

**STRATEGI PEMERINTAH PROPINSI SUMATERA
BARAT DALAM PENINGKATAN KUNJUNGAN
WISATAWAN KE SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

Oleh

**ALDO HERIANDI
03 191 020**



**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2010**

ABSTRAK

Aldo Heriandi, 03 191 020. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Sosiologi Universitas Andalas Padang. Judul Skripsi: Strategi Pemerintah dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Sumatera Barat. Jumlah halaman 77 halaman. Pembimbing I Dra. Mira Elfina M.Si dan Pembimbing II Dra. Nini Anggraini M.Pd.

Sejak 2005 lalu, pemerintah telah menetapkan Sumatera Barat sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia. Sektor pariwisata di Sumatera Barat mempunyai prospek yang tinggi untuk dikembangkan. Keindahan alam dan budaya Minangkabau di Propinsi Sumatera Barat sudah terkenal dan mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai objek pariwisata. Umumnya tiap kabupaten dan kota di Sumatera Barat mempunyai obyek pariwisata minimal satu kategori yang potensi untuk dijadikan daerah tujuan wisata alam dan budaya.

Sayangnya potensi yang sudah ada tersebut (keindahan alam kawasan yang merupakan perpaduan antara pegunungan, lembah, danau dan pantai dengan budaya yang unik) belum dikelola secara baik sehingga industri pariwisata nyaris tidak berkembang. Oleh sebab itu, dalam upaya membangkitkan kembali industri pariwisata yang telah lama "tertidur", maka diperlukanlah strategi-strategi yang tepat sehingga pariwisata di Sumatera Barat bisa bangkit dan bisa berkembang lebih baik lagi.

Penelitian ini menggunakan *Teori Exchange*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian bersifat deskriptif. Sementara itu, informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan dalam pengumpulan data digunakan teknik observasi terlibat dan wawancara mendalam.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa ada beberapa strategi yang diupayakan oleh pemerintah Sumatera Barat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat. Strategi tersebut adalah mengolah potensi wisata yang ada sebagai daya tarik wisata, membangun sarana dan prasarana atau fasilitas umum yang menunjang pengembangan produk wisata, mempromosikan atau memasarkan produk pariwisata.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan kepariwisataan di tanah air kita sejak beberapa tahun yang lalu semakin meningkat, apalagi semenjak tahun 1991 dan 1992 yang merupakan tahun sibuk bagi pariwisata Indonesia. Karena semenjak tahun 1991 sampai tahun 2000 telah dicanangkan sebagai tahun berkunjung ke Indonesia atau disebut dengan istilah *Visit Indonesian Year*.

Makna yang terkandung dari tahun kunjungan Indonesia ini adalah bagaimana meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Indonesia terutama pariwisata mancanegara. Dengan ini pemerintah telah mengupayakan semaksimal mungkin untuk mempersiapkan dan membenahi segala sesuatu yang menyangkut kepariwisataan, baik secara fisik maupun non fisik.

Secara fisik dilakukan pembenahan terhadap sarana-sarana yang menyangkut pariwisata seperti pembenahan-pembenahan hotel berbintang, serta meningkatkan jumlah kamar dan menambah jumlah tempat tidur, serta membenahi sarana transportasi, objek-objek wisata, akomodasi dan industri-industri pariwisata.

Sedangkan dari segi non fisik, adalah membenahi dan meningkatkan mentalitas bangsa Indonesia dalam rangka menerima arus kunjungan wisata melalui program *Sapta Pesona*. Di samping itu tak kalah pentingnya adalah sarana promosi pariwisata Indonesia di luar negeri yang masih sangat kurang.

Visit Indonesian Year merupakan langkah strategis dalam meningkatkan kesiapan Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang siap dikunjungi wisatawan. Selain itu dengan even ini akan menciptakan daya saing pariwisata Indonesia dalam peta persaingan di tingkat regional maupun internasional serta menggerakkan distribusi kunjungan wisatawan secara optimal sepanjang tahun di seluruh destinasi di Indonesia. Pemerintah telah menetapkan tahun 2008 sebagai Tahun Kunjungan Indonesia (*Visit Indonesia Year 2008*), dengan mengambil momentum peringatan 100 Tahun Kebangkitan Nasional.

