

PEMETAAN POTENSI PARIWISATA DI KABUPATEN MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT

Penulis 1: Rahmat Hasanuddin

FE Universitas Sulawesi Barat

Penulis 2: Nurfitriayu Mandasari

FE Universitas Sulawesi Barat

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perserikatan Bangsa-bangsa telah mencanangkan tahun 2017 sebagai Tahun Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan. Sebagai salah satu sektor ekonomi terbesar di dunia, perjalanan dan pariwisata menciptakan lapangan pekerjaan, mendorong ekspor, dan meningkatkan kesejahteraan di belahan dunia. Tahun internasional tersebut memberikan kesempatan yang besar untuk menghadirkan lebih jauh nilai ekonomis, sosial, biaya, lingkungan dan wirasan leluhur yang bisa diberikan oleh sektor ini.

Keputusan kebijakan dan investasi yang tepat hanya dapat dibuat jika didukung oleh bukti empirik. Selama lebih dari 25 tahun, World Travel & Tourism Council (WTTC) telah memberikan bukti empirik ini, memberikan perhitungan dampak ekonomis dan tenaga kerja dari kegiatan perjalanan dan pariwisata. Tahun 2017, Laporan Ekonomi Tahunan yang mencakup 185 negara dan 26 wilayah di dunia, memberikan data yang dibutuhkan terhadap kinerja tahun 2016 serta ramalan khusus 10 tahun terkait potensi sektor ini.

Meskipun begitu banyak kejutan yang tidak terduga dari serangan teroris dan ketidakstabilan politik, pandemi kesehatan dan bencana alam, kegiatan perjalanan dan pariwisata terus menunjukkan ketahanannya di tahun 2016, berkontribusi secara langsung pada pertumbuhan PDB sebesar 3,1 % dan menyokong tambahan lapangan kerja sebanyak 6 juta dari sektor ini. Secara keseluruhan, perjalanan dan pariwisata menghasilkan US\$7,6 triliun (10,2% dari PDB global) dan 292 juta lapangan kerja di tahun 2016, setara dengan 1 banding 10 pekerjaan dalam perekonomian global. Sektor ini menghasilkan 6,6% dari total ekspor dan hampir 30 % dari total ekspor jasa global.

Untuk enam tahun berturut-turut, pertumbuhan dalam pejalan dan pariwisata melampaui pertumbuhan perekonomian global (2,5%). Di samping itu di tahun 2016, pertumbuhan PDB langsung dari Perjalanan dan Pariwisata tidak hanya melampaui pertumbuhan prekenomian glomab yang tercatat dalam 116 dari 185 negara yang tercakup dalam penelitian dampak ekonomi tahunan (termasuk ekonomi-ekonomi dengan perjalanan dan pariwisata besar seperti Australia, Canada, China, India, Mexico dan Afrika Selatan), tetapi juga lebih kuat dari pertumbuhan yang tercatat dari sektor jasa keuangan dan bisnis, manufaktur, pelayanan publik, ritel dan distribusi, serta transportasi.

Prospek perjalanan dan pariwisata di tahun 2017 tetap stabil dan akan berlanjut sebagai yang terdepan dalam penciptaan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dalam perekonomian global, meskipun munculnya sejumlah tantangan ke depan. Pertumbuhan langsung Perjalanan & Pariwisata diperkirakan akan

meningkat sebesar 3,8 % dari 3,1 % di tahun 2016. Meskipun negara-negara semakin mencari potensinya ke dalam, memasukkan hambatan-hambatan perdagangan dan pergerakan manusia, peran sektor perjalanan dan pariwisata menjadi semakin signifikan, sebagai mesin pertumbuhan ekonomi sebagai alat untuk berbagi budaya, menciptakan perdamaian dan membangun pemahaman bersama.

Dalam jangka waktu yang lebih panjang, pertumbuhan sektor perjalanan dan pariwisata akan semakin kuat bersama dengan investasi dan pembangunan yang berlangsung dengan semakin terbuka dan berkelanjutan. Dengan menetapkan kebijakan travel yang pro pertumbuhan yang menghasilkan manfaat secara lebih merata untuk mendorong bakat dan lingkungan bisnis yang diperlukan untuk memungkinkan sektor perjalanan dan pariwisata mewujudkan potensinya. Untuk melakukannya, tidak hanya kita dapat mengharapkan sektor tersebut untuk menyokong lebih dari 380 juta lapangan kerja di tahun 2027, tapi sektor ini akan terus meningkatkan kontribusinya ekonominya, memberikan landasan rasional untuk pelestarian alam, habitat dan keanekaragaman hayati.

Untuk kawasan Asia Pasifik, tren pertumbuhan pariwisata juga cukup mengesankan. Kecenderungan ini dapat dilihat dari tingkat pertumbuhan penerimaan dan kedatangan wisatawan dari tahun 2014, 2015 dan 2016. *World Trade Organization* (WTO) memprediksi prospek regional terhadap kepariwisataan internasional dan dari data pertumbuhan pariwisata di kawasan ini, maka Asia Pasifik dapat dikatakan sebagai kawasan dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata tertinggi dibandingkan dengan kawasan lain di Eropa, Asia, Afrika dan Amerika, yaitu sebesar 7,6 %.

