



### PERAN MANAJEMEN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN BOALEMO PADA SEKTOR PROMOSI POTENSI PARIWISATA

Muhammad Rifai<sup>1</sup>

Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, Jl. Sultan Hasanuddin No.20 Sinjai  
Korespondensi Penulis.Email/Tlp: [andirifai2070@gmail.com](mailto:andirifai2070@gmail.com) /082346805918

#### Abstrak

Industri pariwisata adalah sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) posisi potensi industri pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), (2) promosi pemasaran potensi industri pariwisata terkait dengan peningkatan PAD (3) hubungan antara promosi pemasaran dengan peningkatan PAD oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Kebudayaan dan Kepariwisata Kabupaten Boalemo. Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed method. Teknik pemilihan informan dan responden dilakukan secara purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, studi dokumentasi dan kuesioner. Data kualitatif dianalisis dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, sedangkan data kuantitatif dianalisis dengan uji korelasi product moment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) posisi potensi industri pariwisata Kabupaten Boalemo terdiri dari : Kelompok industri yang berkontribusi secara langsung terhadap PAD, Kelompok industri yang belum berkontribusi terhadap PAD yaitu makanan dan minuman khas Boalemo serta home industry ; (2) pemerintah Kabupaten Boalemo masih memusatkan aktivitas promosinya pada wilayah public relations ; (3) Adanya kesadaran yang dimiliki masyarakat Kabupaten Boalemo mengenai pentingnya promosi potensi industri pariwisata menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan. Namun hubungan tersebut masih berada dalam kategori “sedang” yang menunjukkan upaya promosi potensi industri pariwisata masih kurang efektif dalam proses komunikasinya.

**Kata kunci:** Komunikasi Pemasaran, Bauran Promosi, Model AIDA, Industri Pariwisata

#### Abstract

The tourism industry is a potential sector to be developed as one of the sources of Regional Original Revenue (PAD), this study aims to determine (1) the potential position of the tourism industry in increasing Regional Original Revenue (PAD), (2) promotion of the marketing potential of the tourism industry related to increasing PAD (3) the relationship between marketing promotion and increasing PAD by the Office of Communication, Information, Culture and Tourism of Boalemo Regency. This research uses a mixed method approach. The technique of selecting informants and respondents was done by purposive sampling. Data is collected through interviews, observations, documentation studies and questionnaires. Qualitative data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, while quantitative data were analyzed by product moment correlation test. The results of the study show that: (1) the potential position of the Boalemo Regency tourism industry consists of: Industry groups that contribute directly to PAD, Industry groups that have not yet contributed to PAD, namely Boalemo typical food and beverage and home



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

industries; (2) the Boalemo District government is still focusing its promotional activities on the area of public relations; (3) The awareness that Boalemo Regency has about the importance of promoting the potential of the tourism industry shows a positive and significant relationship. However, this relationship is still in the category of "moderate" which shows that efforts to promote the potential of the tourism industry are still less effective in the communication process.

**Keywords:** Marketing Communication, Promotion Mix, AIDA Model, Tourism Industry

### 1. Pendahuluan

Kegiatan komunikasi, yang dilakukan oleh organisasi penyelenggara pariwisata (destinasi) yang berusaha mempengaruhi khalayak atau pasar wisatawan yang merupakan tumpuan atau sasaran dari penjualan produk wisatanya (Sunaryo, 2013). Cirikovic (2014), juga mengungkapkan bahwa promosi sebagai bauran pemasaran dimaksudkan untuk memberikan dukungan dalam penempatan produk di pasar pariwisata. Hasan dkk (2015), mengungkapkan pentingnya strategi promosi (*promotion tools*) dalam industri pariwisata. Sementara Payangan (2014), lebih lanjut menguraikan bahwa, bagi daerah seperti kabupaten atau kotamadya, perlu perencanaan strategi promosi secara terpadu yang mungkin dapat diterapkan pada daerah tersebut. Promosi tersebut harus diciptakan untuk meyakinkan bahwa wisatawan dalam suatu target pasar tertentu dapat mengetahui secara persis apa yang ditawarkan oleh suatu daerah.