Visit Indonesia Year 2008 dijadikan sebagai tonggak kebangkitan pariwisata Indonesia dengan mengoptimalkan promosi di dalam dan luar negeri agar target kunjungan wisatawan mancanegara (*wisman*) sebesar 7 juta pada tahun 2008 dapat tercapai. *VIY 2008* bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan sektor pariwisata dengan mengajak seluruh komponen masyarakat berpartisipasi mensukseskan tahun kunjungan wisata Indonesia 2008.

Program *Visit Indonesian Year 2008*, yang telah dicanangkan oleh pemerintah, dan telah dipublikasikan melalui media lokal maupun internasional telah membuat kita sebagai pelaku bisnis dibidang pariwisata, juga merasa berperan menjadi tuan rumah untuk menyambut tamu-tamu wisatawan, serta berharap tamu dari manca negara sebanyak mungkin ingin datang mengunjungi negara kita, terutama wisatawan yang bertujuan untuk melihat keindahan alam serta obyek wisata di Indonesia.

BAB IV PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Kegiatan kepariwisataan di tanah air kita sejak beberapa tahun yang lalu terus semakin meningkat, apalagi semenjak tahun 1991 dan 1992 merupakan tahun sibuk bagi pariwisata Indonesia. Karena semenjak tahun 1991 sampai tahun 2000 telah dicanangkan sebagai tahun berkunjung ke Indonesia atau disebut dengan istilah *Visit Indonesian Year*. Makna yang terkandung dari tahun kunjungan Indonesia ini adalah bagaimana meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Indonesia terutama pariwisata mancanegara. Hal tersebut dilakukan di setiap daerah, termasuk Sumatera Barat,

Sejak 2005 lalu, pemerintah telah menetapkan Sumatera Barat sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia. Sektor pariwisata di Sumatera Barat mempunyai prospek yang tinggi untuk dikembangkan. Keindahan alam dan budaya Minangkabau di Propinsi Sumatera Barat sudah terkenal dan mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai objek pariwisata. Umumnya tiap kabupaten dan kota di Sumatera Barat mempunyai obyek pariwisata minimal satu kategori yang potensi untuk dijadikan daerah tujuan wisata alam dan budaya.

Sayangnya potensi yang sudah ada tersebut (keindahan alam kawasan yang merupakan perpaduan antara pegunungan, lembah, danau dan pantai dengan budaya yang unik) belum dikelola secara baik sehingga industri pariwisata nyaris tidak berkembang. Oleh sebab itu, dalam upaya membangkitkan kembali industri pariwisata yang telah lama "tertidur", maka diperlukanlah strategi-strategi yang

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afrizal. 2005. *Metode Penelitian II*. FISIP. Universitas Andalas
- Badan Pusat Statistik. 2007. *Sumatera Barat Dalam Angka*. Padang: BPS Sumatera Barat
- Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Propinsi Sumatera Barat. 2005. *Statistik Usaha Pariwisata Sumatera Barat 2004*. Padang
- , 2006. *Dokumen Program Pengembangan, Seni, dan Budaya Propinsi Sumatera Barat 2008-2010*. Padang.
- , 2006. *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Propinsi Sumatera Barat 2006-2020*. Padang
- , 2008. *Statistik Pariwisata Sumatera Barat 2007*. Padang
- , 2009. *Statistik Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Barat 2008*. Padang
- , 2008. *Laporan Kinerja Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Provinsi Sumatera Barat 2006/2007*. Padang
- Fandeli, Chafid. 1995. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisataaan alam*. Yogyakarta: Liberty Offset
- Gulo, W. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Johnson, Doyle Paul. 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kandi, Tjipto. 2000. *Strategi Bisnis*. Andi Yogyakarta. Yogyakarta
- Moleong, J, Lexi. 1989. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta