

PROSPEK DEVELOPMENT AND VISITOR'S MANAGEMENT GUNUNG TAMBORA SEBAGAI TAMAN NASIONAL DI KABUPATEN BIMA

Oleh : MUHAMMAD SAUKI, S.IP.,MA
MUHAMAD IPTIDAIYAH, SE, MM
(Program Studi Ilmu Administrasi Negara)
email: sauki_stisip@yahoo.co.id

Judul penelitian ini adalah : ***“Prospek Development And Visitor's Management Gunung Tambora Sebagai Taman Nasional Di Kabupaten Bima***. Dengan tujuan : 1) untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima, 2) Untuk mengetahui 2. Strategi apakah yang menjadi prioritas dalam mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tamborapada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima, dan 3) Untuk mengetahui 3. Untuk mengetahui Alternatif strategi yang paling tepat dikembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tamborapada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Sampel di ambil dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang merupakan pengelola yang diserahi tanggung jawab untuk mengelola obyek wisata secara langsung. Tehnik penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini selain menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. (d) Tehnik analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian bahwa : pertama; kondisi lingkungan internal dan eksternal mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima meliputi : Lingkungan internal terdiri dari; potensi obyek wisata alam, partisipasi dan dukungan masyarakat sekitar kawasan Gunung Tambora, dukungan infrastruktur transportasi jalan dan jembatan, dukungan pelaku ekonomi di sekitar kawasan Gunung Tambora, dan kedua; lingkungan eksternal, meliputi : Kebijakan Pemerintah daerah pengembangan kawasan wisata Gunung Tambora, Wisatawan domestic/nasional maupun mancanegara, serta kegiatan event budaya terkait dengan Tambora Menyapa Dunia, kedua; Strategi yang menjadi prioritas dalam mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima, melalui Destinasi Bentang Tambora saat ini di dominasi oleh wisata alam dan wisata sejarah dan wisatawan dapat melakukan camping ground, belajar mengolah kopi, melihat situs arkeologi sisa letusan gunung Tambora tahun 1815, sampai wisata air terjun atau wisata panen madu yang unik. Dan Ketiga; Alternatif strategi yang paling tepat dikembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tamborapada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima, meliputi : Promosi , khususnya ke luar negeri mengenai potensi pariwisata yang ada di Bima, b. Bekerjasama dengan daerah lain yang telah berkembang dengan pesat pariwisatanya, misalnya Bali, c. Menumbuh kembangkan biro-biro perjalanan umum daerah, d. Mengikuti event-event dalam skala nasional dan internasional untuk memperkenalkan obyek wisata, e. Pengadaan buku-buku panduan pariwisata daerah seperti brosur, buklet dan lain-lain

Kata kunci: Development and visitor's management

PENDAHULUAN

Kawasan Gunung Tambora berada di Pulau Sumbawa dan secara administratif terletak di Kabupaten Bima dan Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat. Ada zonasi wilayah seperti cagar alam berupa *landscape* alamiah yang harus dilindungi dan tidak boleh dijamah manusia kecuali untuk penelitian. Selain itu, zona suaka margasatwa yang banyak aneka ragam satwanya terutama burung atau jenis Aves. Zona lainnya ialah zona pemanfaatan wisata yang merupakan jasa lingkungan baik untuk wisata dan juga nanti bisa dilihat lagi bila banyak potensi listrik dari mikrohidro air terjun. Zona lainnya ialah zona taman buru. Total luas Taman Nasional Gunung Tambora seluruhnya adalah 71.644 Ha yang terdiri dari cagar alam seluas 23.840 Ha, suaka margasatwa seluas 21.674 Ha dan taman buru seluas 26.130 Ha..

Pada prinsipnya pengembangan wisata alam disamping memberikan dampak ekonomis tidak boleh menimbulkan gangguan terhadap kondisi alam itu sendiri seperti pencemaran kerusakan lingkungan, gangguan terhadap ekosistem atau menghilangkan daya tarik dari kawasan konservasi. Gangguan terhadap kondisi alam tidak hanya dapat ditimbulkan oleh para wisatawan tetapi juga oleh masyarakat yang tinggal dan menggantungkan hidupnya didalam kawasan alam wisata tersebut. Oleh karena itu pengembangan wisata alam diharapkan mampu memberikan multiplier efek positif dan peluang meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat dikawasan wisata.

