

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa negara terbesar ke tiga setelah CPO dan batu bara. Sektor pariwisata diyakini sebagai industri dengan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Kegiatan dibidang pariwisata bersifat kompleks, multidisiplin, multidimensi dan multisektoral yang melibatkan banyak pihak baik sektor pemerintah, swasta serta masyarakat (Luturlean, 2019). Kota Balikpapan memiliki peluang besar untuk dijadikan sebagai salah satu pilihan pusat rekreasi dan berwisata. Dengan didukungnya ketersediaan infrasturktur transportasi yang memadai seperti, bandara Internasional Sultan Aji Muhammad Sulaiman, Transportasi darat (Tol Balikpapan-Samarinda), Laut (Pelabuhan Semayang) dan didukungnya akomodasi seperti jumlah hotel yang semakin bertambah di Kota Balikpapan menjadi daya dukung dalam keberjalanan potensi sektor wisata di Kota Balikpapan.

Dalam perkembangannya Kota Balikpapan memiliki berbagai macam daerah wisata seperti wisata alam, budaya, edukasi, kuliner bahkan wisata bahari. Salah satu sektor pariwisata yang unggul dan perkembangannya sangat diperhatikan oleh Pemerintah Kota Balikpapan ialah potensi wisata bahari. Kota Balikpapan berada di pesisir timur Kalimantan yang berbatasan langsung dengan Selat Makassar. Kota yang memiliki iklim tropis dan memiliki teluk yang dimanfaatkan sebagai pelabuhan komersial, pelabuhan minyak bahkan wisata (Nyaman Bagus Purwaniawan, 2024). Sebagai kota yang dikelilingi laut, tentu saja Balikpapan

terkenal dengan wisata baharinya. Secara keseluruhan menurut data yang diambil dari website resmi Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Balikpapan tahun 2022 terdapat sebanyak 20 destinasi wisata bahari, yang dimana tidak menutup kemungkinan destinasi bahari Kota Balikpapan akan terus bertambah seiring dengan perkembangan waktu (Dinas Pariwisata Kaltim, 2024). Menurut data Bada Pusat Statistik (BPS) Kota Balikpapan, menunjukkan bahwa kunjungan wisata yang ada di Kota Balikpapan mengalami peningkatan dari tahun 2018 hingga tahun 2022 yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Pariwisata Kota Balikpapan

Tahun 2018-2022

TAHUN	Jumlah Kunjungan Wisatawan (Juta)	Wisatawan Mancanegara (Juta)	Wisatawan Nusantara (Juta)
2022	1,8	0,5	1,3
2021	1,2	0,3	0,9
2020	1,2	0,3	0,9
2019	1,7	0,4	1,3
2018	1,6	0,4	1,2

Sumber: BPS Kota Balikpapan 1

Berdasarkan tabel tersebut data menunjukkan wisatawan yang berkunjung ke Kota Balikpapan mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2022, setelah mengalami penurunan yang cukup tajam pada tahun 2020 hingga 2021 akibat pandemi Covid-19. Peningkatan jumlah wisatawan ke Kota Balikpapan tentunya membawa dampak yang positif baik bagi pemerintah ataupun masyarakat lokal,

dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Kota Balikpapan tentunya akan menaikkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Balikpapan dan masyarakat lokal pun dapat merasakan keuntungan dari kenaikan jumlah wisatawan seperti terbukanya lapangan kerja baru, menciptakan peluang usaha, serta mendorong pemerataan pendapatan penduduk. Melihat data, jumlah kunjungan wisatawan ke Balikpapan terus meningkat setiap tahun, menunjukkan bahwa sektor pariwisata Kota Balikpapan memiliki daya tarik yang cukup tinggi. Hal ini juga bisa terlihat melalui data Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Balikpapan dimana pada 2023 realisasi PAD Kota Balikpapan mencapai Rp.966 miliar, kemudian pada tahun 2024 mengalami kenaikan hingga PAD daerah mencapai Rp.1,06 triliun. Adanya perhatian pemerintah dalam mendukung pembangunan dan pelayanan di Kota Balikpapan dapat terlihat dari data Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Balikpapan tahun 2023 tercatat mencapai angka sebesar Rp.3,2 triliun anggaran ini dapat dialokasikan ke berbagai sektor strategis, termasuk pada sektor kepemudaan, olahraga, dan pariwisata. Dalam alokasi struktur tersebut Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (Disporapar) Kota Balikpapan memperoleh estimasi anggaran sekitar Rp.30 miliar. Dana yang dapat digunakan untuk mendanai berbagai program dan kegiatan yang berkaitan dengan pembinaan generasi muda, pengembangan sarana olahraga, serta promosi dan peningkatan kualitas destinasi wisata di Kota Balikpapan. Dengan berbagai keberagaman jenis wisata yang tersedia di Kota Balikpapan Wisata yang menjadi salah satu destinasi unggulan Kota Balikpapan ialah destinasi bahari yang dimiliki kota ini. Pantai Manggar Segara Sari merupakan salah satu destinasi wisata bahari yang menjadi unggulan

