rumah Makan/Restoran	25	30	42	41
4.	Perdagangan Kelontongan	80	114	138	154
5.	Kontraktor	421	327	270	225
6.	Bilyard	-	4	3	1
7.	Koperasi	6	4	5	6
8.	Lain-lain	7	52	67	143
J a y a w i j a y a		771	758	722	780

Sumber : Dinas Koperindag Kabupaten Jayawijaya

### 3. Sosial Budaya

#### a. Karakteristik Adat Istiadat

Kabupaten Jayawijaya terdiri dari 4 suku besar yaitu Suku Yali, Suku Hubulak, Suku Siak, Suku Babingga dan sebagian Suku Jawa, Suku Makasar, Suku Padang, Suku Toraja dan suku –suku lainnya dan bahasa terdiri dari Bahasa Nayak, Bahasa Walak, Bahasa Giniagaldo, dan bahasa daerah lainnya

selain bahasa Indonesia yang mendiami wilayah Kabupaten Jayawijaya, dimana didalamnya terdapat sejumlah klen dalam tatanan masyarakat adat.

Selain itu terdapat berbagai bentuk hubungan sosial yang menata kehidupan bermasyarakat. Hubungan sosial tersebut didasarkan atas kekerabatan. Hubungan kekerabatan ini pada akhirnya menentukan hak dan kewajiban yang diperankan masing-masing anggota masyarakat. Selanjutnya hak dan kewajiban tersebut menyatukan para warga dalam satu kesatuan sosial dimana masing-masing kesatuan berbeda antara satu dengan lainnya.

Masyarakat adat Kabupaten Jayawijaya memiliki perspektif pemanfaatan sumber daya alam sangat bijaksana. Eksploitasi dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhan terbatas tanpa mempertimbangkan nilai benefit ekonomis dari sumber daya alam. Untuk itu prinsip-prinsip yang dimiliki oleh masyarakat Kabupaten Jayawijaya dalam upaya pelestarian diawali oleh rasa kesatuan dengan alam, rasa kepemilikan sumber daya alam sebagai barang milik hak ulayat ataupun adat sehingga benar-benar dijaga dan dilindungi, adanya peraturan tidak tertulis (non formal) yang mengikat pada masyarakat untuk tidak memanfaatkan sumber daya alam secara berlebihan.

#### b. Kependudukan

Jumlah penduduk Kabupaten Jayawijaya sesuai dengan hasil pendataan penduduk berkelanjutan Tahun 2013 sebanyak 203.085 Jiwa, dengan jumlah KK sebanyak 50.485 KK (BPS Kabupaten Jayawijaya, 2014). Distrik dengan penduduk tertinggi ada pada Distrik Wamena yaitu berjumlah 44.195 orang dengan luas 249,31 Km<sup>2</sup> sedangkan distrik dengan jumlah penduduk terendah terdapat pada Distrik Koragi yaitu 780 orang dengan luas wilayah 465,94 Km<sup>2</sup>.

### c. Persebaran dan Kepadatan Penduduk

Persebaran penduduk yang tidak merata persebarannya perlu mendapat perhatian karena berkaitan dengan daya dukung lingkungan yang tidak seimbang antara distrik. Oleh karena itu dibutuhkan persebaran penduduk yang lebih merata dari wilayah yang padat penduduknya ke wilayah yang jarang penduduknya atau rendah tingkat kepadatannya. Distrik yang dengan tingkat kepadatannya penduduk tinggi yaitu Distrik Wamena yaitu 177,33 orang per  $\text{Km}^2$ , kemudian diikuti Distrik Asologaima yaitu 45,28 orang per  $\text{Km}^2$ , Sedangkan Distrik Koragi tingkat kepadatannya 1,67 orang per  $\text{Km}^2$ .

### d. Pendidikan

Sumber daya manusia berperan penting terhadap kemajuan suatu bangsa, oleh karena itu perlu diupayakan peningkatan sumber daya manusia demi tercapainya keberhasilan pembangunan. Salah satu upaya untuk meningkatkan sumber daya manusia adalah peningkatan kualitas melalui bidang pendidikan. Pembangunan di bidang pendidikan meliputi pembangunan pendidikan formal maupun informal.

Titik berat pendidikan formal adalah peningkatan mutu pendidikan dan perluasan pendidikan dasar. Selain itu, ditingkatkan pula kesempatan belajar pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Untuk mencapai sasaran tersebut, berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah misalnya dengan meningkatkan sarana dan prasarana pendidikan, perbaikan kurikulum, bahkan semenjak tahun 1994 pemerintah juga telah melaksanakan program wajib belajar 9 tahun dan sampai saat ini masih melanjutkan program wajib belajar 6 tahun. Dengan semakin lamanya usia wajib belajar ini diharapkan tingkat pendidikan anak semakin membaik dan tentunya akan berpengaruh pada tingkat kesejahteraan penduduk.

#### e. Agama

Kabupaten Jayawijaya terdapat sarana dan prasarana keagamaan sebagai berikut : Gereja Protestan sejumlah 319 buah, Gereja Katholik sejumlah 111 buah, Masjid/Musholla sejumlah 15 buah, Pura sejumlah 1 buah. Jumlah pemeluk agama Kristen protestan 111. 708 jiwa, Kristen Katholik 83.451 Jiwa, Islam 7.844 Jiwa, Hindu 82 Jiwa (Departemen Agama Kab. Jayawijaya, 2008). Pembinaan dan penyuluhan umat beragama ke distrik-distrik dan kampung-kampung masih sangat terbatas, masih banyak guru agama baik Islam, Kristen, Katholik yang mengajar belum memiliki Akta IV (S1).

#### f. Ketenagakerjaan

Ketenagakerjaan di Kabupaten Jayawijaya menghadapi permasalahan utama yaitu pengangguran, sebagian angkatan kerja berpendidikan rendah, dan penyediaan lapangan kerja belum dapat mengimbangi kebutuhan akan lapangan kerja. Hal ini disebabkan belum adanya investor yang bersedia untuk menanamkan modalnya guna membuka lapangan kerja yang berskala besar.

#### g. Lingkungan Hidup dan Kebersihan

Pembangunan sumber daya alam dan lingkungan diarahkan pada upaya mempertahankan dan mengoptimalkan sumber daya alam, baik yang dapat diperbaharui maupun yang tidak dapat diperbaharui dengan mengacu pada pembangunan yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan serta melibatkan seluruh komponen masyarakat dan diarahkan pula pada upaya rehabilitasi lahan dan konservasi tanah terutama pada kawasan DAS Baliem wajib AMDAL bagi kegiatan yang diperkirakan mempunyai dampak lingkungan yang besar termasuk disini adalah pembangunan pertanahan yang diarahkan pada pemberian kepastian hukum kepada masyarakat dalam memanfaatkan tanah.

Program Pemerintah Daerah untuk menjadikan Wamena sebagai Kota Pariwisata, Kota Pendidikan, Kota Perdagangan, dan Kota Pusat Pemerintahan pada saat ini telah diterbitkan Perda Nomor 10 Tahun 2013 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Jayawijaya Tahun 2013-2033 yang dimaksudkan untuk mengarahkan pembangunan di Kabupaten Jayawijaya dengan memanfaatkan ruang wilayah secara berdaya guna, berhasil guna, serasi, selaras, seimbang, dan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertahanan keamanan guna mewujudkan keterpaduan pembangunan antar sektor, daerah, dan masyarakat dan merupakan arahan lokasi investasi pembangunan yang dilaksanakan Pemerintah, masyarakat, dan/atau dunia usaha.

#### 4. Prasarana Dan Sarana Daerah

##### a. Prasarana dan Sarana Ekonomi (— Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan)

Jumlah industri kecil dan menengah 502 IKM, jumlah koperasi berbadan hukum 60 Koperasi. Jumlah toko 1.453 unit, dan jumlah pasar sebanyak 10 pasar (Dinas Perindagkop Kab. Jayawijaya, 2015). Jumlah hotel sebanyak 290 kamar dan jumlah pondok wisata sebanyak 40 kamar. Jumlah rumah makan sebanyak 117 rumah makan. Untuk jelasnya menyangkut Prasarana dan sarana Ekonomi yang dapat menunjang pengembangan pariwisata daerah dapat dilihat pada tabel 4.5 dan tabel 4.6 berikut ini.

Tabel 4.5  
Jenis Akomodasi, Restaurant & Travel

No	Jenis Akomodasi, Restaurant & Travel	Jumlah	Kondisi
01	Hotel Melati	16	Baik/Layak Huni
02	Pondok Wisata Modern	1	Baik/Layak Huni
03	Pondok Wisata Tradisional	4	Baik/Layak
04	Restaurant	5	Baik/Layak
05	Rumah Makan	93	Baik/Layak
06	Café & RM. Lesehan	9	Baik/Layak
07	Tour & Travel	8	Baik/Layak
08	Souvenir Shop	8	Baik/Layak

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Jayawijaya, 2015

Tabel 4.6  
Daftar Hotel Dan Penginapan Layak Huni

No	Hotel/Pondok Wisata	Jlh Kamar	Kelas	Alamat
1	2	3	4	5
<b>I</b>	<b>Hotel :</b>			
1	The Baliem Valley Resort	15	Bintang	Kpg Sekan Distrik Walelagama
2	Hotel Baliem Pilamo	87	Bintang	Jl. Trikora, Wamena
3	Hotel Wamena	16	Melati	Jl. Hom-Hom, Wamena
4	Hotel Ranu Jaya 1	20	Melati	Jl. Trikora, Wamena
5	Hotel Ranu Jaya 2	13	Melati	Jl. Gatot Subroto, Wamena
6	Hotel Nayak	19	Melati	Jl. Gatot Subroto, Wamena
7	Hotel Anggrek	6	Melati	Jl. Gatot Subroto, Wamena
8	Hotel Sinakma Elok	14	Melati	Jl. Trikora, Wamena
9	Hotel Putri Dani	11	Melati	Jl. Irian, Wamena
10	Hotel Boulevard	10	Melati	Jl. Patimura, Wamena
11	Hotel Pelangi	5	Melati	Jl. Irian, Wamena
12	Hotel Trendy	17	Melati	Jl. Trikora, Wamena
13	Hotel Syahril Makmur	11	Melati	Jl. Gatot Subroto, Wamena
14	Hotel Mas Budi	14	Melati	Jl. Patimura, Wamena
15	Hotel Srikandi	10	Melati	Jl. Irian, Wamena
16	Maharani Hotel	8	Melati	Jl. Gatot Subroto, Wamena
17	Hotel Jayawijaya	20	Melati	Jl. Honelama, Wamena
<b>II</b>	<b>Pondok Wisata :</b>			
1	Penginapan Apung Wio	5	P. Wisata	Wesaput Distrik Wesaput
2	Penginapan Tradisional Usilimo 1	8	P. Wisata	Usilimo Distrik Usilimo
3	Penginapan Tradisional Usilimo 2	8	P. Wisata	Usilimo Distrik Usilimo
4	Penginapan Lauk Ihu	10	P. Wisata	Jiwika Distrik Kurulu
5	Penginapan Kurulu	5	P. Wisata	Jiwika Distrik Kurulu
6	Penginapan Sompaima	4	P. Wisata	Jiwika Distrik Kurulu
	<b>Jumlah</b>	<b>330</b>		

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Jayawijaya, 2015

#### b. Prasarana dan Sarana Transportasi dan Perhubungan

Kondisi prasarana transportasi kabupaten Jayawijaya sampai dengan tahun 2013 sebagai berikut :

### 1) Jalan darat

Keadaan jalan berdasarkan kewenangannya adalah sebagai berikut :

- Jalan Negara : jalan aspal 48 Km, kerikil 153,75 km
- Jalan Propinsi : jalan aspal 85 Km.
- Jalan Kabupaten: jalan aspal 95,10 Km, jalan kerikil 102,93 Km, jalan tanah 130,90 Km. (Dinas PU Kab. Jayawijaya, 2013).

### 2) Lapangan Terbang

Lapangan terbang pemerintah sebanyak 1 buah dalam keadaan baik. Lapangan terbang yang menjadi sentral transportasi udara terletak di Kota Wamena dengan panjang saat ini 2.150 m x 30 m dengan konstruksi aspal, serta fasilitas terminal kedatangan dan keberangkatan yang terbatas. Dengan semakin tingginya aktifitas penerbangan di Kabupaten Jayawijaya dalam rangka pendistribusian bahan pokok dan bahan penting lainnya maka perlu perpanjangan lapangan terbang pemerintah serta peningkatan kualitas pelayanan. (Dinhab dan Infokom Kab. Jayawijaya, 2014).

### 3) Kendaraan bermotor

Jumlah kendaraan pribadi maupun kendaraan dinas baik roda dua maupun roda empat sesuai data hasil penyaluran BBM subsidi masing-masing berjumlah 9700 unit untuk roda dua dan 11.181 unit untuk kendaraan roda empat dan 1.315 unit kendaraan roda empat yang digunakan untuk angkutan umum. Permasalahan pada kendaraan bermotor saat ini adalah penyediaan BBM sangat terbatas sehingga setiap hari untuk membeli BBM harus menggunakan kupon dan hingga saat ini belum ada jalan keluar terbaik untuk penyelesaiannya. (Dinas Perindagkop Kab. Jayawijaya, 2015).

#### 4) Pesawat Terbang

Perusahaan penerbangan yang beroperasi di Kabupaten Jayawijaya adalah Hercules TNI AU, AMA, CARDIG, DERAYA, DIMONIM, ENGGANG, EXPRESS, HELIVIDIA, IAF, JAYAWIJAYA, MAF, PEGASUS, SUSI AIR, TARIKU, TAS, WINGS, YAJASI yang terdiri dari pesawat dengan type AT-802, ATP-F, ATR-72, B-206, B-732, B-733, C-130, C-206, C-208, DHC-6, KODIAK, PAC-750, PC-12 dan PC-6. Jumlah armada tersebut masih belum mampu secara penuh melayani kebutuhan masyarakat baik untuk angkutan barang maupun untuk angkutan penumpang ( Dinas Perhubungan dan Infokom Kabupaten Jayawijaya, 2014).

#### 5) Transportasi Umum

Transportasi yang digunakan di kota wamena adalah becak, ojek , dan angkot. Hampir setiap hari bisa kita jumpai di sepanjang Kota Wamena

#### c. Prasarana dan Sarana Energi

##### 1) Sarana Jaringan Listrik

Kabupaten Jayawijaya telah memiliki pembangkit listrik PLN dengan sumber daya air sebanyak 10 unit dengan kapasitas terpasang 3.670 KVA. Pembangkit listrik hanya terdapat di Kota Wamena dan Kampung Walesi. (BPS Kabupaten Jayawijaya, 2014). Kondisi saat ini pihak Perusahaan Listrik Negara masih belum dapat melayani kebutuhan listrik kepada masyarakat selama 24 jam dengan menerapkan sistim bergilir karena kekurangan daya. Sumber tenaga air di distrik dan kampung di Kabupaten Jayawijaya cukup tersedia untuk dibangun tenaga listrik mikro hidro, termasuk penyediaan listrik tenaga surya.

##### 2) Prasarana dan Sarana Telekomunikasi dan Informasi

Sarana sambungan telepon rumah dari tahun ke tahun terus mengalami penurunan sejak tahun 1999. Dari kapasitas sambungan berjumlah 3.338 sampai

tahun 2013 hanya terpasang 1.546 sambungan. Dengan dibukanya satuan sambungan telepon seluler baik telkomsel dan indosat hingga kini telah dibangun 13 pemancar BTS telkomsel, sedangkan fasilitas internet terdapat 15 warung internet (Dinas Perhubungan, Informatika dan Komunikasi Kabupaten Jayawijaya, 2015).

### 3) Prasarana dan Sarana Kesehatan

Jumlah rumah sakit di Kabupaten Jayawijaya adalah 1 unit yaitu milik pemerintah dan 6 unit klinik pengobatan swasta, Puskesmas 18 unit, Pustu 37 unit, Polindes 28 unit, POD 14 unit, gudang farmasi 1 buah. Apotik ada 22 buah, praktek dokter spesialis 7 orang, dokter umum 34 orang, dokter gigi 4 orang. Sedangkan sarana pendukung berupa kendaraan roda dua 32 unit dan roda empat 12 unit. (Dinas Kesehatan Kabupaten Jayawijaya, 2014).