Penjelasan yang terurai diatas merupakan pengkajian dokumen yang normatif dan hal lain yang melatarbelakangi penelitian ini adalah bahwa sampai saat ini belum ada studi maupun kajian ilmiah, khususnya di Kabupaten Bima tentang penetapan Gunung Tambora, sehingga hal ini sangat penting bagi penulis untuk

mengambil topik penelitian "Prospek Development and Visitor's Management Gunung Tambora Sebagai Taman Nasional di Kabupaten Bima. Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang diajukan terumuskan sebagai berikut : (1.) Bagaimanakah kondisi lingkungan internal dan eksternal mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima? (2) Strategi apakah yang menjadi prioritas dalam mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima? Dan (3) Alternatif strategi yang paling tepat dikembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima? Tujuan penelitian, yaitu : (1) Untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima. (2) Untuk mengetahui Strategi yang menjadi prioritas dalam mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima. Dan (3) untuk mengetahui Alternatif strategi yang paling tepat dikembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management di Kabupaten Bima. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam dalam mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek development and visitor's management. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sasaran prospek development and visitor's management gunung tambora sebagai

taman nasional, baik secara internal maupun eksternal.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep *Development and Visitor's Management*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),

Pengelolaan adalah proses, cara, perbuatan mengelola; proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain; proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi; proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. (1990).

Dalam arti umum, manajemen diartikan sebagai kelompok khusus orang-orang yang tugasnya mengarahkan daya upaya dan aktivitas orang lain pada sasaran yang sama. Secara singkat, manajemen adalah menjalankan sesuatu melalui orang lain.

Menurut George R. Terry, Manajemen adalah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasi-an, pelaksanaan, dan pengendalian yang masing-masing bidang tersebut digunakan baik ilmu pengetahuan maupun keahlian dan yang diikuti secara berurutan dalam rangka usaha mencapai sasaran yang telah ditetapkan semula. (1985).

Dari pengertian tentang manajemen, maka yang dimaksud dengan pengelolaan dalam pengamatan ini adalah mengacu pada proses mengkoordinasi dan mengintegrasikan kegiatan-kegiatan kerja agar diselesaikan secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain..

Tinjauan Objek Wisata

Menurut M. Ngafenan (1997), "Obyek Wisata adalah segala obyek yang dapat menimbulkan daya tarik bagi para wisatawan untuk dapat mengunjunginya.

Misalnya keadaan alam, bangunan bersejarah, kebudayaan dan pusat-pusat rekreasi modern".

Dalam buku Istilah-Istilah Dunia Pariwisata (2001), Obyek Wisata adalah:

Pada garis besarnya berwujud obyek, barang-barang mati atau statis, baik yang diciptakan oleh manusia sebagai hasil seni dan budaya, ataupun yang berupa gejala-gejala alam, yang memiliki daya tarik kepada para wisatawan untuk mengunjunginya agar dapat menyaksikan, mengagumi, menikmati, sehingga terpenuhilah rasa kepuasan wisatawan-wisatawan itu sesuai dengan motif-motif kunjungannya.

Istilah-istilah yang berkaitan dengan obyek wisata, antara lain sebagai berikut:

a. Obyek Wisata

Perwujudan ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya, sejarah bangsa, keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

b. Obyek Wisata Alam

Obyek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan dan kekayaan alam.

c. Obyek Wisata Budaya

Obyek yang daya tariknya bersumber pada kebudayaan, seperti peninggalan sejarah, museum, atraksi kesenian, dan obyek lain yang berkaitan dengan kebudayaan.

d. Obyek Wisata Tirta

Kawasan perairan yang dapat digunakan baik untuk rekreasi maupun untuk kegiatan olahraga air. Dilengkapi dengan fasilitas antara lain untuk :

1. Menyelam
2. Berselancar
3. Memancing
4. Berenang
5. Mendayung.

Ada beberapa hal yang berhubungan dengan obyek wisata, diantaranya : (1997).

a. Wisatawan

Menurut Oka A. Yoeti, Istilah wisatawan harus diartikan sebagai seseorang, tanpa membedakan ras, kelamin, bahasa dan

agama, yang memasuki wilayah suatu negara yang mengadakan perjanjian yang lain daripada negara dimana orang itu biasanya tinggal dan berada disitu kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan, di dalam jangka waktu 12 bulan berturut-turut, untuk tujuan non-imigran yang legal, seperti perjalanan wisata, rekreasi, olahraga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ibadah keagamaan atau urusan usaha (business).