Aspek komunikasi pemasaran dalam implementasi promosi potensi industri pariwisata merupakan bagian yang memiliki peranan cukup penting sebagaimana yang diutarakan Prisgunanto (2006), komunikasi pemasaran adalah "Semua dari *marketing mix* yang melibatkan komunikasi antar organisasi/perusahaan dan target audiens elemen-elemen pada segala bentuknya yang ditujukan untuk *performance marketing*". Manfaat yang diperoleh dalam pelaksanaan Komunikasi pemasaran yang terintegrasi (*Integrated Marketing Communications*) meliputi (Tjiptono, 2006), "Terciptanya konsistensi pesan, integritas kreatif, pemanfaatan media secara lebih optimal, efisiensi operasional, penghematan biaya, dampak komunikasi yang lebih besar dan terukur, dan akuntabilitas program Komunikasi pemasaran". Uraian Komunikasi pemasaran tersebut menitikberatkan pelaksanaan komunikasi dalam kegiatan bauran promosi yang dilaksanakan secara terintegrasi dengan memanfaatkan media komunikasi dalam rangka mencapai sasaran pengembangan potensi industri pariwisata.

Sejauh ini perkembangan kepariwisataan di Kabupaten Boalemo terbilang mengalami peningkatan jika dilihat dari segi jumlah kunjungan wisatawan. Perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara selama 5 (lima) tahun terakhir yaitu dari tahun 2011 sampai dengan 2016 terjadi peningkatan yang signifikan. Peningkatan juga terjadi pada sektor industri. Sekalipun tidak ditemukan secara jelas khusus untuk industri pariwisata, namun secara umum nilai produksi industri di Kabupaten Boalemo mengalami peningkatan dari tahun 2009-2015. Kondisi yang sama juga terjadi pada Pendapatan Asli Daerah (BPS Kabupaten Boalemo, 2015).

Jika diamati dari segi beberapa aspek umum tersebut memang terjadi peningkatan, namun lain halnya jika dilihat dari segi kontribusi kepariwisataan terhadap PAD Kabupaten Boalemo. Data penerimaan pajak hotel, rumah makan dan tempat rekreasi dari tahun 2009-2015. menunjukkan kondisi fluktuatif untuk industri hotel dan tempat rekreasi. Meski terjadi peningkatan penerimaan pajak, namun kadang tidak melampaui dari target yang ditetapkan.

Kondisi ini bukannya tidak disadari oleh pihak dinas terkait. Perubahan nomenklatur menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif belum diikuti dengan



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

perubahan nomenklatur SKPD yang masih bernama Dinas Komunikasi Informatika Kebudayaan dan Kepariwisata. Akibatnya, fungsi koordinasi untuk ekonomi kreatif masih tersebar di beberapa SKPD terkait. Hal ini menyebabkan kurang terkoordinasinya antara pengembangan destinasi pariwisata dengan industri pariwisata.

Penelitian ini kiranya menjadi menarik mengingat berdasarkan tantangan dan peluang, khususnya di bidang kepariwisataan, Pemerintah Kabupaten Boalemo melalui Diskominbudpar bertekad mengembangkan kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang berdaya saing dan berkelanjutan serta sesuai dengan nilai-nilai yang tumbuh dan berkembang di masyarakat dengan menargetkan kontribusi kepariwisataan terhadap PAD meningkat sebesar 10%. Oleh karena itu, penulis tertarik menganalisis komunikasi promosi pemasaran potensi industri pariwisata di Kabupaten Boalemo. Analisis ini akan dilakukan dengan melihat kontribusinya terhadap peningkatan PAD sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Dimata dunia Kabupaten Boalemo, Potensi pariwisata yang dimilikinya sudah mulai dikenal, terbukti kalangan mancanegara asing berbondong-bondong mengunjungi pulo Cinta. Namun ada beberapa pulau selain pulau Cinta dihamparan laut Boalemo seperti Pulau Idaman, namun belum terjama dengan baik sehingga belum ada daya tarik pengunjung kesitu.

### 2. Metode

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, *mixed method*, yaitu penelitian gabungan antara kualitatif dan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah transformatif konkuren. Yusuf (2014), mengemukakan strategi transformatif konkuren, pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif dilakukan secara bersamaan dimana integrasi hasil dilakukan pada tahap analisis. Penelitian ini dimaksudkan untuk menelaah secara jelas dan mendalam permasalahan promosi pemasaran potensi industri pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Boalemo.

#### 2.1 Lokasi dan Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Boalemo dengan menggunakan informan untuk aspek kualitatifnya dan responden untuk aspek kuantitatifnya. Informan dan responden ditentukan secara *purposive* (bertujuan), dengan melihat kesesuaian antara calon informan dengan informasi yang dibutuhkan. Artinya, informan yang akan dipilih adalah mereka yang betul-betul terkait dalam pengembangan dan promosi pemasaran potensi industri pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Boalemo. Responden penelitian ini difokuskan untuk mengisi kuesioner, sedangkan informan difokuskan untuk wawancara.

