

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan temuan penelitian pada Dinas Pariwisata, observasi lapangan, dan informasi tambahan dari wisatawan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pariwisata Kota Padang berpotensi untuk dikembangkan karena didukung oleh kedudukan strategis Kota Padang sebagai Ibu Kota Provinsi, pusat perdagangan dan transportasi, serta menjadi gerbang masuknya wisatawan di Indonesia bagian barat yang justru memiliki potensi untuk dikunjungi lebih banyak wisatawan.
2. Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata paling sedikit dikumpulkan melalui Dinas Pariwisata Kota Padang karena hanya memiliki dua sumber pemasukan dari retribusi Gunung Padang dan Lapau Panjang Cimpago. Destinasi objek wisata lainnya di Kota Padang diatur oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, Pemerintah Kota Padang, pokdarwis, dan lembaga pemerintah. PAD pariwisata Kota Padang meningkat karena dibantu oleh pajak restoran, pajak akomodasi, dan pajak hiburan yang dipungut oleh Badan Pendapatan Daerah.
3. Jumlah akomodasi, restoran dan hiburan kota yang banyak telah menjadikan Kota Padang menjadi pusat kota dengan *hospitality* terbaik, dan menjadi pusat perjalanan yang didukung dengan akses transportasi dan Bandara Internasional Minangkabau. Selain itu, objek wisata yang dimiliki Kota Padang juga tak kalah menarik dari daerah lainnya hingga memerlukan peran Dinas Pariwisata agar bisa mengintegrasikan seluruh komponen pariwisata di Kota Padang menjadi lebih teratur.
4. Dinas Pariwisata menetapkan tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan kunjungan wisatawan dengan memprioritaskan kunjungan wisatawan

manca negara, meningkatkan retensi dan lama berwisata hingga dua sampai tiga hari menetap di Kota Padang, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif dengan peningkatan 50%. Strategi yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui strategi pengembangan destinasi pariwisata, strategi pengembangan pemasaran dan strategi pengembangan ekonomi kreatif.

5. Pada strategi pengembangan destinasi pariwisata, Dinas Pariwisata masih dalam tahap pengembangan destinasi objek wisata wilayah timur melalui pembentukan *master plan* dan DED. Tantangan yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata berupa permasalahan tanah ulayat, sarana dan prasarana pengembangan wisata yang belum memadai, dan sumber daya manusia yang belum paham dengan pariwisata. Tantangan tersebut diminimalisir dengan pemberian pelatihan pariwisata, bekerja sama dengan pokdarwis untuk pengembangan objek wisata baru, serta penambahan sarana dan prasarana. Hingga saat ini, destinasi objek wisata wilayah timur yang sudah berhasil dikembangkan adalah objek wisata Goa Kelelawar.
6. Pada strategi pengembangan pemasaran, Dinas pariwisata menguatkan promosi menggunakan media, melakukan kegiatan promosi di dalam dan luar negeri, membuat pelatihan promosi, dan memperluas kerja sama promosi wisata. Promosi yang dilakukan dinilai belum berhasil karena masih banyak yang harus dibenahi oleh Dinas Pariwisata, seperti belum adanya kerja sama berkelanjutan dengan pihak-pihak terkait, promosi yang dilakukan masih mengandalkan kegiatan dan lomba pariwisata yang ada di Kota Padang, dan persebaran informasi yang belum meluas. Pemberian pelatihan masih menjadi solusi untuk promosi pariwisata Kota Padang
7. Pada strategi pengembangan ekonomi kreatif, Kota Padang mulai mengembangkan subsektor seni pertunjukan berdasarkan arahan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I) Direktorat Infrastruktur Ekonomi

Kreatif di tahun 2023. Dukungan Dinas Pariwisata dalam pengembangan subsektor seni pertunjukan adalah dengan membantu menyediakan wadah untuk berkarya dan beberapa perlengkapan bersama Pemerintah Kota Padang melalui pendirian *Youth Center* Kota Padang sebagai *creative hub*. Tantangan yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah promosi karya yang masih konvensional akibat pemahaman promosi menggunakan media digital yang masih kurang, pemasaran yang belum menjangkau skala nasional dan mancanegara secara keseluruhan, belum adanya *database* pelaku ekonomi kreatif, lemahnya jaringan juga mengakibatkan pelaku ekonomi kreatif tidak bisa melakukan kemitraan dengan *venture capital* di Jakarta, belum ada ruang khusus dari pemerintah sebagai wadah pemasaran dan pemersatu produk ekokraf yang bisa dijangkau dan dikenali masyarakat luas Kota Padang, serta meniru produk yang sama dengan pelaku ekokraf lain. Strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata masih berfokus pada pemberian pelatihan bagi pelaku ekonomi kreatif.