Menurut WTO (World Tourism Organization) Wisatawan (tourist) adalah seorang pengunjung untuk sekurang-kurangnya satu malam tetapi tidak lebih dari satu tahun dan yang dimaksud utama kunjungannya adalah tidak lain dari melaksanakan suatu kegiatan yang mendatangkan penghasilan dari negeri yang dikunjunginya.

b. Atraksi Wisata

Atraksi wisata biasanya berwujud peristiwa, kejadian, baik yang terjadi secara periodik, ataupun sekali saja; baik yang bersifat tradisional, ataupun yang telah dilembagakan dalam kehidupan masyarakat modern, kesemuanya itu mempunyai daya tarik yang positif kepada para wisatawan untuk mengunjungi, menyaksikan dan menikmati, sehingga memberikan kepuasan maksimal bagi motif-motif para wisatawan yang telah tergerak untuk mengunjunginya.

c. Daya Tarik Wisata

Selain ada obyek dan atraksi wisata, suatu daerah tujuan wisata juga harus mempunyai daya tarik. Suatu daya tarik wisata harus mempunyai tiga syarat, yaitu : 1. Ada sesuatu yang bisa dilihat (something to see), 2. Ada sesuatu yang dapat dikerjakan (something to do), 3. Ada sesuatu yang bisa dibeli (something to buy).

Ketiga syarat ini merupakan unsur-unsur untuk mempublikasikan pariwisata. Seorang wisatawan yang datang ke suatu daya tarik wisata dengan tujuan untuk memperoleh manfaat dan kepuasan. Manfaat dan kepuasan tersebut dapat diperoleh apabila suatu daya tarik wisata mempunyai daya tarik.

Hal-hal yang dapat menarik orang untuk berkunjung ke suatu daya tarik wisata antara lain dapat dirinci sebagai berikut :

- 1) Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta (natural amenities), yaitu iklim, bentuk tanah dan pemandangan (land configuration and landscape), hutan belukar (the sylvan elements), fauna dan flora, pusat-pusat kesehatan (health center).
- 2) Hasil ciptaan manusia (man made supply), berupa benda-benda bersejarah, kebudayaan dan keagamaan (historical, cultural, and religious).
- 3) Tata cara hidup masyarakat (the way of life), kebiasaan hidup, adat-istiadat dan tata cara masyarakat merupakan daya tarik bagi wisatawan.

d. Pelayanan Wisata

Pelayanan adalah faktor utama dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Salah satu faktor yang menentukan dalam pelayanan adalah kesiapan sarana dan prasarana kepariwisataan (1997), meliputi :

1. Prasarana

2. Sarana Wisata

Development and Visitor's Management Obyek Wisata

Dalam kepariwisataan yang merupakan satu industri yang kompleks, maka organisasi-organisasi pariwisata nasional, khususnya di Negara-negara penerima wisatawan, harus ditata, diorganisasi dan dijalankan menurut konsep-konsep manajemen dan pemasaran ilmiah modern, seandainya tujuan-tujuan nasional untuk meningkatkan pertumbuhan pariwisata ingin dicapai.

Menurut Salah Wahab dalam bukunya Manajemen Kepariwisata, manajemen itu meliputi lima unsur pokok baik dalam pemikiran dasarnya maupun dalam penerapannya, yaitu : (1989).

a. Pengorganisasian

b. Perencanaan

c. Motivasi

d. Penempatan Personal dan Penggerakannya.

e. Koordinasi dan Pengawasan

Berbagai fungsi manajemen ini dapat diterapkan pada sektor yang dapat dikaji disetiap jenis usaha dalam bidang perindustrian, pertanian, jasa-jasa atau pariwisata. Ketiga alat utama manajemen adalah keuangan, produksi dan pemasaran. Hal biasa yang berkaitan dengan ketiganya ini tentu saja manajemen kepegawaian dan lapisan perekatnya tentu saja administrasi sebagai konsekuensi wajar yang diperlukan.

Fungsi-fungsi manajemen ini tentu saja dikaji dan ditangani secara berbeda pada berbagai sektor dan usaha, serta hal ini bergantung pada seni pengelolaan manajer maupun hakikat sektor usaha yang ditekuninya serta penekanan alat-alat manajemen yang didahulukan. Situasi lingkungan ekstern dan intern badan usaha membawa tekanan yang dapat menjadi suatu unsur penting untuk kesuksesan atau kegagalan. Sekali lagi, bakat manajemen dari pimpinan tertinggi badan usaha itu memainkan peranan utama dalam konteks ini.