bagi para turis lokal maupun mancanegara. Pantai yang berlokasi di wilayah timur Kota Balikpapan. Pantai ini merupakan salah satu destinasi pantai menjadi destinasi favorit dan wajib dikunjungi bagi para wisatawan yang berkunjung ke Balikpapan. Pantai Manggar memiliki keindahan pasir putih dan hamparan air laut yang tenang dan membahayakan. Suasana pantai yang ditumbuhi pepohonan rindang menambahkan kenyamanan bagi para wisatawan yang berkunjung. Bukan hanya menjual keindahan pantainya saja, Pantai Manggar juga menyediakan fasilitas hiburan lain seperti, penyewaan jetski, banana boat dan berkeliling menggunakan perahu. Selain wisata airnya Pantai Manggar juga menyediakan wisata kuliner didalamnya. Terkadang di hari-hari besar atau hari tertentu terdapat pertunjukan budaya ataupun kreatifitas di panggung terbuka yang telah disediakan oleh pemerintah serta terdapat arena bermain skateboard dan sepeda yang tersedia juga di Pantai Manggar (Dinas Pariwisata Kaltim, 2024). Tidak heran mengapa Pantai Manggar menjadi opsi destinasi yang wajib dikunjungi saat berwisata ke Kota Balikpapan.

Meskipun data Badan Pusat Statistik (BPS) Balikpapan mencatat kenaikan jumlah wisatawan yang datang ke Kota Balikpapan secara keseluruhan, namun terdapat fenomena penurunan jumlah kunjungan wisatawan Pantai Manggar dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data yang diambil dari, Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Balikpapan menunjukkan bahwa kunjungan wisata Pantai Manggar mengalami penurunan yang dilihat dari tahun 2018 hingga tahun 2021, yang di tunjukan pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Pantai Manggar Balikpapan

Tahun 2018-2023

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Manggar
2023	226.400 Wisatawan
2022	311.281 Wisatawan
2021	73.025 Wisatawan
2020	129.126 Wisatawan
2019	225.000 Wisatawan
2018	258.244 Wisatawan

Sumber: Disporapar Kota Balikpapan

Berdasarkan pada tabel tersebut terlihat adanya penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Manggar. Fenomena ini sangat disayangkan mengingat potensi yang menjadi salah satu ikon wisata bahari Kota Balikpapan. Pantai Manggar dengan pesona keunggulannya baik hamparan pasir pantai, deburan ombak yang menenangkan, serta pemandangan matahari terbenam yang memukau seharusnya bisa menjadi magnet bagi wisatawan. Namun, kenyataan yang terjadi justru sebaliknya. Melihat fenomena ini tentunya menunjukkan ada masalah yang harus segera diidentifikasi dan diatasi oleh para pemangku kepentingan dan pemerintah di sektor pariwisata Kota Balikpapan.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Manggar kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor yang potensial terjadi seperti, kurangnya inovasi dalam mengembangkan fasilitas dan atraksi yang ditawarkan, belum adanya pengalaman unik dan menarik dalam berwisata, hal ini bisa menarik wisatawan

dalam mendapatkan pengalaman baru dalam berwisata, terjadi persaingan yang semakin ketat dengan destinasi baru di wilayah Balikpapan, kemudian kurangnya inovasi dan efektif dalam melakukan promosi wisata, serta kebersihan dan pengelolaan lingkungan yang kurang optimal dapat mengurangi kenyamanan wisatawan dalam berwisata (Silalahi, 2023).

Salah satu faktor utama yang penting dikaji ialah promosi. Promosi menjadi aspek esensial dalam mengembangkan destinasi wisata saat ini. Promosi menjadi bagian penting yang dilakukan pemerintah, dengan adanya promosi tentunya akan mendorong berbagai wisatawan dalam memajukan ekonomi. Kegiatan promosi memiliki arti tindakan komunikasi yang berupaya menyebarluaskan informasi, memengaruhi, dan meningkatkan minat pasar. Tujuan umum dari promosi yakni untuk membujuk, memberitahu, dan meningkatkan konsumen mengenai hal yang dipromosikannya (Wolah, 2016). Promosi dalam pariwisata memiliki arti sebagai suatu kegiatan komunikasi serta publikasi yang bertujuan untuk membangun citra tentang kepariwisataan itu sendiri. Ada beberapa teknik promosi pariwisata menurut (Suryana, 2015) diantaranya, periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat (public relation), penjualan personal (personal selling) dan pemasaran langsung (direct marketing). Sangat penting bagi pemerintah dalam melakukan strategi promosi, promosi yang tidak sesuai dengan preferensi wisatawan dan kurangnya inovasi dalam melakukan promosi dapat mengurangi minat wisatawan.