## B. Hasil

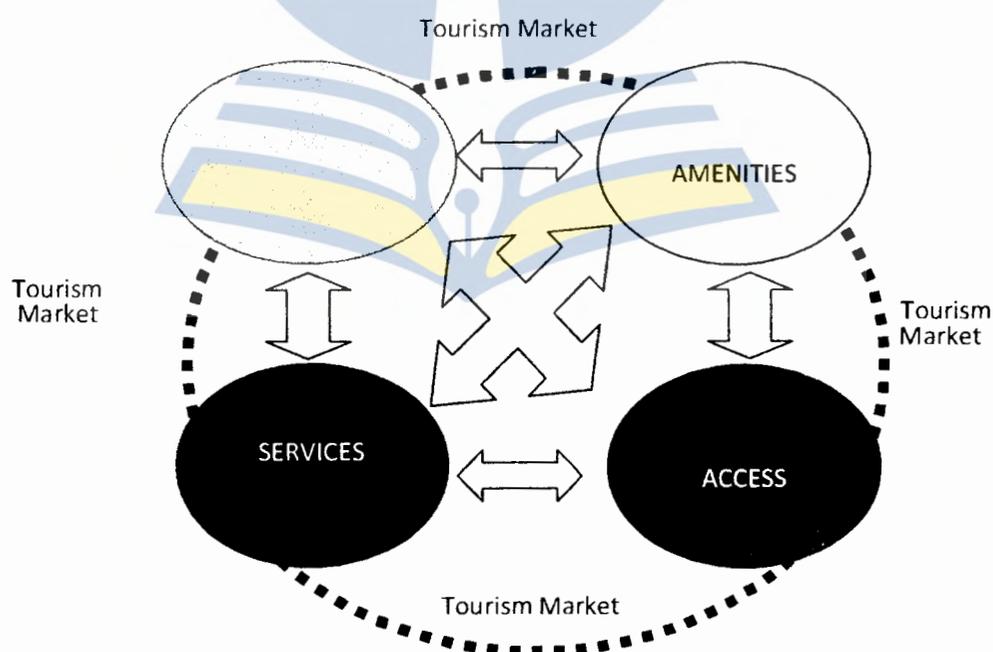
Pariwisata merupakan sebuah bentuk kegiatan rekreasi. Sebagai kegiatan rekreasi, pariwisata merupakan sarana pemenuhan hasrat manusia untuk bereksplorasi guna mengalami berbagai perbedaan. Karakter yang melekat dari sebuah kegiatan wisata adalah melakukan perjalanan keluar wilayah dari kehidupan sehari-hari. Unsur perjalanan menjadi penting yang bertujuan untuk mengalami perbedaan. Perbedaan tersebut mencakup, perbedaan fisik, seperti bangunan, lingkungan alam, benda-benda, hewan, tumbuhan, dan manusia. Perbedaan non-fisik, seperti perbedaan suhu dan kelembaban udara, suara, rasa makanan dan minuman serta suasana, dan juga perbedaan-perbedaan lain yang mengarah pada perilaku manusia termasuk adat istiadat, kesenian, cara berpakaian dan lain sebagainya.

Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh informan penelitian sebagai berikut :

.....Keunikan dari objek wisata sangat tergantung dari promosi yang membuat orang ingin tahu karena berbeda dengan dengan tempat asalnya, baik yang berkaitan dengan sejarah objek wisata dan hal-hal yang berkaitan dengan adat istiadat masyarakat setempat.( AW 56 th ).

Kegiatan pariwisata merupakan sebuah interaksi sosio-kultural sebab di dalamnya terkandung interaksi antara hosts (tuan rumah) dengan guests (wisatawan). Interaksi di antara mereka akan terlaksana dalam konteks pencarian dan penyediaan pengalaman perbedaan dan lebih nyata lagi dilakukan atas dasar pertukaran ekonomi. Konteks interaksi membawa akibat pada hadirnya tingkah-laku interaksi yang khas, baik yang dialami wisatawan atau diterima oleh masyarakat setempat

Produk pariwisata sebagai komponen penting dalam industri pariwisata mencakup 3 (tiga) aspek yang dikenal dengan istilah *triple A* (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas). Produk pariwisata dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat “dijual” sebagai komoditas pariwisata.



Gambar 4.1. Sistem Kepariwisata (Cooper et. Al 1993)

Atraksi/obyek dan daya tarik wisata adalah obyek yang memiliki daya tarik untuk dilihat, ditonton, dinikmati yang layak “dijual” ke pasar wisata. Seringkali atraksi ditafsirkan dalam 2 (dua) komponen, yakni sebagai obyek wisata (*tourist object*) dan sebagai atraksi wisata (*tourist attraction*). Yang terakhir adalah sesuatu yang dapat dilihat lewat pertunjukan (*shows*) dan seringkali membutuhkan persiapan bahkan mengeluarkan pengorbanan untuk menikmatinya (membayar). Berbeda dengan obyek wisata (*tourist object*) yang dapat disaksikan tanpa perlu persiapan.

Dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 mengenai kepariwisataan disinggung bahwa atraksi atau ODTW dapat dibagi dalam 3 (tiga) kategori, yakni obyek wisata alam (*nature*), obyek wisata budaya, dan obyek wisata buatan (*man made*). Batas antara ketiga jenis kategori ini seringkali tidak jelas dan bahkan seringkali tumpang tindih (*overlapping*). Meskipun demikian yang terpenting dalam pariwisata adalah kualitas ODTW-nya, bukan kategorisasinya.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh informan penelitian sebagai berikut:

.....Obyek pariwisata beserta segala atraksi yang diperlihatkan merupakan daya tarik utama bagi seseorang untuk berkunjung ke suatu tempat. Untuk itu keaslian dari obyek dan atraksi yang ditawarkan tetap harus dipertahankan dan dilestarikan. Di samping keaslian yang tetap dipertahankan juga perlu dipikirkan variasi obyek dan atraksi yang hendak dijual, agar tidak terkesan monoton. Disinilah pentingnya pengembangan diversifikasi produk di bidang pariwisata. Logikanya, keberhasilan pengembangan produk yang dilakukan akan berakibat meningkatnya kunjungan wisatawan yang berimbas pada lama tinggal dan besarnya pengeluaran bagi wisatawan. (AW 56 th)

Kecenderungan pariwisata dewasa ini ditandai oleh kuatnya permintaan terhadap produk dan layanan berkualitas standar. Di samping itu, semakin jelas bahwa pasar pariwisata juga menuntut produk yang beragam dan unik sebagai daya tarik yang penting. Kecenderungan ini tidak hanya terjadi di level

internasional tetapi juga di tingkat nasional bahkan di berbagai daerah di Indonesia. Telah banyak kajian yang menunjukkan bahwa hanya daerah tujuan wisata yang mampu mengantisipasi dan beradaptasi dengan tuntutan pasar yang riil yang akan dapat mencapai keberhasilan dan keberlanjutan pariwisata itu sendiri.

Hal ini sejalan dengan pendapat informan penelitian sebagai berikut :

.....Sektor pariwisata diunggulkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah, pencipta peluang kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Namun, di sisi lain upaya-upaya konkrit dan terukur yang dilakukan untuk mencapai tujuan itu relatif masih sangat terbatas. ( AW SPR th).

Hal ini juga sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh informan sebagai berikut :

.....Untuk mendapatkan produk pariwisata yang beragam perlu dirumuskan respon yang strategis dalam bentuk kebijakan yang integral terhadap pengembangan diversifikasi produk, serta ODTW yang akomodatif terhadap kecenderungan pasar. Keterpaduan kebijakan dalam pengembangan ODTW yang beragam memiliki keuntungan ganda yang bersifat komplementer. ( NR40 th)

Di samping atraksi, yang termasuk dalam produk wisata lainnya adalah *amenitas*, yakni segala macam fasilitas yang menunjang kegiatan pariwisata. Diantaranya rumah makan, hotel, sarana komunikasi, papan informasi, penukaran uang (*money changer*) dan lainnya. Bahkan seringkali diperlukan jasa asuransi khususnya bagi tipe wisata yang memiliki resiko kecelakaan tinggi. Keberadaan dan kelengkapan berbagai jenis fasilitas menjadi prasyarat mutlak bagi peningkatan kunjungan wisatawan pada suatu obyek wisata. Dengan kata lain, meskipun obyek wisata yang dimiliki dinilai cukup bagus, namun bila tidak memiliki jaminan fasilitas yang memadai lambat laun tentu akan ditinggalkan wisatawan.

Hal ini sejalan dengan informasi yang disampaikan oleh informan penelitian sebagai berikut :

.....Sarana-prasarana yang menyebabkan wisatawan dapat berkunjung di sebuah destinasi (obyek). Dalam konteks ini, sarana dan prasarana dibangun agar wisatawan dapat mencapai obyek dengan aman, nyaman dan layak. Inilah yang membedakan dengan domain ekonomi yang menyediakan sarana dan prasarana agar produk yang dijual dapat di distribusi sehingga dapat dijangkau konsumen. Sementara domain pariwisata sarana dan prasarana dibangun agar konsumen dapat mengunjungi obyek wisata sehingga mereka dapat “membeli” produk tersebut. Dengan demikian aksesibilitas menyebabkan wisatawan mencapai obyek wisata dengan mudah, aman dan nyaman/layak.(SPR 52 th)

Dari ketiga aspek produk wisata di atas, model pengembangan produk haruslah mempertahankan keasliannya agar dapat bersaing dengan daerah lainnya. Dengan kata lain, masing-masing obyek harus memiliki *style* tersendiri yang berbeda dengan obyek wisata lainnya.

Hal ini sejalan dengan informasi yang disampaikan oleh informan penelitian sebagai berikut :

.....*Style* merupakan faktor penting dalam menentukan penjualan pariwisata , product style yang baik adalah daya tarik obyek itu sendiri, memiliki perbedaan dengan obyek lainnya, dukungan kondisi prasarana yang terpelihara dengan baik, ketersediaan fasilitas “*something to see, something to do, & something to buy*”, dan dilengkapi dengan sarana prasarana lainnya.(NR 40 th)

#### 1. Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW)

Kabupaten Jayawijaya merupakan memiliki potensi alam yang banyak menawarkan keanekaragaman daya tarik wisata, baik bersifat alam (air terjun, hutan, pemandangan alam) maupun budaya (*living culture*) yang dapat dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata yang layak diperhitungkan untuk dikunjungi.

Hal ini sesuai dengan informasi yang disampaikan informan sebagai berikut :

.....Kabupaten Jayawijaya memiliki hamparan hutan alam yang masih asli (virgin), sehingga cocok bagi pengunjung yang menyukai tracking (menjelajah). Potensi budaya yang ada di Kabupaten Jayawijaya

adalah upacara adat, kesenian tradisional serta adat istiadat yang terdapat di Kabupaten Jayawijaya. Dalam hal kerajinan tangan, Kabupaten Jayawijaya juga memiliki aneka macam kerajinan antara lain : palu yang terbuat dari batu, panah, senjata dari tulang kasuari hanya belum di promosikan dengan baik..( NR.40 th)

Gambaran umum mengenai potensi pariwisata (alam, budaya/sejarah dan buatan) dan tantangan dan peluang pengembangannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Data Jenis Obyek Wisata

NO	JENIS OBYEK WISATA	LOKASI	
		DISTRIK	DESA
<b>I</b>	<b>Wisata Alam</b>		
	1. Air Garam	Asotipo	Hitigima/Asotipo
	2. Air Garam	Kurulu	Jiwika
	3. Goa Lokale	Usilimo	Wosilimo
	4. Goa Sikepalki	Usilimo	Wosilimo
	5. Goa Kontilola	Kurulu	Waga - Waga
	6. Telaga Biru	Asotipo	Asolokobal
	7. Danau / Telaga Anegera	Musattak	Anegera
	8. Danau Habema	Pelebaga	Nanggo Trikora
	9. Pasir Putih	Pisugi	Aikima
	10. Goa bunda Maria	Kurulu	Jiwika
	11. Taman Rekreasi Mandiri	Asotipo	Asotipo
	12. Air Terjun Tinggima	Wollo	Wollo
	13. Air Terjun Napua	Napua	Napua
<b>II</b>	<b>Wisata Budaya</b>		
	1. Jembatan Gantung Tradisional	Wamena	Sinakma
	2. Jembatan Gantung Tradisional	Asotipo	Asotipo
	3. Jembatan Gantung Semi Modern	Wamena	Wesaput
	4. Mumi Aikima	Kurulu	Aikima
	5. Mumi Jiwika	Kurulu	Jiwika
	6. Mumi Araboda	Asologaima	Araboda
	7. Mumi Puno	Asologaima	Pumo
	8. Group Tari / Etai Suroba	Kurulu	Suroba
	9. Pos Olah Seni (POS)	Wamena	Wesaput
	10. Pos Olah Seni Wouma	Wouma	Wouma
	11. Pos Olah Seni Yali Mabel	Kurulu	Jiwika
	12. Pos Olah Seni Obia	Kurulu	Obia
<b>III</b>	<b>Wisata Ritual</b>		
	1. Patung Ukumiarek	Asotipo	Hitigima/Asotipo
	2. Patung Kur Mabel	Wamena	Jln. Yos Sudarso
	3. Museum Pilamo	Wamena	Wesaput
	4. Tugu Pepera	Wamena	Jln. Yos Sudarso

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2015

## 2. Sumber Daya Manusia dan Kelembagaan

Sumber daya manusia merupakan salah satu komponen penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan sektor pariwisata. Hal ini mengingat sektor pariwisata sebagai suatu industri yang padat modal dan padat karya menuntut

keterlibatan berbagai bidang secara interdisiplin dan multidisiplin. Sumber daya manusia yang dimaksud meliputi birokrasi, industri dan masyarakat yang merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Sedangkan Kelembagaan juga merupakan komponen penting dalam pengembangan pariwisata. Lembaga pemerintah, lembaga masyarakat maupun lembaga swasta sangat penting artinya untuk pengembangan pariwisata maupun bidang yang lain. Oleh karena itu kelembagaan yang terstruktur dan memiliki visi, misi serta etos kerja yang mantap akan sangat kondusif untuk pengembangan berbagai sektor yang ada.

Kondisi ini perlu dicermati mengingat perkembangan pariwisata diperkirakan menuntut adanya tenaga kerja profesional bukan hanya pada tingkat industri akan tetapi juga pada tingkat manajerial dan pengambilan kebijakan untuk mengimbangi kemajuan era globalisasi.

#### a. Sumber daya manusia

Dalam Strategi Daerah, Pembangunan daerah Tertinggal di Kabupaten Jayawijaya, faktor sumber daya manusia didefinisikan sebagai salah satu faktor penyebab ketertinggalan. Pada tahun 2013 penduduk Kabupaten Jayawijaya yang berusia 7-12 tahun sebanyak 27.77 jiwa. Sedangkan Jumlah penduduk pada kelompok usia tersebut yang bersekolah SD sebanyak 19.290 jiwa. Dengan demikian APM SD di Kabupaten Jayawijaya sebesar 68,92 persen, artinya ada 8.697 penduduk Jayawijaya usia 7-12 tahun yang belum mengenyam pendidikan jenjang SD. Dan penduduk Kabupaten Jayawijaya yang berumur 13-15 tahun sebanyak 14.079 jiwa, sedangkan penduduk kelompok usia tersebut yang bersekolah sebanyak 5.421 jiwa. Dengan demikian APM SLTP di Kabupaten Jayawijaya sebesar 38,50 persen, artinya ada 61,62 persen penduduk usia 13-15 tahun belum mengenyam pendidikan SMP. Serta penduduk Kabupaten Jayawijaya

yang berumur 16-18 tahun sebanyak 19.287 jiwa. Sedangkan Jumlah penduduk pada kelompok usia tersebut yang terserap di sekolah menengah sebanyak 4.417 jiwa, yang berarti APM SLTA baru 24,44 persen (Dinas Pendidikan dan Pengajaran Kabupaten Jayawijaya, 2015).

Meskipun akhir-akhir ini perhatian pada perlunya pembenahan sektor sumber daya manusia semakin besar, namun kelemahan yang elementer masih banyak ditemukan. Pengembangan sumber daya manusia pariwisata terlalu berat sebelah ke penanganan *front liners*. Harus diakui bahwa strategi ini memiliki logika sendiri karena sasaran yang dipilih adalah menciptakan mutu pelayanan yang sesuai dengan standar wisata internasional.

Hal ini sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh informan sebagai berikut :

.....Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata di Kabupaten Jayawijaya belum menjadi program prioritas di bidang pengembangan sumber daya manusia, sebagian besar pegawai di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bukan berlatar pendidikan pariwisata disamping itu Pendidikan dan Pelatihan yang berhubungan dengan kepariwisataan sangat jarang dilakukan. ( MN.50 th)

Namun jika mengamati perkembangan permintaan wisatawan internasional atas produk wisata sebagai konsekuensi logis dari pergeseran demografis dan psikografis wisatawan, tampaknya pembenahan yang berat-sebelah pada tenaga *front liners* itu tidak dapat menghasilkan kualitas produk wisata yang diinginkan. Padahal persaingan di pasar global nanti sesungguhnya terjadi antara produk wisata antar negara. Hal ini senada dengan informasi yang disampaikan oleh informan sebagai berikut :

.....Sampai dengan saat ini di kabupaten Jayawijaya hanya ada satu Sekolah Menengah Pariwisata sehingga SDM bidang pariwisata sangat kurang (pemandu bukan background pariwisata utk menjelaskan dan menjiwai pariwisata sehingga keinginan tamu tidak terjawab) disamping itu belum dimanfaatkan secara optimal lulusan kejuruan pariwisata sehingga lulusannya seharusnya di bina dan diberdayakan oleh pemerintah untuk

menjadi praktisi pariwisata yang memiliki kompetensi yang dibutuhkan (H, 49 Th).