Pariwisata adalah perpindahan sementara orang-orang dari berbagai macam tempat tinggal, iman dan agama, dan yang mempunyai pola hidup yang berbeda, beragam harapan, banyak jenis kesukaan dan hal-hal yang tidak disukai serta motivasi-motivasi yang tidak dapat dibuat standarnya karena kesemuanya ini adalah ungkapan pikiran dan endapan perasaan serta tingkah laku yang berubah dalam jangka panjang menurut tempat dan waktu. Karena itu, pariwisata adalah suatu gejala yang sangat sensitif yang memerlukan cara penanganan yang berbeda.

Penataan dan penanganan organisasi pariwisata sebagai suatu sektor ekonomis, dalam arti pimpinan harus merumuskan sumber-sumber yang tersedia dan mengaturnya secara berdaya guna dan tepat guna. Hal ini memerlukan suatu pengkajian yang terus-menerus mengenai fungsi-fungsi dan penyesuaian organisasi pariwisata di negara itu (organisasi pariwisata nasional,

berbagai asosiasi profesi pariwisata dan badan-badan usaha pariwisata) dengan teknik dan perilaku lembaga-lembaga yang begitu cepat berkembang dan berubah. Hal ini pada akhirnya akan lebih mengarah pada suatu organisasi yang terpola menurut sistem berpikir manajemen.

Dari uraian-uraian diatas, maka yang dimaksud dengan pengelolaan obyek wisata adalah mengembangkan pariwisata dengan melakukan inventarisasi semua sumber khasanah wisatanya yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan wisata kemudian mencoba untuk mengenali dan mengklasifikasikannya yang kemudian dilanjutkan dengan membuat suatu evaluasi yang realistis. Sasaran utamanya yakni untuk meyakinkan secara baik mengenai pemanfaatan sumber-sumber pariwisata dengan mempertimbangkan nilai bobotnya pada jajaran persaingan yang dihadapi. Hal ini tidak berarti hanya merupakan penilaian yang abstrak tetapi suatu evaluasi yang dites kebenarannya dengan produk wisata pesaing dengan memperhatikan kecenderungan dan ciri-ciri khas permintaan pariwisata yang mempersyaratkan dan mengarahkan pembangunan prasarana dan sarana wisata yang tidak dapat diciptakan terlepas dari kebutuhan-kebutuhan dan selera-selera permintaan pariwisata.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam proses penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif. Penelitian ini mengambil lokasi di Dinas Pariwisata Kabupaten Bima dan Kawasan Gunung Tambora. Pengambilan sampel dalam pengamatan ini dengan menggunakan Purposive Sampling. Menurut Sutopo (2002) "Purposive Sampling adalah jenis teknik cuplikan dengan kecenderungan peneliti untuk memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap".

Sampel di ambil dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bima yang merupakan pengelola yang disertai tanggung jawab untuk mengelola obyek wisata secara langsung. data dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan macam data (meliputi data primer dan sekunder). Sumber data primer diperoleh dari kuesioner, pengamatan langsung di lapangan dan dokumentasi. Sumber data sekunder diperoleh dari instansi terkait. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif dengan menggunakan pendekatan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Bima terletak di ujung timur Propinsi Nusa Tenggara Barat

bersebelahan dengan Kota Bima (pemekaran dari Kabupaten Bima). Terletak diantara: 1180 44" – 1190 22" BT dan 080 08" – 08 057" LS., dengan batas-batas sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Laut Flores
- Sebelah Timur : Selat Sape
- Sebelah Selatan : Samudera Indonesia
- Sebelah Barat : Kabupaten Bima

Lebih jelasnya dapat dilihat pada Peta 1.2 Peta Batas Administrasi Kabupaten Bima

Luas wilayah daratan Kabupaten Bima adalah 438.940 ha atau 4.389,40 Km². Adapun luas wilayah menurut kecamatan sebagai berikut:

Tabel 5.1 Luas Wilayah Kabupaten Bima Menurut Kecamatan

No	Kecamatan	Luas (km ²)
1	Monta	227,52
2	Parado	261,29
3	Madapangga	237,58
4	Woha	105,57
5	Belo	44,76
6	Langgudu	322,94
7	Wawo	132,29
8	Sape	232,12
9	Lambu	404,25
10	Wera	465,32
11	Ambalawi	180,65
12	Donggo	123,83
14	Tambora	627,82
15	Bolo	66,93
16	Soromandi	341,66
17	Lambitu	65,40
18	Palibelo	71,58
Total		4.389,400
Luas Wilayah Pulau Sumbawa		15.414,50
Luas Wilayah NTB		20.153,15