Dengan melihat data, terjadi kenaikan jumlah wisatawan ke Kota Balikpapan namun, diiringi dengan jumlah penurunan kunjungan wisatawan ke Pantai Manggar

setiap tahunnya. Bentuk respon yang bisa dilakukan pemerintah dalam menghadapi kenyataan ini ialah dengan menguatkan strategi promosi, karena promosi berperan sebagai penyalur informasi dari pihak pengelola kepada wisatawan untuk datang berkunjung serta strategi promosi memegang peran penting sebagai ujung tombak dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Irawan, 2023). Melihat hal ini, memunculkan urgensi untuk meneliti dan mengetahui lebih dalam lagi, bagaimana strategi promosi yang digunakan pemerintah Kota Balikpapan dalam mempromosikan Pantai Manggar.

Berdasarkan dari uraian tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengevaluasi lebih mendalam lagi mengenai strategi promosi seperti apa yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Balikpapan. Dengan melihat adanya penurunan kunjungan wisatawan ke Pantai Manggar, dirasa penting untuk melakukan evaluasi dan mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Balikpapan dalam melakukan promosi Pantai Manggar. Oleh karena itu peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul : “Evaluasi Implementasi Strategi Promosi Pariwisata Kota Balikpapan Terhadap Objek Wisata Pantai Manggar”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan adapun rumusan masalah yaitu, bagaimana evaluasi implementasi strategi promosi wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Balikpapan terhadap Pantai Manggar?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam bagaimana evaluasi implementasi strategi promosi Pemerintah Kota Balikpapan dalam mempromosikan Pantai Manggar.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan referensi serta dapat berkontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada disiplin Ilmu Politik dan Pemerintahan. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa menjadi inspirasi serta landasan berpikir dalam penelitian yang akan datang. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam kemajuan studi yang terus berkembang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan serta menambah wawasan yang lebih luas mengenai bagaimana strategi promosi yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Balikpapan dalam mengembangkan pariwisata. Selain itu, pengalaman mengambil data dan riset lapangan menjadi pengalaman dan pembelajaran tersendiri bagi peneliti yang sangat bermanfaat dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi manfaat bagi masyarakat dengan menjadi sumber informasi dan wawasan yang baru mengenai strategi promosi yang

dijalankan oleh Pemerintah Kota Balikpapan dalam mengembangkan pariwisata khususnya wisata bahari Pantai Manggar.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan dalam penelitian ini untuk membandingkan hasil yang ditemukan peneliti dengan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh orang atau pihak lain. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan penyusunan Proposal dan menghindari adanya duplikasi. Berdasarkan hal tersebut berikut ini adalah beberapa penelitian yang berhubungan dengan strategi promosi pemerintah dalam mempromosikan pariwisata, berikut beberapa penelitian yang relevan dan dijadikan acuan oleh peneliti, yaitu:

Pertama, penelitian dengan judul “Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Wakatobi Dalam meningkatkan Kunjungan Wisata Wakatobi Sulawesi” yang ditulis oleh Mariska Meidila M (2014). Latar belakang penulisan ini adalah, Taman Nasional Wakatobi termasuk ke dalam salah satu wisata dengan keindahan ekosistem terumbu karang terindah dan terbaik di dunia. Melihat kondisi tersebut pemerintah pusat dan daerah secara intensif melakukan pembangunan dan pengembangan potensi wisata bahari guna memperolah manfaat dan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam Peningkatan kunjungan wisatawan tersebut tentunya tidak lepas dari upaya yang dilakukan instansi terkait dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan objek yang diteliti yakni Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Wakatobi. Tujuan dari

penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wakatobi dalam mempromosikan objek wisata bahari Wakatobi dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelaksanaan promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Wakatobi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Wakatobi dapat terlihat hasil aktivitas promosi yang dilakukan oleh pemerintah Wakatobi dalam meningkatkan kunjungan wisatawannya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada tujuan keduanya, yaitu sama-sama ingin mengetahui bagaimana promosi yang dilakukan pemerintah dalam mempromosikan objek wisata di daerahnya. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis tulis yakni terdapat pada subjek penelitian serta lokasi penelitian yang berbeda.