Kawasan Asia Pasifik erat kaitannya dengan Indonesia, misalnya dalam hal sumber pasar utama serta banyaknya peluang perkembangan kepariwisataan di kawasan ini. Dalam *Harian Kompas* disebutkan bahwa wisatawan “*outbound*” Asia Pasifik diprediksi akan semakin meningkat, yaitu dari wisatawan Cina yang akan memimpin pemulihan industri pariwisata regional. Diprediksi secara nasional bahwa Indonesia akan mengalami peningkatan *outbound travel* sebesar 8 % dengan jumlah wisatawan mencapai 1,15 juta.

Sementara di Kawasan ASEAN, wilayah ini memiliki perkembangan pariwisata yang sangat dinamis. Data kunjungan wisatawan di setiap kawasan di tahun 2000 menunjukkan perubahan pesat dalam hal jumlah kunjungan, di mana masing-masing negara meningkat pesat. Di Malaysia sendiri, wisatawan meningkat dari 1.932.149 orang menjadi 10.221.582 di tahun 2000, yang membuat Malaysia menjadi *market leader* jika dilihat dari komposisi *Market share*. Bagi Indonesia, negara-negara ASEAN merupakan pesaing utama sekaligus sumber pasar utama pariwisata Indonesia, yaitu sebesar 40 % dari *total Market*. (RIPPPDA Provinsi Sulawesi Barat, 2016)

Dengan Singapura, Indonesia juga memiliki berbagai faktor keterkaitan khusus, seperti dalam hal aksesibilitas, di mana jalur-jalur penerbangan internasional Indonesia masih belum memiliki akses langsung dan masih sangat bergantung dengan Singapura. Karena selama ini hanya Singapura yang memiliki infrastruktur terbaik di antara negara-negara ASEAN lainnya.

Negara Singapura misalnya, hanyalah sebuah negara kota dengan sumber daya alam yang terbatas, tetapi unggul dalam perdagangan tidak lain karena mampu memanfaatkan negaranya menjadi lalu lintas perdagangan dunia

yang strategis. Maka tanpa keunggulan komparatif seperti yang dimiliki oleh Indonesia, negara ini telah memanfaatkan keunggulan kompetitifnya berupa kepemimpinan yang kuat, cerdas dan visionair, visionair serta didukung oleh sumber daya manusia yang mampu melakukan pekerjaan-pekerjaan secara profesional dan inovatif.

Jika kita membandingkan antara 10 negara di ASEAN, Indonesia masih berada di peringkat ke-4 dilihat dari aspek pendapatan rata-rata sedangkan dilihat dari segi ekonomi kompetitif dunia yang dilansir oleh The Institute of World Management masih berada di urutan keempat setelah Singapura (urutan 3), Malaysia (urutan ke 22), Thailand (urutan ke 31) sedangkan Indonesia masih berada di urutan ke 43. Meski masih berada di atas Vietnam, Laos, Kamboja, Myanmar, Brunei Darussalam dan Filipina, tetapi kajian ini telah mampu menunjukkan bahwa secara ekonomi Indonesia masih jauh ketinggalan dengan ketiga negara tersebut di atas. Salah satu indikator yang dikaji untuk menentukan ekonomi kompetitif di atas selain pertumbuhan ekonomi dan indikator-indikator makro ekonomi lainnya ialah sektor pariwisata.

Sektor pariwisata ini ternyata menjadi aspek yang begitu penting dan signifikan dalam menyumbang kemajuan perekonomian suatu negara. Seperti diketahui sektor pariwisata adalah sektor ekonomi yang secara nyata menyumbang terhadap devisa negara. Selama berpuluh-puluh tahun

Melihat ekonomi Indonesia dari perspektif pariwisata maka sebuah anomali memang segera nampak. Tak dapat disangkal bahwa di antara negara ASEAN, Indonesia adalah negara yang paling besar, baik dilihat dari segi luas wilayah maupun dari segi jumlah penduduknya. Selain itu Indonesia merupakan negara yang memiliki begitu banyak etnis, aneka ragam budaya, tak terhitung lintasan sejarah yang meninggalkan fakta monumental yang bernilai historis, serta merupakan negara kepulauan yang menyimpan begitu banyak keunikan keunikan geologis maupun ekologis. Dengan aneka ragam kekayaan itu, tentu saja tak terhitung besarnya potensi wisata yang tersebar diseluruh pelosok negeri. Tetapi semua itu masih tersimpan sebagai potensi dan belum mampu dieksploitasi sebagai obyek wisata apalagi untuk menjadikannya sebagai destinasi wisata dari wisatawan domestik atau manca negara.

Dalam Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional telah ditetapkan bahwa Sektor Pariwisata harus menjadi bagian penting dan signifikan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, memperluas dan meningkatkan kesempatan kerja, memperluas dan meningkatkan peran UKM dan tentu saja akan memperkuat devisa negara. Dari rencana tersebut ditetapkan pula bahwa target kunjungan wisman adalah 20 juta pada tahun 2019. Target ini bukanlah angka yang muluk-muluk dan dapat dicapai dengan berbagai syarat-syarat pendukung. Selama berpuluh-puluh tahun Indonesia memang lalai menggarap potensi yang besar ini sedangkan negara-negara lain, khususnya ketiga negara ASEAN tersebut di atas telah lama memulainya. Selama itu pula destinasi wisata di Indonesia seakan-akan terpusat di pulau Bali dan Yogyakarta padahal potensi destinasi wisata tersebar di 34 provinsi. Kini baru disadari bahwa sektor pariwisata tidak kurang pentingnya untuk memajukan perekonomian negara. Namun disadari pula bahwa sektor pariwisata tidak berdiri sendiri. Sektor ini

hanya akan maju jika dibangun bersama dengan sektor –sektor lain misalnya sektor perhubungan dan transportasi, sektor akomodasi/perhotelan, sektor keamanan dan kenyamanan, kesiapan sumber daya manusia dan sosial untuk melakukan pelayanan yang baik. Dengan kata lain, memajukan sektor pariwisata haruslah didahului dengan investasi yang besar termasuk investasi sumber daya manusianya.

