

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keindahan alam dan tempat-tempat wisata yang dapat mendukung perkembangan pariwisata. Kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pesona keindahan dan sumber daya alam memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan yang dapat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan nasional. Keanekaragaman budaya juga menjadi salah satu daya tarik wisata kultural yang mampu mendorong keinginan wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Indonesia. Potensi pariwisata yang ada di Indonesia diharapkan dapat membantu negara dalam memajukan perekonomian.

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Pariwisata menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah. Dalam perkembangannya telah mengalami banyak perubahan yang berupa perubahan pola, bentuk ataupun sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain-lain. Pembangunan suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun lokal. Potensi pariwisata di Indonesia yang amat sangat melimpah dapat mengangkat ekonomi negara apabila setiap objeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar objek wisata tersebut, sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada naiknya devisa negara.

Perencanaan yang baik merupakan salah satu syarat keberhasilan pengembangan pariwisata disuatu daerah Yoeti (2008:106). Dalam hal ini peran strategi promosi untuk perencanaan pariwisata sangat dibutuhkan. Perencanaan pariwisata menjadi penting karena fenomena pariwisata semakin kompleks, pariwisata semakin kompetitif dan promosi destinasi wisata semakin gencar dilakukan tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara lain.

Kabupaten Ponorogo merupakan wilayah pemerintahan yang terletak di barat Provinsi Jawa Timur dimana wilayah tersebut mempunyai luas 1.371,78 km<sup>2</sup> dengan ketinggian antara 92 meter sampai 2.563 meter yang berbatasan langsung dengan Kabuapten Madiun, Magetan, Ngawi dan Nganjuk di sebelah utara. Sedangkan di bagian selatan berbatasan langsung dengan Kabupaten Pacitan. Di bagian timur berbatasan dengan Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Trenggalek, di bagian barat berbatasan dengan Provinsi Jawa Tengah yaitu Kabupaten Wonogiri

Dengan letak geografis tersebut Kabupaten Ponorogo mempunyai dataran tinggi dan dataran rendah jika di liat dari hal tersebut maka Kabupaten Ponorogo mempunyai potensi-potensi wisata yang sangat menarik untuk di kembangkan.

Di Kabupaten Ponorogo terdapat banyak objek wisata antara lain yaitu; Telaga Ngebel terletak di Kecamatan Ngebel, Air Terjun Plethok terletak di Kecamatan Sooko, Air Terjun Coban Lawe terletak di Kecamatan Pudak, Gunung Bedes terletak di Kecamatan Sooko, Gunung Beruk terletak di Kecamatan Balong dan masih banyak lainnya. Pada dasarnya objek wisata di Kabupaten Ponorogo masih banyak dan juga sangat menarik untuk di kunjungi akan tetapi objek-objek wisata tersebut kurang di ketahui oleh masyarakat luas sehingga hanya masyarakat sekitar saja atau masyarakat lokal saja yang tahu objek-objek wisata tersebut.

Pengenalan atau promosi wisata sangat penting untuk dilakukan karena hal tersebut sebagai langkah awal untuk menawarkan kepada wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Selain itu fasilitas yang ada pada objek wisata harus memadai sehingga akan berpengaruh pada kenyamanan pengunjung itu sendiri. Akan tetapi masih banyak objek wisata di Kabupaten Ponorogo yang masih belum memadai, contohnya yaitu sarana transportasi menuju ke objek wisata juga Air Terjun Coban Lawe memiliki kekurangan pada sarana transportasi menuju kawasan wisata air terjun masih tergolong sulit di tempuh. Dengan jalan yang kecil dan masih rawan untuk di lewati menjadikan minat pengunjung berkurang. dan juga kurangnya fasilitas tempat parkir.

Hal tersebut harus diperhatikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo agar kedepan potensi-potensi yang ada di Kabupaten Ponorogo menjadi potensi yang dapat dioptimalkan dan akan meningkatkan minat pengunjung juga dapat bertambah dan meningkatkan pendapat asli daerah Kabupaten Ponorogo itu sendiri.