Kedua, penelitian dengan judul “Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas kebudayaan dan Pariwisata)” penelitian ini ditulis oleh Chintiya Betari, I Nyoman Sudiarta dan Ni Made Oka (2016). Hal yang melatar belakangi penelitian ini adalah Kabupaten Banyuwangi kaya akan keberagaman potensi pariwisatanya. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mulai gencar mempromosikan potensi wisata yang ada, salah satu promosi yang dilakukan dengan membuat tagline “Sunrise of Java” dan “Diamond Triangel”. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir pariwisata Banyuwangi mengalami perkembangan yang signifikan terlihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Banyuwangi pada 2013 meningkat 90 persen di banding pada tahun 2012. Hal ini tidak lepas dari aktivitas promosi yang dilakukan oleh Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Namun masih rendahnya tingkat tinggal wisatawan dan belum meratanya persebaran kunjungan wisatawan menjadi poin yang harus dievaluasi. Penelitian dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara serta studi kepustakaan. Aspek masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi strategi promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta mengetahui apa saja hambatan-hambatan yang dialami. Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi melalui promosi sudah memberikan dampak positif terhadap kunjungan wisatawan namun, hasil dari promosi tersebut belum menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan lama tinggal wisatawan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti ialah peneliti sama-sama ingin mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam meningkatkan kunjungan terhadap objek wisata di daerahnya. Perbedaan dengan penelitian yang ingin dilakukan adalah peneliti melakukan penelitian di lokasi dan subjek yang berbeda.

Ketiga, penelitian dengan judul “Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Berau Kalimantan Timur Dalam Upaya Menjadikan Pulau Derawan Sebagai Tujuan Wisata” penelitian dengan judul tersebut ditulis oleh Diannor Mayasari (2014). Latar belakang dari penelitian ini adalah Wisata pulau derawan yang terletak di Kabupaten Berau Kalimantan Timur, memiliki potensi alam yang sangat indah namun, sayangnya belum banyak yang mengetahui tentang keindahan

pulau Derawan tersebut. Keindahan pulau Derawan terletak pada wisata lautnya yang memiliki memiliki spesies dan karang-karang yang unik dan terlengkap kedua setelah Raja Ampat. Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau di perlukan untuk melakukan pengembangan pariwisata. Dengan keindahan wisata laut yang dimiliki Pulau Derawan, tidak bisa dikenal masyarakat dan wisatawan begitu saja tanpa adanya promosi yang dilakukan. Oleh karena itu peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau perlu mempromosikan wisata pulau Derawan dengan strategi promosi yang matang. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan melakukan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya teknik wawancara, observasi di lapangan dan studi Pustaka untuk lebih menjelaskan penelitian yang dilakukan. Tujuan dari penelitian ini yaitu keingin tahuan penulis dalam bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Berau dalam mempromosikan Pulau Derawan sebagai objek wisata yang memiliki potensi alam yang menarik untuk dijadikan destinasi wisata. Hasil penelitian tersebut menghasilkan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau melakukan beberapa strategi promosi seperti melakukan berbagai kerja sama dari media elektronik sampai maskapai penerbangan serta membuat booklet dan memberi pemberdayaan kepada pelaku wisata di Pulau Derawan. Persamaan dari penelitian dengan penelitian penulis ialah peneliti sama-sama ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan pemerintah dalam mempromosikan objek wisata di daerahnya. perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti ialah berbeda dari lokasi dan subjek penelitiannya.

Keempat, penelitian dengan judul “Upaya Peningkatan Promosi Objek Wisata Bono di Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan”. Latar belakang penelitian ini adalah munculnya pesaing-pesaing baru dalam dunia wisata membuat para pengusaha bisnis objek wisata harus lebih inovatif dalam melakukan strategi, promosi, dan jaringan sehingga lebih banyak dikenal oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Peran promosi objek wisata Bono di Teluk Meranti bisa dikatakan sebagai salah satu ujung tombak pemasaran pariwisata, karena kegiatan promosi mempunyai fungsi sebagai wadah informasi baik pada pihak pengelola ataupun wisatawan yang berkunjung, kemudian sebagai wadah pembujuk dan pengingat bagi wisatawan tentang keberadaan destinasi wisata. penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, dan wawancara. Tujuan penelitian ini ialah bagaimana upaya pemerintah dalam peningkatan promosi objek wisata Bono di Teluk Meranti kabupaten pelalawan serta mengetahui apa saja yang menjadi penghambat pemerintah dalam melakukan promosi objek wisata bono. Hasil dari penelitian ini berupa pemerintah telah melakukan beberapa upaya strategi promosi dalam mempromosikan objek wisata bono seperti *advertising, sales promotion personal selling, public relation*, dan *direct marketing* dengan melakukan beberapa strategi promosi tersebut upaya peningkatan promosi objek wisata Bono di Teluk Meranti secara keseluruhan dinilai cukup baik. Dalam penelitian ini juga disebutkan hal-hal yang menjadi penghambat dalam meningkatkan promosi objek wisata Bono Teluk Meranti. Persamaan dari penelitian yang diteliti yakni memiliki kesamaan atas hal yang ingin diteliti yaitu bagaimana pemerintah daerah melakukan strategi promosi

pariwisata di daerahnya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Perbedaan dari penelitian yang telah ada dengan penelitian yang ingin diteliti yakni bedanya lokasi dan subjek yang diteliti.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Manajemen Strategis