#### 2.2 Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan terbagi atas dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu hasil wawancara mendalam dengan tiga belas informan yang sudah ditentukan oleh penulis untuk mendukung isi penelitian serta 65 responden yang mengisi kuesioner dengan pernyataan tertutup. Data sekunder yaitu hasil kajian pustaka berupa penelusuran buku, jurnal ilmiah, majalah, skripsi, tesis, disertasi, internet ataupun sumber informasi lainnya yang dapat membantu melengkapi serta menunjang penelitian ini.

#### 2.3 .Tekhnik Pengumpulan Data

##### 2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian mix, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, studi dokumentasi dan pengisian kuesioner. Wawancara dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan keterangan, pendapat informan dan responden lainnya di Kabupaten Boalemo Propinsi Gorontalo mengenai promosi pemasaran potensi industri pariwisata



dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah ( PAD). Kegiatan observasi meliputi pengamatan, melalui pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian yang dilihat dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Analisis dokumen dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen. Adapun kuesioner, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Peneliti melakukan

### 3. Hasi Penelitian dan Pembahasan

#### 3.1 Potensi Industri Pariwisata dalam Meningkatkan PAD Kabupaten Boalemo

Gambar 1 menyajikan pengelompokan potensi industri pariwisata di Kabupaten Boalemo. Jadi, potensi industri pariwisata dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok, yaitu Kelompok industri yang berkontribusi secara langsung terhadap PAD berupa pajak dan retribusi dan Kelompok industri yang kontribusinya terhadap PAD secara tidak langsung, terdiri dari makanan dan minuman khas Boalemo seperti “**Ilabulo**”, **Milu siram dan pia gorontalo** (*Makanan khas gorontalo*) serta *home industry* yang dikelola masyarakat lokal di sekitar destinasi wisata, seperti Pulo Cinta sebagai destinasi pariwisata internasional. Serta potensi wisata lainnya di Kabupaten Boalemo.

#### 3.2 Komunikasi Promosi Pemasaran Potensi Industri Pariwisata terkait peningkatan PAD Kabupaten Boalemo

Proses komunikasi pemasaran berdasarkan Model AIDA dengan bauran promosi penjualan (*sales promotion*) pada industri pariwisata Kabupaten Boalemo dapat dibahas berdasarkan yang dilakukan oleh Diskominfobudpar dan yang dilakukan oleh pemilik/pengelola industri pariwisata. Pameran baik di tingkatan lokal, provinsi maupun nasional adalah promosi penjualan yang selalu dilakukan oleh Diskominfobudpar setiap tahunnya. Hanya saja tampaknya proses komunikasinya khusus untuk industri pariwisata kurang efektif. Ciri khas promosi penjualan sebagai insentif jangka pendek tidak mampu terpenuhi karena pameran tersebut merupakan pameran gabungan, bukan hanya industri pariwisata, tapi bidang-bidang lain juga diikutkan.

Ketidakefektifan ini, berdasarkan model AIDA, ada pada tahap *desire*-nya. Keinginan konsumen untuk membeli produk/jasa menjadi sulit terbentuk karena dalam pameran tersebut, terdapat produk-produk di bidang lain yang juga mencoba mengkomunikasikan produknya. Aktifitas promosi penjualan dengan saluran komunikasi non personal berupa sosial media oleh pengelola Hotel Di Boalemo juga menunjukkan sisi yang kurang efektif. Ketertarikan (*interest*) bagi pengguna sosial media sulit tercapai karena *layout*, penyusunan kalimat untuk menjelaskan terlalu biasa untuk orang-orang yang melihatnya. Selain itu, akun yang digunakan memiliki keanggotaan yang terbatas. Promosi penjualannya juga kurang jelas, seperti tidak menampilkan berapa persen potongan harganya. Promosi penjualan yang lebih baik dilakukan oleh pengelola wisata kuliner “Milu Siram”. Meskipun usahanya masih terbilang baru, namun promosi penjualan yang dilakukan mampu sampai pada tahap *action*. Terbukti dengan menampilkan makanan khas Boalemo, wisata kuliner termasuk ramai dikunjungi di Kabupaten Boalemo.

Bauran penjualan personal efektif dilakukan oleh masing-masing pengelola/pemilik/pokdarwis. Aktifitas ini satu-satunya yang dapat berjalan secara berkelanjutan, namun masih menggunakan pola-pola yang masih konvensional. Hanya saja, aktifitas bauran ini tidak dilakukan secara berjejaring misalnya dengan melibatkan semua *stakeholder* industri pariwisata, seperti Diskominfobudpar, investor, pokdarwis ataupun LSM.