#### b. Kelembagaan di Pemerintah Daerah

Secara sederhana kelembagaan diartikan sebagai totalitas unsur-unsur dari sistem kepariwisataan yang menjalankan fungsi-fungsi tertentu sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Aspek kelembagaan tidak mudah dibentuk dan tidak dapat bekerja secara otomatis, sehingga perlu dikembangkan melalui suatu perencanaan yang baik. Hal ini sejalan dengan informasi yang disampaikan informan sebagai berikut :

.....Perencanaan kelembagaan pariwisata sebagai bagian dari pengembangan sistem kepariwisataan hendaknya didasarkan pada: pertama, visi dan misi yang diemban oleh sektor pariwisata dalam konteks pembangunan lokal, regional, dan nasional; kedua, tujuan pengembangan pariwisata itu sendiri; dan ketiga, jenis dan bentuk produk wisata yang dikembangkan. ( AW 56 th)

Dalam pengembangan bidang pariwisata yang multi sektoral dan multi disipliner, maka kerjasama dan koordinasi antar instansi mutlak diperlukan. Oleh karena itu diperlukan suatu koordinasi kelembagaan yang mantap dalam melaksanakan program-program pengembangan. Koordinasi tersebut dapat diawali dengan menciptakan suasana saling menghormati, saling menghargai dan saling merasa bahwa sektor yang ditangani oleh lembaganya tidak dapat berdiri sendiri tanpa bantuan lembaga atau dinas lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan sebagai berikut :

.....Secara kelembagaan Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai lembaga yang paling bertanggungjawab terhadap pengembangan bidang pariwisata, sudah memadai untuk melaksanakan kewenangan pemerintahan di bidang kepariwisataan dan memiliki tugas yang sangat berat. Oleh Karena itu diperlukan dukungan dari sumber daya manusia yang memiliki kapasitas baik dalam bidang kepariwisataan dan juga memiliki kompetensi dalam bidang kepariwisataan. (MN,50 th).

### c. Organisasi Swasta

Organisasi kepariwisataan swasta memiliki peran yg sangat penting dalam mendukung terciptanya kelembagaan yang kuat. Organisasi swasta pada umumnya merupakan praktisi yang terjun di bidang pariwisata dengan bertujuan memperoleh keuntungan. Organisasi tersebut antara lain adalah organisasi perhotelan, biro perjalanan, pemandu wisata, organisasi pedagang, organisasi pengrajin Koperasi serta organisasi lain yang ada di masyarakat.

Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan sebagai berikut :

.....Peran organisasi swasta dalam hal ini perhotelan,rumah makan,guide, sangat penting Dengan demikian maka organisasi swasta dapat menjadi ujung tombak dalam menggalang masyarakat, melakukan sosialisasi, melakukan monitoring, melakukan evaluasi serta tindakan positif lainnya yang bersifat aksi di bidang kepariwisataan.Di Kabupaten Jayawijaya, organisasi swasta di bidang kepariwisataan seperti ASITA (Association of The Indonesian Tour and Travel Agencies), PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia) dan HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia)belum menunjukkan perkembangan yang positif bagi kemajuan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya. (IS 37 TH)

Koordinasi kelembagaan yang solid antara pemerintah, swasta dengan masyarakat akan menghasilkan suatu koalisi terpadu dalam menyelesaikan berbagai persoalan dan tantangan dalam bidang pariwisata. Selanjutnya apabila dari hasil kerjasama tersebut mendatangkan keuntungan, maka semua pihak akan mendapatkan keuntungan tersebut sesuai dengan porsi dan keterlibatan masing-masing.

### d. Organisasi Masyarakat

Organisasi masyarakat disini antara lain adalah Lembaga Swadaya masyarakat (LSM), Yayasan, Paguyuban, Koperasi, pokdarwis serta organisasi lain yang ada di masyarakat. Peran organisasi ini sangat penting selhubungan dengan sifat mereka yang independen dan menaruh perhatian yang tinggi kepada

kesejahteraan masyarakat, kelestarian lingkungan dan hal lain yang krusial. Biasanya organisasi masyarakat ini sangat dekat dengan masyarakat, dan masyarakat sendiri mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap organisasi masyarakat ini.

Dengan demikian maka organisasi swasta dapat menjadi ujung tombak dalam menggalang masyarakat, melakukan sosialisasi, melakukan monitoring, melakukan evaluasi serta tindakan positif lainnya yang bersifat aksi. Pendekatan dan kerjasama dengan lembaga pemerintah akan menghasilkan suatu hasil yang optimal. Meskipun demikian ada beberapa hal yang harus diperhatikan, baik oleh masyarakat maupun oleh pemerintah, antara lain visi, misi dan tujuan yang ingin dicapai oleh lembaga swasta ini harus serasi selaras, seimbang dan sesuai dengan jiwa bangsa Indonesia dan peraturan yang ada baik nasional maupun daerah.

### 3. Pasar Wisata Kabupaten Jayawijaya

#### a. Kecenderungan dan Tingkat Kunjungan Wisatawan

Keragaman dan potensi objek wisata, baik alam ataupun budaya yang dimiliki Kabupaten Jayawijaya memiliki prospek menjanjikan. Kabupaten Jayawijaya menawarkan kegiatan wisata alam yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik. Selain potensi wisata alam, wilayah ini juga memiliki hutan alam yang masih asli dan cocok dikembangkan untuk kegiatan penjelajahan. Tidak hanya itu, Kabupaten Kabupaten Jayawijaya kaya dengan peninggalan sejarah dapat dilihat dengan terdapatnya gua, kampung adat, upacara adat, dan upacara tradisional.

Dalam hal kerajinan tangan, Kabupaten Jayawijaya juga memiliki aneka macam kerajinan seperti alat pertanian, dan makanan khas tradisional, dan sebagainya. Meski demikian keberadaan objek wisata di Kabupaten Kabupaten Jayawijaya masih perlu dikembangkan khususnya dalam segi pemasaran.

Secara sederhana pasar wisata dapat dibedakan menjadi dua yakni pasar internasional dan pasar domestik yang masing-masing dapat diklasifikasikan kepada pasar potensial dan tradisional. *Pasar potensial* adalah pasar yang seharusnya dapat dicapai oleh suatu daerah dikemudian hari, sedangkan *pasar tradisional* adalah pasar yang selama ini sudah secara rutin dapat dicapai atau berkunjung ke wilayah Kabupaten Jayawijaya. Hingga saat ini wisatawan yang berkunjung ke wilayah ini dapat dibedakan dalam dua segmen, yakni wisatawan lokal yang berasal dari dalam wilayah Kabupaten Jayawijaya dan sekitarnya serta pengunjung yang berasal luar wilayah Kabupaten Jayawijaya. Segmen lain adalah dari wisatawan luar negeri yang memiliki pilihan berwisata berbeda dengan wisatawan lokal.

Fokus kegiatan wisatawan di Kabupaten Jayawijaya dapat dibedakan menjadi dua jenis yakni aktivitas yang dimaksudkan untuk memperoleh kesenangan dan ada pula aktivitas yang tujuannya memperoleh pengetahuan/pengalaman baru (*new experiences*).

Untuk wisatawan mancanegara di Jayawijaya umumnya berasal dari negara-negara Asia Pasifik, Eropa dan Amerika. Memperhatikan perjalanan yang mereka lakukan, kunjungan Jayawijaya dikemas dalam rangkaian dengan objek wisata wilayah lainnya. Pola kunjungan wisatawan mancanegara berbeda dengan wisatawan domestik. Wisatawan mancanegara cenderung memilih wisata minat khusus yang berarti tanpa batasan waktu atau tingkat lama tinggal tinggi, sedangkan wisatawan domestik cenderung memilih wisata alam atau budaya. Pengembangan ODTW kabupaten Jayawijaya diarahkan kepada pengembangan berbasis alam dan budaya spesifik.

Bagi wisatawan lokal, jenis wisata yang diminati adalah wisata alam. Pilihan berwisata yang diminati wisatawan lokal sifatnya lebih rekreatif dan dilakukan

secara beramai-ramai. Hal ini mirip dengan pola wisata konvensional yang mencari hal-hal yang sifatnya tidak perlu penghayatan atas objek secara mendalam. Kegiatan yang dikerjakan cenderung hanya untuk melepaskan kejenuhan dari rutinitas dan tidak mencoba mencari sesuatu yang berharga dibalik kegiatan wisata yang dilakukan.

Berbeda dengan pola berwisata wisatawan domestik, untuk wisatawan mancanegara di Kabupaten Jayawijaya ternyata tidak semata-mata untuk berwisata. Sebagian dari mereka justru melakukan penelitian ataupun pengkajian mengenai budaya setempat. Pasar wisata sosial-budaya mencakup paling tidak dua unsur, yakni: (a) obyek yang akan dipasarkan, dan (b) manusia yang akan menikmati obyek yang dipasarkan tersebut. Dilihat dari sudut pandang sosial-budaya, obyek yang akan dipasarkan di sini tidak lain adalah keunikan kehidupan sehari-hari suatu masyarakat serta keunikan berbagai unsur budaya mereka.

Masalahnya kemudian adalah apakah Jayawijaya memiliki aktivitas sosial-budaya yang dapat menjadi daya tarik wisatawan, dan kalau ada, wisatawan dari mana yang kira-kira akan tertarik untuk menikmatinya.

#### b. Potensi sebagai DTW

Sebagai daerah tujuan wisata minat khusus (budaya), terutama wisata sosial-budaya, Kabupaten Jayawijaya dapat dikatakan mempunyai obyek-obyek sosial-budaya dengan potensi yang besar atau daya tarik yang kuat. Beberapa hal yang menunjukkan potensi ini antara lain adalah:

**Kekhasan, keunikan.** Aspek sosial-budaya dari kehidupan sehari-hari masyarakat setempat menunjukkan bahwa kehidupan mereka memang unik, khas. Ada banyak hal dalam kehidupan masyarakat yang tidak dapat ditemukan dalam masyarakat-masyarakat di Indonesia pada umumnya. Rituil-rituil adat yang mereka lakukan, pola perkampungan adat, rumah adat, pakaian sehari-hari, dan kehidupan sehari-

hari, semuanya memperlihatkan keunikan-keunikan tertentu, yang akan sangat mengesankan wisatawan asing yang bermaksud memperoleh pengayaan sosial-budaya dari dan dalam kegiatannya berwisata masih relatif asli. Kehidupan sehari-hari yang sebagian besar belum banyak mengalami perubahan akan membuat wisatawan yang ingin memperoleh pengetahuan, melihat serta mengalami sendiri kehidupan sosial-budaya yang sangat berlainan dengan pola dan adat kebiasaan mereka, sangat terkesan oleh apa yang mereka temui di Kabupaten Jayawijaya. Apalagi sebagian besar adat-istiadat masih tumbuh dan berkembang sebagaimana adanya. Belum terlalu banyak perubahan-perubahan terjadi dalam adat-istiadat mereka sehari-hari. Walaupun agama Muslim, Katolik, Protestan telah banyak dipeluk oleh masyarakat, namun adat-istiadat yang berasal dari nenek-moyang mereka di masa lalu masih tetap dipertahankan.

**Kebanggaan pada budaya asli.** Ada kebanggaan yang kuat di kalangan warga masyarakat atas kemampuan mereka mempertahankan adat-istiadat lama yang diwariskan oleh nenek-moyang mereka. Hal ini tentunya akan memudahkan dan memperlancar upaya-upaya pelestarian budaya lokal, yang kemudian akan menjadi salah satu daya tarik dari wisata minat khusus.

### c. Potensi Pasar Wisata

Unsur kedua dari pasar adalah manusia yang akan menikmati obyek yang dipasarkan. Potensi pasar wisata Jayawijaya di sini diartikan sebagai jumlah orang dari luar Jayawijaya yang mungkin tertarik untuk datang ke daerah Jayawijaya untuk menikmati keindahan alam, keunikan kehidupan sosial dan keunikan budaya masyarakat di daerah ini. Potensi pasar ini ada di dalam negeri (Indonesia) dan di luar negeri, namun ada perbedaan yang sangat besar di antara keduanya. Oleh karena jenis wisata yang mempunyai potensi besar di Jayawijaya adalah wisata minat khusus, maka potensi pasar semacam ini masih berada di luar negeri.

**Pasar Dalam Negeri.** Jika melihat minat, situasi dan kondisi masyarakat Indonesia pada umumnya di masa kini, pasar wisata dalam negeri masih belum dapat diharapkan mampu memberikan sumbangan yang besar pada perkembangan kepariwisataan di Kabupaten Jayawijaya. Masih memerlukan waktu yang cukup lama untuk dapat membangkitkan minat masyarakat di dalam negeri guna pergi berwisata ke daerah Jayawijaya hingga mencapai taraf seperti di Bali. Meskipun demikian, pasar dalam negeri pada umumnya lebih dapat diandalkan daripada pasar luar negeri, terutama pada masa-masa krisis, sebagaimana terlihat pada kasus Bali.

**Pasar Luar Negeri,** Wisata minat khusus telah cukup berkembang di luar Indonesia, terutama di negara-negara maju. Oleh karena itu, pasar wisata untuk daerah seperti Jayawijaya lebih banyak terdapat di luar negeri. Wisatawan asinglah yang akan lebih dapat menikmati dan mengagumi berbagai macam keunikan kehidupan sosial-budaya masyarakat di sana.

Seberapa besar potensi wisata untuk Jayawijaya di kalangan wisatawan asing masih belum diketahui. Namun, berdasarkan pengamatan sementara diketahui bahwa wisatawan asing yang datang ke daerah ini antara lain berasal dari Eropa, Amerika, dan Australia. Salah satu ciri penting dari wisatawan asing ini adalah kedatangan mereka yang musiman. Hal ini penting untuk diperhatikan, karena strategi pemasaran obyek wisata sebaiknya memperhatikan pola berwisata yang musiman ini.

### C. Pembahasan

#### 1. Analisis Faktor penghambat dan Faktor Pendukung Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Jayawijaya

Dalam uraian ini mengungkapkan faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya, faktor penghambat meliputi pengembangan produk wisata yang rendah, kurangnya

promosi/pemasaran wisata, fasilitas yang kurang memadai, dan sumber daya manusia yang kurang profesional. Sementara itu, faktor yang mendukung pengembangan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya meliputi : letak geografis yang strategis dan potensi alam yang indah. Untuk lebih jelasnya faktor penghambat dan pendukung pariwisata di Kabupaten Jayawijaya dapat dijelaskan sebagai berikut.

#### a) Faktor Penghambat

##### 1) Pengembangan Produk Wisata Rendah

Pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan pariwisata kurang mengembnagkan produk wisata yang ada di Kabupaten Jayawijaya. padahal Kabupaten Jayawijaya memiliki objek wisata alam yang begitu indah, kaya dengan objek wisata budaya dan seni serta memiliki banyak wisata minat khusus.

Rendahnya pengembangan produk wisata ini tampak dalam hasil wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bahwa dari berbagai potensi objek wisata di Kabupaten Jayawijaya, pemerintahan lamban dalam merespon tuntutan masyarakat terutama dalam pengembangan produk wisata. Sejumlah potensi wisata seperti pengembangan GOA.

Pengembangan objek wisata kampung budaya, wisata menyusuri sungai baliem, pengembangan air terjun, wisata mendaki puncak trikora, wisata danau habema belum terjamah dengan baik. Obyek-obyek wisata ini telah masuk dalam peta potensi produk wisata pemerintah Kabupaten Jayawijaya namun pengembangan masih rendah. Objek wisata sebagai produk unggulan kabupaten jayawijaya hanya terbatas pada pengembangan wisata budaya festival lembah baliem sehingga masyarakat dalam berwisata tidak dapat mencari alternatif lain dalam wisata.

Dengan pemberlakuan otonomi daerah maka pemerintahan daerah kabupaten Jayawijaya harus mampu mengembangkan produk wisata utamanya pengembangan

potensi unggulan dalam kaitannya dengan pemasukan PAD. Hal ini senada dengan yang dikatakan salah seorang informan kunci (*key informan*) mengatakan bahwa pemda Kabupaten Jayawijaya adalah kurang perhatian dalam pengembangan produk wisata, ini nampak sekali minimnya fasilitas yang diadakan oleh pemda di lokasi objek-objek wisata (wawancara, Bernard Mabel, tanggal 24 April 2015).

Sehubungan dengan ini salah seorang informan mengatakan bahwa yang menjadi penyebab belum maksimalnya dalam pengembangan produk wisata di Kabupaten Jayawijaya adalah selain disebabkan oleh SDM pengelola objek wisata yang belum profesional juga disebabkan oleh karena dana yang sangat terbatas. Disamping itu, belum sinerginya program antar dinas terkait atau lintas sektoral. Masing-masing dinas jalan sendiri dengan programnya sendiri (wawancara dengan Naftali Rumbiak, tanggal 23 April 2015).

Hal ini sesuai dengan pendapat sapta nirwana, (2005-6-8) bahwa permasalahan pengembangan pariwisata dalam pelaksanaan otonomi daerah perlu dilakukan serangkaian tindakan koordinasi lintas sektor. Koordinasi dilakukan dalam pengembangan kemitraan antara seluruh stakeholders pembangunan kepariwisataan melalui upaya koordinasi, sinkronasi dan konsolidasi yang melibatkan lembaga swadaya masyarakat, ososiasi/usaha pariwisata. DPR/DPRD, maupun pemerintah.