Strategi adalah rencana umum dalam mencapai tujuan organisasi seperti pencapaian visi dan misi organisasi. Strategi ini bertujuan untuk memberikan arahan terpadu bagi organisasi dan memaksimalkan pendayagunaan sumber daya yang digunakan untuk mencapai tujuan. Menurut Halim Strategi adalah fenomena dimana cara organisasi/lembaga mencapai tujuannya, sesuai dengan peluang dan ancaman baik dari lingkup eksternal seperti lingkungan dan kemampuan internal seperti sumber dayanya. Secara umum, strategi diartikan suatu perencanaan yang dilakukan para pemimpin dengan fokus pada pencapaian tujuan jangka panjang yang dilengkapi dengan upaya untuk mewujudkan tujuan tersebut. Secara khusus, strategi dapat dipahami sebagai tindakan yang bersifat incremental (selalu meningkat) dan berkelanjutan, yang dijalankan berdasarkan persepsi atau pandangan mengenai harapan pelanggan. Maka dari itu, strategi hampir selalu bermula dari potensi dari kejadian, bukan dari kejadian yang sudah ada. Strategi dapat diartikan sebagai sebuah penempatan misi perusahaan. Untuk mencapai tujuan dan sasaran utama, organisasi merumuskan kebijakan dan strategi tertentu yang memanfaatkan kekuatan eksternal dan internal dalam

proses penetapan tujuannya, serta memastikan implementasinya dengan tepat.

Menurut Effendi(2005) hakikat strategi adalah sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan. Menurutnya strategi merupakan bentuk perencanaan atau rangkaian tindakan organisasi atau badan usaha untuk meraih target atau tujuan. Secara bahasa menurut kamus sosiologi strategi berasal dari Bahasa Inggris yaitu “strategy” yang berarti prosedur yang mempunyai alternatif pada tahap atau langkah. Menurut George A. Steiner dalam bukunya strategi berasal dari Bahasa Yunani yaitu “strategos” yang berarti jenderal, dengan begitu secara harfiah kata strategi berarti “seni para jenderal”. Kata ini merujuk pada hal-hal yang menjadi fokus utama manajemen puncak organisasi.

Menurut Coulter strategi merupakan sejumlah tindakan dan keputusan yang ditujukan untuk mencapai tujuan (*goal*) dan tetap memerhatikan sumber daya organisasi dan peluang serta hambatan yang dihadapi dalam lingkungan. Menurutnya strategi memiliki ciri-ciri utama diantaranya:

- a. *Goal directed action*, aktivitas yang memperlihatkan apa yang menjadi keinginan organisasi dan cara menerapkannya.
- b. Memerhatikan dan mempertimbangkan seluruh kekuatan internal (sumber daya).
- c. Memerlihatkan peluang dan tantangan.

Menurut Ahmad S. Adnanputra strategi adalah bagian dari sebuah rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk yang dihasilkan dari

suatu perencanaan (*planning*) dari pengertian tersebut akhirnya merujuk pada perencanaan adalah suatu fungsi dasar manajemen.

Menurut George R. Terry, manajemen merupakan proses yang mencakup pengarahan atau bimbingan sekelompok individu menuju pencapaian tujuan yang organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Pada hakikatnya manajemen secara luas adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya dalam sebuah organisasi demi mewujudkan tujuan secara efisien dan efektif. Pengertian dari manajemen strategis adalah sebuah seni sekaligus pengetahuan dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi berbagai keputusan yang disusun dan dikelola dengan mempertimbangkan berbagai sisi dan tujuannya supaya rencana tersebut dapat membawa manfaat positif bagi organisasi dalam jangka panjang.

Menurut David Fred R, proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap :

a. Perumusan Strategi

Perumusan strategis meliputi pengembangan pernyataan misi, pengenalan peluang serta ancaman eksternal, penyusunan strategi alternatif, penilaian kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, dan pemilihan strategi yang akan dijalankan.

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi melibatkan pemberlakuan tujuan program tahunan, perumusan kebijakan, pemberian motivasi kepada karyawan, serta pengalokasian sumber daya guna menjamin keberhasilan strategi yang telah direncanakan.

c. Evaluasi Strategi

Terdapat tiga tahapan evaluasi strategi yang mendasar:

- a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi yang dilakukan.
- b) Mengukur kinerja sumber daya.
- c) Mengambil tindakan korektif.

Manajemen strategi merupakan sejumlah keputusan dan tindakan yang dirancang untuk merumuskan strategi atau sejumlah keputusan dan tindakan yang efektif untuk mendukung pencapaian sasaran dan tujuan organisasi.