Adapun *public relations* adalah upaya yang dilakukan Diskominfobudpar secara berkesinambungan, walaupun masih minim untuk industri pariwisata karena dominan yang dilakukan promosi obyek wisata untuk menarik minat investor. Sementara iklan masih





menjadi sesuatu yang sulit dilakukan secara berkesinambungan karena iklan umumnya biayanya mahal. Fokus Diskominfo budpar masih terbatas pada brosur. Tampaknya tahapan *action* dalam model AIDA mengalami kesulitan karena percetakan brosur hanya dibuat beberapa kali dalam setahun, itupun pendistribusiannya masih terbatas dikalangan investor dan pemerintahan.

### 3.3 Hubungan Antara Promosi Pemasaran Potensi Industri Pariwisata dengan peningkatan PAS Kabupaten Boalemo

Inteprestasi output SPSS Pada Tabel 1, diperoleh harga koefisien korelasi sebesar 0,406. dengan signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis. Karena signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  di tolak, berarti  $H_a$  di terima. Artinya ada hubungan yang signifikansi antara pengembangan potensi industri pariwisata melalui promosi dengan peningkatan Pendapatan Asli Daerah Oleh Diskominfo budpar Kabupaten Boalemo. Pengujian hipotesis dapat juga dilakukan dengan membandingkan  $r$  tabel dengan  $r$  hitung. Adapun perhitungannya,  $r$  tabel =  $(0,05; (65-1-1) = (0,05;63)$ . Dengan taraf kepercayaan 0,05 (5%), maka dapat di peroleh harga  $r$  tabel sebesar 0,244. Ternyata harga  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel ( $0,406 > 0,244$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada hubungan yang signifikansi antara promosi industri pariwisata dengan Pendapatan Asli Daerah oleh Diskominfo budpar Kabupaten Boalemo. Berdasarkan hasil koefisien korelasi yang nilainya 0,406 juga dapat dipahami bahwa kekuatan korelasinya atau tingkat hubungannya berada dalam kategori “Sedang”.

Penelitian ini menunjukkan pajak dan retribusi merupakan dua sumber utama yang diperoleh Pemerintah Kabupaten Boalemo. Industri pariwisata yang bersumber dari pajak dan retribusi ini belum dikembangkan secara maksimal, dalam artian memiliki potensi untuk lebih dikembangkan. Hanya saja Diskominfo budpar terkendala dalam anggaran. Di sisi lain, kepariwisataan di Kabupaten Boalemo baru dalam tahap awal mempromosikan pariwisata kepada investor karena sampai saat ini peran investor belum nampak di Kabupaten Boalemo. Anggaran yang minim dalam mengembangkan potensi industri pariwisata yang secara langsung berkontribusi juga disebabkan kepariwisataan hanyalah salah satu bidang di Diskominfo budpar Kabupaten Boalemo sehingga anggaran yang diperolehnyapun masih minim.

Di sisi lain, potensi industri pariwisata yang kontribusinya secara tidak langsung terhadap PAD belum menjadi prioritas bagi Diskominfo budpar saat ini. Upaya mengembangkan obyek wisata ataupun destinasi wisata adapah prioritas utama saat ini sembari sesekali menyelipkan industri pariwisata. Apalagi untuk tahun ini, Diskominfo budpar tidak melakukan pengembangan destinasi wisata disebabkan anggaran yang minim. Kondisi seperti ini sebenarnya tidaklah mengherankan, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mansyur (2009), bahwa Pemerintah Kabupaten Boalemo sebaiknya memanfaatkan anggaran pariwisata yang memadai untuk pengembangan seluruh potensi yang ada termasuk meningkatkan upaya promosi wisata.

Di sisi lain, Cooper dalam Ismayanti (2012), walaupun ada pengembangan potensi industri pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah, secara geografis masih terpusat pada pusat kota Kabupaten Boalemo, sementara wilayah-wilayah pedesaan belum terjangkau, namun dikenal sebagai destinasi wisata, namun industri pariwisatanya belum berkembang. Artinya, pengembangan destinasi wisata belum beriringan dengan pengembangan industri pariwisata, padahal destinasi wisata, industri pariwisata dan wisatawan adalah tiga unsur yang tidak dapat dipisahkan dalam kepariwisataan.

Proses komunikasi bauran promosi berdasarkan model AIDA, secara umum masih kurang efektif untuk industri pariwisata di Kabupaten Boalemo. Keberhasilan ataupun kegagalan pengembangan industri pariwisata tidak akan terlepas dari kebijakan-kebijakan



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

yang dibuat oleh pemerintah tersebut yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi tercapainya tujuan pengembangan industri pariwisata.

Kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tersebut harus berdampak terhadap upaya peningkatan PAD melalui upaya komunikasi pemasaran. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Wahab dalam Yoety (2002), bahwa proses manajemen pemasaran pariwisata dilakukan dengan jalan melakukan komunikasi dengan wisatawan, mempengaruhi keinginan, kebutuhan, memotivasinya, terhadap apa yang disukai dan yang tidak disukainya, pada tingkat daerah-daerah lokal, regional, nasional maupun internasional dengan menyediakan objek dan atraksi wisata agar wisatawan memperoleh kepuasan optimal.

Potensi industri pariwisata di Kabupaten Boalemo dari segi komunikasi pemasarannya, umumnya terhambat pada tahapan *desire* dan *action*, bahkan dalam pemanfaatan sosial media sebagai media promosi juga masih terhambat pada tahapan *attention*. Oleh karena itu, sebuah pendekatan komunikasi pemasaran berbasis jaringan perlu dikembangkan di Kabupaten Boalemo. Manfaat utamanya, selain dapat merangkul *stakeholder*, juga dapat menghemat anggaran. Dengan demikian, sebuah kebijakan berbasis jaringan antar-organisasi perlu dikonsolidasikan untuk pengembangan industri pariwisata di Kabupaten Boalemo.

*Policy networks* atau jaringan kebijakan menurut Kenis & Schnelder digambarkan dalam beberapa kategori. Pertama, dideskripsikan sebagai aktor-aktor, kedua, *linkages* diantara aktor-aktor, ketiga, *boundary* (Suwitri, 2008). Melalui pendekatan komunikasi pemasaran yang berbasiskan jaringan antar-organisasi, pola komunikasi baik melalui saluran personal maupun nonpersonal dapat lebih beragam, aktor-aktor berada dalam satu naungan institusi yang memiliki peran masing-masing sehingga segala kendala yang dirasakan oleh Diskominfobudpar, Pokdarwis maupun pemilik/pengelola usaha dapat lebih mudah ditemukan solusinya termasuk kendala dalam melakukan komunikasi pemasaran potensi industri pariwisata.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara promosi pemasaran industri pariwisata dengan peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Boalemo. Hubungan tersebut bersifat positif dan berada dalam kategori sedang-sedang saja. Artinya, tidak dipungkiri upaya promosi yang dilakukan selama ini oleh Diskominfobudpar, walaupun komunikasinya masih kurang efektif dan masih kurang memanfaatkan alat-alat bauran promosi yang ada, namun tetap berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan yang pada akhirnya juga meningkatkan PAD Kabupaten Boalemo. Hal ini disebabkan adanya rutinitas promosi dengan memanfaatkan sosial media/media online. Partisipasi masyarakat sangat menentukan dalam menciptakan kesinambungan program pembangunan daerah. Olehnya itu masyarakat menjadi tumpuan harapan pemerintah agar proaktif berpartisipasi dalam mensukseskan pembangunan daerah. Untuk memaksimalkan partisipasi warga masyarakat dalam perencanaan pembangunan maka pemerintah Daerah diharapkan membentuk suatu pola atau wadah dan model partisipasi yang ideal sehingga spirasi masyarakat dapat tersalurkan dengan baik. Dengan menggunakan sistem perencanaan pembangunan partisipatif, diharapkan pembangunan diberbagai tingkatan mengfitegrasikan keinginan pemerintah daerah dengan perangkat dibawahnya serta pemerintah daerah dengan masyarakatnya. Tingkat partisipasi masyarakat dapat terukur pada setiap item kegiatan mulai dari Musyawarah Warga tingkat Desa, masyarakat dengan kesadaran sendiri untuk dating menghadiri Musrebang dengan dasar untuk kepentingan Umum. Dengan demikian perencanaan Pembangunan sebenarnya adalah merupakan suatu tahapan dalam proses pembangunan. Perencanaan akan menghasilkan rencana yang selanjutnya diimplementasikan dalam pelaksanaan