Lemahnya pemerintah dalam pengembangan produk obyek wisata di kabupaten Jayawijaya berdampak pada kurangnya arus kunjungan wisata pada obyek-obyek wisata yang ada. Salah satu indikator utama lemahnya pengembangan tersebut adalah rendahnya jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung di daerah wisata kabupaten jayawijaya. Hal ini dapat dilihat kunjungan wisatawan mancanegara pada lima tahun terakhir, seperti pada tabel kunjungan wisatawan Mancanegara di atas.

Data tersebut menunjukkan betapa sedikitnya jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung di objek wisata kabupaten Jayawijaya selama lima tahun terakhir ini, hal ini semua adalah sebagai akibat dari tidak memadainya pengembangan produk ODTW di kabupaten Jaawijaya.

## 2) Kurangnya Promosi/Pemasaran Wisata

Promosi atau pemasaran merupakan faktor penting dalam kepariwisataan. Melalui kegiatan promosi atau pemasaran yang meyakinkan para wisatawan dapat mendatangkan banyak wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Beberapa cara promosi wisata yang telah dilakukan oleh pemerintah kabupaten Jayawijaya dalam memasarkan produk wisatanya adalah melalui *booklet*, mengadakan pameran, cendra mata, mas media (iklan atau media audio visual), internet, ikut serta dalam berbagai event pariwisata nasional dan internasional, maupun dengan penyedia informasi pada tempat-tempat publik seperti hotel, restoran, bandara, dan *travel agency*, namun semua itu belum dilakukan secara optimal.

Hal ini dinyatakan oleh Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya bahwa dalam memajukan pembangunan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya pemerintah membuka ruang kepada pihak-pihak terkait seperti pengusaha perjalanan wisata, pengusaha perhotelan guna membantu menyebar luaskan informasi tentang potensi dan daya tarik obyek wisata yang ada di kabupaten ini.

Disamping itu, pemerintah kabupaten Jayawijaya belum maksimal dalam menjalin kerja sama dengan media cetak untuk mempublikasikan berbagai obyek wisata yang ada, baik wisata budaya, wisata alam dan gunung maupun wisata minat khusus. Publikasi melalui media ini terutama pada saat kegiatan-kegiatan

pariwisata berlangsung seperti festival seni dan budaya ( wawancara,Alpius Wetipo, tanggal 23 April 2015).

Promosi atau pemasaran obyek-obyek wisata di Kabupaten Jayawijaya dapat dikatakan masih sangat kurang dilaksanakan, wawancara dengan informasi ahli, dimana ia mengatakan bahwa di kabupaten Jayawijaya promosi atau pemasaran dalam rangka pengembangan pariwisata adalah masih sangat kurang diadakan, hal yang dilakukan dewasa ini hanya melalui *liflet bookleat* tetapi ini juga bentuknya masih sesederhana sekali dan tidak diadakan setiap tahunnya.

Selain itu juga mengikuti pameran wisata pada tingkat kabupaten, provinsi dan sesekali tingkat nasional. Inipun juga tidak selamanya setiap tahun karena masalah dana (wawancara, Naftali Rumbiak, 23 April 2015). Hal ini senada juga dikemukakan salah seorang informan insidental (*man on the street*) yaitu bapak Herimanto dan Ibu Ika Savitri, Guide senior dan mantan manajer Baliem Resort Siepkosi, mengatakan bahwa promosi-promosi obek wisata budaya di Kabupaten Jayawijaya sangat minim sekali diadakan, kurang di publikasi pada tempat-tempat publik seperti di hotel, restoran, bandara atau di travel-travel, padahal jaringan ini cepat sekali diakses informasinya oleh wisatawan.

Berdasarkan uraian diatas, dapatlah diketahui bahwa promosi atau pemasaran wisata Kabupaten Jayawijaya kurang maksimal. Padahal promosi atau pemasaran ini memiliki arti penting dalam pengembangan pariwisata, dan merupakan salah satu hambatan dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya.

### 3) Fasilitas di Lokasi Objek Wisata kurang Memadai

Fasilitas obek wisata yang kurang memadai dimaksudkan di sini adalah fasilitas yang layak nya sebagai obyek wisata yakni adanya villa permanen, kamar mandi/toilet umum yang terbatas, tempat ibadah, listrik, air bersih, telepon umum, restoran/rumah makan , pos keamanan, pos kesehatan, dan panggung hiburan.

Berdasarkan pengamatan langsung di lapangan maka fasilitas-fasilitas tersebut diatas, keberadaannya kurang memadai bahkan tidak ada pada setiap lokasi obyek-obyek wisata di kabupaten Jayawijaya. Fasilitas yang ada hanyalah kamar mandi/toilet umum yang sangat sederhana, pondok tradisional untuk beristirahat dan beberapa warung yang masih sangat sederhana, ini pun hanya terdapat pada lokasi obyek wisata tertentu, ini diakui oleh *informan on the street*, menurutnya ini disebabkan oleh kurangnya perhatian pemda dalam pengembangan pariwisata (wawancara dengan bapak Herimanto tanggal 24 April 2015).

Minimnya fasilitas pada lokasi obyek wisata di kabupaten jayawijaya merupakan suatu kendala dalam menarik perhatian wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara, pada hal peningkatan jumlah wisatawan pada setiap obyek wisata selain dipengaruhi oleh keindahan alam juga sangat dipengaruhi dengan ketersediaan fasilitas obyek wisata.

Hal ini sesuai dengan pendapat Salusu (2008: 104-105) bahwa dalam pembangunan strategi pendukung sumber daya yang memusatkan perhatian pada upaya memaksimalkan pemanfaatan sumber daya esensial guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu berupa tenaga, keuangan teknologi dan dukungan sarana dan prasarana yang memadai guna mendukung pembangunan. Dalam pembanguana pariwisata di kabupaten Jayawijaya dukungan sumber daya esensial tersebut sangat penting memacu pembanguana pariwisata.

#### 4) Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang Profesional

Faktor kualitas SDM dan kinerja kelembagaan sangat menentukan keberhasilan dalam pengembangan pariwisata, kualitas yang dimaksud di sini adalah memiliki profesional kerja di bidang pariwisata, dalam hal ini indikatornya adalah memiliki ijazah pendidikan formal dari sekolah kepariwisataan.

Dengan memiliki keahlian kepariwisataan maka akan mampu mengelolah atau mengembangkan wisata dalam menetapkan target sasaran, mengemas dan menyajikan paket-paket wisata serta promosi yang terus menerus sesuai dengan potensinya, hal ini sangat menentukan keberhasilan dalam mendatangkan wisatawan.

Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya dalam tahun 2015 terdapat 31 personil dengan jenjang pendidikan sebagai berikut :

- Strata 1 : 16 orang
- Diploma : 5 orang
- SLTA : 9 orang
- SMP : 1 orang

Dari 31 orang dengan jenjang pendidikan diploma, Sarjana, hanya terdapat 2 orang berpendidikan diploma kepariwisataan dan 1 orang yang berkualifikasi pendidikan kepariwisataan, dan diantara dari 31 personil tidak terdapat (satu) orang pun yang pernah kursus teknik kepariwisataan.

Uraian diatas menunjukan bahwa di Kabupaten Jayawijaya masih sangat kurang tenaga yang profesional di bidang kepariwisataan. Hal ini merupakan suatu kendala/hambatan dalam mengembangkan pariwisata, karena mengembangkan pariwisata harus dikelola oleh tenaga-tenaga yang memiliki pengetahuan dan ketrampilan kepariwisataan.

##### 5) Faktor Keamanan dan Kenyamanan

Faktor keamanan dan kenyamanan juga merupakan salah satu faktor yang harus menjadi perhatian dalam upaya pengembangan sektor kepariwisataan dimana kewanaman dan kenyamanan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang yang melakukan perjalanan wisata. Hal ini sesuai dengan pendapat Armida S.

Alisjahbana (2000:9-10) bahwa permasalahan yang dapat berdampak pada sektor pariwisata antara lain adalah situasi keamanan pada umumnya dan keamanan daerah pada khususnya.

Sesuai dengan informasi yang didapat dari salah satu informan bahwa masalah kewan dan kenyamanan ketika melakukan perjalanan wisata pada objek wisata tertentu sering menjadi keluhan para wisatawan dimana dalam perjalanan tersebut wisatawan sering dihadang dan dimintai uang secara paksa oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Di samping itu pada objek wisata tertentu belum ada standar tarif untuk pengambilan dokumentasi juga masyarakat sekitar objek wisata sering memaksa para wisatawan untuk membeli souvenir yang di jajakan. (wawancara Herimanto dan Ika Savitri tanggal 24 April 2015).

## 2. Faktor Pendukung

### a) Letak Geografis yang Strategis

Kabupaten Jayawijaya merupakan daerah wisata yang memiliki daya tarik karena ditunjang letak geografis yang sangat strategis. Kabupaten Jayawijaya sebagai simpul atau persimpangan perhubungan darat antar kabupaten-kabupaten di pegunungan tengah Papua.

### b) Potensi Wisata yang Unik

Kabupaten Jayawijaya memiliki potensi alam yang indah menawan, dan bervariasi obyek wisatanta yakni wisata alam, wisata budaya dan seni, serta wisata minat khusus. Sehubungan dengan ini seorang informan ahli, Bapak Herianto mengatakan bahwa kabupaten jayawijaya selain di tinjau posisi geograis yang strategis juga memiliki panorama yang indah (gunung, Pegunungan, dataran, sungai dan danau jika dikelola secara profesional sangat memiliki daya tarik wisata.

### c) Dukungan Masyarakat Lokal

Masyarakat kabupaten Jayawijaya utamanya masyarakat yang berdomisili di sekitar obyek wisata adalah sangat ramah, bersahabat dan membantu para wisatawan. Dukungan ini tergambar ketika berinteraksi dengan wisatawan, dimana masyarakat lokal menjaga kebersihan lokasi obyek wisata dan bahkan menjaga keamanan dilokasi wisata tersebut.

Salah seorang informan mengatakan bahwa faktor yang membuat masyarakat lokal memberikan dukungan pengembangan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya utamanya masyarakat disekitar lokasi obyek wisata adalah karena memperoleh nilai ekonomis dari obyek wisata yakni mereka menyewakan barangnya seperti membuka warung sederhana, demikian pula menyewakan gazebo (tempat istirahat dalam ukuran kecil) yang dibuat sendiri oleh masyarakat, menjual hasil pertanian dan dari hasil pekerjaan ini didapat membantu ekonomi keluarga mereka. (wawancara Bernard Mabel tanggal 24 April 2015).

### a) Keamanan yang kondusif dan Stabil

Pada umumnya Provinsi Papua khususnya kabupaten Jayawijaya adalah merupakan daerah yang aman. Didaerah ini tidak pernah terjadi konflik antara etnik, antar kampung. masyarakat lokal utamanya masyarakat yang tinggal di sekitar obyek wisata, sangat ramah menerima kedatangan para wisatawan. Hal ini merupakan faktor pendukung utama dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya, karena para wisatawan tidak ragu lagi masalah keamanan untuk berwisata di kabupaten Jayawijaya.

Namun demikian diharapkan instansi yang bertanggungjawab dibidang kabtimas tetap dapat menciptakan rasa aman dan nyaman bagi setiap wisatawan. Hal ini sesuai dengan pendapat Brison (2003: 55-77) bahwa faktor sosial sangat mempengaruhi dengan kenyamanan dan keamanan tempat obyek wisata. Daya

tarik obyek wisata bukan saja terletak pada keindahannya, akan tetapi kenyamanan dan keamanan tempat-tempat obyek wisata dari berbagai bentuk ancaman merupakan modal dasar dalam mengembangkan obyek wisata.

Atas dasar ini, dilihat dari aspek internal maupun eksternal potensi obyek wisata di kabupaten Jayawijaya dapat dikembangkan dalam menopang perkembangan daerah. Kondisi lingkungan yang mendukung dalam membangun obyek wisata di kabupaten Jayawijaya merupakan aset jangka panjang dalam menunjang pembangunan daerah.

### 3. Isu-Isu strategis pengembangan Sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya

Berdasarkan analisa dan temuan isu strategis di atas, maka dapatlah diidentifikasi faktor eksternal dan internal yang dimiliki Kabupaten Jayawijaya dalam rangka mengembangkan sektor pariwisata yang ditinjau dari peluang (opportunity) dan ancaman (threat) bagi lingkungan eksternal, maupun kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang ada dari sisi lingkungan internalnya. Dimensi-dimensi inilah yang akan diselaraskan dalam teknik analisa matriks SWOT untuk mendapatkan isu strategis sektor pariwisata bagi perolehan strategi yang tepat dan handal di masa mendatang.

Pada awal bab ini telah dilakukan pendalaman serta kajian terhadap faktor-faktor eksternal yang dianggap relevan dan secara positif mempengaruhi perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya secara keseluruhan. Selanjutnya pada bagian berikut ini dimiliki oleh pemerintah daerah, yang dalam hal ini diwakili oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Dari keseluruhan hasil analisa yang dilakukan diatas, dengan berfokus pada teknik analisis SWOT dari arah berpikir Strategis Manajemen, maka dapat dibuat atau ditampilkan isu-isu statejik yang ditemukan, serta ringkasan strategis yang dapat diambil dari analisis teknik SWOT tersebut. Berdasarkan elaborasi dan analisis

terhadap fakta yang ada dan berdasarkan asumsi yang dibangun dari kerangka berpikir Strategis manajemen, maka dapat ditemukan strategi-strategi yang tepat untuk digunakan dimasa yang akan datang dalam rangka mengembangkan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya.

Pada bagan 4.1 berikut ini akan diperlihatkan secara menyeluruh hasil teknik analisa matriks SWOT baik aktor lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) maupun faktor internal (kekuatan dan kelemahan) sekaligus hubungan antara dimensi-dimensi tersebut dalam upaya memperoleh Strategi yang tepat dan handal bagi pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.



Bagan 4.1.  
Matriks SWOT pengembangan sektor pariwisata dikabupaten Jayawijaya

	Peluang (Opportunities)	Ancaman (threat)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan jalan penghubung antar kabupaten sebagai pintu gerbang utama</li> <li>2. Potensi alam yang kaya terutama hutan dan gunung kaya dengan keanekaragaman hayati.</li> <li>3. Memiliki keunikan flora dan fauna</li> <li>4. Memiliki peninggalan sejarah dapat dikembangkan wisata budaya atau sejarah</li> <li>5. Meningkatnya wisatawan yang berkunjung di kabupaten Jayawijaya</li> <li>6. Tumbuhnya kegiatan bisnis antar daerah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dekatnya daerah-daerah lain yang menjadi tujuan wisata.</li> <li>2. menimbulkan distorsi budaya lokal akibat transformasi nilai dari aktivitas wisata</li> <li>3. semakin tajamnya persaingan ODTW untuk saling menarik calon wisatawan yang akan datang</li> <li>4. kelestarian flora dan fauna dihutan-lutan cagar alam</li> </ol>
<b>Kekuatan (streanght)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. potensi alam yang indah dan unik</li> <li>2. memiliki budaya dan adat yang masih tradisional</li> <li>3. masyarakat ramah</li> <li>4. tersedianya jaringan transportasi udara menuju kabupaten Jayawijaya</li> </ol>	<b>Strategik memanfaatkan kekuatan dan mengisi peluang</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. meningkatkan pemasaran wisata</li> <li>2. meningkatkan kualitas SDM</li> <li>3. meningkatkan kualitas pelayanan terhadap wisatawan</li> <li>4. memelihara mutu daya tarik wisata.</li> <li>5. Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana</li> <li>6. Mempermudah akses investor</li> </ol>	<b>Strategi memanfaatkan kelemahan dan mengatasi ancaman</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan peran partisipasi masyarakat</li> <li>2. Meningkatkan peran organisasi peinasaran</li> <li>3. Meningkatkan modal pembangunan</li> </ol>
<b>Kelemahan</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan pengembangan produk wisata promosi atau pemasaran objek wisata belum optimal</li> <li>2. Fasilitas objek wisata kurang memadai</li> <li>3. Rendahnya SDM khusus dibidang kepariwisataan</li> <li>4. Objek dan daya tarik wisata dikelola kurang profesional</li> <li>5. Kurang minat investor untuk berinvestasi</li> <li>6. Masih kurangnya atraksi budaya untuk dapat disajikan kepada wisatawan</li> <li>7. Terbatasnya anggaran pemerintah daerah untuk mendukung kegiatan pengembangan wisata daerah</li> <li>8. Belum terlaksananya secara maksimal tentang pendataan objek wisata</li> </ol>	<b>Strategi mengatasi kelemahan dan mengisi peluang</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan dan mengembang kan objek wisata</li> <li>2. Memberi kesempatan bagi investor untuk pengembangan sektor pariwisata invensif dan kemudahan izin</li> <li>3. Pemberdayaan kinerja pengelolaan wisata</li> </ol>	<b>Strategi mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koordinasi secara intensif antar instansi dalam menjalankan program pengembangan sektor pariwisata</li> <li>2. Memperhatikan mutu pelayanan</li> </ol>

Adapun isu-isu strategi yang ditentukan dari hasil analisis dengan menggunakan matriks SWOT adalah sebagai berikut :

- a) Mengembangkan obyek wisata alam, budaya dan minat khusus yang dimiliki Kabupaten jayawijaya melalui pembuatan peraturan daerah (PERDA) dengan harapan menimbulkan komitmen dan alokasi dana bagi kegiatan atau program pengembangannya.