Oleh karena itu Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional adalah petunjuk bagi arah, sasaran prinsip dan strategi peemmbangunan perhotelan, sektor transportasi. Oleh karena itu 34 propinsi di Indonesia harus merencanakan langkah-langkah strategis yang harus dilakukan secara bersama-sama dan serentak. Rencana pada tingkat provinsi ini kemudian diturunkan menjadi rencana kota atau Kabupaten agar virus revolusi tourisme ini menjalar sampai ke tingkat bawah. Dengan demikian sektor pariwisata pada tingkat kabupaten/kota diharapkan sejalan dan menjadi pendukung pariwisata provinsi dan puncaknya ialah kemajuan pariwisata nasional. Dengan rencana dan langkah-langkah strategis yang dilakukan akan nampak segmentasi dan jenis pariwisata yang dapat dipromosikan menjadi tujuan wisata mancanegara dan mana destinasi wisata lokal atau domestik bahkan mana kedua-keduanya.

Di Provinsi Sulawesi Barat, secara historis cukup banyak potensi pariwisata yang bisa diangkat dan dikembangkan. Mengingat bahwa di masa penjajahan, Provinsi ini merupakan bagian dari 7 wilayah pemerintahan yang dikenal dengan nama Afdeling Mandar yang meliputi empat Wonder afdeling yang terletak di sepanjang garis pantai barat pulau Sulawesi yang mencakup 7 wilayah kerajaan.

Provinsi Sulawesi Barat menurut sejarah terdiri atas beberapa Kerajaan, dibuktikan dengan adanya artifak luar di bekas afdeling Mandar. Di sana terdapat 14 kerajaan, masing-masing Balanipa, Banggae, Pamboang, Sendana, Tappalang, Mamuju, Binuang, Rante Bulahan, Aralie, Mambu, Tabulahan, Matangga, Bambang dan Tabang.

Terdapat enam bahasa daerah yang umum digunakan, masing-masing adalah Bahasa Mandar, Toraja, Bugis, Makassar, Jawa dan Bali. Terdapat beberapa suku/etnis yang menjadi keanekaragaman budaya di Sulawesi Barat, di antaranya Suku Mandar, Suku Toraja, Suku Bugis, Suku Jawa, Suku Makassar dan suku lainnya.

Sulawesi Barat terkenal dengan Suku Mandar, hal tersebut didukung oleh data statistik bahwa mayoritas penduduknya adalah masyarakat bersuku Mandar. Oleh sebab itu Sulawesi Barat bisa diidentikkan dengan Mandar. Orang Mandar adalah “pelaut-pelaut yang ulung”. Ketika berlayar, mereka akan bersandar pada yang baik dan pantang menyerah. Orang Mandar menjunjung tinggi hal-hal yang baik, benar dan mulia. Hal tersebut tertuang dalam semboyan dan lambang Sulawesi Barat *Malaqbi*.

Perubahan tren pola perjalanan wisata dari *Mass Tourism* (wisatawan konvensional) menjadi *Special Interest Tourism* (wisatawan minat khusus) dibarengi dengan perkembangan pariwisata Sulawesi Barat yang dipengaruhi oleh perubahan iklim global, teknologi baru, keterpaduan banyak aspek, segmentasi

pasar, pola kebiasaan/sikap masyarakat lokal, dan keterbatasan lingkungan alam Sulawesi Barat. Melihat hal tersebut, pengembangan kegiatan kepariwisataan Sulawesi Barat, khususnya Kabupaten Majene harus dapat diolah dengan memperhatikan berbagai macam perubahan tersebut dengan tetap berdasarkan pada pembangunan pariwisata berkelanjutan, yaitu dapat memberikan manfaat ekonomis kepada masyarakat lokal dan kelestarian lingkungan Sulawesi Barat pada umumnya, dan Kabupaten Majene pada khususnya.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tujuan penelitian untuk permasalahan yang berhubungan langsung :

1. Mengidentifikasi perwilayahan pembangunan pariwisata Kabupaten Majene yang mencakup penetapan wilayah destinasi pariwisata Kabupaten Majene.
2. Mengidentifikasi pembangunan destinasi pariwisata yang mencakup penetapan dan pembangunan daya tarik wisata, aksesibilitas, prasarana umum dan fasilitas umum, fasilitas pariwisata dan pengembangan investasi di Kabupaten Majene.
3. Mengidentifikasi pembangunan pemasaran pariwisata yang mencakup pembangunan pasar wisatawan, pembangunan citra pariwisata, pengembangan promosi pariwisata dan pengembangan kolaborasi pemasaran antar pemangku kepentingan pariwisata.

1.3. Urgensi Penelitian

Sulawesi Barat memiliki potensi Sumber Daya Alam (SDA) yang beraneka ragam, baik di darat maupun di laut, antara lain pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan/kelautan, pertambangan dan pariwisata. Topografi Sulawesi Barat bervariasi, dari datar, berbukit sampai bergunung. Di Kabupaten Majene topografi yang banyak dijumpai adalah berbukit dan bergunung, dengan sedikit daerah pesisir.