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

pembangunan. Perencanaan yang baik akan sangat mempengaruhi terhadap keberhasilan sesuatu pembangunan, oleh karenanya dalam menyusun perencanaan pembangunan hendaknya memperhatikan berbagai faktor yang kemungkinan akan memiliki pengaruh bagi berhasil tidaknya pelaksanaan pembangunan. Perencanaan pembangunan Daerah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari system perencanaan pembangunan nasional namun bukan merupakan duplikasi atau bentuk miniature dari perencanaan nasional. Perencanaan Pembangunan Daerah memiliki karakteristik yang lebih spesifik menyesuaikan dengan potensi dan aspirasi daerah. Perencanaan adalah proses *continue*, yang terdiri dari keputusan atau pilihan dan berbagai cara untuk menggunakan sumber daya yang ada dengan sasaran untuk mencapai tujuan tertentu dimasa mendatang. Pada dasarnya segala kegiatan Pembangunan baru akan terarah apabila dilandaskan pada suatu perencanaan pembangunan dan dikontrol serta dievaluasi. Menurut Pandang Sondang P. Siagian (1983: 18) Perencanaan adalah keseluruhan proses pemikiran penentuan secara matang dari hal hal yang akan dikerjakan dimasa yang akan datang dalam rangka yang telah ditentukan. Sementara menurut Parliata Westra (1982:26) dalam bukunya *Ensklopedia Administrasi Perencanaan* adalah Aktivitas pokok dalam manajemen yang menggambarkan hal hal yang akan dikerjakan dan cara mengerjakannya dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pekerjaan perencanaan ini merupakan salah satu fungsi manajer disamping fungsi fungsi pokok lainnya yaitu pergerakan dan pengontrolan. Sebagaimana dikatakan oleh Soul M. Ketz dalam bukunya *A. Sistem Approach to Development Administration* yang dikutip Bintaro Tjokroamidjojo (1987: 17) bahwa perencanaan merupakan suatu hal yang sangat penting yaitu: Dengan adanya perencanaan diharapkan terdapatnya suatu pengarahan kegiatan adanya pedoman bagi pelaksanaan bagi kegiatan-kegiatan yang ditujukan kepada pencapaian tujuan Pembangunan., dengan perencanaan maka dilakukan suatu perkiraan terhadap hal hal dalam pelaksanaan yang akan dilalui. Perkiraan dilakukan mengenai potensi dan prospek-prospek perkembangan tetapi juga mengenai hambatan hambatan dan resiko resiko yang mungkin dihadapinya. Perencanaan mengusahakan agar ketidak pastian dapat dibatasi sedikit mungkin. Perencanaan memberikan kesempatan untuk memilih berbagai alternative tentang cara yang terbaik atau kesempatan untuk memilih kombinasi cara yang terbaik. Dengan perencanaan dilakukan penyusunan skala prioritas, memilih urutan urutan dari segi pentingnya suatu tujuan, sasaran maupun kegiatan usahanya. Dengan adanya rencana maka akan ada suatu alat ukur atau standar untuk mengadakan pengawasan. Diana Conyers dan Peten Hits menyatakan bahwa perencanaan adalah proses yang berkelanjutan yang terdiri dari keputusan atau pilihan dari berbagai cara untuk menggunakan sumber daya yang ada, dengan sasaran untuk mencapai tujuan tertentu dimasa mendatang, sehingga ia mendefinisikan perencanaan merupakan tehnik/cara untuk mencapai tujuan., untuk mewujudkan maksud dan sasaran tertentu yang telah ditentukan sebelumnya dan telah dirumuskan dengan baik oleh Badan Perencanaan Pusat. Memperhatikan pendapat tersebut dapat ditarik pengertian bahwa perencanaan adalah suatu proses yang menghasilkan suatu rencana merupakan pemikiran pemikiran kedeoapan secara matang yang mewujudkan pengambil keputusan sebagai persiapan untuk melakukan tindakan terhadap pencapaian tujuan tersebut dilakukan satu himpunan pengambilan Keputusan. Namun perencanaan juga tidak terlepas dari tingkat partisipasi masyarakat untuk memberikan kontribusi pemikiran dalam proses pembangunan terutama pengembangan potensi yang ada untuk peningkatan PAD..

#### 4. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini, yaitu (1) potensi industri pariwisata Kabupaten Boalemo terdiri kelompok, yaitu: Kelompok industri yang berkontribusi secara langsung