- b) Mengintegrasikan aktivitas pariwisata yang dilakukan dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dari pengembang skala besar dengan atraksi kesenian daerah kabupaten Jayawijaya yang memiliki ciri khas tersendiri.
- c) Melakukan promosi dan pemasaran keseluruhan paket wisata yang ada di kabupaten Jayawijaya baik objek wisata alam, budaya, dan minat khusus serta paket wisata yang dimiliki oleh para pengembang, yang dapat dikoordinasikan dengan dinas sebagai organisasi pemerintah daerah yang berkompeten.
- d) Peningkatan sarana dan prasarana pariwisata yang secara langsung mendukung aktivitas pariwisata, seperti villa, lahan parkir, toilet, tempat duduk, tempat ibadah dan lain sebagainya. Program ini dapat direalisasi melalui dana yang diperoleh dari retribusi dan pajak langsung dikenakan dalam rantai nilai (value chain) aktivitas pariwisata di kabupaten Jayawijaya secara keseluruhan.
- e) Terdapat tekanan dari beberapa kelompok masyarakat atas objek wisata yang berbentuk kafe atau tempat hiburan sejenis (bar atau singing hall), yang dianggap tidak sesuai dengan nilai atau norma keagamaan yang dianutnya
- f) Melibatkan manajemen para pengembang skala besar untuk ikut bersama mengembangkan dan meningkatkan skill sumber daya manusia di kabupaten Jayawijaya yang terlibat dalam kegiatan atau bisnis pariwisata secara profesional.
- g) Pemberdayaan kinerja Organisasi Kebudayaan dan Pariwisata secara menyeluruh dengan melakukan diagnosa dan intervensi, agar kinerja dinas dapat bergerak secara cepat, tepat dan berdaya guna. Pembinaan staf dan karyawan melalui peningkatan skill, baik ketrampilan manajerial maupun teknologi yang ada seperti kemampuan mengoperasikan paket program komputer yang dapat membantu mempercepat pekerjaan yang ada.

- h) Mengatasi persoalan ketertiban dan keamanan, terutama untuk menangkal isu-isu sensitif di masyarakat, maka perlu adanya koordinasi dan komunikasi yang intensif antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya dengan para pemuka masyarakat dan tokoh agama yang ada sehingga perkembangan apapun yang ada di masyarakat dapat dimonitor dan diantisipasi secara dini.
- i) Mendekatkan dan menumbuhkan rasa memiliki masyarakat akan fasilitas, sarana dan prasarana pariwisata di Kabupaten Jayawijaya, dengan cara setiap aktifitas pariwisata perlu melibatkan masyarakat lokal sekitarnya, sehingga terjadi nilai tambah yang dirasakan masyarakat baik penambahan atau peningkatan pendapat maupun proses sosialisasi pada aktivitas pariwisata yang ada.

Berdasarkan analisa dan temuan isu strategis di atas, maka dapatlah diidentifikasi faktor eksternal dan faktor internal yang dimiliki kabupaten Jayawijaya dalam rangka pengembangan sektor pariwisata yang ditinjau dari sisi peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*threat*) bagi lingkungan eksternal, maupun kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang ada dari sisi lingkungan internalnya. Dimensi-dimensi inilah yang akan diselaraskan dalam teknik analisa matriks SWOT untuk mendapatkan isu strategis sektor pariwisata bagi perolehan strategi yang tepat dan handal dimasa mendatang.

#### 1. Faktor Eksternal

Pada awal bab ini telah dilakukan pendalaman serta kajian terhadap faktor-faktor eksternal yang dianggap relevan dan secara positif mempengaruhi perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya secara keseluruhan. Selanjutnya pada bagian ini akan disajikan secara ringkas faktor-faktor eksternal yang dianggap sebagai peluang (*Opportunity*) yang dapat memberikan kontribusi bagi arah kemajuan sektor Pariwisata ini, dan juga beberapa ancaman (*threat*) yang ditemukan untuk diantisipasi secara dini dalam upaya mencari strategi yang tepat

dan handal untuk mengantisipasi dan memenangkan persaingan yang terjadi pada lingkungan eksternal yang kadang sulit untuk diprediksi sebelumnya.

Seperti yang sudah dijelaskan pada bagian kerangka pikir atau landasan teori dan metode penelitian, bahwa yang menjadi titik perhatian untuk proses analisa adalah teknik analisa matriks SWOT pada faktor eksternal. Faktor yang akan dianalisis yaitu aspek politik, aspek ekonomi, aspek sosialn adan aspek teknologi yang ada di Kabupaten Jayawijaya, maka analisa berikut ini akan dipotret faktor eksternal itu pada sisi peluang atau ancaman yang ada.

#### a. Peluang

- 1) Aspek politik yang termanifetasi sebagai peluang adalah era reformasi yang menghasilkan UU No. 23 Tahun 2014, sebagai pedoman dan landasan adanya kemandirian daerah dalam pelaksanaan program pembangunan secara integral , dan secara khusus dalam pengembangan sektor pariwisata bagi kemakmuran rakyat, yaitu masyarakat yang berdiam di Kabupaten Jayawijaya . Peluang dan aspek politik bila dimanfaatkan secara maksimal akan mampu mendatangkan harapan untuk dapat memperbaiki masa depan massykat kabupaten jayawijaya, karena adanya keleluasaan dan kemandirian dalam pembuatan program dan pelaksanaan proyek di sektor Pariwisata yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan yang ada di masyakat Kabupaten Jayawijaya. Peluang lainnya adalah kemampuan pemerintah untuk mengadakan ekspo budaya melalui kegiatan pameran secara berkala dan peningkatan ketrampilan masyarakat melalui kegiatan pelatihan guna memberikan rasa aman dan nyaman yang berwisata di kabupaten Jayawijaya.

- 2) Aspek ekonomi, dari kajian dan analisa yang dilakukan diketahui bahwa ada peluang yang besar bagi faktor pariwisata kabupaten Jayawijaya untuk dikembangkan secara optimal dan sumber daya lainnya seperti :
- Peningkatan sarana transportasi udara sebagai satu-satunya pintu gerbang memasuki wilayah pegunungan tengah Papua khususnya Jayawijaya
  - Tumbuhnya kegiatan bisnis antar daerah
  - Tersedianya penerangan listrik yang memadai
  - Tersedianya fasilitas kesehatan yang memadai sehingga menjadi andalan masyarakat alam berkunjung di kabupaten Jayawijaya.
  - Semakin berkembangannya usaha/investasi dibidang perumahan dan perhotelan menunjang pengembangan sektor Pariwisata.
- 3) Aspek Sosial yang tumbuh ditengah-tengah masyarakat kabupaten Jayawijaya, dimana karakter masyarakat yang ulet, tekun dan tidak cepat berputus asa. Keadaan alam sekitar yang terdiri dari gunung dan pegunungan dan hamparan lahan yang subur dan lebih banyak kehidupannya di sektor pertanian dapat dikolaborasikan dengan paket wisata terpadu. Semangat yang ada ditengah masyarakat adalah modal dan dasar utama dalam upaya pembangunan yang dilaksanakan, khususnya pengembangan sektor Pariwisata.
- 4) Aspek Teknologi dalam pengelolaan Pariwisata, khususnya objek-objek wisata yang dipunyai oleh kabupaten Jayawijaya pada kenyataannya cukup memadai dan dapat dioptimalkan untuk menyebarluaskan informasi tentang potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Jayawijaya dan ditunjang oleh tersedianya sarana dan prasarana fisik yang ada untuk menunjang perkembangan sektor Pariwisata ini. Demikian juga prasarana transportasi yang ada cukup memadai dalam menunjang perkembangan selanjutnya

sektor pariwisata ini, rata-rata sarana transportasi yang tersedia di kabupaten Jayawijaya diusahakan oleh Pemerintah dan penduduk pribumi sendiri, sehingga efek kesejahteraan pembangunan dapat dinikmati langsung oleh masyarakatnya.

b. Ancaman

- 1) Aspek politik yang berpotensi sebagai ancaman adalah konsekuensi logis dari penerapan otonomi daerah yang luas, mengakibatkan perubahan mekanisme kewenangan dan kecenderungan tindakan “over acting” yang dilakukan oleh pihak birokrasi pemerintah daerah maupun pihak legislatif, sehingga banyak peraturan daerah yang dikeluarkan menimbulkan kontroversi dan ada kecenderungan mengakibatkan kontra produktif untuk pengembangan sektor Pariwisata. Hubungan antara elemen eksekutif yang diwakili oleh jajaran Pemerintah Daerah Kabupaten Jayawijaya dengan elemen legislatif (DPRD Kota Wamena) merupakan faktor penting untuk memuluskan kelancaran pembangunan yang ada.
- 2) Aspek ekonomi yang muncul sebagai ancaman sesungguhnya merupakan mekanisme pasar yang datang secara alamiah, dengan adanya persaingan dalam menjual komoditi pariwisata yang dimiliki oleh kabupaten Jayawijaya dengan wilayah-wilayah yang ada disekitarnya. Hal ini sesungguhnya harus diperhitungkan oleh pengambil kebijakan agar alokasi sumber daya yang ada dapat dioptimalkan.
- 3) Aspek sosial yang ada dimasyarakat yang dapat menjadi ancaman bagi pengembangan sektor pariwisata kabupaten Jayawijaya adalah citra pariwisata sebagai faktor yang harus diperhitungkan dalam pengembangan kelembagaan bagi suatu program pembangunan yang dilaksanakan, khususnya pengembangan sektor pariwisata di kabupaten jayawijaya

- 4) Aspek teknologi yang dapat berkembang sebagai ancaman adalah kurangnya daya tanggap atau adaptasi masyarakat terhadap teknologi tepat guna tertentu yang dapat digunakan untuk mengembangkan sektor Pariwisata di kabupaten Jayawijaya. Faktor ini harus diperhitungkan agar mampu mengantisipasi kendala aplikasi teknologi dalam pembangunan Pariwisata yang ada

## 2. Faktor Internal

Faktor internal dalam analisa teknik Matriks SWOT meliputi pengkajian aspek-aspek sumber daya alam yang dimiliki kabupaten Jayawijaya dalam upaya pengembangan sektor Pariwisata, strategi yang selama ini sudah dijalankan, dan terakhir adalah kinerja atau performace yang sudah dihasilkan dari keseluruhan hubungan antara strategi dan proses implementasi yang telah dilakukan. Ketiga aspek ini akan diletakkan pada dimensi kekuatan yang dapat digunakan pada masa yang akan datang , dan kelemahan yang seharusnya diantisipasi secara dini, serta dilakukan pembenahan bagi peningkatan perkembangan sektor Pariwisata di Kabupaten Jayawijaya.

Pada bagian berikut ini akan dipaparkan secara ringkas semua aspek yang ada baik sumber daya, strategi maupun kinerja pada tataran kekuatan dan kelemahan dalam rangka analisa matriks SWOT. Selengkapnya dapat diuraikan seperti berikut .

### a. Kekuatan

#### 1) Aspek potensi sumber daya alam dan wisata budaya

- Memiliki keunikan flora dan fauna
- Memiliki areal perkebunan yang luas sehingga agro tourism dapat dikembangkan dengan baik.
- Memiliki paninggalan sejarah, dapat dikembangkan wisata budaya/sejarah

- Semakin bertambahnya minatnya masyarakat, baik dalam negeri maupun mancanegara untuk mengadakan perjalanan wisata ke Indonesia termasuk wilayah kabupaten Jayawijaya
- Potensi wisata budaya cukup untuk melakukan pengembangan dan peningkatan sektor pariwisata di kabupaten Jayawijaya, perluasan dan pembinaan masyarakat guna meningkatkan ketrampilan dalam pengelolaan pariwisata yang ada.

2) Aspek kinerja (Performace Result) yang telah ada selama ini :

- Adanya peningkatan pendapatan hasil pariwisata, perkembangan dari adanya sarana dan prasarana
- Perkembangan sektor Pariwisata dilihat dari sudut pendapatan yang diperoleh pemerintah daerah kabupaten Jayawijaya terlihat mengalami peningkatan.
- Berdasarkan perhitungan Regional Bruto yang telah dilakukan dari sektor pariwisata masih memberikan sumbangan yang dapat diperhitungkan.

b. Kelemahan

1) Sumber daya yang ada di kabupaten Jayawijaya :

- Masih banyak objek wisata yang belum tergarap karena keterbatasan dana
- Keadaan sarana dan prasarana penunjang yang harus ditingkatkan lagi kualitas dan panjang jalan menuju setral produksi Pariwisata

2) Strategi yang sudah dijalankan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya sebagai suatu kelemahan yang harus diantisipasi sejak awal adalah sebagai berikut :

- Kurangnya koordinasi antar instansi lain dalam memberdayakan masyarakat untuk mengembangkan komoditi unggulan yang ada di kabupaten Jayawijaya.

- Program yang dijalankan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Jayawijaya memiliki keterbatasan dan untuk menjalankan program pengembangan pariwisata secara optimal. Dana yang tersedia berdasarkan pagu indikatif pada tahun 2015 SKPD Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya adalah lebih kurang Rp. 3.288.387.008,-
- 3) Kinerja atau *performance* yang selama ini ada dan menjadi suatu faktor yang melemahkan adalah sebagai berikut :
- Kurangnya interaktif antara penyuluh lapangan dengan masyarakat untuk pengembangan sektor pariwisata sebagai unggulan.
  - Kurangnya pengembangan komoditi sektor pariwisata yang ternyata pada masa krisis ekonomi Indonesia dapat menjadi produk pariwisata unggulan.
  - Belum adanya balai penelitian dan pengembangan Pariwisata unggulan di Kabupaten Jayawijaya untuk melakukan penelitian pada komoditi unggulan yang sesuai dengan karakter geografis yang ada.

Berdasarkan uraian faktor eksternal dan internal diatas, faktor yang sangat berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata di kabupaten Jayawijaya adalah faktor Internal. Hal ini disebabkan oleh karena adanya peluang secara legal melalui UU No. 23 tahun 2014 untuk mengembangkan pariwisata , dan aspek ekonomi tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk berwisata, serta semakin membaiknya kondisi ekonomi yang mendorong percepatan berbagai sektor pembangunan termasuk sektor pariwisata.

## 2. Strategi Pengembangan Kepariwisataan

Pengembangan pariwisata harus dilaksanakan secara terpadu, menyeluruh dan berkesinambungan. Oleh karena itu, dalam rangka pengembangan pariwisata di Kabupten Jayawijaya diperlukan strategi pengembangan yang akan dijadikan

landasan operasional untuk mengoptimalkan proses akselerasi pengembangan pariwisata.

Kebijakan pengembangan pariwisata yang meliputi: pengembangan produk wisata, pengembangan pasar dan promosi, pengembangan sumber daya manusia, dan pengelolaan lingkungan,. Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan di bawah ini.

a. Strategi Pengembangan Produk Wisata

Strategi pengembangan produk wisata mengacu pada langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengembangkan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW), pengembangan sarana akomodasi, pengembangan aksesibilitas, dan sebagainya. Dalam pengembangan produk wisata di Kabupaten Jayawijaya, strategi yang dirumuskan harus mengacu pada potensi ODTW pada masing-masing Distrik. Setiap daerah memiliki karakteristik kesesuaian pengembangan yang berbeda dengan yang lainnya, sehingga dibutuhkan pendekatan perencanaan yang berbeda pula. Beberapa faktor yang mempengaruhi perbedaan tersebut antara lain letak geografis wilayah, lokasi ODTW, sumber daya manusia yang dimiliki, segmen pasar yang akan diraih dan kebijakan Pemerintah Daerah terhadap pengembangan pariwisata di daerahnya.

Pengembangan ODTW pada masing-masing Distrik di Kabupten Jayawijaya belum sepenuhnya dilakukan oleh instansi/lembaga terkait. Ada beberapa indikator untuk menilai hal-hal tersebut antara lain : belum tersedianya sarana prasarana pariwisata yang memadai, terbatasnya aksesibilitas dan infrastruktur ke masing-masing ODTW. Beberapa Distrik telah mengembangkan ODTW potensial di daerahnya masing-masing, namun pengembangan tersebut belum maksimal. Hal itu antara lain dilakukan karena pengembangan dilakukan secara parsial dan kurang didukung oleh dinas terkait (lintas sektoral).

Konsep dasar pengembangan pariwisata adalah keterpaduan dan keterlibatan antar lintas sektoral/ stakeholder, baik sektor pemerintah maupun swasta. Kendala utama dalam pengembangan ODTW adalah terbatasnya aksesibilitas dan infrastruktur. Pada khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab.Jayawijaya mengalami kesulitan untuk mengatasi kendala ini. Keterlibatan lintas sektoral, seperti Dinas Perhubungan, Dinas KIMPRASWIL, dan Dinas-dinas terkait lainnya sangat diharapkan.