8. Hasil analisis SWOT menginformasikan bahwasanya semua faktor hampir keseluruhannya memiliki bobot yang sama yang menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut dianggap sama pentingnya bagi keberhasilan destinasi. IFAS memiliki nilai *Strength* sebesar 1,9 dengan perolehan nilai *Weakness* sebesar 2,0. Nilai *Opportunity* sebesar 2,40 dan nilai *Threat* sebesar 1,95.
9. Posisi pengembangan sektor pariwisata di Kota Padang dari analisis SWOT berada dalam posisi kuadran III yang menggambarkan lingkungan internal menjadi penyebab menurunnya performa, sedangkan potensi peluang yang dimiliki cukup besar. Kondisi tersebut membutuhkan strategi *turn around* untuk meminimalisir kelemahan dari internal agar bisa menangkap peluang eksternal.
10. Strategi alternatif yang ditujukan untuk pengembangan pariwisata Kota Padang antara lain:
 - a) **Strategi SO** dengan Membuat kelompok destinasi wisata, dan menentukan *Unique Selling Point* dari wisata Kota Padang

b) Strategi WO dengan membuat tim khusus yang akan menelusuri kinerja pokdarwis dan pelaku ekonomi kreatif, membuat Paket Pariwisata, melakukan pendekatan *Customer Culture Approach*, dan penambahan serta perbaikan sarana dan prasarana

c) Strategi ST melalui program “*One Day in Padang*” atau program satu hari di Kota Padang, bekerjasama dengan pegiat seni pertunjukkan untuk mengadakan acara rutin yang menampilkan budaya Minangkabau, merencanakan merencanakan proyek *virtual tourism* dan melakukan survei kepuasan wisatawan.

d) Strategi WT dengan memberikan pelatihan dan implementasi sapta pesona, mengusut tuntas permasalahan pariwisata dari masyarakat seperti pemalakan dengan dibentuknya satuan petugas yang mengawasi setiap destinasi wisata, serta mengoptimalkan promosi dan informasi pariwisata.



5.2 Saran

Saran yang diberikan oleh peneliti antara lain:

1. Potensi pariwisata di Kota Padang sangatlah besar, satu hal penting yang perlu dilakukan oleh Dinas Pariwisata adalah bekerja sama.

Antar Pemerintah	Pelaku Usaha Pariwisata	Masyarakat	Internal
1. Pemerintah kota 2. Kementerian 3. Dinas provinsi 4. Lembaga pemerintah lainnya 5. Pihak keamanan	1. Pihak pengelola akomodasi 2. Pihak pengelola rumah makan 3. Biro perjalanan 4. UMKM 5. Pokdarwis	1. Masyarakat di sekitar objek wisata 2. Akademisi 3. Kelompok anak-anak muda	Antar divisi internal yang ada di Dinas Pariwisata

Kerja sama dalam hal promosi, pengembangan destinasi objek wisata, pemberian edukasi kepada masyarakat, menjaga kebersihan objek wisata, menjaga keamanan, dan kerja sama dalam bentuk apa pun yang diharapkan Dinas Pariwisata dapat mengintegrasikan dengan baik dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

2. Bagi pokdarwis, pelaku ekonomi kreatif, dan masyarakat yang telah mendapatkan pelatihan, dan bantuan dari Dinas Pariwisata hendaklah memaksimalkan kemampuan dengan memanfaatkan pengetahuan yang telah didapatkan selama pelatihan.

3. Dinas Pariwisata perlu mengaitkan fokus pariwisata yang ingin dikembangkan antara wisata halal, wisata alam, dan MICE dengan satu konsep wisata yang menggambarkan Kota Padang secara keseluruhan.

4. Dinas Pariwisata masih perlu membenahi banyak hal dari segi promosi, perbaikan sarana dan prasarana di wilayah timur, persoalan sampah di area objek wisata, rute objek wisata, pendekatan kepada wisatawan, membangun *Tourist Information Center*, dan lebih baik difokuskan pada kualitas destinasi objek wisata yang sudah ada daripada fokus pada penemuan objek wisata baru.

5.3 Implikasi Kebijakan

Beberapa kebijakan untuk pariwisata yang bisa penulis rekomendasikan antara lain:

1. Pemerintah Daerah melalui Dinas Pariwisata perlu mengakumulasikan perencanaan yang terorganisir agar pengembangan pariwisata mulai dikembangkan mengikuti tren dan kebutuhan wisatawan.
2. Kebijakan Dinas Pariwisata dalam mengurus pengembangan atraksi perlu dikelompokkan berdasarkan kondisi dan kemampuan dari masyarakat setempat yang bersedia menjaga atraksi wisata.
3. Dinas Pariwisata perlu menerapkan kebijakan pariwisata berkelanjutan dengan memperhatikan lingkungan pada atraksi wisata, seperti manajemen pembuangan sampah, penerapan hukum serta sanksi terhadap kerusakan lingkungan pada atraksi wisata, pengawasan terhadap kerusakan lingkungan, dan pembentukan satuan tugas peduli lingkungan.
4. Kebijakan promosi secara menyeluruh yang terdiri dari atraksi, amenitas, aksesibilitas, *event-event* yang diselenggarakan yang disertai dengan kerja sama dengan *stakeholder*.