Menurut David J dan Thomas L. Wheelen, manajemen strategis adalah serangkaian tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan atau organisasi dalam jangka panjang. Adapun proses manajemen strategi menurut David J dan Thomas L. Wheelen, terdapat beberapa elemen dasar yakni:

a. Mengamati lingkungan (*Environmental Scanning*)

Mengamati lingkungan merupakan aksi monitoring faktor internal dan eksternal organisasi melalui konsep SWOT, kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*) dan ancaman (*threaths*).

b. Penyusunan Strategi (*Strategy Formulation*)

Penyusunan strategi dalam organisasi dilakukan untuk merancang rencana jangka panjang, mencakup penentuan visi dan misi, perumusan tujuan yang ingin dicapai, serta pengembangan strategi yang dituangkan ke dalam program dan pedoman sebagai pedoman dalam menjalankannya.

c. Pelaksanaan Strategi (*Strategy Implementation*)

Pelaksanaan strategi adalah proses menjalankan kebijakan yang dirancang sebelumnya melalui penyusunan program, anggaran, dan prosedur. Tentu setiap strategi dilaksanakan secara berbeda oleh masing-masing organisasi, disesuaikan dengan kondisi lingkungan tersebut.

d. Evaluasi atau Kontrol

Evaluasi atau kontrol dilakukan untuk menilai apakah jalannya organisasi telah sejalan dengan strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Maka dari itu, diperlukan pengawasan dari anggota internal maupun pihak ketiga.

1.6.2 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2013), analisis SWOT diartikan sebagai alat yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara terstruktur guna merancang strategi bagi perusahaan atau organisasi. Analisis ini berdasar pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dan secara bersama-sama dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Dalam proses pengambilan keputusan

strategis pengembangan visi, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan selalu berkaitan. Oleh karena itu, perencanaan strategis membutuhkan analisis terhadap faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, peluang, kelemahan, ancaman) berdasarkan kondisi yang sedang berlangsung. Proses ini dikenal sebagai analisis situasi.

Analisis SWOT paling sering digunakan dalam analisis situasi. Pendekatan ini mencoba menyeimbangkan aspek lingkungan internal berupa kelemahan dan ancaman, serta dari aspek lingkungan eksternal peluang dan kekuatan dari organisasi yang ada. Analisis SWOT bergantung pada kemampuan pembuat strategi untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang secara optimal, sekaligus meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada.

Adapun penjelasan mengenai SWOT menurut David dan Freddy Rangkuti, yaitu:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing. Umumnya kekuatan ini menggambarkan situasi suatu perusahaan yang unggul dalam pelaksanaan tugasnya karena sarana dan prasarana yang sangat memadai.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan yang menyebabkan perusahaan atau organisasi kurang menguntungkan,

sehingga berdampak pada kemampuan bersaing dengan para pesaing lainnya.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah analisis eksternal perusahaan yang membantu manajemen menemukan peluang atau kesempatan untuk menjalankan bisnis, sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan lebih besar.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting bersifat merugikan. Bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang dapat membantu manajemen mengenali tantangan yang sedang dihadapi maupun yang berpotensi muncul bagi suatu perusahaan.

Dengan dilakukannya analisis SWOT tersebut menjelaskan apakah informasi tersebut menunjukkan hal-hal yang mendukung perusahaan atau sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya atau justru mengidentifikasi hambatan yang perlu diatasi atau dikurangi agar memenuhi pemasukan yang diinginkan.

1.6.3 Strategi Promosi Pariwisata

Keberhasilan kegiatan *marketing* perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produknya, strategi yang efektif, pelayanan serta distribusi yang efisien, tetapi juga dipengaruhi oleh pemeliharaan hubungan yang berkelanjutan antara produsen dan konsumen. Kata promosi memberikan banyak arti. Namun, pada hakikatnya promosi ialah aktivitas

menginformasikan, meyakinkan, atau mengingatkan secara spesifik. Promosi adalah kegiatan penyampaian informasi kepada target pasar, mengenai produk, harga, dan lokasi penjualan yang dilakukan secara gencar agar target melakukan pembelian (Yoeti, 2000).

Menurut Lupioadi (2001), promosi merupakan salah satu dari bauran pemasaran, yang sangat krusial dalam perusahaan dalam memasarkan sebuah produk dan jasanya. Kegiatan promosi tidak sebatas berfungsi sebagai alat komunikasi antar perusahaan dengan konsumen, melainkan promosi juga menjadi sarana dalam menstimulasi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan barang dan jasa. Terdapat hal yang penting dalam kegiatan promosi, yaitu:

- a. Kegiatan promosi harus memiliki komunikator yang bertindak sebagai sender.
- b. Harus ada penerima dari informasi atau berita yang disampaikan oleh komunikator.
- c. Harus ada alat untuk menyampaikan pesan atau bertindak sebagai media penyalur berita.