Strategi pengembangan ODTW pada masing-masing Distrik disesuaikan dengan jenis pengembangan pariwisata yang menjadi daya tarik dominan yang akan dijadikan andalan bagi pengembangan pariwisata. Jenis atau tipe pengembangan pariwisata yang dipilih perlu mempertimbangkan aspek sosial ekonomi dan lingkungan, serta kesesuaian pengembangan yang dilakukan.

Adapun upaya dan strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan produk wisata di Kabupaten Jayawijaya adalah sebagai berikut :

1) Strategi Pengembangan Wisata Alam

- a) Mengembangkan potensi alam seperti gunung, tanah datar, dan sungai sebagai daya tarik kunjungan wisata. Obyek wisata alam ini belum dikembangkan oleh pemerintah Jayawijaya. Sejumlah objek wisata alam telah diidentifikasi dengan baik seperti : Puncak Trikora, Danau Habema, Sungai Baliem, Air terjun Napua. Sejumlah objek wisata alam ini, belum dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Hambatan yang dialami oleh pemerintah adalah kurangnya investor yang menanamkan modalnya dibidang usaha kepariwisataan. Sehingga pengembangan objek-objek wisata alam di Kabuapten Jayawijaya sangat lambat perkembangannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh Pemerintah adalah melakukan pembangunan secara bertahap dan terencana yaitu pembangunan

yang menitikberatkan pada objek-objek wisata tertentu. Hal ini disebabkan karena kurangnya dana yang dimiliki oleh pemerintah.

- b) Mengembangkan paket-paket wisata yang disesuaikan dengan obyek fisik dan lingkungan lokasi wisata, seperti Danau Habema, Tracking Puncak Trikora, menyusuri Sungai Baliem, Goa alam dan beberapa objek wisata lainnya. Dalam mendukung obyek wisata ini pemerintah sedang menyiapkan infrastruktur dasar seperti Kamar mandi (WC), perintisan jalan, tempat-tempat peristirahatan berupa pondok-pondok. Disamping itu, pemerintah memberikan kemudahan dari segi aspek tarif terutama untuk paket rombongan.
- c) Mengembangkan produk-produk cenderamata yang menggambarkan fenomena fisik lokasi wisata (Misalnya : produk kaos, tas sekolah, dompet, puncak Trikora, danau Habema,) mengembangkan event-event wisata pada tingkat nasional dan internasional.

## 2) Strategi Pengembangan Wisata Budaya

- a) Mengembangkan produk-produk cenderamata yang menggambarkan fenomena budaya dan sejarah Kabupaten Jayawijaya dengan karakteristik yang unik, mudah dibawa, terjangkau dan indah untuk wisatawan. Penjualannya dilakukan melalui pertokoan, kios tradisional, bandara, terminal, travel dan disekitar objek-objek wisata.
- b) Mengembangkan paket-paket wisata budaya di tempat publik seperti bandara, hotel, travel, rumah makan dan shopping. Hal ini dimaksudkan untuk mempercepat sosialisasi pemasaran objek wisata
- c) Mengembangkan *event-event* wisata yang menampilkan berbagai kesenian tradisioanal khas Kabupaten Jayawijaya pada tingkat nasional dan internasioanal. Hal ini juga dimaksudkan untuk mensosialisasikan pemasaran

objek wisata yang ada di Kabupaten Jayawijaya, baik pada skala nasional maupun internasional.

### 3) Strategi Pengembangan Wisata Minat Khusus

- a) Mengembangkan wisata minat khusus yang berobjek alam dengan memanfaatkan keberadaan dan potensi fisik wilayah yang dimiliki Kabupaten Jayawijaya. Wisata khusus ini berupa mendaki puncak trikora, tracking, menyusuri sungai baliem. Pemerintah dalam hal ini kepolisian harus dapat memberikan jaminan keamanan. Oleh karena itu, sebelum berangkat pada objek-objek wisata dengan minat khusus ini terlebih dahulu dilakukan pendataan personil yang berangkat baik anak-anak maupun orang dewasa. Jadi peranan Pemerintah Daerah disini tampak dalam hal adanya jaminan keamanan. Turis atau wisatawan yang berangkat dari bandara Kabupaten Jayawijaya. Durasi waktu menjangkau lokasi ini tergantung lokasi objek wisata minat khusus dan yang paling banyak durasi waktunya adalah wisata khusus mendaki puncak trikora yang bias mencapai 6 s.d 9 hari..
- b) Mengembangkan kegiatan wisata minat khusus yang berbasis pada potensi agro, baik berupa potensi pertanian tanaman pangan, tanaman buah, tanaman hias dan hortikultura; potensi perkebunan; maupun potensi peternakan. Pemerintah Kabupaten Jayawijaya dalam aspek ini dapat memberikan bantuan pada kelompok-kelompok Tani.
- c) Mengembangkan kegiatan wisata minat khusus kepada pelajar SLTA untuk kepentingan belajar terutama yang berkaitan dengan jurusan dan kegiatan kepramukaan serta pecinta alam.
- d) Menawarkan berbagai kegiatan wisata minat khusus di Kabupaten Jayawijaya melalui jaringan kerjasama dengan berbagai biro perjalanan wisata, promosi dalam setiap kesempatan pameran.

## 2) Strategi Pengembangan Promosi dan Pemasaran

Strategi pengembangan pasar wisata sangat diperlukan dalam rangka mencapai target dan sasaran pasar, di samping kegiatan promosi Pemerintah juga memberikan perhatian dalam pembinaan sejumlah potensi objek wisata. Pembinaan dilakukan terhadap sejumlah kerajinan yang dapat mendongkrak potensi wisata di Kabupaten Jayawijaya. Pemerintah memberikan bantuan baik berupa materi maupun teknis serta pemasarannya. Orientasi pasar yang akan diraih dan langkah yang dilakukan untuk meraih pasar merupakan factor penting dalam strategi pengembangan pasar. Selain itu, penentuan segmen pasar dengan mempertimbangkan jenis dan potensi objek serta bentuk pariwisata yang dikembangkan.

Menurut Kepala Dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Jayawijaya bahwa dalam upaya memajukan pariwisata sebagai salah satu sektor andalan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat selama ini dilakukan melalui promosi pemasaran produk baik di dalam negeri maupun luar negeri. Kegiatan pemasaran ini dilakukan baik itu diselenggarakan sendiri ataupun mengikuti kegiatan promosi objek wisata yang diselenggarakan daerah lainnya. Bentuk kegiatan ini dilakukan dalam pameran-pameran dengan menampilkan berbagai objek wisata yang ada di Kabupaten Jayawijaya. Kegiatan promosi kepariwisataan di Kabupaten Jayawijaya dilakukan melalui festival seni dan budaya, promosi Jayawijayaakan tetapi juga oleh Pemerintah Provinsi.

Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menambahkan bahwa dalam memajukan kepariwisataan, kerjasama dengan sejumlah pengusaha telah memberikan kontribusi dalam penyebarluasan informasi kepariwisataan di Kabupaten Jayawijaya. Keterlibatan pengusaha perjalanan kepariwisataan ini, telah mempromosikan objek wisata Kabupaten Jayawijaya pada skala nasional.

*Promotion*, melakukan penyampaian informasi kepada sejumlah media informasi untuk memperkenalkan objek dan produk wisata di Kabupaten Jayawijaya melalui: percetakan kartu pos; peta wisata; leaflet; buku panduan wisata (*bookleat*); serta pembuatan video tentang profil dan potensi wisata daerah Kabupaten Jayawijaya.

Berbagai media informasi dan promosi tersebut supaya dicetak menarik dalam dua bahasa (bahasa Inggris dan bahasa Indonesia) serta disebar ke berbagai tempat yang strategis dan banyak dikunjungi orang atau wisatawan, misalnya di bandara; toko-toko; rumah makan dan restoran; biro perjalanan; hotel yang ada di Kabupaten Jayawijaya dapat pula didistribusikan ke berbagai tempat baik secara nasional maupun internasional. Perwakilan RI di luar negeri dapat menjadi perantara penyebaran informasi ini secara efektif kepada calon wisman sehingga dapat mengenal Kabupaten Jayawijaya dengan baik.

### 3) Strategi Pengembangan Sumberdaya Manusia

Pengembangan sumberdaya manusia di bidang kepariwisataan sangat diperlukan guna mendukung pengembangan produk dan pemasaran pariwisata. Salah satu modal dasar pengembangan pariwisata adalah kualitas sumberdaya manusia, yang akan menentukan kualitas layanan kepada para wisatawan. Kebijakan dan strategi yang baik belum tentu dapat mencapai sasaran yang diinginkan tanpa dukungan sumberdaya manusia yang berkualitas. Sumberdaya manusia yang berkualitas dalam bidang pariwisata, antara lain dapat terwujud apabila didukung oleh lembaga pendidikan kepariwisataan yang memadai.

Lembaga-lembaga pendidikan di Kabupaten Jayawijaya kurang memadai guna mendukung potensi kepariwisataan karena hanya memiliki satu sekolah kejuruan di bidang kepariwisataan sementara di sisi lain potensi yang memiliki,

membutuhkan aspek pengembangan sumberdaya manusia terutama di bidang pariwisata.

Menurut Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya bahwa di samping potensi keberadaan lembaga pendidikan seperti disebutkan di atas, strategi pengembangan sumber daya manusia di Kabupaten Jayawijaya dalam rangka mendukung pariwisata dilakukan melalui:

- a) Pembentukan organisasi kepariwisataan dan kelompok masyarakat sadar wisata pada masyarakat sekitar objek wisata untuk mengembangkan fungsi pelayanan dan pemandu kebutuhan wisatawan disekitar objek wisata tersebut. Pembinaan pelayanan wisatawan tersebut menyangkut : kebutuhan fasilitas *homestay*, kebutuhan perlengkapan akomodasi, kualitas pelayanan jasa wisata (seperti : minum, makanan kecil dan makan), kebutuhan pelayanan informasi lingkungan sekitar objek, serta pemeliharaan kesehatan dan kebersihan.
- b) Pengembangan latihan khusus yang didasarkan pada pengembangan karakter sumber daya wisata bagi masyarakat sekitar objek; aparat dinas terkait; serta para pengelola jasa wisata terkait dengan objek tersebut. Misalnya : untuk pengembangan Treking; wisata olahraga lintas alam; wisata budaya dan lainnya.
- c) Pengembangan paket-paket pariwisata tepat guna bagi pengelolaan objek dan pelayanan wisatawan dengan melibatkan unsur pemerintah Kabupaten (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) dan kalangan swasta. Keterlibatan ini menyangkut dalam perencanaan atau persiapan diklat maupun pelaksanaan diklat.
- d) Pengembangan sumberdaya tenaga kerja pariwisata pada sektor penyediaan akomodasi; restoran rumah makan; serta tempat rekreasi dan hiburan umum (RHU). Model pengembangan SDMnya ditekankan pada kegiatan kerjasama dan koordinasi antar pihak yang berkepentingan dari dinas terkait; pengelola jasa

wisata; para praktisi wisata; para pakar kepariwisataan; juga lembaga-lembaga penelitian bidang pariwisata.

- e) Pengembangan kemampuan bahasa internasional pada tenaga kerja pariwisata dengan maksud dapat memberikan kualitas pelayanan yang maksimal bagi kegiatan kepariwisataan. Jenis bahasa asing yang dipelajari terutama bahasa Inggris, bahasa Jepang dan bahasa Mandarin.
- f) Pengembangan pengetahuan, sikap, keterampilan, serta manajemen bagi aparat dinas terkait tentang perencanaan, pemasaran, dan pengelolaan berbagai masalah kepariwisataan di Kabupaten Jayawijaya. Peta pengembangannya dapat dilakukan dengan mengikutsertakan dalam diklat-diklat pariwisata maupun pada kegiatan seminar, loka karya, dan konferensi kepariwisataan.

#### 4) Strategi Pengembangan Investasi

Investasi memegang peranan penting dalam hal pengembangan pariwisata. Pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Jayawijaya secara keseluruhan asetnya dikuasai oleh masyarakat. Artinya hingga dewasa ini pengelolaan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya ditangani sendiri oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya bahwa dalam membangun kepariwisataan pemerintah telah membangun fasilitas sarana dan prasarana. Fasilitas dimaksud adalah transportasi darat berupa pengaspalan jalan-jalan utama namun kondisi jalan menuju lokasi (objek wisata), masih berupa tanah dan jalan setapak pembangunan pondok-pondok sebagai tempat peristirahatan pada wisatawan belum tersedia pada semua lokasi tujuan wisata, fasilitas air bersih dan pengadaan toilet umum juga belum memadai. Di samping itu, belum dibangunnya fasilitas kantor pengamanan dan kantor penjaga kebersihan.

Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata hanya terbatas pada aspek pengelolaan objek wisata dan pengadaan souvenir di sekitar tempat objek wisata sehingga masyarakat di sekitar tempat objek wisata ini belum mampu meningkatkan pendapatannya secara signifikan.

Arus kunjungan wisata di Kabupaten Jayawijaya rata-rata didominasi oleh wisatawan lokal namun juga tak sedikit wisatawan manca Negara yang turut datang untuk mengunjungi objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Jayawijaya.

Hal ini sesuai dengan pendapat Yoeti (2001:86) bahwa dalam pembangunan pariwisata dilakukan dengan mengikutsertakan semua lapisan masyarakat, masyarakat dalam hal ini penyedia jasa/industry pariwisata maupun palaku pariwisata. Keterlibatan berbagai pihak ini, menjadikan pariwisata sebagai milik masyarakat sehingga manfaat dari kelangsungannya akan lebih terjamin.

Data hasil wawancara diatas, tampak bahwa peran pemerintah dalam mempromosikan objek wisata di Kabupaten Jayawijaya masih membutuhkan kerja keras. Demikian pula halnya pengusaha-pengusaha local dalam usaha pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Jayawijaya sangat dibutuhkan. Pemerintah telah menyediakan fasilitas untuk merangsang pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan tempat objek wisata ini telah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

##### 5) Strategi Pengelolaan Lingkungan

Strategi pengelolaan lingkungan sangat diperlukan dalam kebijakan pengembangan pariwisata berkelanjutan dimana isu lingkungan menjadi salah satu pradigma pariwisata. Strategi pengelolaan lingkungan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya adalah bertumpu pada pengembangan usaha pariwisata yang ramah lingkungan. Artinya pengelolaan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya tetap memperhatikan keaslian alam tempat objek wisata. Menurut keterangan Kepala

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya bahwa pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Jayawijaya dilakukan dengan memperhatikan keseimbangan lingkungan yang ada. Oleh karena itu, tempat-tempat objek wisata pohon-pohon disekitar dipelihara dengan baik sehingga mampu menarik simpati kepada para pengunjung.

Hal ini sesuai dengan pendapat Wahyudi (1996:47), faktor pengelolaan lingkungan sangat penting untuk menunjang keberhasilan suatu organisasi dalam memenangkan persaingan. Lingkungan dimaksud adalah lingkungan internal dan lingkungan eksternal objek wisata.

Data wawancara di atas, tampak bahwa pengelolaan objek wisata alam di Kabupaten Jayawijaya dibangun dengan memperhatikan keseimbangan ekosistem yang ada disekitarnya. Artinya sekitar objek wisata tetap dipelihara oleh pemerintah dan masyarakat guna menjamin daya tarik dan keindahan alam tempat objek wisata. Sehingga orang yang berwisata tidak bosan akan tetapi mendapatkan kesan yang menarik.

Hasil penelitian diatas selarah dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dodi Widiyanto dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata pedesaan di desa wisata Ketingan masih mengandalkan daya tarik alam, yaitu habitat burung kuntul dan blekok. Strategi yang hendaknya dikembangkan adalah dengan meningkatkan pemasaran, kualitas SDM, kualitas pelayanan, dan memelihara mutu apa yang menarik yang ditawarkan oleh objek wisata tersebut, dukungan masyarakat sekitar lebih dioptimalkan, peranan organisasi dan modal usaha.