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

terhadap PAD berupa pajak dan retribusi dan kelompok industri yang kontribusinya terhadap PAD secara tidak langsung, dalam artian belum tercatat sebagai sumber penerimaan PAD, namun berkontribusi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang terdiri dari makanan dan minuman khas Boalemo dan *home industry* yang dikelola masyarakat lokal di sekitar destinasi wisata. (2) Pemerintah Kabupaten Boalemo masih memusatkan aktifitas promosinya pada wilayah *public relations*. Sementara yang lain, seperti promosi penjualan dan periklanan merupakan aktifitas yang masih minim dilakukan mengingat anggaran pariwisata yang juga minim. Untuk aktifitas penjualan personal, belum ada keterhubungan secara nyata antara pemerintah dengan pemilik usaha sehingga umumnya aktifitas promosi ini dilakukan sendiri oleh pemilik/pengelola industri pariwisata. (3) Adanya kesadaran yang dimiliki masyarakat Kabupaten Boalemo mengenai pentingnya promosi potensi industri pariwisata menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan tersebut. Namun hubungan tersebut masih berada dalam kategori “sedang” yang menunjukkan upaya promosi potensi industri pariwisata masih kurang efektif dalam proses komunikasinya. Oleh karena itu, adapun saran utama penelitian ini, yaitu upaya kreatif dengan mengkonsolidasikan komunikasi pemasaran yang berbasis jaringan perlu diusung oleh Pemerintah Kabupaten Boalemo dalam meningkatkan hubungan promosi industri pariwisata terhadap PAD. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah ( PAD) Kabupaten Boalemo Propinsi Gorontalo sangat dipengaruhi oleh potensi Wilayah daerah yang bersangkutan termasuk infrastruktur didaerah tersebut juga sangat menjanjikan untuk peningkatan pendapatan Asli Daerah ( PAD). Melalui bauran pemasaran dan promosi daerah apalagi merupakan daerah destinasi wisata internasional akan senantiasa memberikan ruang gerak terhadap peluang peningkatan pendapatan Asli Daerah ( PAD). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sektor pengembangan pariwisata di Kabupaten Boalemo yang tersebar di beberapa titik menjadikan daerah ini sebagai daerah pariwisata andalan propinsi Gorontalo. Untuk itu perlu juga dipahami bahwa propinsi Gorontalo terutama Kabupaten Boalemo selain potensial dibidang pariwisata juga memiliki potensi alam dibidang pertanian yang sangat memadai. Di Kecamatan Wonosari salah satu bilangan kecamatan dari Kabupaten Boalemo sangat terkenal dengan hasil bumi jagung dan padi. Daerah ini merupakan daerah transmigrasi yang penduduknya didominasi oleh transmigran Jawa dan Bali. Kabupaten Boalemo sebagai daerah tujuan wisata internasional mulai memiliki akses ke dunia internasional. Olehnya itu keberadaan transmigran di Kecamatan wonosari Kabupaten Boalemo memberikan Kontribusi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah ( PAD ) daerah ini. Hal ini dapat dilihat pada potensi Sumber Daya Alam dengan luas areal persawahan yang sangat memadai dengan dukungan irigasi yang memadai pula . Di Kecamatan Wonosari selain terkenal dengan dengan potensi pertanian yang terjamah oleh transmigran juga tanpak daerah ini tertata dengan aroma pariwisata yang sangat potensial. Berbagai kerajinan dan kreatifitas warga didaerah ini cukup memberikan harapan dalam menambah kontribusi pendapatan Asli Daerah. Pemerintah Kabupaten Boalemo mempunyai fungsi utama yang harus dijalankan saat ini adalah *public service foundation* ( Fungsi Pelayanan Masyarakat) Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan serta memenuhi tuntutan masyarakat tidak hanya dengan menciptakan peningkatan pada produksi nasional riil, akan tetapi harus pula di barengi dengan perubahan kelembagaan, struktur administrasi, perubahan sikap dan bahkan kebiasaan. Oleh karenanya arah pembangunan masyarakat yang baik dapat dilakukan melalui suatu pengarahan atau campur tangan pemerintah . Ruang ekspresi yang disediakan pemerintah bagi masyarakatpun sudah semakin luas dalam setiap tahap pembangunan ,mulai perencanaan, pelaksanaan hingga pengawasan. Partisipasi merupakan istilah yang cukup tua . Namun konsep dan praktek operasionalnya baru berkembang sejak tahun 1970-an ketika





## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

beberapa lembaga internasional mempromosikan praktek partisipasi memiliki pengertian yang cukup beragam meskipun dalam beberapa hal terdapat persamaan. Diskusi yang lebih luas soal partisipasi adalah menempatkan partisipasi warga baik sebagai konsep maupun praktek yang niscaya berbeda dengan partisipasi politik yang lebih menekankan representase dan partisipasi social yang menempatkan partisipasi diluar lembaga pemerintahan, partisipasi warga lebih menekankan pada partisipasi langsung warga dalam mengambil keputusan pada lembaga dan proses pemerintahan. Dalam penyelenggaraan pemerintah Daerah, peran serta masyarakat dalam proses peencanaan dapat dilihat dari proses penyusunan dokumen perencanaan. Ruang yang diberikan pemerintah kepada masyarakat adalah melalui musyawarah perencanaan pembangunan Daerah, dokumen dokumen perencanaan baik dokumen perencanaan jangka pendek maupun jsangka panjang. Esensi dari partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan perencanaan adalah dihajatkan untuk mewujudkan kesejahteraan. Selain terkait dari dampak implementasi program pemerintah pada masyarakat dan kegiatan yang diusulkan dapat dilaksanakan oleh pemerintah untuk masyarakat. Program perencanaan pembangunan Kabupaten Boalemo yang dituangkan dalam Ranperda tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Boalemo pada umumnya telah sesuai dengan kebutuhan serta perkembangan masyarakat Boalemo dan telah diselaraskan dengan Undang- Undang No 25 Tahun 2004 Tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah. Pada dasarnya Proses Pembangunan di Kabupaten Boalemo telah berjalan sesuai dengan dengan perencanaan akan tetapi masih ada target target yang belum tercapai terutama dalam hal perencanaan pembangunan. Tidak tercapainya target tersebut sering kali terjadi akibat hilangnya mata rantai hasil peencanaan dari bawah terhadap keputusan penganggaran yang dilakukan pemerintah kabupaten karena adanya pihak pihak yang tidak konsisten dan patuh atas kesepakatan yang dihasilkan. Dengan kata lain bahwa Proses perencanaan system Pembangunan yang di bangun oleh pemerintah melalui dari bawah rawan terhadap distorsi melalui proses politik yang tidak demokratik. Dengan demikian keberadaan Perda tentang system perencanaan Pembangunan mutlak diperlukan guna membangun komitmen dan niat baik dari seluruh komponen baik pemerintah daerah maupun *stack holder*. Dengan menggunakan system perencanaan Pembangunan Partisipatif diharapkan pembangunan diberbagai tingkatan terintegrasi keinginan pemerintah daerah dengan perangkat dibawahnya serta pemerintah daerah dengan masyarakatnya. Dalam rangka mewujudkan efektifitas perundang undangan serta untuk memperkecil peluang bertambahnya peraturan perundang undangan yang tumpang tindih dalam hal perencanaan pembangunan maka peran BAPPEDA sebagai agen Perencanaan Pembangunan Daerah perlu ditingkatkan.

### Daftar Pustaka

\_\_\_\_\_, *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, PT. Gramedia, Pustaka Utama, Jakarta, 2005  
Arief Shidarta, 2009, *Refleksi Tentang Struktur Ilmu Hukum*, mMandar Maju, Bandung.

\_\_\_\_\_, *Evaluasi Kinerja Sumber daya manusia*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2007

Arep, I dan Henri T, *Manajemen Suber Daya Manusia*, Universitas Trisakti Jakarta, 2002,

Badan Pusat Statistika. (2015). Kabupaten Boalemo Dalam Angka.

Cirikovic. E. (2014). Marketing Mix In Tourism. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, MCSER Publishing, Rome-Italy, Vol. 3(2): 111-115.



## Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2019

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

- Conyers, D., 1991, *Perencanaan Sosial di Dunia Ketiga Suatu Pengantar*, Cetakan ke 1, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Handoko, H. *Personalita dan Sumber Manusia*, BPFY Yogyakarta, 2001
- Hasan M., Rahman A., & Hossain. (2015). Promotional Tools Used in Tourism Industry of Bangladesh. *International Journal of Engineering Technology, Management, and Applied Sciences*, [www.ijetmas.com](http://www.ijetmas.com), May 2015, Vol. 3(5): 223-228.
- Hasibuan, S.P. Malayu. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Bina Aksara, 2006
- Ismayanti. (2011). *Pengantar Pariwisata*. Yogyakarta: Grasindo.
- Mangkunegara, A.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002
- Mangkuprawira, Tb. S. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2004
- Mansyur. (2009). *Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sinjai*. Tesis. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Payangan O.R. (2014). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: IPB Press.
- Prisgunanto I. (2006). *Komunikasi Pemasaran: strategi dan taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ruky, achmad, S. *Sistem Manajemen Kinerja*, Gramedia, Jakarta, 2003
- Siagian, S.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta, 2008
- Simamora, H. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, STIE-YKPN Yogyakarta, 2004
- Smith, *Management System Analysis and Application*, New Jersey, Prentice Hall, Inc
- Sunaryo B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata; Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Supratikno, H. Dkk. *Manajemen Kinerja untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2006
- Suwitri S. (2008). *Jejaring Kebijakan Dalam Perumusan Kebijakan Publik: Suatu Kajian Tentang Perumusan Kebijakan Penanggulangan Banjir dan Rob Pemerintah Kota Semarang*. Jurnal Delegasi, Jurnal Ilmu Administrasi, STIA Banjarmasin, Vol. VI(3). Januari.
- Tjiptono F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Cetakan ke-2. Malang: Bayu Media.
- Umar, H. *Riset Sumber Daya Manusia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2003
- Yoeti O.A. (2002). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Yusuf M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.



## **Adz Dzahab**

**Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Volume 4, No. 2, 2019**

**ISSN (print) : 2527-5755**

**ISSN (online) : 2751-1905**

**Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>**

---