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bima

Jumlah penduduk suatu wilayah dipengaruhi oleh faktor kelahiran, kematian dan migrasi/ perpindahan penduduk. Jumlah penduduk Kabupaten Bima terus mengalami peningkatan dengan laju pertumbuhan 1,11% per tahun hingga pada tahun 2016 jumlah penduduk Kabupaten Bima sebanyak 473.890 orang yang terdiri dari 235.917 laki-laki dan 237.973 perempuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama; analisis kondisi lingkungan internal dan eksternal mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek *development and visitor's management* di Kabupaten Bima yang mencakup : Lingkungan internal potensi obyek wisata alam gunung tambora, partisipasi dan dukungan masyarakat di kawasan Gunung Tambora

dan dukungan infrastruktur transportasi jalan di Kawasan Gunung Tambora , kedua; Lingkungan eksternal, terdiri dari : dukungan Kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Bima dalam pengembangan kawasan Gunung Tambora, dukungan wisatawan domestic, nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke kawasan Gunung Tambora serta kegiatan event budaya dalam kegiatan Tambora Menyapa Dunia. Kedua; Strategi yang menjadi prioritas dalam mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek *development and visitor's management* di Kabupaten Bima, yaitu dimana Destinasi Bentang Tambora saat ini di dominasi oleh wisata alam dan wisata sejarah. Namun, ke depan dapat dikembangkan beberapa alternatif destinasi wisata, seperti wisata budaya

atau agro wisata. Perkebunan kopi dapat menjadi spot utama di wilayah Tambora selain kaldera Tambora. Disini wisatawan dapat melakukan camping ground, belajar mengolah kopi, melihat situs arkeologi sisa letusan gunung Tambora tahun 1815, sampai wisata air terjun atau wisata panen madu yang unik. Sebaran situs cagar budaya yang masih bertahan sampai saat ini adalah bangunan kuno peninggalan swedia; bangunan kantor, pabrik kopi, gedung bola, dan perumahan dan situs arkeologi. Setelah menikmati berbagai suguhan spot-spot menarik di kebun kopi dan situs – situs, wisatawan dapat menuju pulau Satonda. Pulau ini menjadi bagian sejarah Tambora dengan beragam kekayaan alam yang masih terjaga. Jika wisatawan ingin menginap di satonda, disini tersedia penginapan dengan kisaran harga mulai Rp. 800.000 – Rp. 1.500.000 perhari. Selain itu, jika wisatawan ingin bersantai, dapat juga mendirikan tenda-tenda sepanjang pantai. Ketiga; Upaya untuk pelaksanaan informasi dan promosi pengembangan wisata Gunung Tambora sudah dapat dikatakan telah dilaksanakan oleh pemerintah daerah kabupaten Bima. Adapun rencana dan realisasi pengembangan potensi Gunung Tambora dari aspek promosi adalah sebagai berikut:

- Promosi , khususnya ke luar negeri mengenai potensi pariwisata yang ada di Bima,
- Bekerjasama dengan daerah lain yang telah berkembang dengan pesat pariwisatanya, misalnya Bali,
- Menumbuh kembangkan biro-biro perjalanan umum daerah,
- Mengikuti event-event dalam skala nasional dan internasional untuk memperkenalkan obyek wisata,
- Pengadaan buku-buku panduan pariwisata daerah seperti brosur, buklet dan lain-lain.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, sbb ;