Demikian juga dengan hasil penelitian dari Marina Iijina dan Linda Scrdiene, 2004 dimana hasil penelitian ini adalah yang pertama, secara umum hasil dari kualitas semua faktor dalam pariwisata konferensi di Latvia yaitu memuaskan

untuk kunjungan wisatawan konferensi. Yang kedua, agar pengembangan pariwisata berhasil maka harus didukung oleh lokasi geografis yang baik, tempat yang belum pernah dikunjungi, mempunyai nilai sejarah dan budaya yang tinggi, dan keamanan serta kenyamanan yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan konferensi di Latvia.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasar uraian pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor-faktor yang menghambat pengembangan pariwisata di kabupaten Jayawijaya adalah : (a) infrastruktur seperti jalan raya yang kurang memadai , penginapan yang kurang mendukung, sarana air bersih yang kurang baik, (b) kurangnya koordinasi antara instansi terkait dalam mengembangkan komoditas unggulan sebagai obyek pariwisata, (c) kurangnya interaksi antara penyuluh lapangan dengan masyarakat untuk pengembangan sektor pariwisata, sedangkan faktor pendukung pengembangan pariwisata di kabupaten Jayawijaya adalah (1) letak geografis yang strategis. (2) potensi alam yang indah (3) dukungan masyarakat lokal, (4) keamanan yang kondusif dan stabil.
2. Strategi pengembangan pariwisata di kabupaten Jayawijaya dilakukan melalui kebijakan pengembangan pariwisata yakni : (a) Strategi Pengembangan Produk wisata. (b) Strategi pengembangan promosi dan pemasaran, baik dilakukan dalam negeri maupun luar negeri. (c) strategi pengembangan sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan guna memenuhi tuntutan kebutuhan wisatawan. (d) strategi pengembangan investasi yang sepenuhnya assetnya dikuasai oleh pemerintah. (e) strategi pengelolaan lingkungan hidup guna menjamin pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

## B. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan tersebut, diajukan beberapa saran :

1. Untuk lebih menarik wisatawan nusantara dan mancanegara berkunjung ke objek wisata di kabupaten Jayawijaya perlu ditetapkan Peraturan Daerah yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk menjamin keberlangsungan pengembangan dan pembangunan sektor kepariwisataan di Kabupaten Jayawijaya
2. Perlunya penyediaan fasilitas sarana dan prasarana guna mendukung pembangunan pariwisata di kabupaten Jayawijaya seperti jalan raya yang memadai, villa, rumah makan, kamar mandi/toilet umum, pos pelayanan informasi, pos pelayanan kesehatan, pos keamanan dan tempat ibadah.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Bryson, John M, (2003), *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial (judul asli : Strategic Planning For Public And Non Profit organization, Diterjemahkan oleh Miftahuddin)*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar.
- David, Fred R., (2006), *Manajemen Strategis*, Edisi Sepuluh, Jakarta, Salemba Empat.
- Dwiyanto, Agus (2003), *Reformasi Tata Pemerintahan dan Otonomi Daerah*, Yogyakarta : Pusat Studi Kependudukan dan Kebijakan UGM.
- Ferrel,O.C and D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*, South Western; Thomson Corporation,
- Gaspersz, Vincent, (2004), *Perencanaan Strategik Untuk Peningkatan Kinerja Sektor Publik, Suatu Petunjuk Praktek*, Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.
- Handoko, T, Hani (1995), *Manajemen Personalia Sumber Daya Alam*, Yogyakarta : BPFE.
- Hasibuan, Albert (2002) *Otonomi Daerah Peluang dan Tantangan*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Hariadi, Bambang, (2003), *Strategi Manajemen*, Malang, CV. Bayumedia Publishing.
- Harvey, Donald F, (1982), *Business Policy And Strategic Management*, London: Charles E. Merrill.
- Irawan, Prasetya (2011), *Metodologi Penelitian Administrasi*, Jakarta : Universitas Terbuka.
- Lembaga Administrasi Negara RI, (2012), *Kajian Manajemen Stratejik*, Jakarta.
- Nugraha, Qudrat,M (2011), *Manajemen Strategik Organisasi Publik*, Jakarta : Universitas Terbuka.
- Nilasari, Senja, (2014) *Manajemen Strategi*, Jakarta:Dunia Cerdas.
- Nawawi, H. Hadari (2000), *Manajemen Stratejik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*, Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Pearce dan Robinson, (1997), *Manajemen Stratejik*, Jilid 1, Jakarta, Binarupa Aksara.

- Panglaykim, J, Hazil Tanzil, (1986) *Manajemen Suatu Pengantar*, Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Pendit, Nyoman, S (1998), *Pariwisata, Sebuah Studi, Analisa dan Informasi*, Jakarta : Jembatan.
- Rangkuti, Freddy (2004), *Analisis SWOT Teknik-Teknik Membedah Kasus Bisnis : Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi untuk menghadapi Abad 21*, Jakarta : Gramedia.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan. Pelanggan*, Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.
- Salusu, J (2008), *Pengambilan Keputusan Strategi Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit (Cetakan Kesepuluh)*, Jakarta : Grasindo.
- Siagian, Sondang, P, (2012) *Manajemen Stratejik*, Jakarta:Bumi Aksara.
- Ujang, Sudirman (2001), *Perspektif Pengembangan Pariwisata Dalam Antisipasi Pelaksanaan Otonomi*, Jakarta : Gramedia.
- Udaya, Yusuf dkk, (2013) *Manajemen Stratejik*, Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Wahyudi, Sri Agustinus (1996), *Managemen Strategis : Pengantar Proses Berpikir Strategis*, Jakarta : Binarupa Aksara.
- Yoeti Oka, A (2001), *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung : Angkasa.
- Yudhoyono, Bambang, S (2003), *Otonomi Daerah Desentralisasi dan Pengembangan SDM Aparatur Pemda dan Anggota DPRD*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.

## B. Makalah

- Alisjahbana, Armida S (2000), *Pengembangan Pariwisata daerah memasuki Era Otonomi Daerah dan Desentralisasi (Makalah)*, Bandung.
- Sapta, Nirwanda (2005), *Pembangunan Sektor Pariwisata di Era otonomi Daerah (Makalah)*, Jakarta.
- Swasono, Meutia Hatta (2001), *Strategi Pembangunan dan Pengembangan FTA 2005 (Makalah)*, Jakarta.
- Santoso, Setyanto P, (2002), *Pengembangan Pariwisata Indonesia*, (online). Tersedia : [http://kolom.pacific.net.id/ind/setyanto\\_p\\_santosa/artikel\\_setyanto\\_p\\_santosa/pengembangan\\_pariwisata\\_indonesia.html](http://kolom.pacific.net.id/ind/setyanto_p_santosa/artikel_setyanto_p_santosa/pengembangan_pariwisata_indonesia.html) (30 Maret 2005)

## C. Dokumen

- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI, (2003) *Executive Summary, Cetak Biru Pemasaran Pariwisata Indonesia*, Jakarta.

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Jayawijaya, (2014) *Profil Destinasi Wisata Kabupaten Jayawijaya*, Wamena.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Jayawijaya, (2014) *Jayawijaya Dalam Angka*, Wamena.

## Lampiran - 1

**TRANSKRIP HASIL WAWANCARA**

Nama Narasumber : Drs. Alpius Wetipo (56 th) /Kadis Kebudayaan dan Pariwisata  
 Alamat dan No. Hp : Jl. Bhayangkara Wamena  
 Tempat Wawancara : Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
 Tanggal Wawancara : 23 April 2015  
 Waktu Wawancara : Pukul 11.00 wit sd 12.00 wit  
 Pewawancara : Fatah Yassin

## Hasil Wawancara

1.	Pertanyaan	: Kebijakan apa yang sudah dibuat oleh dinas Kebudayaan dan Pariwisata berkaitan dengan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Jayawijaya
	Jawaban	: Menggali dan mengembangkan objek wisata antara lain wisata alam, wisata budaya dan sejarah. Wisata alam sangat potensial karena alam masih utuh sehingga masih asli (danau habema dan telaga biru) dan masih terkait dengan sejarah ttg asal-usul manusia. Juga objek wisata goa dapat dikembangkan sebagai wisata alam, objek wisata mummi, air garam terkait dengan wisata sejarah dan juga unik. Air garam juga alam juga terkait dengan sejarah karena ada ceritanya, sejarah masuknya injil. Selain itu juga ditata tempat2 rekreasi yang disebut tirta wisata terletak di sogokmo, hitigama juga dibangun kolam2 pemancingan terletak di pyramid, jembatan kuning. Sejarah yang lain adalah jembatan gantung di ibele dan asotipo.
2.	Pertanyaan	: Bagaimana strategi penanganan objek wisata sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan
	Jawaban	: Dilakukan penataan lingkungan disekitar objek wisata sehingga orang dapat menikmati objek wisata sekaligus dapat berbelanja hasil pertanian, juga mengembangkan budaya yang ada seperti menyiapkan cinderamata khas dengan memberikan dana sebagai pembinaannya
3.	Pertanyaan	: Faktor-faktor yang menghambat pengembangan pariwisata
	Jawaban	: Sarana prasaranan tidak disiapkan secara baik, Akses jalan yang sangat terbatas
4.	Pertanyaan	: Apa yang membuat orang ingin melakukan perjalanan wisata
	Jawaban	: Keunikan dari objek wisata hal ini sangat tergantung dari promosi membuat orang ingin tahu karena berbeda dengan tempat asalnya, baik yang berkaitan dengan sejarah objek wisata dan hal-hal yang berkaitan dengan adat istiadat masyarakat setempat
5.	Pertanyaan	: Ada kemiripan objek wisata di wilayah pegunungan tengah, strategi apa yang disiapkan
	Jawaban	: Dilakukan penataan, sarana prasanara disiapkan, di buat master plan untuk membangun kawasan pengembangan, wilayah selatan di fokuskan untuk wisata sejarah (masuknya injil, asal muasal manusia) wilayah utara wisata budaya ( mummi,kampung wisata, Festival Lembah Baliem) dan wilayah barat wisata alam (habema)
6.	Pertanyaan	: Bagaimana dengan masalah kenyamanan dan keamanan
	Jawaban	: Orang takut kalau situasi tidak aman, sehingga membatasi orang untuk berkunjung, juga ulah orang mabuk yang sering mengganggu sehingga perlu ketegasan dari pemerintah dengan membuat peraturan dan sanksi yang tegas juga masalah guide karena merekalah yang akan memberikan penjelasan kepada wisatawan

		Harga2 juga harus ada standar sehingga wisatawan merasa tidak ditipu, hal ini terkendala dengan biaya untuk pembinaan para guide dan travelagent
--	--	--

Wamena, 23 April 2015

Narasumber,

Drs. Alpius Wetipo

### TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Nama Narasumber : Mutiara Napitupulu, S.Sos (50<sup>th</sup>)/Sekretaris  
 Alamat dan No. Hp. : Jl. Bhayangkara Wamena/  
 Tempat Wawancara : Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
 Tanggal Wawancara : 23 April 2015  
 Waktu Wawancara : Pukul 12.00 wit sd 12.30 wit  
 Pewawancara : Fatah Yassin

#### Hasil Wawancara :

1.	Pertanyaan	Apakah Kelembagaan dinas pariwisata berikut SDM nya sdh memadai
	Jawaban	Struktur organisasi sudah sesuai namun terkendala dengan kualitas SDM karena masih blm sesuai dengan kebutuhan, SDM lulusan pariwisata sangat kurang sehingga pemahaman tentang aspek2 kepariwisataan juga minim
2.	Pertanyaan	Apa yang sdh diupayakan
	Jawaban	Melakukan pelatihan tetapi tidak dapat dilakukan secara kontinyu tetapi upaya tetap dilakukan untuk meningkatkan kualitas/mutu SDM aparatur
3.	Pertanyaan	Tidak lanjut RPJMD apa yang sdh direncanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
	Jawaban	Pembinaan masyarakat secara rutin melalui Festival Budaya Lembah Baliem (FBLB) yang dilakukan setiap tahun Pelestarian kebudayaan dan kesenian daerah dgn mengikutsertakan dalam festival tingkat propinsi, baik tarian, seni ukir, usaha2 ketrampilan, dan rencananya tahun ini tim kesenian kabupaten Jayawijaya akan ke jayapura dengan melibatkan anak2 sekolah
4.	Pertanyaan	Upaya meningkatkan SDM pengelola objek wisata
	Jawaban	Akan melakukan penyuluhan mengenai sadar wisata, membuat pelatihan kuliner dari bahan lokal, penataan lokasi objek wisata namun pengelolaannya sangat tergantung dana sehingga hanya sedikit yang mampu dibantu oleh Dinas pariwisata Sampai saat ini semua objek wisata masih dikelola oleh masyarakat

Wamena 23 April 2015

Narasumber,

Mutiara Napitupulu, S.Sos

### TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Nama Narasumber : Soleman Piter Rompas (54<sup>th</sup>)/Kabid Sarana dan Prasarana  
 Alamat dan No. Hp. : Jl. Bhayangkara Wamena  
 Tempat Wawancara : Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
 Tanggal Wawancara : 23 April 2015  
 Waktu Wawancara : Pukul 12.30 wit sd 13.00 wit  
 Pewawancara : Fatah Yassin  
 Hasil Wawancara :

1.	Pertanyaan	Sejauh mana daya dukung sarana prasarana transportasi menuju lokasi objek wisata
	Jawaban	belum tersedia kendaraan khusus untuk kegiatan pariwisata kecuali kendaraan umum
2.	Pertanyaan	Bagaimana dgn kondisi jalan menuju lokasi objek pariwisata
	Jawaban	jalan menuju tempat pariwisata hamper semua sdh dapat dilalui oleh kendaraan roda dua dan empat seperti mummi, tetapi ada tempat yang msh harus jalan kaki seperti soroba distrik pisugi (atraksi tari-tarian) juga didesa obia masih berupa jalan pengerasan sehingga kalau hujan untuk menuju lokasi msh hrs jalan kaki. Baru2baru ini juga ditemukan mummi agatmanente mabel di distrik silosukarno dogo dan belum ada jalan sehingga ketika mau mengunjungi mummi tersebut harus jalan kaki dengan mnyeberangi kali menggunakan perahu tradisional. Menuju air garam hitigima juga jalan kaki lebih 2 km
3.	Pertanyaan	Bagaimana fasilitas pendukung pada objek wisata
	Jawaban	Tahun 2014 sdh ada jaringan listrik (kurulu), di beberapa tempat sudah ada WC/kamar mandi namun masih sangat sederhana, penginapan tradisional dengan kondisi sangat sederhana juga terdapat di lokasi atraksi tari2an ( soroba) sehingga wisatawan bisa menginap
4.	Pertanyaan	Upaya2 menggandeng pelaku pariwisata untuk menyiapkan fasilitas dilokasi objek wisata
	Jawaban	Sampai saat ini belum ada upaya pemerintah menggandeng pihak swasta untuk menyiapkan fasilitas,
5.	Pertanyaan	Bagaimana dengan fasilitas hotel dan Rumah Makan
	Jawaban	Untuk hotel sudah memadai dengan jumlah kamar 428 namun pada saat2 tertentu daya tampung hotel tidak memadai (FBLB), pesparawai, jumlah Rumah Makan ada 115 dan makanan favorit wisatawan udang selingkuh
6.	Pertanyaan	Kelemahan pengembangan pariwisata
	Jawaban	Kurang sosialisasi dan promosi, tidak tersedia rambu2 menuju lokasi objek wisata, brosur ada namun dilakukan hanya ketika festival, menggandeng pihak media (trans 7. TV papua) maskapai penerbangan (garuda), tingkat kesadaran masyarakat kurang mendukung ketika orang akan menuju lokasi objek wisata. yang menyebabkan sering ada gangguan dalam perjalanan sehingga mengurangi aspek kenyamanan (kemanan)

Wamena 23 April 2015  
Narasumber,

Soleman P. Rompas

### TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Nama Narasumber : Naftali Rumbiak, SE/Kasie Promosi dan Pemasaran Wisata  
 Alamat dan No. Hp. : Jl. Bhayangkara Wamena  
 Tempat Wawancara : Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
 Tanggal Wawancara : 23 April 2015  
 Waktu Wawancara : Pukul 13.00 wit sd 13.45 wit  
 Pewawancara : Fatah Yassin  
 Hasil Wawancara :

1.	Pertanyaan	Sejauh mana upaya yang sdh dilakukan dinas untuk mempromosikan pariwisata
	Jawaban	Yang sudah dilakukan adalah membuat pamflet, brosur, blog pariwisata, dan sementara menyusun buku panduan pariwisata namun kegiatan promosi belum dilakukan secara kontinyu
2.	Pertanyaan	Apakah ada pengaruh terhadap kunjungan wisatawan
	Jawaban	Ada khususnya kegiatan FBLB, namun respon yang diberikan baru kalangan terbatas khususnya dari gtoup fotographer dalam maupun luar negeri
3.	Pertanyaan	Upaya untuk mengembangkan atraksi
	Jawaban	Membuat kampung2 wisata yang dapat menyajikan budaya tradisional mulai dari inisiasi anak, perang perdamaian, asesoris, cara masak tradisional, adapun kampung-kampung wisata tersebut berada di kampung Obia, kampung soroba, , kampung nyagara, kampung mummi jiwika 2, dan kampung assologaima Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sudah melakukan pendampingan setiap tahun tetapi karena keterbatasan dana kampung yang dapat didampingi hanya 2 kampung setiap tahun
4.	Pertanyaan	Potensi wisata di pegunungan tengah mirip sehingga merupakan ancaman, strategi apa yang akan dilakukan
	Jawaban	Mengembangkan wisata unggulan dan objek wisata unik (mumi), wisata sejarah dan budaya, dan menetapkan kampung wisata utk mempertahankan budaya asli. Wisata alam air terjun dan Danau habema (3250 dpl) namun karena lokasi danau habema berada didaerah konservasi sehingga dijaga kunjungan ke sana
5.	Pertanyaan	Manfaat dari pengembagan pariwisata dapat dirasakan oleh stake holder bagaimana upaya menggandeng pihak swasta
	Jawaban	Melakukan pameran dengan menggandeng pihak swasta namun tidak dapat dilakukan secara kontinyu karena terkendala dana, semua dana asih terfokus ke FBLB sehingga dibutuhkan peran serta SKPD teknis terkait untuk mengembangkan pariwisata agar dapat meningkatkan manfaat bagi pemerintah, masyarakat dan pelaku pariwisata

