

BAB 4

PENUTUP

41 Kesimpulan

Latar Belakang dibentuknya RIPPDA adalah sebagai landasan dalam pengembangan tempat wisata di Kota Bontang sehingga tercipta pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Evaluasi kebijakan RIPPDA dilakukan karena terdapat beberapa kebijakan dan program seperti pemasaran, pengelolaan pajak dan redistribusi objek wisata, serta beberapa produk hukum yang kurang sesuai dengan kebutuhan di lapangan. Terdapat 6 tahapan yang dilalui dalam melakukan proses evaluasi RIPPDA Kota Bontang, yaitu: pelaksanaan rapat untuk membahas tujuan dari kebijakan dan program RIPPDA, revisi dan *review* RIPPDA yang pertama, selanjutnya pengadaaan sidang paripurna dengan DPRD, tahap berikutnya dilakukan revisi dan *review* RIPPDA untuk yang kedua kalinya oleh DISPOPAR, langkah kelima yaitu melakukan *review* RIPPDA yang ketiga atau final oleh DPRD, dan tahap yang terakhir yaitu melakukan pengesahan RIPPDA.

Hasil evaluasi RIPPDA Kota Bontang ditelaah dari empat kebijakan dan program, yaitu: evaluasi kebijakan dan program destinasi pariwisata, evaluasi kebijakan dan program pemasaran pariwisata, evaluasi kebijakan dan program industri, serta evaluasi kebijakan dan program lembaga. Kendala yang ditemukan dalam kegiatan evaluasi RIPPDA yaitu: data Kota Bontang dan data pariwisata Kota Bontang tidak sesuai, kesulitan dalam melakukan susunan RAPERDA, kesulitan dalam menyesuaikan undang-undang terkait pembangunan nasional dan provinsi pariwisata daerah, serta kesulitan dalam menyesuaikan kebutuhan kebijakan dan program selama lima tahun

4.2 Saran

Berikut saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait diantaranya sebagai berikut:

1. Perlunya kebijakan/program dalam mengelola destinasi pariwisata Kota Bontang dengan baik, salah satunya dengan melakukan proses evaluasi secara menyeluruh untuk setiap program yang dijalankan.
2. Perlunya kebijakan/program pemasaran yang kreatif, inovatif, efektif, dan efisien melalui peningkatan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata setiap tahunnya. Pemerintah dan dinas pariwisata daerah setempat dapat mempertimbangkan mengikutsertakan mahasiswa dalam pemasaran pariwisata, karena mahasiswa adalah para remaja yang dekat dan selalu mengikuti perkembangan zaman.
3. Perlunya kebijakan/program industri yang mengarah pada inovasi dan produk ikonik yang dapat mengundang keinginan pengunjung untuk dapat memiliki produk tersebut.
4. Perlunya kebijakan/program lembaga yang dapat mengembangkan sumber daya kelembagaan tingkat kota yang lebih efektif serta dapat mengembangkan organisasi birokrasi, organisasi swasta, pendidikan, profesi dan organisasi masyarakat tingkat kota yang mendukung pembangunan kepariwisataan.