Selain perubahan tren pola perjalanan wisata, perkembangan pariwisata Sulawesi Barat, khususnya Kabupaten Majene juga dipengaruhi oleh perubahan lain seperti perubahan iklim global, teknologi baru, keterpaduan banyak aspek, segmentasi pasar, pola kebiasaan/sikap masyarakat lokal dan keterbatasan lingkungan alam. Oleh karena itu dalam pengembangan kepariwisataannya, Kabupaten Majene harus dapat mengelola perubahan-perubahan tersebut dengan tetap berdasar pada pembangunan pariwisata berkelanjutan, yaitu dapat memberikan manfaat ekonomis kepada masyarakat lokal dan kelestarian lingkungan Sulawesi Barat tetap terjaga.

1.4. Kontribusi Penelitian

Kontribusi penelitian ini diantaranya :

1. Konsep wilayah pembangunan pariwisata Kabupaten Majene yang mencakup penetapan wilayah destinasi pariwisata Kabupaten Majene.
2. Konsep pembangunan destinasi pariwisata yang mencakup penetapan dan pembangunan daya tarik wisata, aksesibilitas, prasarana umum dan fasilitas umum, fasilitas pariwisata dan pengembangan investasi di Kabupaten Majene.
3. Konsep pembangunan pemasaran pariwisata yang mencakup pembangunan pasar wisatawan, pembangunan citra pariwisata, pengembangan promosi pariwisata dan pengembangan kolaborasi

pemasaran antar pemangku kepentingan pariwisata.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Metodologi

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan analisis kualitatif. Tujuan dari tahap analisis adalah menemukan potensi dan permasalahan dengan tepat, untuk kemudian mengantisipasi peluang dan tantangan yang akan muncul, secara multidisiplin, yang akan memberikan dukungan bagi perumusan arahan pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Majene secara terpadu. Metode yang digunakan pada tahap ini adalah kajian pustaka, analisis, tabulasi frekuensi dan tabulasi silang.

2.2. Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Jangka waktu penelitian 5 (lima) bulan dari Bulan Juli – November 2018.

2.3. Tahapan Penelitian

1. Tahap Persiapan, Studi Literatur dan Observasi Awal
2. Tahap Identifikasi potensi dan permasalahan
3. Tahap Analisis
4. Tahap perumusan konsep dan strategi pembangunan

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 .Industri Pariwisata di Kabupaten Majene

Pariwisata merupakan mesin penggerak ekonomi bagi pembangunan ekonomi di suatu daerah, tanpa terkecuali di kabupaten Majene. Sehingga pengembangan industri pariwisata perlu secara optimal dilakukan.

Industri pariwisata. G. A. Schmooll memberi batasan tentang industri pariwisata sebagai *“Tourist is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function, type organization, range of service provided and method used to market and sell them”*. Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya perusahaan, lokasi tempat kedudukan, bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya.

Batasan pariwisata sebagai suatu industri diberikan secara terbatas, hanya sekedar menggambarkan apa sebenarnya pariwisata itu. Dengan demikian dapat memberikan pengertian yang lebih luas. Jadi sebenarnya, ide memberikan istilah industri pariwisata lebih banyak bertujuan memberikan daya tarik supaya pariwisata dapat dianggap sebagai sesuatu yang berarti bagi perekonomian suatu daerah,. Industri pariwisata adalah keseluruhan rangkaian dari usaha menjual barang dan jasa yang diperlukan wisatawan, selama ia melakukan perjalanan wisata sampai kembali ke tempat asalnya.

Industri pariwisata semestinya dikembangkan karena delapan alasan utama:

- (1) Pariwisata sebagai faktor pemicu bagi perkembangan ekonomi nasional maupun internasional.
- (2) Pemicu kemakmuran melalui perkembangan komunikasi, transportasi, akomodasi, jasa-jasa pelayanan lainnya.
- (3) Perhatian

khusus terhadap pelestarian budaya, nilai-nilai sosial agar bernilai ekonomi. (4) Pemerataan kesejahteraan yang diakibatkan oleh adanya konsumsi wisatawan pada sebuah destinasi. (5) Penghasil devisa. (6) Pemicu perdagangan internasional. (7) Pemicu pertumbuhan dan perkembangan lembaga pendidikan profesi pariwisata maupun lembaga yang khusus yang membentuk jiwa hospitality yang handal dan santun, dan (8) Pangsa pasar bagi produk lokal sehingga aneka-ragam produk terus berkembang, seiring dinamika sosial ekonomi pada daerah suatu destinasi.