Wamena, 23 April 2015

Narasumber,

Naftali Rumbiak, SE

### TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Nama Narasumber : Bernard Mabel (40<sup>th</sup>)/Pengelola Objek Wisata  
 Alamat dan No. Hp. : Kampung Obia Distrik Kurulu  
 Tempat Wawancara : Kampung wisata obia  
 Tanggal Wawancara : 24 April 2015  
 Waktu Wawancara : Pukul 10.00 wit sd 11.30 wit  
 Pewawancara : Fatah Yassin

#### Hasil Wawancara :

1.	Pertanyaan	Masalah2 apa yang dihadapi sehingga orang jarang berkunjung
	Jawaban	Kendala datang dari dinas dimana organisasi yg bergerak dibidang pariwisata tidak dilibatkan, jalan menuju objek tdk diperhatikan (sarana prasarana kurang) kurang upaya dari pemerintah daerah. Membentuk organisasi guide, perhotelan dan rumah makan, kepedulian terhadap lingkungan sekitar objek wisata. Masalah keamanan dan kenyamanan aman2 saja tetapi tidak direkomendasikan para turis berjalan sendiri tetapi harus didampingi oleh guide dan porter. Yang ada sekarang para guide liar yang tdk memiliki lisensi (kurangnya pengawasan dari pemerintah terhadap para guide) sehingga sering membuat kekecewaan para turis karena merasa tdak dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan. Belum pernah dilakukan pembinaan kpd pengelola objek wisata sehingga kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dg harapan para wisatawan
2.	Pertanyaan	Apa yang disiapkan oleh pengelola objek wisata kampung obia
	Jawaban	perang-perangan, atraksi membuat api secara tradisional, membunuh babi/panah babi bakar batu dan menjual souvenir dan yang paling dicari oleh wisatawan adalah hal-hal yang asli/tradisional
3.	Pertanyaan	Harapan pengelola wisata
	Jawaban	fasilitas penunjang di perbaiki, jalan menuju objek wisata dan tempat parkir
4.	Pertanyaan	Apakah ada perhatian dari pemerintah tingkat Provinsi/Pusat
	Jawaban	Belum ada perhatian dari pemerintah provinsi maupun kabupaten hanya pernah mendapat bantuan dari pemerintah pusat untuk memperbaiki jalan masuk ke objek wisata kampung obia berupa pengerasan jalan, perlu dibangun ruang informasi pariwisata di bandara dan Keluhan turis kepedulian terhadap lingkungan kurang, dan harus tetap mempertahankan budaya asli

Wamena, 24 April 2015

Narasumber,

Bernard Mabel

### TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Nama Narasumber : Ika Savitri (37 th)/Mantan Manajer Baliem Resort  
 Alamat dan No. Hp. : Jl. Pattimura  
 Tempat Wawancara : Rumah Informan/Jl. Pattimura  
 Tanggal Wawancara : 24 April 2015  
 Waktu Wawancara : Pukul 13.00 wit sd 13.30 wit  
 Pewawancara : Fatah Yassin

#### Hasil Wawancara

1.	Pertanyaan	Apa yang menjadi keluhan wisatawan
	Jawaban	Kualitas SDM khusus guide, sangat terbatas organisasi tdk guide tdk berjalan, masih byk guide putra daerah yang tdk memiliki kompetensi tetapi berani mengantar turis, memberikan haraga yang tidak standar ketika mau melakukan perjalanan tracking ke kurima, ada yang tdk beranggung jawab sehingga turis merasa dirugikan. Kondisi jalan dan jembatan utk menuju starting point sering terhambat, sering ketemu orang mabuk yang membuat kenyamanan tamu terganggu. Di tempat tujuan wisata tempat yang dikunjungi kurang bersih, permintaan Indonesian fee terlalu tinggi membuat tamu tdk nyaman. Tempat tujuan wisata sdh tdk layak karena tidak ada perawatan. Hal lain lagi berkaitan dg kebutuhan pariwisata khususnya kebutuhan individu berkaitan dg kebiasaan minumana alcohol. Tdk terlalu berpengaruh karena mrk diijinkan membawa sendiri minuman dimaksud untuk konsumsi sendiri
2.	Pertanyaan	Saran kepada pemerintah daerah
	Jawaban	Harus ada guide professional, apabila yg mrk peroleh tdk sesuai ekspektasi mrk maka mrk akan share nelalui media yang ada sehingga berpengaruh kpd minat kunjungan wisata. Khusus tamu melalui trvel agen sdh disiapkan guide yang baik sehingga HPI hrs sdh mulai berkerja dgn melakukan uji kompetensi guide baik dari aspek speaking maupun pengetahuan tentang objek wisata yang dikunjungi. Menggali potensi wisata lain yang bisa di eksplore sehingga orang tertarik untuk berkunjung FBLB sangat monoton sehingga org enggan datang lagi sehingga perlu dipoles lebih baik lagi. Fasilitas yang sdh ada perlu diperbaiki lagi (wc umum dll)
3.	Pertanyaan	Ancaman
	Jawaban	Ancaman kesamaan objek wisata seharusnya membuat kita lebih kreatif sehingga dapat menyuguhkan atraksi yang lebih bervariasi

Wamena, 24 April 2015

Narasumber,

Ika Savitri

### TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Nama Narasumber : Heriman (49<sup>th</sup>) /Guide Senior  
 Alamat dan No. Hp. : Jl. Pattimura  
 Tempat Wawancara : Rumah informan/Jl. Pattimura  
 Tanggal Wawancara : 24 April 2015  
 Waktu Wawancara : Pukul 13.30 wit sd 15.00 wit  
 Pewawancara : Fatah Yassin

#### Hasil Wawancara

1.	Pertanyaan	potensi pariwisata di kabupaten jayawijaya yang paling diminati oleh wisatawan
	Jawaban	wisata budaya (culture) yang paling diminati (80%), melihat kehidupan masyarakat asli (tradisional) dan juga melihat sejauh mana respon masyarakat asli terhadap perubahan yang terjadi, yang berikut adalah wisata alam, penelitian (menulis buku)
2.	Pertanyaan	Keluhan-keluhan Wisatawan
	Jawaban	Hal yang menjadi keluhan tamu adalah waktu yang tdk mencukupi untuk mrk berinteraksi lsg dg masyarakat mengingat jauhnya jarak wmn dg wilayah barat, minimnya saran dan prasaran di pedalaman sehingga mrk tdk bias berinteraksi scr lsg SDM kurang (pemandu bukan background pariwisata utk menjelaskan dan menjiwai pariwisata sehingga keinginan tamu tidak terjawab) Memanfaatkan lulusan kejuruan pariwisata sehingga lulusannya seharusnya di bina dan diberdayakan oleh pemerintah untuk menjadi praktisi pariwisata yang memiliki kompetensi yang dibutuhkan.
3.	Pertanyaan	Faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan pariwisata
	Jawaban	krisis ekonomi global menyebabkan jumlah wisatawan turun, faktor keamanan nasional sehingga ada travel warning dari Negara mrk sehingga berpengaruh. Kejadian2 yg terjadi di wamena sering di blowup di media massa dan informasi kepada mereka melalui IT bahwa papua bukan merupakan destinasi yang aman. Dengan adanya raja ampat pariwisata di jayawijaya bisa terdongkrak karena asumsinya kalau belum ke lembah baliem belum ke Papua.
4.	Pertanyaan	Bagaiman dengan rencana pembukaan bandara frans kaisepo apakah ada pengaruh:
	Jawaban	Pasti ada pengaruh km mrk bs lsg datang ke papua krn rata2 wisatwan memiliki waktu yang terbatas rata2 3 minggu sehingga apabila ada perjalanan lsg ke papua akan berpengaruh kepada jumlah kunjungan wisatawan km lebih efisien waktu. Namun tetap yang harus disiapkan adalah SDM pariwisatanya.

: Wamena, 24 April 2015

Narasumber,

Heriman

## Lampiran - 2

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana dukungan sarana transportasi pada tempat-tempat objek wisata di Kabupaten Jayawijaya ?
2. Bagaimana dengan fasilitas pendukung lainnya dalam menunjang pariwisata di Kabupaten Jayawijaya ?
3. Bagaimana ketersediaan perhotelan dan rumah makan ?
4. Bagaimana dengan obyek wisata budaya ?
5. Bagaimana dengan obyek wisata alam ?
6. Potensi wisata apa yang unik di daerah ini ?
7. Apa yang menjadi kekuatan potensi wisata di Kabupaten Jayawijaya ?
8. Apa yang menjadi peluang potensi wisata di Kabupaten Jayawijaya ?
9. Apa yang menjadi ancaman potensi wisata di Kabupaten Jayawijaya ?
10. Apa yang menjadi kelemahan potensi wisata di Kabupaten Jayawijaya ?
11. Bagaimana kondisi keamanan pada tempat-tempat obyek wisata di Kabupaten Jayawijaya ?

## Lampiran – 3

**BIO DATA PENELITIAN**

Nama/NIM : **FATAH YASSIN/500031417**  
 Tempat dan Tanggal Lahir : Sampang, 15 Januari 1967  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Anggota Keluarga : 1. Dra. A p r i d a (Isteri)  
 2. Elang Bayu Trikora (Anak)

Alamat Rumah dan Telp : Jl. SD Percobaan Potikelek Wamena Telp (0969) 33328  
 No. HP : 0812 4848 6600  
 Alamat e\_mail : [faybaliem@gmail.com](mailto:faybaliem@gmail.com)

Pengalaman Pendidikan : Sekolah Dasar hingga Sekolah Menengah Atas di selesaikan di Wamena dan melanjutkan pendidikan pada Akademi Pemerintahan Dalam Negeri Jayapura (1989) dan pada tahun 1995 mendapatkan kesempatan Tugas Belajar pada Universitas Hasanuddin Makassar. Mengikuti pendidikan kedinasan Diklat PIM IV tahun 2000, kemudian Dilat PIM III tahun 2007 dan terakhir mengikuti Diklat PIM II tahun 2012.

Pengalaman Pekerjaan : Riwayat pekerjaan, diangkat sebagai Calon Pegawai Negeri Sipil (1986) dan tahun 1990 diangkat sebagai Pegawai Negeri Sipil. Tahun 1993 sebagai Kepala Urusan Pemerintahan Setcam Kelila Kabupaten Jayawijaya. Selanjutnya di angkat sebagai Sekretaris Kecamatan Kelila (1994). Tahun 1999 di percaya menjadi Camat Ninia Kabupaten Jayawijaya, tahun 2000 diangkat menjadi Kasubbag POR&PW pada Bagian Sosial Setda Kabupaten Jayawijaya dan tahun 2001 dimutasikan menjadi Kasubbag Analisis dan Formasi Jabatan pada Bagian Organisasi Setda Kabupaten Jayawijaya. Pada tahun 2004 diangkat Kepala Bidang Mutasi pada Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Jayawijaya dan terakhir tahun 2011 di percaya menjadi Kepala Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Jayawijaya dengan pangkat terakhir Pembina Utama Muda golongan ruang IV/c)

Prestasi atau Penghargaan yang pernah diraih : 1. Satya Lencana Karya Satya 20 Tahun (Presiden RI)  
 2. Tanda Penghargaan Lencana Darmabakti (Ka Kwartir Nasional Gerakan Pramuka)

Wamena, 1 Juni 2015

Peneliti

**FATAH YASSIN**  
NIM. 500031417

## Lampiran – 4

## Izin Penelitian


**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS TERBUKA**
**Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Jayapura**

 Jln. SPG Teruna Bhakti Waena Kotak Pos 204 Abepura Jayapura 99358  
 Telp 0967 571447. Fax 0967 571090 Email : ut-jayapura@ut.ac.id

UNIVERSITAS TERBUKA

Nomor : /UN31.52/AK /2015  
 Lampiran :-  
 Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian

Kepada  
 Yth. : Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan  
 Kabupaten Jayawijaya  
 Di Wamena.

Disampaikan dengan hormat bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Fatah Yasin  
 N i m : 500031417  
 Program Studi : S2 Magister Administrasi Publik (MAP) Universitas Terbuka  
 UPBJJ-UT : Jayapura Pokjar Wamena

Mahasiswa tersebut pada saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan tesisnya yang berjudul: "Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Jayawijaya"

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara agar mahasiswa kami diijinkan untuk melakukan penelitian/mengambil data di instansi yang Bapak/ibu/Saudara pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Jayapura, 30 Maret 2015  
 Kepala UPBJJ-UT,

  
 Dr. Setiawan, M.Si.  
 NIP. 19670927 198503 1 002

Tembusan Yth:  
 1. Instansi terkait



**PEMERINTAH KABUPATEN JAYAWIJAYA**  
**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH**  
*Jln. YOS SUDARSO TELP. 0969-32092, 33561 WAMENA*

**SURAT REKOMENDASI/PENELITIAN**

Nomor : 070/277/BAPPEDA/2015

Berdasarkan Surat Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Jayapura, Universitas Terbuka No. .... A/UN31.52/AK/2015 tanggal, 30 Maret 2015, perihal Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian tentang " **Strategis Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Jayawijaya** ". Maka kami Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Jayawijaya tidak keberatan terhadap pelaksanaan Pengumpulan Data dan Penelitian dalam rangka meneliti " **Strategis Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Jayawijaya** " yang dilaksanakan oleh.

Penanggungjawab : FATAH YASIN  
 Nim : 500031417  
 Program study : S2 Magister Administrasi Publik (MAP) Universitas Terbuka  
 UPBJJ-UT : Jayapura Pokja Wamena  
 Perlengkapan : Membawa Perlengkapan Seperlunya

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Wajib melapor kepada pejabat setempat dimana lokasi penelitian dilaksanakan;
2. Tidak dibenarkan melakukan kegiatan yang tidak sesuai/tidak ada kaitannya dengan tujuan penelitian;
3. Setelah selesai penelitian wajib menyerahkan hasilnya kepada Pemerintah Kabupaten Jayawijaya Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Jayawijaya untuk disahkan dan menerima surat Keterangan Ijin Penelitian oleh Kepala Bappeda.

Demikian Surat Rekomendasi ini, kiranya dapat dipergunakan sebagai mana mestinya

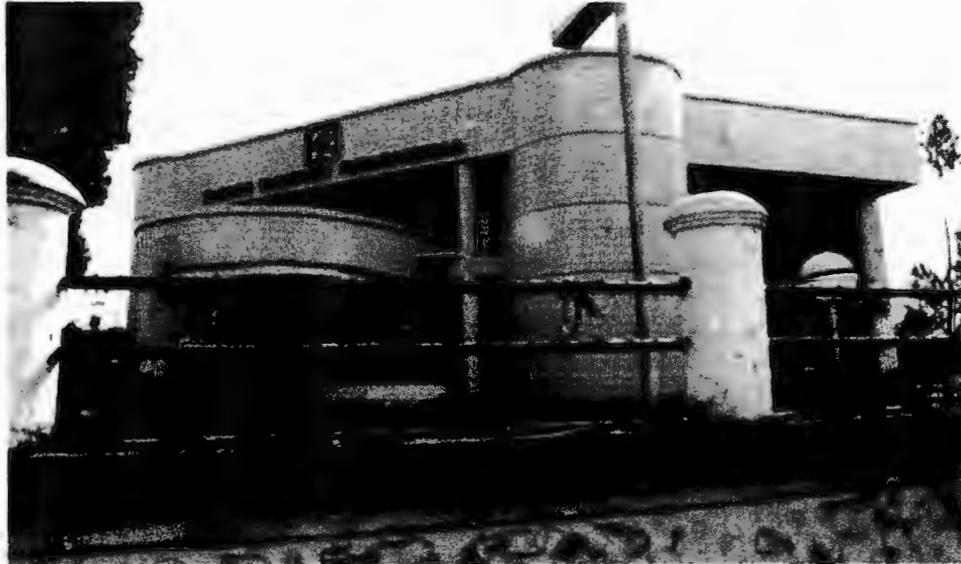
Wamena, 22 April 2015



**Tembusan Yth:**

1. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayawijaya di Wamena
2. Arsip

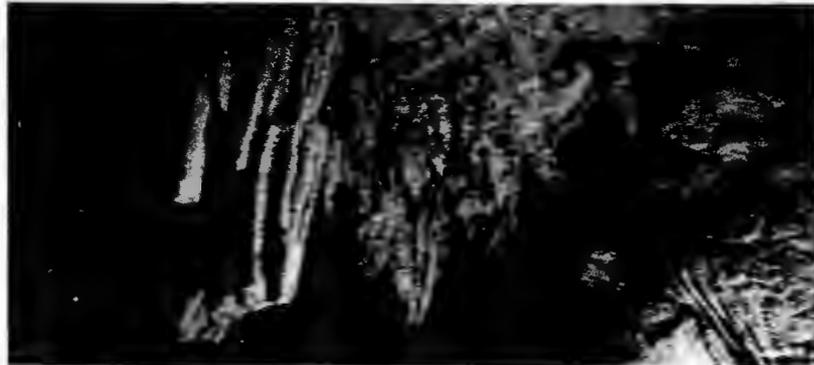
Lampiran - 5  
Gambar Fasilitas Perekonomian







Lampiran - 6  
POTENSI WISATA JAYAWIJAYA



Goa Lokale



Festival Budaya Lembah Baliem



Mumi



Danau Habema (3250 mdpl)



Telaga Biru