

# Bab I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Industri perjalanan dan pariwisata adalah merupakan salah satu industri terbesar di dunia, karena mempekerjakan lebih dari 101 juta orang di seluruh pelosok negeri serta merupakan penyumbang bagi 5,5% dari GNP dunia.

Menurut United Nation World Tourism Organization (UNWTO), sebuah organisasi dibawah kendali PBB yang bertanggung jawab terhadap promosi pariwisata, pariwisata berkelanjutan dan Universalisasi akses pariwisata dengan beranggotakan 156 negara, 6 Asosiasi dan 400 Afiliasi, mempublikasikan dalam jurnalnya tentang kesuksesan bidang pariwisata pada tahun 2012 dimana jumlah wisatawan pada tahun tersebut mencapai 1 miliar orang, tepatnya 1.035 Miliar dengan sumbangan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi dunia sebesar 4,3 % dan jumlah pendapatan yang dihasilkan mencapai US\$ 1,075 triliun.

*World Tourism Organization (WTO)*, telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. *World Tourism and Trade Center (WTTC)* bahkan telah menegaskan bahwa sektor pariwisata saat ini merupakan industri terpenting dan terbesar di dunia, sektor ini telah menjadi salah satu penggerak utama perekonomian abad 21 bersama dengan industri telekomunikasi dan teknologi informasi. Perkembangan industri pariwisata yang sangat dinamis dan terus diperkuat oleh kemajuan tingkat kesejahteraan ekonomi bangsa-bangsa di dunia, menimbulkan

pariwisata saat ini mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia.

Pariwisata dikatakan sebagai industri, karena di dalamnya terdapat berbagai aktivitas yang bisa menghasilkan produk berupa barang dan jasa. Makna industri di sini bukan sebagaimana pengertian industri pada umumnya yaitu adanya pabrik atau mesin-mesin yang besar atau kecil yang penuh dengan asap. Industri pariwisata tidak seperti pengertian industri pada umumnya, sehingga industri pariwisata disebut industri tanpa asap. Hal ini juga tampak di Indonesia dimana pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan yaitu untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya khasanah kebudayaan lokal dan nasional dan memantapkan pembinaanya dalam rangka memperkukuh jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Salah satu faktor penentu dalam peningkatan kunjungan wisatawan ke suatu daerah adalah kualitas dari Destinasi Wisata. Menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, bahwa yang dimaksud dengan Destinasi Wisata adalah suatu area yang mencakup wilayah geografis tertentu yang di dalamnya terdapat elemen-elemen produk wisata meliputi : Objek dan daya tarik, aksesibilitas, amenitas, fasilitas pendukung serta kelembagaan dan masyarakat

yang memiliki keterkaitan dan keterpaduan sistemik sehingga bisa menciptakan motivasi kunjungan dan menggerakkan kegiatan kepariwisataan.

Adanya peningkatan kunjungan wisatawan dan aktivitas pariwisata pada Destinasi wisata, secara langsung akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat, sedangkan secara tidak langsung akan mampu meningkatkan penanaman modal, peningkatan bisnis UMKM, peningkatan pendapatan daerah (PDRB), penurunan tingkat pengangguran, dan peningkatan daya beli masyarakat hal ini tentu memberikan dampak berantai (*multiplier effect*) yang akan mendorong perekonomian masyarakat sekitar sehingga memberikan distribusi pendapatan penduduk di sekitar kawasan pariwisata terutama pertumbuhan ekonomi kerakyatan.

Pariwisata adalah jenis industri yang berdampak terhadap banyak faktor (*multiplier effect*) dan dapat menciptakan kemakmuran serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui perkembangan akomodasi, transportasi, komunikasi, industri kecil dan jasa lainnya, serta menciptakan kesempatan kerja yang relatif besar serta mengurangi tingkat kemiskinan. Selain itu pengembangan pariwisata sangat membantu perkembangan daerah-daerah miskin dalam memanfaatkan sumber-sumber daya alam.

Pembangunan sektor kepariwisataan nasional menjadi bergairah ketika di tetapkannya Undang-Undang No.22 tahun 1999 tentang Pariwisata yang diperbaharui dengan Undang undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan

dan Undang-Undang No. 25 tahun 1999 tentang pemerintahan daerah dan perimbangan keuangan antara pusat dan daerah, yang intinya berfokus pada peralihan sistem pembangunan tersentralisasi menjadi desentralisasi. Konsekuensinya pemerintahan daerah menjadi terpacu menggali potensi daerah masing-masing, tidak terkecuali sektor pariwisata sebagai sarana pembangunan daerah masing-masing. Ketika kedua Undang-Undang No 25 Tahun 1999 di atas di sempurnakan lagi menjadi Undang-Undang No. 32 dan 33 tahun 2004 yang diselaraskan dengan semangat otonomi daerah, pembangunan kepariwisataan di daerah semakin gencar. Daerah yang memiliki potensi di sektor ini sibuk membenahi produk-produk wisatanya maupun menetapkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pembangunan kepariwisataan.

