
LAPORAN PENELITIAN HIBAH BERSAING TAHUN KEDUA



Judul

**MODEL PENGEMBANGAN INDUSTRI UNGGULAN
BERBASIS SUMBERDAYA LOKAL
DI KOTA PADANG PANJANG**

Peneliti

**Prof. Dr. Ir. Kholil, M.Kom (0314036302)
Soecahyadi, ST., MT (0331087702)**

**Dibiayai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dengan
Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Program Pengabdian Kepada
Masyarakat Bagi Dosen Perguruan Tinggi Swasta Kopertis III Jakarta
dengan Nomor 106/K3/KM/2015, tanggal 23 Februari 2015**

**UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
NOVEMBER 2016**

LAPORAN PENELITIAN HIBAH BERSAING TAHUN KEDUA



Judul

**MODEL PENGEMBANGAN INDUSTRI UNGGULAN
BERBASIS SUMBERDAYA LOKAL
DI KOTA PADANG PANJANG**

Peneliti

**Prof. Dr. Ir. Kholil, M.Kom (0314036302)
Soecahyadi, ST., MT (0331087702)**

**Dibiayai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dengan
Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Program Pengabdian Kepada
Masyarakat Bagi Dosen Perguruan Tinggi Swasta Kopertis III Jakarta
dengan Nomor 106/K3/KM/2015, tanggal 23 Februari 2015**

**UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
NOVEMBER 2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Model Pengembangan Industri Unggulan Berbasis Sumberdaya Lokal di Kotamadya Padang Panjang

Peneliti/Pelaksana

Nama Lengkap : Dr. Ir KHOLIL M.Kes
Perguruan Tinggi : Universitas Sahid
NIDN : 0314036302
Jabatan Fungsional : Guru Besar
Program Studi : Teknik Lingkungan
Nomor HP : 08128101156
Alamat surel (e-mail) : kholil2005@yahoo.com

Anggota (1)

Nama Lengkap : SOECAHYADI ST.,MT
NIDN : 0331087702
Perguruan Tinggi : Universitas Sahid
Institusi Mitra (jika ada) : -
Nama Institusi Mitra : -
Alamat : -
Penanggung Jawab : -
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 2 dari rencana 2 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 50.000.000,00
Biaya Keseluruhan : Rp 104.000.000,00

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik



(Dr. Farhat Umar. M.Si)
NIP/NIK 19910142

Jakarta, 8 - 11 - 2016
Ketua,



(Dr. Ir KHOLIL M.Kes)
NIP/NIK 19880045

Menyetujui,
Kepala LPPM USAHID



(Prof. Dr. Ir. Giyatmi. M.Si)
NIP/NIK 19940236

RINGKASAN / EXECUTIF SUMMARY

Desentralisasi dan otonomi daerah telah mendorong daerah untuk lebih kreatif dan inovatif dalam membangun ekonomi daerahnya. Pemerintah pusat telah memberikan peluang keleluasaan kepada daerah untuk melakukan proses pembangunan sesuai dengan karakteristik dan kemampuan daerah termasuk pembangunan industri daerah. Strategi yang diterapkan bukanlah strategi tunggal yang berlaku untuk seluruh Indonesia atau kebijakan yang sama untuk semua daerah, melainkan *multiple strategy* yang didasarkan pada kondisi dan potensi sumberdaya masing-masing daerah. Kondisi tersebut meliputi karakteristik penduduk dan ketersediaan SDM, daya dukung lingkungan dan aspek pemerintahan.

Permasalahan bagaimana meningkatkan daya saing daerah secara berkelanjutan melalui pendekatan pengembangan kompetensi inti industri (*industrial core competence*) sesuai dengan kemampuan dan potensi daerah yang bersifat unik.

Tujuan penelitian adalah pengembangan pembangunan industri wisata budaya sesuai dengan kondisi obyektif yang ada melalui peta panduan (*roadmap*) dan pengembangan rencana aksi wisata budaya 5 tahun kedepan.

Metode pendekatan yang digunakan pada kajian tahun ke 2 ini adalah penggabungan dari pendekatan deduktif dan induktif

Hasil yang dicapai adalah: terdapat ada 3 aspek penting yang harus menjadi perhatian dalam upaya membangun pariwisata di Kota Padang Panjang: a) Promosi secara besar-besar baik melalui even tertentu maupun secara online dengan memanfaatkan ITC; b) Kerjasama regional dengan wilayah sekitar, untuk menjadi kawasan wisata utama di Sumatra Barat; c) Mengembangkan pusat Budaya sebagai center of Excellence bagi pengembangan budaya khusus Minangkabau. Untuk menjamin keberlanjutan wisata sebagai basis pembangunan ekonomi di Kota Padang Panjang, keterlibatan masyarakat dan pelaku industry wisata sangat diperlukan. Infrastruktur pariwisata masih menjadi kendala pengembangan pariwisata di Kota Padang Panjang. Pengembangan pariwisata harus menjadi bagian dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPMJ) dan di turunkan dalam Rencana Pembangunan Tahunan yang terintegrasi dengan pembangunan lainnya.