Promosi pariwisata berkaitan erat dengan komunikasi dan publikasi yang bertujuan membentuk citra dari sektor pariwisata itu sendiri. Produk dari pariwisata itu sendiri merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan dan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan lokal maupun manca negara. Melalui promosi pariwisata, destinasi wisata berpotensi untuk dipromosikan

melalui berbagai media sebagai sarana publikasi untuk menarik minat wisatawan.

Adapun teknik promosi pariwisata menurut Suryana (2015), yaitu:

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan bidang barang dan jasa dengan tujuan memberikan informasi tambahan kepada konsumen mengenai barang atau jasa yang ditawarkan.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan aktivitas yang bertujuan meningkatkan keefektifan proses pembelian oleh konsumen maupun penjual melalui penggunaan alat-alat promosi seperti brosur, katalog, dan pameran.

3) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Kegiatan komunikasi antar produsen dan konsumen yang melibatkan pikiran dan perasaan secara langsung.

4) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Merupakan penyebaran informasi barang atau jasa yang di sebarluaskan ke publik melalui media massa tanpa pengawasan dari sponsor.

1.7 Definisi Konsep dan Operasionalisasi

Operasionalisasi konsep menurut Ismail (2015), sebuah proses memecahkan konsep-konsep penelitian menjadi komponen-komponen agar lebih mudah dipahami dan diukur. Peneliti menggunakan konsep teori manajemen strategis oleh David J Hunger dan Thomas L. Wheelen yang meliputi mengamati lingkungan (Environment Scanning); Penyusunan Strategi (Strategy Formulation); Pelaksanaan Strategi (Strategi Implementation); Evaluasi atau Control serta didukung dengan pendekatan analisis SWOT sebagai acuan utama. Adapun operasionalisasi konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1.3 Devinisi Konsep dan Operasionalisasi

Variabel Konseptual	Variabel Operasional	Indikator	Sumber
Mengamati Lingkungan (<i>Environment Scanning</i>)	Analisis internal dan eksternal objek wisata Pantai Manggar	- Kekuatan (Strengths) - Kelemahan (Weaknesses) - Peluang (Opportunities) - Ancaman (Threats)	Hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi; pendekatan SWOT

Penyusunan Strategi (<i>Strategy Formulation</i>)	Upaya Disporapar dalam merancang strategi promosi	- Memfasilitasi promosi pariwisata dalam dan luar negeri - Meningkatkan kunjungan wisatawan lokal dan internasional	Rencana Strategis Disporapar Kota Balikpapan
Pelaksanaan Strategi (<i>Strategy Implementation</i>)	Implementasi program kerja di lapangan berdasarkan rencana strategis	- Revitalisasi sarana dan prasarana - Pengembangan ekonomi kreatif	Rencana Strategis Disporapar; hasil wawancara dengan UPT & stakeholder
Evaluasi atau Pengendalian (<i>Evaluation/Control</i>)	Evaluasi strategi dan pelayanan	- Pelaksanaan program strategis - Rapat koordinasi internal (rakor)	Renstra Disporapar; data hasil wawancara

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menjelaskan bagaimana peneliti mengumpulkan serta menganalisis informasi dalam suatu topik atau isu. Metodologi dimaknai dengan bagaimana cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan kegunaan

sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2014). Dilihat dari sudut analisis menurut Saifuddin Azwar penelitian terbagi menjadi dua macam, yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif.

1.8.1 Desain Penelitian

Berdasarkan penelitian mengenai, Evaluasi Implementasi Strategi Promosi Pariwisata Kota Balikpapan Terhadap Objek Wisata Pantai Manggar penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif.

Peneliti menggunakan metode ini untuk menjelaskan fakta di lapangan, baik masalah maupun gejala yang ditemukan. Dalam penelitian kualitatif deskriptif, perumusan pertanyaan penelitian difokuskan oleh peneliti untuk mencapai pengumpulan data secara langsung. Mengacu pada definisi tersebut, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena peneliti bertujuan untuk menggambarkan secara nyata kondisi di lapangan serta menganalisis secara mendalam terkait strategi promosi yang dilakukan Pemerintah Kota Balikpapan.