Tujuan utama pembangunan pariwisata bukan hanya sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat tapi pembangunan pariwisata perlu di tafsirkan lebih luas dan bukan hanya dari sisi ekonomi. Kebijakan perencanaan yang di ambil mulai dari tahap perumusan sampai implementasi harus betul-betul memberikan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan baik dari sisi sosial, ekonomi, dan budaya.

Berdasarkan pemikiran di atas, pengembangan pariwisata di kota Padang Panjang diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya sektor pariwisata sebagai salah satu pendukung pembangunan daerah. Apalagi dengan kondisi Kota Padang Panjang yang sangat kecil dengan luas wilayah 2.300 ha dan terbatasnya sumber daya alam. Dengan kondisi tersebut akan sangat sulit bagi

kota ini untuk berkembang dan mensejajarkan diri dengan kota-kota lainya di Sumatera Barat, sehingga di perlukan solusi yang cerdas bagi pemerintah kota Padang Panjang untuk mengatasinya.

Data 5 (lima) tahun terakhir menunjukkan trend peningkatan kunjungan wisatawan ke Kota Padang Panjang hal ini terlihat pada tahun 2007 wisatawan yang berkunjung berjumlah 152.345 orang dan pada tahun 2012 kunjungan wisatawan berjumlah 352.167 orang , namun DPRD Kota Padang Panjang masih menganggap bahwa daerah ini sebagai daerah persinggahan dan tidak termasuk daerah tujuan wisata utama untuk Propinsi Sumatera Barat.

Indikator belum optimalnya pembangunan kepaariwisataan ini secara kuantitatif dapat dijelaskan dalam beberapa indikator dengan memakai perbandingan data Kepariwisataan Kota Padang yang telah menjadi Daerah tujuan Utama Pariwisata Sumatera Barat sebagai berikut :

1. Indikator jumlah dan jenis objek wisata (OW)

Objek dan daya tarik wisata di Kota Padang Panjang berjumlah 14 (Empat belas) buah yang terdiri dari 5 (lima) jenis objek wisata yaitu : Objek wisata alam, objek wisata pendidikan, objek wisata buatan, objek wisata kuliner, dan objek wisata budaya.

Jumlah dan jenis Objek wisata di Kota Padang Panjang bisa dilihat dalam tabell. berikut :

**Tabel 1.1. Jumlah dan Jenis Objek Wisata**

No	Nama Objek Wisata	Jenis Objek Wisata				
		Alam	Buatan	Pendidikan	Budaya	Kuliner
1.	Lubuk Mata Kucing	√				
2.	Bukit Berbunga	√				
3.	Aia Tajun 7 Batingkek	√				
4.	Goa batu Batirai	√				
5.	Minang Fantasy		√			
6.	Diniyah Putri			√		
7.	Thawalib			√		
8.	Ponpes serambi Mekah			√		
9.	SMU Unggul			√		
10.	Kauman			√		
11.	Institut Seni I Indonesia			√		
11.	Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau				√	
12.	Mesjid Azazi				√	
13.	Sate Mak syukur					√
14.	Rm. Pak Datuk					√

Sumber : Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang Panjang.

Dibandingkan dengan Kota Padang maka Kota Padang Panjang kalah dalam hal jumlah dan jenis Objek wisata yang ada, berdasarkan Situs resmi Data SKPD Kota Padang Tahun 2012, maka Kota Padang memiliki 168 buah Objek Wisata dengan 7 macam jenis Objek Wisata, sedangkan Kota bukittinggi memiliki 9 buah objek wisata

## 2. Indikator jumlah wisatawan

Jumlah wisatawan yang mengunjungi Kota Padang Panjang berdasar data dari buku Padang Panjang dalam angka (PPDA) tahun 2012 berjumlah 328.583 orang yang terdiri dari wisatawan nusantara (wisnu) sebanyak 305.456 orang dan wisatawan mancanegara (wisman) berjumlah 23.127 orang

Masih bersumber dari Situs resmi Data SKPD Kota Padang yang dikelola oleh Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informasi Kota Padang bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang Tahun 2012 berjumlah 435.627 wisatawan dengan rincian Wisatawan Domestik berjumlah 296.508 orang dan wisatawan Mancanegara berjumlah 139.119 orang.

