

A. Perencanaan dan Pengelolaan Pariwisata

Perencanaan berarti memperhitungkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. Perencanaan dan pengelolaan pariwisata berarti untuk memenuhi kesejahteraan masyarakat dimasa mendatang. Oleh karena itu kecenderungan pertumbuhan penduduk, persediaan lahan cadangan, pertumbuhan fasilitas, dan kemajuan teknologi dengan penerapannya harus dimasukkan dalam perencanaan tersebut. Selain itu kualitas sumber daya pengelolaan pariwisata juga sangat berpengaruh terhadap kemajuan dari industri pariwisata tersebut, sebab dalam mengelola/memanajemen pariwisata memerlukan keahlian dan pengalaman seperti yang dikemukakan oleh Salim(1981:223) bahwa” Berapapun banyak modal yang dimiliki, pembangunan tidak akan terlaksana kecuali disertai dengan sumberdaya managerial yang mampu mengelola modal itu untuk pembangunan”.

Soewarno (2002:378) mengemukakan bahwa “ pengelolaan adalah mengendalikan atau menyelenggarakan berbagai sumber daya secara berhasil guna untuk mencapai sasaran”.

Objek dan daya tarik wisata umumnya terdiri atas hayati dan non hayati,dimana masing-masing memerlukan pengelolaan sesuai dengan kualitas dan kuantitasnya pengelolaan objek dan daya tarik wisata harus memperhitungkan berbagai sumber daya wisatanya secara berdaya guna agar tercapainya sasaran yang diinginkan.

Tujuan perencanaan dan pengembangan pariwisata yang lebih lanjut demi meningkatkan kemakmuran secara serasi dan seimbang bisa tercapai seoptimal mungkin apabila pemerintah ikut berperan Peranan pemerintah dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata sangat menentukan berkembang tidaknya suatu objek wisata contohnya dapat kita lihat dalam hal penyediaan infrastruktur dan memperluas jaringan kerja aparatur pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi umum keluar negeri. Selain itu pemerintah juga berpartisipasi dalam hal penentuan kebijakan dan pengambilan keputusan.

Berkembangnya suatu kawasan wisata tidak terlepas dari usaha-usaha yang di lakukan melalui kerjasama para stakeholder kepariwisataan, masyarakat dan pemerintah Munasef (1995:1) menyatakan bahwa: “pengembangan pariwisata merupakan segala kegiatan dan usaha yang terkordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua

sarana prasarana, barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan”. Marpaung (2000:79) menyatakan bahwa: “Hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu daya tarik wisata yang potensial harus dilakukan penelitian, inventarisasi dan evaluasi sebelum fasilitas wisata di kembangkan. Hal ini penting agar perkembangan daya tarik wisata yang ada dapat sesuai dengan keinginan pasar potensial dan untuk menentukan pengembangan yang tepat dan sesuai.

Adapun A. Yoeti (1990:285) menyatakan bahwa : “Ada tiga faktor yang dapat menentukan berhasilnya pengembangan pariwisata sebagai suatu industri, ketiga faktor tersebut diantaranya: tersedianya objek atraksi wisata, adanya fasilitas aksesibilitas, dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Sedangkan Amenitas yaitu tersedianya fasilitas-fasilitas seperti tempat penginapan, restoran, hiburan, transportasi lokal yang memungkinkan wisatawan bepergian di tempat-tempat tersebut serta alat komunikasi. Objek wisata merupakan akhir perjalanan wisata yang harus memenuhi syarat aksesibilita, artinya objek wisata harus mudah dicapai.

Dalam pengembangan kepariwisataan perlu diperhatikan kualitas lingkungan agar pengembangan kepariwisataan tidak merusak lingkungan sebagaimana yang dikemukakan oleh Soemarwoto (2001:309): “ Pariwisata adalah industri yang kelangsungan hidupnya sangat ditentukan oleh baik buruknya lingkungan. Tanpa lingkungan yang baik tak mungkin pariwisata berkembang . karena itu pengembangan pariwisata haruslah memperhatikan terjaganya mutu lingkungan, sebab dalam industri pariwisata lingkungan itulah yang sebenarnya dijual.” Pengembangan pariwisata disuatu wilayah ditentukan oleh tiga faktor yaitu: tersedia objek dan atraksi pariwisata, aksesibilitas dan fasilitas amenities. Dalam membangun ketiga faktor tersebut harus diperhatikan terjaganya mutu lingkungan.

Dalam menunjang pengelolaan berbagai kegiatan kepariwisataan, teknologi manajemen perlu di terapkan agar sumber daya wisata yang murni alami dapat direkayasa secara berhasil guna, sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitasnya termasuk lingkungan alamnya

a. pengelolaan objek dan daya tarik wisata :

pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam, perusahaan objek dan daya tarik wisata alam meliputi 4 hal yaitu:

1. pembangunan sarana dan prasarana pelengkap beserta fasilitas pelayanan lain bagi wisatawan
 2. pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam termasuk sarana dan prasarana yang ada
 3. penyediaan sarana dan fasilitas bagi masyarakat disekitarnya untuk berperan serta dalam kegiatan pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam bersangkutan
 4. penyelenggaraan persetujuan seni budaya yang dapat memberi nilai tambah terhadap objek wisata dan daya tarik wisata alam yang bersangkutan(Wiyasa dkk,2001:157)
 5. penyelenggaraan pertunjukan seni budaya yang dapat memberi nilai tambah terhadap objek dan daya tarik wista alam bersangkutan
- b. pengelolaan objek dan daya tarik wisata budaya, kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan dalam pengelolaan objek dan daya tarik wista budaya adalah :
- 1.pembangunan objek dan daya tarik wisata budaya, termasuk penyediaan prasarana,sarana dan fasilitas pelayanan bagi wisatawan
 2. pengelolaan objek dan daya tarik wisata budaya termasuk sarana dan prasarana yang ada
 3. penyelenggaraan pertunjukan seni budaya yang dapat memberi nilai tambah terhadap objek wisata alam beserta masyarakat sekitarnya (Wiyasa dkk 200:158)

B. Pemasaran pariwisata

Soekadijo (2000:217) mengemukakan bahwa: “ pemasaran pariwisata merupakan usaha mengaktualisasikan perjalanan wisata, dimana tujuan akhirnya ialah agar orang membeli produk yang ditawarkan”. Marpaung (2002:118) mengemukakan bahwa: “ pemasaran pariwisata mencakup: menemukan apa yang menjadi keinginan konsumen (*market reseach*), mengembangkan pemberian pelayanan yang sesuai kepada wisatawan (*product planning*) pemberitahuan tentang produk yang dibuat (*advertising and promotion*) dan memberikan intruksi dimana wisatawan dapat

memperoleh produk-produk tersebut (*channels of distribution-tour operator and travel agent*).

Menurut Salah Wahab (Soekadijo 2000:218) pemasaran merupakan: “ pemasaran sebagai proses manajemen yang digunakan oleh organisasi-organisasi pariwisata Nasional atau perusahaan-perusahaan kepariwisataan untuk mengidentifikasi wisatawan-wisatawan yang mereka pilih, baik yang aktual maupun yang potensial, dan berkomunikasi dengan mereka untuk menentukan dan mempengaruhi keinginan, kebutuhan, motivasi, kesenangan dan ketidaksenangan (*like and dislike*) mereka pada tingkat lokal, regional, nasional, internasional, dan untuk merumuskan dan mengalokasikan produk pariwisata yang sesuai dengan situasi dengan maksud untuk mencapai kepuasan wisatawan yang sebesar-besarnya dan mencapai sasaran yang diinginkan.

Dalam pemasaran sering digunakan promosi dan publikasi dengan tujuan agar keberadaan suatu objek wisata dapat diketahui oleh wisatawan menurut Soekadijo (2000:240) promosi publikasi merupakan :

Promosi adalah penyesuaian antara produk pariwisata dengan permintaan pasar wisata. Sedangkan Publikasi adalah usaha menciptakan permintaan dan cara permintaan atau mempengaruhi permintaan dengan cara menonjolkan kesesuaian produk wisata dengan permintaan

1.promosi

Promosi dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung

a. promosi langsung dapat dilakukan melalui:

- peragaan (*display*), misalnya rumah adat, pakaian tradisional, gambar-gambar
- barang cetakan (*prospectus, leaflet, folder, booklet* atau *brochure*) yang disebarkan kepasar
- pameran khusus berupa benda-benda kebudayaan, pertunjukan kesenian, dan sebagainya
- pemberian rabata selama jangka waktu tertentu biasanya diberikan pada waktu promosi
- pemberian hadiah, khusus selama waktu promosi, misalnya karcis bebas untuk atraksi di daerah pariwisata dan sebagainya.

- b. promosi tidak langsung, dapat dilakukan melalui:
- pemberian informasi dalam bentuk barang cetakan
 - publikasi dalam majalah
 - kunjungan pada perusahaan-perusahaan penyalur
 - pertemuan dengan perusahaan penyalur untuk memberi informasi
 - penyelenggaraan temu karya (*workshop*)
 - mengundang wakil-wakil perusahaan penyalur untuk mengunjungi daerah tujuan wisata

2. publikasi

Publikasi dapat dilakukan secara langsung disampaikan kepada konsumen di pasar atau melalui media massa.

- a. publikasi langsung yaitu melalui *leaflet, folder, booklet, atau brochure*
- b. publikasi dalam media massa

pemasaran adalah upaya menyelaraskan produk wisata dengan potensi pasar dilakukan melalui promosi dan publikasi.