Dinas Pariwisata mempunyai Tugas pokok dan fungsi dalam pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Ponorogo, adapun tugasnya yaitu mengumpulkan bahan untuk pembinaan, pengembangan, juga pemanfaatan obyek serta daya Tarik wisata, serta atraksi dan hiburan wisata, serta pemberdayaa masyarakat pelaku pariwisata. Mempunyai fungsi sebagai berikut

- a. Fungsi dalam pembinaan dan juga pengembangan pengusahaan obyek dan daya tarik wisata, atraksi, serta hiburan wisata.
- b. Pelaksanaan perizinan dalam bidang pengusahaan objek dan juga daya Tarik wisata serta hiburan wisata.
- c. Penyusunan petunjuk teknis dalm kegiatan pelayanan dibidang pengembangan pariwisata meliputi obyek daya tarik wisata, atraksi dan juga hiburan wisata.
- d. Pemantauan dan pengevaluasian kegiatan pengelolaan obyek daya tarik wisata, atraksi dan juga hiburan wisata.
- e. Pelaksanaan sosialisasi dan pemberdayaan masyarakat dibidang pengembangan pariwisata.
- f. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dibidang pengembangan pariwisata.
- g. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan.

Pada uraian diatas terdapat tugas pokok yang harus terlaksana dari dinas pariwisata sehingga dapat mengembangkan objek wisata di Kabupaten Ponorogo agar objek wisata terkelola dengan baik. Dengan adanya tugas pokok tersebut objek wisata Didaerah Kabupaten Ponorogo dapat dikenal oleh masyarakat.

Dengan memperhatikan latar belakang yang terurai diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo sebagai objek peneliti : **“PENGEMBANGAN PARIWISATA MELALUI STRATEGI PROMOSI WISATA PADA DINAS PARIWISATA KABUPATEN PONOROGO”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraikan yang telah didefinisikan diatas maka rumusan masalah dari peneliti yang berjudul Pengembangan Pariwisata Melalui Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi wisata yang dilakukan Dinas Pariwisata untuk mengembangkan wisata di Kabupaten Ponorogo?
2. Apa faktor pendukung strategi promosi wisata Dinas Pariwisata di Kabupaten Ponorogo?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan juga rumusan masalah di dapat di ketahui tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi promosi wisata pada Dinas Pariwisata di Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung strategi promosi wisata pada Dinas Pariwisata di Kabupaten Ponorogo?

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang di diharapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kalangan Akademisi

Dalam penelitian ini diharapkan menjadi suatu bahan studi perbandingan bagi penelitian selanjutnya.

2. Dinas pariwisata

sebagai bahan yang dapat digunakan dinas pariwisata untuk lebih mengembangkan pariwisata yang ada di ponorogo.

3. Penulis

Memberi tambahan wawasan dan pengetahuan tentang strategi promosi yang dilakukan pada Dinas Pariwisata dalam Pengembangan obyek serta daya Tarik wisata, sehingga penelitian ini dapat di gunakan sebagai refrensi pada penelitian yang akan datang.

### E. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi ketidak pahaman pengertian, maka perlu dikemukakan Batasan dari konsep-konsep yang ada di lapangan. Hal ini dilakukan untuk menghindari salah paham, salah pengertian, dan salah penafsiran dari pengertian istilah. Adapun konsep atau penegasan istilah yang digunakan peneliti sebagai berikut:

1) **Pengembangan**

Pengembangan memiliki 1 (satu) arti. Pengembangan berasal dari kata dasar kembang. Pengembangan berarti proses, cara, perbuatan mengembangkan ([www.apaarti.com/pengembangan.html](http://www.apaarti.com/pengembangan.html)).

2) **Strategi**

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Secara umum strategi mempunyai pengertian suatu garis-garis besar atau haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah di tentukan (Syaful Bahri Djamarah, 2010: 5). Strategi merupakan rencana yang di rancang secara matang dan cerdas untuk mencapai sebuah tujuan dan keberhasilan.

3) **Promosi**

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Basu Swastha dan Irawan,

983:349). Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008: 285) promosi adalah “kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut”.

#### 4) **Objek wisata**

Menurut SK Menparpostel No. KM 98 PW. 102 MPPT –87 yaitu : “Objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan”.

#### 5) **Dinas pariwisata**

Dinas merupakan lembaga pemerintah yang ada di daerah yang mempunyai tugas pokok dan fungsi yang diatur dalam undang-undang. Menurut KBBI, Pariwisata ialah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi; turisme; pelancongan. Jadi dinas pariwisata yaitu Lembaga pemerintah yang menaungi kegiatan yang berhubungan dengan kepariwisataan.