1. Analisis kondisi lingkungan internal dan eksternal mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek *development and visitor's management* di Kabupaten Bima mencakup obyek wisata alam gunung tambora, partisipasi dan dukungan masyarakat di kawasan Gunung Tambora dan dukungan infrastruktur transportasi jalan di Kawasan Gunung Tambora dan dukungan Kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Bima dalam pengembangan kawasan Gunung Tambor, dukungan wisatwan domestic, nusantara dan mancanegara yang berkunjung kekawasan Gunung Tambora serta kegiatan event budaya dalam kegiatan Tambora Menyapa Dunia.
2. Strategi yang menjadi prioritas dalam mengembangkan Pariwisata Taman Nasional Gunung Tambora pada aspek *development and visitor's management* di Kabupaten Bima, meliputi Destinasi Bentang Tambora yang terdiri dari wisata alam dan wisata sejarah yang menjadi obyek wisata dan daya tarik bagi para wisatawan local, domestika dan mancanegara.
3. Upaya untuk pelaksanaan informasi dan promosi pengembangan wisata Gunung Tambora sudah dapat dikatakan telah dilaksanakan oleh pemerintah daerah kabupaten Bima. Meliputi : a. Promosi, b. Bekerjasama dengan daerah lain c. Menumbuh kembangkan biro-biro perjalanan umum daerah, d. Mengikuti event-event dalam skala nasional dan internasional untuk memperkenalkan obyek wisata, e. Pengadaan buku-buku panduan pariwisata daerah seperti brosur, buklet dan lain-lain.

Saran-Saran

1. Diharapkan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Bima untuk dapat memberikan perhatian yang cukup besar dalam

pengelolaan potensi ini sebagai penawaran kepada wisatawan Kabupaten Bima bersama-sama dengan pengusaha di bidang akomodasi dan restaurant menata, mempromosikan dan memasarkan obyek wisata Gunung Tambora. Hal ini terkait dengan upaya Pemerintah, pengembangan obyek wisata Gunung Tambora misalnya adanya program rencana pengembangan fisik maupun non fisik obyek wisata Gunung Tambora.

2. Walaupun berdasarkan hasil penelitian optimalisasi pendayagunaan kebudayaan sebagai daya tarik wisata (*tourist attraction*) dalam bentuk obyek wisata maupun atraksi wisata akan memberikan peluang bagi perkembangan pariwisata di kabupaten Bima umumnya, dan obyek wisata Gunung Tambora khususnya. Unsur-unsur kebudayaan yang ditawarkan dalam bentuk atraksi yang ada dan dapat dikembangkan di kawasan wisata Gunung Tambora, serta dapat menarik wisatawan untuk datang adalah atraksi alam dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

Fahmi, Irham, 2013. Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi. Bandung: CV Alfabeta.

Hasan, F. 2004. Pembangunan Berwawasan Budaya. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.

Heene, Aimè dkk, 2010. Manajemen Strategik Keorganisasian Publik. Bandung: PT Refika Aditama: Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L, 2003. Manajemen Strategis. Yogyakarta: Andi.

Hutabarat, Jemsly dan Martani, Huseini, 2006. Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer, Strategik di Tengah Operasional. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Kurniawan, Fitri Lukiastuti dan Hamdani, Muliawan, 2000. Manajemen Strategik

dalam Organisasi. Yogyakarta: MedPress.

Mintzberg, Henry. dkk, 2003. The Strategy Process. Edisi Keempat. New Jersey: Upper Saddle River.

Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya, 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.

Pitana, I Gde. 2002. Pariwisata, Wahana Pelestarian Kebudayaan dan Dinamika Masyarakat Bali. Denpasar Bali : Universitas Udayana.

Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary, 2009. Manajemen. Edisi Kedelapan. Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang.

Salusu, J. 2015. Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sedarmayanti, 2014. Manajemen Strategi. Bandung: PT Refika Aditama.

Siagian, Sondang P, 2003. Manajemen Strategik. Jakarta: Bumi Aksara.

Siswanto, Victorianus Aries, 2011. Strategi dan Langkah-langkah Penelitian. Pekalongan: Graha Ilmu.

Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: CV Alfabeta.

Tika, Zainuddin, 2012. Bantaeng Butta Toa. Lembaga Kajian & Penulisan Sejarah Budaya Sulawesi Selatan.

T. Tikson, Deddy Dkk. 2003. Modul Mata Kuliah Manajemen Strategi. Jurusan Ilmu Administrasi Fisip Unhas

Umar, Husein. 2013. Desain Penelitian Manajemen Strategik. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Peraturan Perundang-Undangan :
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
Peraturan Daerah Nomor 26 Tahun 2007 Tentang Pembentukan Organisasi, Tugas Pokok dan Fungsi dan Kedudukan Dinas-dinas daerah.
Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2009 tentang Rencana Pembangunan Jangka

Panjang Daerah (RPJPD) Kabupaten
Bantaeng tahun 2005– 2025.
Peraturan Bupati Bima Nomor 19 Tahun
2010 tentang Tugas Pokok, Fungsi dan

Uraian Tugas Jabatan Struktural Dinas
Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten
Bima.