Dari data jumlah wisatawan yang berkunjung diatas jelaslah terlihat bahwa dibandingkan dengan Kota Padang Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang Panjang masih jauh tertinggal terutama wisatawan mancanegara. Sedangkan kota Bukittinggi telah dikunjungi oleh 386.993 orang wisatawan terdiri dari 26.802 Wisatawan Mancanegara dan 360.193 orang Wisatawan Nusantara.

### 3. Indikator jumlah industri pariwisata

Jumlah Industri Pariwisata yang terdata dalam buku PPDA tahun 2012 berjumlah 74 buah usaha yang terdiri dari 7 jenis usaha. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2. Berikut :

**Tabel 1.2. Jumlah Industri Pariwisata Menurut Jenis Usaha**

No	Jenis Usaha	Jumlah Usaha	Ket
1.	Hotel Berbintang	1	
2.	Hotel non bintang	12	
3.	Penginapan	12	
4.	Biro perjalanan	1	
5.	Agen perjalanan	12	
6.	Toko souvenir	8	
7.	Rumah makan dan restoran	36	
	Total	74	

Sumber : Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang

Panjang.

#### 4. Indikator jumlah akomodasi

Adapun Jumlah Akomodasi di Kota Padang Panjang pada Tahun 2012 berdasarkan buku PPDA Tahun 2012 berjumlah 13 buah dengan 257 kamar dan 500 tempat tidur. Data dari situs resmi Pemerintah Provinsi Sumatera Barat menyebutkan bahwa Kota Padang memiliki penginapan 68 buah dengan jumlah kamar sebanyak 2.666 kamar, dan Kota Bukittinggi memiliki hotel berbintang 17 buah dan hotel berbintang 54 buah kamar dengan jumlah kamar sebanyak 3.260, dari data tersebut terlihat sangat signifikan sekali perbedaan jumlah akomodasi yang ada.

#### 5. Rata-rata lama menginap

Rata – rata lama menginap wisatawan di Kota Padang Panjang pada tahun 2012 masih sangat rendah yaitu 1,32 hari, Kota Padang 1,82 hari, sedangkan Kota Bukittinggi memiliki angka rata-rata menginap selama 3 (tiga) hari.

#### 6. Rata-rata pengeluaran Wisatawan

Rata-rata pengeluaran wisatawan di Kota Padang Panjang adalah Rp. 245.000,-, sedangkan untuk Kota Padang rata-rata pengeluaran wisatawan perhari adalah sebesar Rp. 675.000,- dan Kota Bukittinggi sebesar Rp. 725.000,-.

Dari beberapa indikator di atas terlihatlah bahwa pembangunan Pariwisata di Kota Padang Panjang belum menunjukkan hasil yang optimal. Rendahnya nilai indikator tersebut disebabkan beberapa faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti, Kualitas Sumber Daya Manusia yang bergerak dalam bidang Pariwisata masih rendah, Jumlah Objek Wisata yang masih sedikit, dukungan dari Pemerintah Daerah

yang masih kurang, Dukungan dari DPRD yang masih rendah, sedangkan dari faktor Eksternal adalah adanya objek dan daya tarik wisata baru pada daerah tetangga, dukungan dari pemerintah pusat yang masih kurang, adanya jalan alternatif yang menuju Kota Bukittinggi melalui Malalak, kondisi Politik Nasional yang sering tidak stabil

Dapat disimpulkan bahwa ada permasalahan yang terjadi sehingga menyebabkan tidak optimalnya capaian Pembangunan Pariwisata di Kota Padang Panjang. Untuk itu sangat diperlukan sekali upaya peningkatan capaian Kepariwisata di Kota Padang Panjang. Upaya peningkatan Capaian Kepariwisata di kota Padang Panjang ini dapat dilakukan dengan berbagai langkah Strategik, terencana dan sistematis sehingga dapat meminimalkan berbagai permasalahan internal maupun eksternal. Salah satu upaya peningkatan Pembangunan Kepariwisata Kota Padang Panjang adalah melalui pendekatan Management Strategik.