### **F. Landasan Teori**

Teori adalah seperangkat konstruk, definisi, dan preposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, dengan melalui spesifikasi hubungan antara variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena (Sugiyono, 2007:52) Berikut landasan teori dalam penelitian:

#### 1. **Pariwisata**

##### a) **Pengertian Pariwisata**

Pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, pertama adalah kata “pari” yang berarti berkeliling, atau banyak melakukan dan yang kedua “wisata” yang mempunyai arti perjalanan. Pariwisata dapat di jabarkan menjadi melakukan perjalanan.

Defiisi secara umum pariwisata bahwa pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, pengusaha, serta masyarakat untuk mengatur, mengurus, serta melayani kebutuhan wisatawan (Hari Karyono, 1997: 15). Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah berbagai macam kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas dan juga layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Dapat di simpulkan, pariwisata merupakan suatu perjalanan keliling dari tempat ke tempat lain. Sedangkan kepariwisataan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam seperti pemandangan alam, peninggalan sejarah, hasil budaya dan lain sebagainya yang membuat wisatawan nyaman.

Dalam melakukan suatu perjalanan seseorang ditentukan oleh sebuah keinginan yang mendorong untuk bepergian kedaerah yang akan dituju. Sebuah perjalanan wisata dalam suatu hal yang menyenangkan yang disukai oleh semua orang. Berikut ini ciri-ciri pariwisata menurut Oka A. Yoeti (1996: 118):

- 1) Perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu
- 2) Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya
- 3) Perjalanan itu, walaupun apa bentuknya harus selalu dikaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi
- 4) Orang yang melakukan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut

Dari ciri-ciri pariwisata diatas dapat di simpulkan, suatu perjalanan keliling atau dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain dalam perjalanannya hanya dilakukan oleh sementara waktu serta dapat merasakan kepuasan tersendiri dari individu atau kelompok.

## **2. Pemasaran**

Menurut Lancaster & Lester dalam Suryadana dan Octavia (2015:1) “pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh

perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Makna dari pemasaran bergantung pada apapun yang pemakai ingin maknai karena belum ada satupun definisi yang disetujui secara universal dan selama bertahun-tahun telah menjadi subjek dari banyak penelitian dalam mendalami definisi dari pemasaran”.

Sementara itu Kotler dan Keller (2012:146) yang telah lama dikenal sebagai maestro marketing dunia mengungkapkan bahwa pengertian pemasaran merupakan proses perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan juga membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk menangkap nilai yang baik dari pelanggan sebagai imbalan..

### **3. Bauran Pemasaran**

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Suryadana dan Octavia (2015:10) bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuannya di pasar sasaran. Berikut ini merupakan unsur-unsur bauran pemasaran, yaitu:

#### a) Produk

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Suryadana dan Octavia (2015:12) Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari dibeli maupun dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar.

#### b) Harga

nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang (Bukhari Alma dalam Suryadana, 2015:13). Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya.

#### c) Promosi

Promosi yaitu bentuk pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang menyebarkan suatu informasi yang mempengaruhi, membujuk

serta mengingatkan pasar mengenai perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan (Bukhari Alma dalam Suryadana, 2015:13).

d) Tempat atau lokasi (Place)

Place diartikan sebagai saluran distribusi sedangkan untuk produk industry jasa, place diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Dalam menentukan lokasi yang tepat perusahaan menentukan tingkat interaksi yang terjadi itu suatu hal yang sangat penting dalam menentukan tipe lokasi yang dipilih.

#### 4. Strategi Promosi

##### a. Pengertian strategi promosi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia strategi merupakan suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan dalam mencapai sasaran khusus. Secara umum strategi mempunyai pengertian suatu garis-garis besar atau haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah di tentukan. Strategi merupakan rencana yang di rancang secara matang dan cerdas untuk mencapai sebuah tujuan dan keberhasilan.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Bagaimanapun kualitas suatu produk, bila konsumen belum pernah diketahuinya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Menurut Tjiptono (2008:219) pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran.

Menurut Basu Swastha dan Irawan (1983: 349) adalah “arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”. Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008: 285) promosi adalah “kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut”.

Dari pendapat diatas bahwa strategi promosi berkaitan dengan kegiatan pemasaran. Strategi promosi adalah kegiatan komunikasi dengan konsumen yang dilakukan dengan cara penyampaian pesan tentang suatu produk yang ditawarkan. Dalam promosi harus mempunyai suatu rencana yang baik sehingga menciptakan suasana yang kondusif dan konsumen mengetahui serta tertarik dan senang pada produk yang ditawarkan.

#### **b. Tujuan Promosi**

Tujuan promosi ialah menginformasikan, mempengaruhi serta membujuk pelanggan tentang perusahaan. Menurut Tjiptono (2008:221). Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Menginformasikan
  - a) Menginformasikan pasar mengenai produk
  - b) Menyampaikan suatu perubahan harga
  - c) Menjelaskan cara kerja produk
  - d) Menginformasikan jasa yang ada atau tersedia di perusahaan
  - e) Mengklarifikasi suatu kesan yang salah
  - f) Membangun citra positif perusahaan
- 2) Membujuk pelanggan
  - a) Membuat pilihan merek
  - b) Mengalihkan ke merek tertentu
  - c) Mendorong konsumen untuk belanja
- 3) Mengingat
  - a) Mengingat konsumen bahwa produknya dibutuhkan dalam waktu dekat
  - b) Mengingat konsumen dimana tempat produk dijual
  - c) Menjaga ingatan konsumen agar tetap memilih produk perusahaan.

### c. Sasaran promosi

Sasaran merupakan orang-orang atau kelompok yang menjadi suatu target oleh suatu Lembaga atau organisasi yang dianggap orang-orang tersebut memiliki pengaruh yang secara langsung maupun tidak langsung dalam pencapaian tujuan lembaga atau organisasi. Menurut Onong Uchjana Effendy (1992:10) sasaran promosi meliputi dua hal, yaitu:

#### 1) Public intern

Semua anggota yang bekerja di organisasi tersebut.

#### 2) Publik ekstern

Orang-orang di luar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi.

### d. Teknik promosi

Terdapat empat dalam Teknik promosi yang pada umumnya digunakan oleh biro perjalanan wisata dalam melakukan promosi wisata. Ke-empat Teknik tersebut ialah periklanan, sales promosi, penjualan perorangan, dan juga menggunakan hubungan masyarakat (Suryadana dan Octavia, 2015:158)

#### 1) Periklanan

Merupakan bentuk dari sebuah komunikasi impersonal yang digunakan oleh perusahaan. Peran dari periklanan sendiri ialah untuk membangun kesadaran calon, membujuk calon konsumen untuk mau membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.

#### 2) Sales promosi

Dalam kegiatan pemasaran selain menggunakan periklanan yang mendorong pembeli ialah menggunakan alat promosi yaitu berupa busur, bener, pameran ataupun demonstrasi.. Metode yang sering digunakan adalah:

#### 3) Penjualan perorangan

Merupakan suatu penjualan yang tatap muka atau secara langsung. dalam promosi ini pihak produsen diwakili oleh tenaga penjual.

#### 4) Hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat bertanggung jawab dalam menentukan atau memperkenalkan komunikasi dua arah secara terbuka dengan semua lapisan yang ada di masyarakat dan juga menciptakan opini masyarakat yang baik terhadap produk yang ditawarkan.

#### e. **Komunikasi Pemasaran Dalam Promosi**

Komunikasi merupakan hal yang mendasar dari kegiatan pengembangan promosi. Komunikasi merupakan proses perpindahan suatu pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Komunikasi pemasaran menurut Basu Swastha dan Irawan (1983: 345) adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual, dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengancara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008: 295) komunikasi efektif meliputi langkah-langkah, antara lain:

Pengertian yang berupa gagasan atau informasi dari orang satu ke orang lain. Kegiatan komunikasi biasanya dilakukan oleh pembeli dan penjual. Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008:295) dalam kegiatan komunikasi yang efektif ada langkah tersendiri, yaitu:

##### 1) Mengidentifikasi target atau sasaran

Dalam hal ini menysasar pembeli yang potensial serta pihak yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli.