Ruang lingkup industri pariwisata menyangkut berbagai sektor ekonomi. Adapun aspek-aspek yang tercakup dalam industri pariwisata antara lain:

1. Restoran. Di dalam bidang restoran, perhatian antara lain dapat diarahkan pada kualitas pelayanan, baik dari jenis makanan maupun teknik pelayanannya. Disamping itu, dari segi kandungan gizi, kesehatan makanan dan lingkungan restoran serta penemuan makanan-makanan baru dan tradisional baik resep, bahan maupun penyajiannya yang bias dikembangkan secara nasional, regional bahkan internasional.
2. Penginapan. Penginapan atau home stay, yang terdiri dari hotel, motel, resort, kondominium, time sharing, wisma-wisma dan bed and breakfast, merupakan aspek-aspek yang dapat diakses dalam pengembangan bidang kepariwisataan. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan penginapan ini dapat berupa; strategi pemasaran, pelayanan saat penginapan, integrasi dan restoran atau biro perjalanan, dan sebagainya. Penelitian juga dapat diarahkan pada upaya memperkecil limbah dari industry pariwisata tersebut.
3. Pelayanan perjalanan. Meliputi biro perjalanan, paket perjalanan (tour wholesalers), perusahaan incentive travel dan reception service.
4. Transportasi. Dapat berupa sarana dan prasarana angkutan wisata seperti mobil/bus, pesawat udara, kereta api, kapal pesiar, dan sepeda.
5. Pengembangan Daerah Tujuan Wisata. Dapat berupa penelitian pasar dan pangsa, kelayakan kawasan wisatawan, arsitektur bangunan, dan engineering, serta lembaga keuangan.
6. Fasilitas Rekreasi. Meliputi pengembangan dan pemanfaatan taman-taman Negara, tempat perkemahan (camping ground), ruang konser, teater, dan lain-lain.
7. Atraksi wisata. Meliputi taman-taman bertema, museum-museum, hutan lindung, agrowisata, keajaiban alam, kegiatan seni dan budaya, dan lain sebagainya.

Kemudian Jenis usaha pariwisata antara lain :

1. Usaha daya tarik wisata : usaha pengelolaan daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan/atau daya tarik wisata buatan/binaan manusia.
2. Usaha kawasan pariwisata : usaha pembangunan dan/atau pengelolaan kawasan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata sesuai peraturan perundang-undangan.
3. Transportasi pariwisata : usaha penyediaan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata, bukan angkutan transportasi reguler/umum.
4. Perjalanan wisata : biro perjalanan wisata adalah usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan perjalanan ibadah.

5. Makanan dan minuman : usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan,penyimpana dan/atau penyajiannya.
6. Jasa boga adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian, untuk disajikan di lokasi yang diinginkan oleh pemesan.pusat penjualan makanan adalah usaha penyediaan tempat untuk restoran, rumah makan dan/atau kafe dilengkapi dengan meja dan kursi.
7. Usaha penyediaan akomodasi : usaha penyediaan pelayanan penginapan untuk wisatawan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya.hotel adalah penyediaan akomodasi secara harian berupa kamar-kamar di dalam 1 (satu) bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya.bumi perkemahan adalah penyediaan akomodasi di alam terbuka dengan menggunakan tenda.persinggahan karavan adalah penyediaan tempat untuk kendaraan yang dilengkapi fasilitas menginap di alam terbuka dapat dilengkapi dengan kendaraannya.vila adalah penyediaan akomodasi berupa keseluruhan bangunan tunggal yang dapat dilengkapi dengan fasilitas, kegiatan hiburan serta fasilitas lainnya.pondok wisata adalah penyediaan akomodasi berupa bangunan rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan dimanfaatkan sebagian untuk disewakan dengan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari pemiliknya.
8. Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan & rekreasi : usaha penyelenggaraan kegiatan berupa usaha seni pertunjukan, arena permainan, karaoke, serta kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya yang bertujuan untuk pariwisata, tetapi tidak termasuk di dalamnya wisata tirta dan spa.gelanggang olahraga adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas untuk berolahraga dalam rangka rekreasi dan hiburan.gelanggang seni adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas untuk melakukan kegiatan seni atau menonton karya seni dan/atau pertunjukan seni.
9. Usaha jasa penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran : pemberian jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orangwisata bahari adalah penyelenggaraan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut.wisata sungai, danau dan waduk adalah penyelenggaraan wisata dan olah raga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan sungai, danau dan waduk.
10. Usaha SPA : usaha perawatan yang memberikan layanan dengan metode kombinasi terapi air, terapi aroma, pijat, rempah-rempah, layanan makanan/minuman sehat.

3.2. Usaha Pariwisata di Kabupaten Majene

Dalam industri pariwisata terdapat berbagai usaha pariwisata, yaitu usaha yang menyediakan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Orang yang atau sekelompok

orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata disebut pengusaha pariwisata. Usaha pariwisata merupakan kegiatan bisnis yang berhubungan langsung dengan kegiatan sehingga tanpa keberadaannya, pariwisata tidak dapat berjalan dengan baik.

Adanya usaha pariwisata tentunya juga didukung oleh usaha-usaha lain, karena industri pariwisata adalah industri multi sektor. Usaha pariwisata atau sering juga disebut sebagai fasilitas wisata atau sarana wisata (*superstructure*), salah satunya adalah penyediaan akomodasi. Yang dimaksud penyediaan akomodasi adalah usaha yang menyediakan pelayanan penginapan dan dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lain. Usaha penyediaan akomodasi dapat berupa hotel, vila, pondok wisata, bumi perkemahan, persinggahan, caravan, dan akomodasi lain yang digunakan untuk tujuan pariwisata. Usaha-usaha pariwisata di kabupaten Majene, antara lain:

A. Hotel dan Penginapan

Indikator yang biasa digunakan untuk melihat perkembangan sektor ini adalah jumlah hotel/penginapan, dan jumlah kamar. Pada tahun 2017 jumlah penginapan di Kabupaten Majene sebanyak 18 penginapan/hotel, dengan rincian jumlah kamar yang tersedia sebanyak 243 kamar dan 371 tempat tidur.