1.8.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di wilayah Balikpapan Kalimantan Timur, yang bertepatan di Pantai Manggar Balikpapan

1.8.3 Subyek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sekelompok atau orang yang dimintai keterangan atau pendapat terhadap kenyataan yang terjadi. Berkaitan Evaluasi Implementasi Strategi Promosi Pariwisata Kota Balikpapan Terhadap Objek Wisata Pantai Manggar, guna mendapatkan informasi dan

data yang diperlukan, terdapat beberapa informan utama yang dijadikan sumber penulis sebagai sumber utama informasi data dari instansi terkait, diantaranya :

1. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata Kota Balikpapan
2. Kepala UPTD Pantai Manggar
3. Wisatawan Pantai Manggar
4. Pelaku usaha Pantai Manggar

1.8.4 Sumber dan Jenis Data

Dikarenakan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif maka data yang diperoleh dalam melakukan penelitian ini terbagi menjadi dua data yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data Primer merupakan data mentah yang diperoleh langsung dari sumber asli. Peneliti memperoleh data asli melalui observasi lapangan dan wawancara dengan objek penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung bagi data primer. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung. Data didapatkan melalui kepustakaan, dokumen yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang diteliti, kajian pustaka, pemahaman dari berbagai bahan bacaan seperti jurnal, makalah,

berita, media massa dan media cetak. Data ini nantinya menjadi pendukung bagi data primer yang sudah didapatkan.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan riset terdapat berbagai macam teknik pengumpulan data. Riset ini melakukan teknik pengumpulan data berupa observasi wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi atau pengamatan yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan, mengamati aktivitas yang berlangsung sesuai dengan kenyataan dan realita yang ada, guna memperoleh informasi secara aktual. Dalam melakukan observasi penulis melakukan pengamatan di kawasan Pantai Manggar Balikpapan.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan menerima informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini, peneliti mengajukan pertanyaan dan melakukan wawancara kepada Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kota Balikpapan, Kepala UPTD Pantai Manggar, Wisatawan Pantai Manggar dan pelaku usaha di Pantai Manggar

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan melakukan pendataan serta pemilihan dari data-data yang sudah ada.

Dokumentasi ini digunakan untuk melihat historis dan data yang sudah ada untuk membantu peneliti dalam melakukan riset mengenai topik yang diteliti. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, atau berupa gambar yang digunakan peneliti untuk menguatkan temuan hasil penelitian yang peneliti tulis.

1.8.6 Teknik Pengolahan Data

Analisis data merupakan tahapan dalam mengolah dan menyusun data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi secara sistematis kemudian data diorganisasikan ke dalam kategori tertentu, diuraikan menjadi unit-unit, dilakukan sintensa, disusun dalam pola, dilakukan pemilihan relevansi, lalu ditarik kesimpulan. Dalam melakukan analisis data dalam riset Evaluasi Implementasi Strategi Promosi Pariwisata Kota Balikpapan Terhadap Objek Wisata Pantai Manggar terdapat tiga teknik analisi data yang dapat digunakan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data

Tahapan dimana peneliti menyaring dan merangkum data yang telah dikumpulkan, kemudian memusatkan perhatian pada hal-hal utama yang penting. Reduksi data dilakukan untuk menyempurnakan analisis data dengan membuang data yang dianggap tidak penting atau mengekstrasi inti dari data yang dapat digunakan untuk penelitian. Tujuan dari reduksi data adalah untuk menajamkan, mengklasifikasikan, dan menyusun data yang

diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi guna menarik kesimpulan dan memvalidasinya dari penelitian (Subroto,1999).

2. Penyajian Data

Langkah penyajian data yang telah disederhanakan, biasanya penyajian data menggunakan metode penelitian kualitatif berbentuk teks naratif. Tujuan dari penyajian data untuk memudahkan pemahaman terhadap berbagai data penelitian yang diperoleh dan disajikan.

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah melakukan reduksi data dan penyajian data tahap terakhir dari proses penelitian yakni menarik kesimpulan dari rumusan masalah yang telah penulis tulis dan pertanyakan. Kesimpulan ini mempertegas data yang telah diperoleh dan menjelaskan secara menyeluruh dari data yang telah dianalisis.

1.8.7 Kualitas Data

Kualitas data merupakan ukuran dari kondisi data yang dinilai berdasarkan berbagai faktor seperti akurasi, kelengkapan, konsistensi, kendala, dan kebaruan. Mengukur tingkat kualitas data dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi kesalahan yang perlu diperbaiki serta menilai apakah data yang digunakan dalam penelitian sesuai untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau menyelesaikan masalah yang diteliti. Untuk menilai keakuratan data penelitian, peneliti menerapkan teknik triangulasi data dan

referensi. Triangulasi data melibatkan penggunaan berbagai sumber informasi, tenaga peneliti, teori, dan metode. Teknik ini juga dapat dianggap sebagai metode pengumpulan data yang mengintegrasikan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk meningkatkan kelengkapan dan ketepatan data. Proses triangulasi dilakukan dengan memeriksa dan membandingkan data yang dikumpulkan dengan berbagai sumber lain untuk memastikan dan meningkatkan keabsahan atau kebenaran informasi tersebut. Dengan menggunakan teknik triangulasi ini, diharapkan memperoleh data yang valid. Sementara itu, referensi berfungsi sebagai alat pendukung untuk membuktikan bahwa data yang diperoleh oleh peneliti adalah akurat.