##### 2) Menentukan respon yang diinginkan

Respon yang diinginkan bagi setiap pemasar adalah pembelian saat itu juga, namun juga tidak memungkinkan dapat terjadi pembelian untuk masa yang akan datang.

##### 3) Perancangan Pesan

Setelah melakukan respon yang diinginkan maka perlu menyusun pesan yang tepat. Pesan tersebut harus menarik dan mampu membangkitkan minat serta keinginan yang kuat untuk membeli.

Jadi komunikasi pemasaran semakin baik maka semakin tinggi dan juga efektif dalam menarik minat pembeli dan menjadi kepuasan dan kesenangan tersendiri.

#### **5. Kaitan Strategi promosi dan pariwisata**

Strategi promosi menurut Kotler dan Armstrong (2001: 74) adalah kreativitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran. Pariwisata merupakan kebutuhan naluri manusia yang timbul dalam diri manusia untuk menikmati sesuatu yang tidak ditemui di tempat tinggalnya. Pariwisata menurut Pendit Nyoman S (2002: 35), menyatakan bahwa

*“Pariwisata adalah sejumlah hubungan-hubungan dan gejala-gejala yang dihasilkan dari tinggalnya orang-orang asing, asalkan tinggalnya mereka itu tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha-usaha yang bersifat sementara atau permanen sebagai usaha mencari kerja penuh”.*

Jadi pariwisata dan juga strategi promosi saling berhubungan karena banyaknya pariwisata yang ada sehingga strategi promosi sangat dibutuhkan untuk perkembangan pariwisata tersebut. kemudian dengan adanya strategi promosi maka kepariwisataan dapat menarik wisatawan yang berkunjung ke wisata tersebut..

#### **6. Dinas pariwisata**

Berdasarkan Undang-undang No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, dalam Pasal 209 ayat (1) huruf d dan ayat (2) huruf dibentuk untuk melaksanakan urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah. (2) Dinas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diklasifikasikan atas:

- a) Dinas tipe A yang dibentuk untuk mawadahi Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah dengan beban kerja yang besar;
- b) Dinas tipe B yang dibentuk untuk mawadahi Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah dengan beban kerja yang sedang; dan

- c) Dinas tipe C yang dibentuk untuk mewadahi Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah dengan beban kerja yang kecil.

Penentuan beban kerja sebagaimana dimaksud pada ayat (2) didasarkan pada jumlah penduduk, luas wilayah, besaran masing-masing Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah, dan kemampuan keuangan Daerah untuk Urusan Pemerintahan Wajib dan berdasarkan potensi, proyeksi penyerapan tenaga kerja, dan pemanfaatan lahan untuk Urusan Pemerintahan Pilihan.

- a. Kepala badan mempunyai tugas membantu kepala daerah melaksanakan fungsi penunjang Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.
- b. Kepala badan dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab kepada kepala daerah melalui sekretaris Daerah.

#### **G. Definisi operasional**

Definisi operasional adalah suatu rumusan yang mencakup ruanglingkup dan ciri-ciri untuk menjadikan produk penelitian. Dengan definisi operasional maka peneliti mengetahui batasan indikator dari suatu variabel agar dapat memudahkan dalam mengukur menggunakan teori yang ada. Adapun definisi operasional mengenai Pengembangan Pariwisata Melalui Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo, sebagai berikut :

- 1) Aspek dalam melakukan promosi
  - a) Melakukan inventarisasi atau mendata objek wisata yang layak dipromosikan.
  - b) Melakukan pameran agar dapat secara langsung memasarkan wisata yang ada di kabupaten ponorogo.
- 2) Aspek pendukung promosi
  - a) Dinas Pariwisata bekerja sama dengan Lembaga pemerintah, pihak swasta, dan POKDARWIS dalam mendukung promosi wisata.
  - b) Dinas Pariwisata melakukan promosi dengan menggunakan media cetak media elektronik, dan sosial media.

## **H. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu metode untuk mendapatkan data yang mendalam dan mengandung makna (data yang sebenarnya, serta data yang pasti yang mengandung nilai dibalik data yang tampak). Penelitian bentuk deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif cenderung memusatkan perhatian pada masalah aktual pada saat penelitian berlangsung.

Creswell (dalam Juliansyah Noor, 2011:34) menyatakan bahwa penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.

### **2. Tempat Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo yang beralamatkan di Jalan Pramuka No. 19 A Nologaten Ponorogo. Waktu penelitian dimulai pada bulan nopember- desember 2017.

### **3. Teknik Penentuan Informan Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan informan untuk memperoleh informasi dengan menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik dalam pengambilan sebuah sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009:218). Dengan demikian informan ini dianggap orang-orang yang paling mengetahui tentang topik penelitian.

Dalam pemilihan informain pada penelitian ini berdasarkan orang-orang yang dianggap menguasai atau dianggap mampu memberikan informasi secara lengkap dan berkaitan dengan penelitian sehingga data yang diperoleh dapat diakui kebenarannya. Dalam penelitian ini informan

yang akan diteliti adalah 3 orang Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo dan 10 orang wisatawan atau Masyarakat Umum.

#### **4. Sumber Data**

##### **a) Sumber Data Primer**

Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2010:308) Sumber data primer diperoleh langsung peneliti melalui wawancara dan pengamatan langsung di lapangan.

##### **b) Sumber Data Sekunder**

Sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen. (Sugiyono, 2010:309) Dokumen tersebut dapat meliputi buku-buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian, media informasi, dan sumber referensi kepastakaan lainnya.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian, karena prosedur ini merupakan suatu hal yang sangat vital dalam mendapatkan data yang di perlukan. Dalam penelitian salah satu keberhasilan tergantung pada terhadap teknik pengumpulan data.

Dalam pengumpulan data kali ini bermaksud memperoleh bahan-bahan atau keterangan yang nyata dan informasi yang dapat dipercaya. Proses pengumpulan data dapat dilakukan melalui tiga hal yaitu sebagai berikut:

##### **a. Teknik Wawancara**

Wawancara ialah suatu percakapan dengan maksud mencari informasi tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak yaitu narasumber atau informan dan pewawancara. Wawancara secara sederhana terdiri dari sejumlah pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti.

Teknik wawancara merupakan langkah dalam menggali informasi mengenai topik permasalahan agar terjawab dan menggali sebuah

harapan-harapan yang akan disampaikan secara komunikasi langsung melalui tatap muka dari dua pihak tertentu. Jawaban yang di hasilkan yaitu berupa rekaman atau tulisan.

Pihak yang diwawancarai adalah Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata, Kepala pengembangan produk Wisata, Kepala seksi promosi dan pengelolaan data pariwisata dan perwakilan masyarakat Ponorogo atau pengunjung obyek wisata di Kabupaten Ponorogo.

#### **b. Teknik Observasi**

Teknik observasi ialah teknik atau metode untuk menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung. Teknik ini digunakan untuk melihat atau mengamati secara langsung keadaan lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti.

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dimana peneliti melihat dan mengamati secara visual sehingga validitas data sangat tergantung pada kemampuan observer dalam mengambil hal-hal yang terjadi dilapangan.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang kegiatan Promosi Wisata dan kegiatan-kegiatan lain di Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo, yang meliputi berbagai agenda kegiatan yang telah dijadwalkan Dinas Pariwisata, yang meliputi pengembangan serta pengelolaan budaya, peningkatan sarana prasarana, peningkatan pengembangan obyek wisata serta peningkatan kerja sama dalam bidang pariwisata yang ada di Kabupaten Ponorogo.

Dalam pengamatan ini dilakukan selama kunjungan di Dinas Pariwisata dan tidak hanya sekali dalam kunjungan di Dinas Pariwisata. Pada pengamatan dilakukan untuk mengamati semua hal mengenai topik penelitian.

Hasil observasi dalam penelitian ini, dicatat dalam catatan lapangan, sebab catatan lapangan merupakan alat yang sangat penting

dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif pengamatan dilapangan menjadi sebuah alat yang sangat penting. Pengamatan dalam hal ini termasuk bebas dalam membuat catatan bisa dilakukan kapan saja sesuai dengan kondisi lapangan.

### c. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah catatan mengenai peristiwa yang sudah berlalu. dokumentasi biasanya berupa tulisan, gambar atau foto, catatan harian, ataupun semua hal yang bisa dijadikan bukti atau data untuk penelitian. Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil pengumpulan data melalui cara dokumentasi ini, dicatat dalam format transkrip dokumentasi.

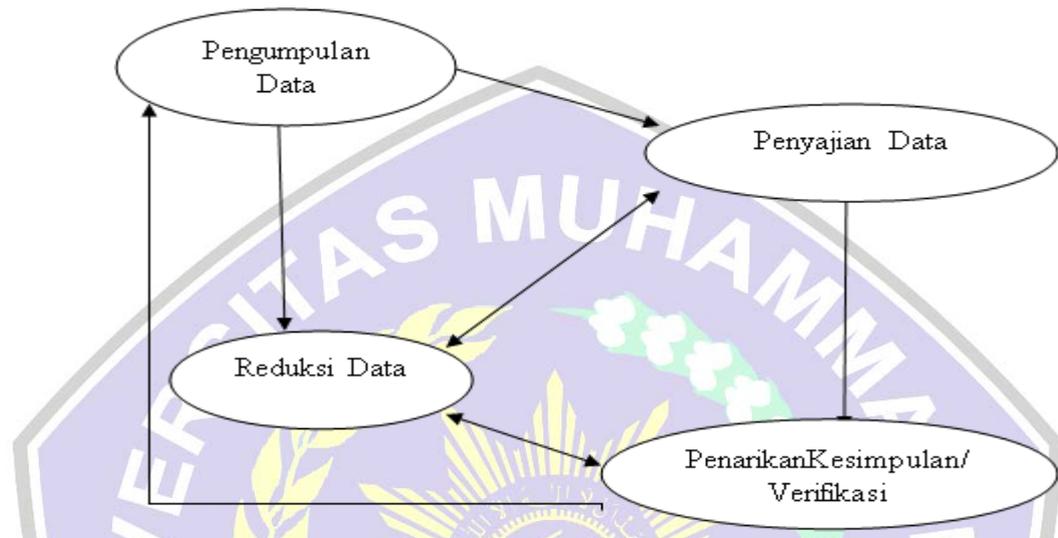
## 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mengatur urutan data, adalah proses mengatur urutan data mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan satu uraian dasar. Teknik analisis data dalam khusus ini menggunakan analisis kualitatif mengikuti konsep yang di berikan miles dan huberman, yang mana mereka mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sampai tuntas , sehingga datanya sampai jenuh. Aktivitas dalam analisis meliputi: data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification.

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan selama di lapangan. Hal ini dilakukan bersamaan pada saat berlangsungnya pengumpulan data dan setelah selesainya pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010:337) menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsungnya secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification*

(penarikan kesimpulan/verifikasi). Model interaktif dalam analisis data sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 1.1 berikut ini :

Gambar 1.1  
**Analisis Data Model Interaktif**



Tahapan proses analisis data, menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010:338-345) adalah :

**a. Pengumpulan Data**

Proses awal dalam penelitian kualitatif adalah pengumpulan data-data yang ada di lapangan, baik hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi.

**b. Reduksi Data**

Reduksi data dilakukan karena data yang terkumpul dari lapangan cukup banyak sehingga perlu dilakukan penyaringan atau seleksi data untuk menemukan hal-hal pokok, rangkuman keseluruhan, dan fokus pada hal-hal terpenting yang perlu. Sehingga data yang terkumpul lebih jelas, dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

### c. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Miles dan Huberman juga menyatakan bahwa yang paling sering digunakan dalam penyajian data penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

### d. Penarikan Kesimpulan

Tahap ini adalah tahap akhir analisis data. Kesimpulan akhir diharapkan merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap menjadi jelas setelah diteliti, bisa juga hasil berupa hipotesis atau teori.

## 7. Uji Keabsahan Data

Pada penelitian ini, uji keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Teknik triangulasi menurut Sugiyono (2010:372) digunakan untuk melakukan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu. Ada 4 macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan : sumber, metode, penyelidikan, dan teori. Dalam penelitian ini digunakan teknik triangulasi dengan sumber yang artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal iti dapat dicapai peneliti dengan jalan: (a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, (b) mebandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, (c) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatanya sepanjang waktu, (d) membandingkan keadaan keadaan seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang yang berpendidikan, orang berada,

orang pemerintahan, (e) membandingkan hasil wawancara dengan isi sesuatu dokumen yang berkaitan.