1. Hotel Bogor / Bogor Hotel, terletak di Jl. WR. Mongosidi No. 10 Telp. 0422-21109 Majene
2. Hotel Takanajuo / Takanajuo Inn, Jl. Jend. Gatot Subroto Telp. 0422-2207 Majene
3. Hotel Tiga Bintang I & II / Tiga Bintang I & II Hotels, Jl. DR. Sam Rattulanngi No. Telp.
4. Hotel Aulia / Aulia Hotel, Jl. Jend. Gatot Subroto No. Telp.
5. Hotel Sulawesi / Sulawesi Hotel, Jl. Jend. Sudirman No. 101 Telp. 0422-21700 Majene

Tabel 3.1.

Jumlah Kamar dan Tempat Tidur Penginapan di Kab. Majene, 2017

	Jenis Akomodasi	Klasifikasi Usaha	Kamar	Tempat Tidur
	(1)	(2)	(3)	(4)
1	Hotel Abrar	Non Bintang	12	21
2	Hotel Villa Bogor	Bintang 2	31	35
3	Hotel Sulawesi	Non Bintang	15	25
4	Hotel Tiga Bintang	Non Bintang	14	22
5	Penginapan Hijrah	Penginapan	7	13
6	Hotel Takana Juo	Non Bintang	18	26
7	Hotel Bogor	Non Bintang	8	16
8	Wisma Zikra	Penginapan	9	12
9	Hotel Aulia	Non Bintang	12	22
10	Penginapan Sederhana	Penginapan	10	20
11	Wisma Yumari	Penginapan	22	38
12	Penginapan Cahaya Wajo	Penginapan	15	30
13	Penginapan B'Nusabila	Penginapan	22	30
14	Wisma Maghfira	Penginapan	4	5
15	Penginapan Bukit Tinggi	Penginapan	3	3
16	Penginapan Sahabat	Penginapan	6	6
17	Penginapan Puri Lembang	Penginapan	15	19
18	Hotel Dafina Inn	Non Bintang	20	28
	Jumlah		243	371

Sumber : Updating Usaha Jasa Akomodasi 2017

B. Rumah Makan/Restaurants

1. Rumah Makan Takanajuo / Takanajuo Restaurant, Jl. Jend. Gatot Subroto Telp. 0422-2207 Majene,
2. Rumah Makan Madya / Madya Restaurant, Jl. Syukur Rahim No. 22 Telp. 0422-21321 Majene
3. Rumah Makan Dobby / Dobby Restaurant, Jl. Jend. Gatot Subroto
4. Rumah Makan Asia / Asia Restaurant, Jl. Jend. Gatot Subroto Telp. 0422-21312 Majene
5. Rumah Makan Kembar / Kembar Restaurant, Binanga
6. Rumah Makan Bambu Runcing / Bambu Runcing Restaurant Jl. Abd. Jalil
7. Rumah Makan Sri Solo / Sri Solo Restaurant, Jl. Lanto Dg. Pasewang No. 2 Majene
8. Rumah Makan Ikhlas / Ikhlas Restaurant Jl. Lanto Dg. Pasewang No. 2 Majene
9. Rumah Makan Sop Saudara I & II / Sop Saudara I & II Restaurants Jl. Jend. Sudirman Telp. 0422-21488 Majene
10. Rumah Makan Aulia / Aulia Restaurant, Jl. Jend. Gatot Subroto
11. Kafe Azzifa / Azzifa Cafe, Jl. Jend. Sudirman

3.3. Usaha Kecil dan Menengah Pendukung Pariwisata

Usaha Kecil dan Menengah Pendukung Pariwisata meliputi Home Industri/Kerajinan Rumah Tangga, yaitu

1. Pembuatan Minyak Kelapa Mandar (Tulu)
2. Pembuatan Meubel Batang Kelapa (Rangas)
3. Kerajinan Tangan (Rangas)
4. Pandai Besi Pambo'borang
5. Pembuatan Sarung Sutera Mandar
6. Produk Kopi Malunda
7. Pembuatan Perahu Tradisional Sandeq

3.4. Pemasaran Pariwisata Kabupaten Majene

Pembangunan Kepariwisata berdasarkan Undang- Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, meliputi empat aspek. yaitu menyebutkan bahwa Pembangunan Kepariwisata meliputi :

- a. Industri Pariwisata,
- b. Destinasi Pariwisata,
- c. Pemasaran, dan
- d. Kelembagaan Kepariwisata

Dalam Penjelasan UU No. 10 Tahun 2009, pasal 7 huruf c, dijelaskan ketentuan-ketentuan mengenai pembangunan Kepariwisata yang meliputi 4 aspek tersebut di atas. Khususnya untuk aspek Pemasaran yang dimaksud antara lain pemasaran pariwisata bersama, terpadu, dan berkesinambungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan serta pemasaran yang bertanggung jawab dalam membangun citra Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing.