Peningkatan Pembangunan Kepariwisata melalui pendekatan Strategik dimaksudkan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Pembangunan Kepariwisata dengan menggunakan model analisis SWOT. Dengan metode ini akan dianalisis dan diidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta kesempatan dan ancaman eksternal Kepariwisata sehingga pada akhirnya dapat diformulasikan strategi-strategi daerah dalam rangka peningkatan pembangunan kepariwisataan.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dari Latar Belakang di atas dapat dirumuskan beberapa permasalahan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Isu – isu Strategik apa yang mempengaruhi perkembangan Pariwisata Kota Padang Panjang?
2. Faktor – faktor apa yang merupakan kekuatan, kelemahan, tantangan dan peluang dalam pengembangan pariwisata di Padang Panjang?
3. Strategi apa yang dapat dilakukan untuk menjadikan Padang Panjang menjadi Daerah Tujuan Utama Pariwisata Sumatera Barat?

Oleh sebab itu penulis mencoba melakukan suatu studi dengan judul : “ Analisis Strategik Dalam Mewujudkan Padang Panjang Menjadi Daerah Tujuan Wisata Utama di Provinsi Sumatera Barat “

## 1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian haruslah bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan masalah yang dirumuskan. Untuk itu, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Isu-isu Strategik yang mempengaruhi Perkembangan Pariwisata Padang Panjang
2. Untuk mengetahui faktor - faktor apa yang merupakan kekuatan, kelemahan, tantangan dan peluang dalam mengemabngakan paiwisata di Padang Panjang

3. Untuk dapat merumuskan strategi-strategi yang dapat digunakan dalam rangka mewujudkan Padang Panjang menjadi Daerah Tujuan Utama Pariwisata Sumatera Barat

#### 1.3.2. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu bahan masukan bagi seluruh Stake Holder Pariwisata Padang Panjang terutama pengambil Kebijakan Kepariwisata Daerah dalam hal ini Dinas Perbudpar dan DPRD Kota Padang Panjang dalam mengembangkan Pariwisata Kota Padang Panjang lima tahun ke depan
2. Menambah khasanah dan memperkaya penelitian ilmiah di Universitas Andalas, khususnya pada program studi Magister Manajemen
3. Untuk peneliti menambah wawasan keilmuan khususnya manajemen Strategik yang berkaitan dengan penyusunan perencanaan, implementasi dan evaluasi pengembangan Pariwisata Daerah
4. Sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya yang tertarik tentang pengembangan pariwisata daerah terutama daerah kota kecil

#### 1.4 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun pada penelitian ini ruang lingkup pembahasan dibagi dalam kajian ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup materi. Ruang lingkup wilayah adalah

merupakan batas Wilayah Kota Padang Panjang secara Administratif pemerintahan dan ruang lingkup materi adalah semua upaya dalam mencapai tujuan penelitian.

#### 1.4.1. Ruang Lingkup Wilayah

Padang Panjang merupakan kota terkecil yang berada di wilayah Provinsi Sumatera Barat. Secara geografis kota Padang Panjang terletak antara  $100^{\circ}20'$  dan  $100^{\circ}30'$  bujur timur dan  $00^{\circ}270'$  dan  $00^{\circ}320'$  lintang selatan. Kota Padang Panjang terdiri dari 2 Kecamatan dan 16 Kelurahan, batasan inilah yang menjadi ruang lingkup wilayah penelitian.

#### 1.4.2. Ruang Lingkup Materi

Penelitian ini memfokuskan terhadap penyusunan strategi pengembangan pariwisata, dengan keluarannya berupa program dan kegiatan pengembangan pariwisata sehingga bermanfaat bagi pengambil kebijakan bidang pariwisata dan Kepala Daerah yang pada akhirnya memberikan efek pancar(multiplier effect) bagi kesejahteraan masyarakat tanpa merusak alam Kota Padang Panjang yang indah.

Adapun fokus penelitian ini dilakukan pada beberapa aspek penting sebagai berikut :

1. Identifikasi potensi supply-demand Pariwisata di Kota Padang Panjang
2. Identifikasi pendekatan yang relevan dalam meningkatkan partisipasi pengembangan Pariwisata di Kota Padang Panjang
3. Perumusan Strategi pengembangan Pariwisata di Kota Padang Panjang

## 1.5. Sistematika Penulisan

Adapun Sistematika dari Penulisan ini adalah : Bab I. Pendahuluan, terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Ruang Lingkup Pembahasan. Bab II merupakan Landasan Teori, terdiri dari Konsep Manajemen Strategik, Strategi Pengembangan Pariwisata, Bab III. Berisi Metodologi Penelitian, sedangkan Bab IV adalah Hasil Penelitian dan Pembahasan, terakhir yaitu Bab V. adalah Penutup.