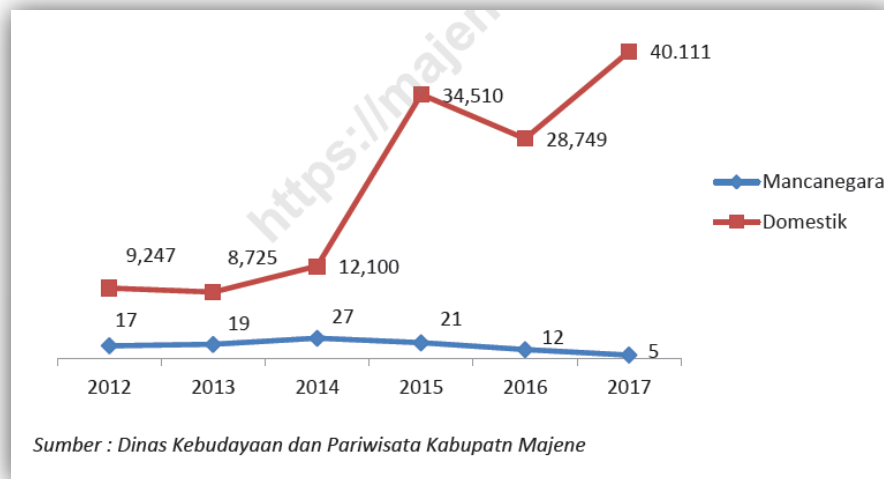
3.5. Jumlah dan Perkembangan Pasar Wisatawan di Kabupaten Majene

Untuk menarik perhatian wisatawan tentunya harus ada objek wisata yang menjadi magnet bagi wisatawan. Seperti Bali yang memiliki pantai kuta, Kabupaten Majene juga memiliki sejumlah objek wisata yang tidak kalah dari daerah lain seperti pantai dato.

Seiring dengan kemajuan zaman, pemerintah Majene mulai berbenah diri dan mulai melakukan usaha guna mempercantik objek wisata di kabupaten Majene.

Hal ini terlihat dari lonjakan wisatawan domestic yang berkunjung ke Majene tahun 2017. Pada tahun 2017 terjadi Peningkatan jumlah wisatawan di Kabupaten Majene, total jumlah wisatawan adalah 40.116 orang atau menurun sebesar 39 persen jika dibanding jumlah wisatawan pada tahun 2016 yang sebesar 28.761 orang. Jika dilihat dari asal wisatawan, wisatawan yang datang berkunjung ke Kabupaten Majene di dominasi oleh wisatawan domestik dengan persentase sebanyak 99,99 persen.

Grafik 3.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kabupaten Majene, 2012 - 2017



3.6. Karakteristik Pasar Wisatawan

Aspek pasar wisatawan menentukan pengembangan produk wisata yang ditawarkan suatu kawasan wisata. Diperlukan pemahaman tentang karakteristik pasar, baik kuantitas maupun kualitasnya, untuk kemudian menjadi pertimbangan dalam mengemas produk wisata, dan strategi pemasaran serta teknik promosi yang akan dilakukan.

Kebijakan dan Strategi Pasar dan Pemasaran sebagai berikut: Arah kebijakan pengembangan pasar wisatawan diwujudkan dalam bentuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen pasar wisata untuk mengoptimalkan pengembangan destinasi Pariwisata dan dinamika pasar global.

3.7. Upaya Pemasaran yang Dilakukan Pemerintah Kabupaten Majene

Pembangunan Pemasaran Pariwisata adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan

produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingannya.

1. Pengembangan Pasar Wisatawan

Strategi untuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan pasar wisata sebagaimana dimaksud meliputi:

- Meningkatkan pemasaran dan promosi untuk mendukung penciptaan destinasi pariwisata yang diprioritaskan;
- Mengembangkan promosi berbasis tema tertentu;
- Meningkatkan akselerasi pergerakan wisatawan di seluruh destinasi pariwisata; dan
- Meningkatkan intensifikasi pemasaran wisata konvensi, insentif, dan pameran (MICE) yang diselenggarakan oleh sektor lain.

2. Pengembangan Citra Pariwisata

Arah kebijakan pengembangan citra pariwisata sebagaimana dimaksud meliputi:

- Pengembangan dan pemantapan citra pariwisata Kabupaten Majene sebagai destinasi pariwisata; dan
- Pengembangan citra pariwisata Kabupaten Majene sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing.

Strategi untuk peningkatan dan pemantapan citra pariwisata Kabupaten Majene sebagaimana dimaksud meliputi :

- Meningkatkan dan memantapkan pemosisian citra Kabupaten Majene di antara para pesaing; dan
- Meningkatkan kehadiran media dalam rangka meningkatkan citra positif pariwisata Kabupaten Majene.

Peningkatan dan pemantapan pemasaran citra pariwisata Kabupaten Majene di antara para pesaing terletak pada kekuatan-kekuatan utama yang meliputi:

- Pertumbuhan ekonomi daerah yang semakin meningkat;
- Adanya dukungan dan komitmen dari Pemerintah Daerah dalam pembangunan kepariwisataan;
- Kaya akan potensi wisata sejarah, budaya, bahari, dan keunggulan komperatif;
- Infrastruktur dan aksesibilitas yang memadai; dan
- Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata.

Arah kebijakan pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata sebagai berikut:

- Pengembangan kemitraan pemasaran yang terpadu sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan; dan
- Peningkatan peran media komunikasi dalam memasarkan dan mempromosikan wisata.

Strategi untuk pengembangan kemitraan pemasaran terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan adalah:

- Meningkatkan keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan pariwisata; dan

- Mengembangkan strategi pemasaran berbasis pada pemasaran yang bertanggung jawab, yang menekankan tanggung jawab terhadap masyarakat, sumberdaya lingkungan dan wisatawan.

Strategi untuk Peningkatan peran media komunikasi dalam memasarkan dan mempromosikan wisata adalah sebagai berikut:

- Mengoptimalkan pemanfaatan media komunikasi pemasaran, baik media cetak maupun media elektronik; dan
- Mengembangkan *E-Marketing*.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pemetaan potensi pariwisata di Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Aspek pasar wisatawan menentukan pengembangan produk wisata yang ditawarkan suatu kawasan wisata. Diperlukan pemahaman tentang karakteristik pasar, baik kuantitas maupun kualitasnya, untuk kemudian menjadi pertimbangan dalam mengemas produk wisata, dan strategi pemasaran serta teknik promosi yang akan dilakukan.
2. Kebijakan dan Strategi Pasar dan Pemasaran sebagai berikut: Arah kebijakan pengembangan pasar wisatawan diwujudkan dalam bentuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen pasar wisata untuk mengoptimalkan pengembangan destinasi Pariwisata dan dinamika pasar global.
3. Pembangunan Pemasaran Pariwisata adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingannya.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Diperlukan strategi untuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan pasar wisata sebagaimana dimaksud meliputi: meningkatkan pemasaran dan promosi untuk mendukung penciptaan destinasi pariwisata yang diprioritaskan; mengembangkan promosi berbasis tema tertentu; meningkatkan akselerasi pergerakan wisatawan di seluruh destinasi pariwisata; dan meningkatkan intensifikasi pemasaran wisata konvensional, insentif, dan pameran (MICE) yang diselenggarakan oleh sektor lain.
2. Diperlukan arah kebijakan pengembangan citra pariwisata sebagaimana dimaksud meliputi: pengembangan dan pemantapan citra pariwisata Kabupaten Majene sebagai destinasi pariwisata; dan pengembangan citra pariwisata Kabupaten Majene sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing.
3. Diperlukan strategi untuk peningkatan dan pemantapan citra pariwisata Kabupaten Majene sebagaimana dimaksud meliputi : meningkatkan dan memantapkan pemosisian citra Kabupaten Majene di antara para pesaing;

dan meningkatkan kehadiran media dalam rangka meningkatkan citra positif pariwisata Kabupaten Majene.

4. Diperlukan peningkatan dan pemantapan pemasaran citra pariwisata Kabupaten Majene di antara para pesaing terletak pada kekuatan-kekuatan utama yang meliputi: pertumbuhan ekonomi daerah yang semakin meningkat; adanya dukungan dan komitmen dari Pemerintah Daerah dalam pembangunan kepariwisataan; kaya akan potensi wisata sejarah, budaya, bahari, dan keunggulan komperatif; infrastruktur dan aksesibilitas yang memadai; dan pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata.
5. Diperlukan arah kebijakan pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata sebagai berikut: pengembangan kemitraan pemasaran yang terpadu sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan; dan peningkatan peran media komunikasi dalam memasarkan dan mempromosikan wisata.
6. Diperlukan strategi untuk pengembangan kemitraan pemasaran terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan adalah: meningkatkan keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan pariwisata; dan mengembangkan strategi pemasaran berbasis pada pemasaran yang bertanggung jawab, yang menekankan tanggung jawab terhadap masyarakat, sumberdaya lingkungan dan wisatawan.
7. Diperlukan strategi untuk peningkatan peran media komunikasi dalam memasarkan dan mempromosikan wisata adalah sebagai berikut: mengoptimalkan pemanfaatan media komunikasi pemasaran, baik media cetak maupun media elektronik; dan mengembangkan *E-Marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Arawati. Barker, Sunita. Kandempully, Jay. (2007). *An exploratory study of service quality in the Malaysian public service sector*. International journal of quality and reliability management.
- Anik Farida, "Haji dalam Stratifikasi Sosial Masyarakat Betawi Pedagang di Kelurahan Jombang, (Jakarta Selatan" dalam Jurnal Penamas, no. 33 th. XII, 1999).
- Asubonteng, P., McCleary, K. J., and Swan J.E., (1996), SERVQUAL revisited: a critical review of service quality, *Journal of Services Marketing*, Vol 10, No. 6.
- Baker, D.A. and Crompton, J.L., 2000. Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*.
- Burkart, A.J and Medlik, S. 1976. *Tourism Past, Present, and Future*. London: Heinemann
- Bigne, J, E & Andreu, L (2004). Modelo cognition-affectivo de la satisfaccion en servicios de ocio y turismo. Cuadernos de economia y direccion de la empresa.
- Bologlu, S. 2000. A path analytic model of visitation intention involving information sources, a socio-psychological motivation, and destination image. *Journal of travel & tourism marketing*.
- Azizy, A., Qodry (2007). *Change Management*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Bonn. Mark. A., Joseph. Sacha. M., and Dai. Mo, (2005), *International versus domestic visitors: An examination of destination image perceptions*, *Journal of travel research*.
- Clemes. Michael D, Wu. Jonathan Hung-Che, Hu. Bai-Ding. Gan, Christoper. (2009). An Empirical Study of Behavioral Intentions In The Taiwan Hotel Industry. *Journal of innovative marketing*.

- Chen, C.-F. and Tsai, D., 2007. How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions. *Tourism Management*,
- Cole, S.T., Crompton, S.J. and Willson, V.L., 2002. An Empirical Investigation of the Relationships Between Service Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions Among Visitors to a Wildlife Refuge. *Journal of Leisure Research*