Kata Kunci : Pembangunan Wisata Budaya, IOM, SAST

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian Hibah Bersaing tahun kedua yang berjudul ” **Model Pengembangan Industri Unggulan Berbasis Sumber Daya Lokal di KotaPadang Panjang**”

Peneliti menyadari dalam penulisan laporan kemajuan ini banyak mendapat kesulitan karena keterbatasan peneliti, namun berkat kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak maka kesulitan itu dapat peneliti atasi.

Dengan selesainya penulisan laporan akhir ini, peneliti menghaturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, terutama kepada:

1. Bapak Hendri Arnis, BSBA, selaku Walikota Padang Panjang yang telah memberi izin untuk penelitian
2. Prof. Dr. Ir. Giyatmi, M.Si, selaku Kepala Lembaga Penelitian Universitas Sahid Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengikuti program penelitian Hibah Bersaing
3. Direktorat Jenderal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Segala usaha dan kemampuan telah peneliti curahkan untuk menyelesaikan laporan kemajuan ini, namun peneliti menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan sebagai masukan.

November 2016

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III METODE PENELITIAN	19
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN	26
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	39
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
2.1	Aktivitas Wisatawan di Obyek Wisata	5
2.2	Prinsip-prinsip dan Kriteria Ekowisata	15
4.1	Analisis SWOT Pengembangan Destinasi Wisata Kota Padang Panjang	27
4.2	Prioritas Pembangunan Wisata Budaya Berdasarkan Pendapat Pakar	30
4.3	Rencana Aksi Pengembangan Pariwisata di Kota Padang Panjang	37
4.4	<i>Road Map</i> Pengembangan Pariwisata di Kota Padang Panjang	38

DAFTAR GAMBAR

Halaman

2.1	Konsep “ <i>Tourism Area Life Cycle of Evolution</i> ”	9
2.2	Stakeholder Pembangunan Pariwisata	11
2.3	Konsep dan Keterkaitan Pembangunan Pariwisata Secara Terpadu	18
3.1	Metode Pendekatan Deduktif dan Induktif	20
3.2	Tahapan Pelaksanaan Penelitian	21
3.3	Skema pohon klaim	25
4.1	Asumsi strategis berdasarkan hasil analisis SAST	29
4.2	PAM Pembangunan wisata budaya sebagai basis pembangunan ekonomi	31
4.3	Rich Picture (RP) pengembangan wisata budaya di Kota Padang Panjang	32
4.4	Purposefull Activity Model (PAM) pembangunan wisata di Kota Padang Panjang	33
4.5	Konvergensi proses deduktif dan induktif	34

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Sektor industri merupakan penggerak utama pertumbuhan ekonomi suatu negara, karena sektor ini mampu memberikan kontribusi yang nyata terhadap nilai tambah dan banyak menyerap tenaga kerja sehingga memiliki peran yang nyata terhadap penyelesaian masalah utama bangsa kita seperti kemiskinan dan pengangguran. Bertitik tolak dari hal tersebut, maka strategi pengembangan industri nasional telah dirumuskan berdasarkan visi pembangunan industri nasional yakni “Indonesia menjadi negara industri maju baru tahun 2020, sebagaimana dimuat dalam dokumen Rencana Startegis Kebijakan Industri Nasional Jangka Panjang.

Untuk mewujudkan visi tersebut, maka pembangunan industri harus dilakukan secara menyeluruh di setiap daerah Republik Indonesia, karena tidak mungkin membangun industri nasional yang maju, jika pembangunan hanya dipusatkan di daerah tertentu misalnya di Pulau Jawa saja. Dengan membangun industri di daerah berarti juga mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan sekaligus menyediakan lapangan kerja serta pengentasan kemiskinan yang sebagian besar masih menjadi isu utama di daerah. Dengan demikian pengembangan industri di daerah juga akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat daerah dan sekaligus kemakmuran daerah, sehingga daerah akan memiliki daya saing yang lebih tinggi. Untuk membangun industri daerah yang kuat, maka pengembangan industri daerah haruslah bersumber pada potensi unggulan sumberdaya daerah (sumberdaya alam dan manusia) dan kondisi obyektif geografis daerah, sehingga kebutuhan bahan baku dapat lebih terjamin.

Desentralisasi dan otonomi daerah telah mendorong daerah untuk lebih kreatif dan inovatif dalam membangun ekonomi daerahnya. Pemerintah pusat telah memberikan peluang keleluasaan kepada daerah untuk melakukan proses pembangunan sesuai dengan karakteristik dan kemampuan daerah termasuk

pembangunan industri daerah. Strategi yang diterapkan bukanlah strategi tunggal yang berlaku untuk seluruh Indonesia atau kebijakan yang sama untuk semua daerah, melainkan *multiple strategy* yang didasarkan pada kondisi dan potensi sumberdaya masing-masing daerah. Kondisi tersebut meliputi karakteristik penduduk dan ketersediaan SDM, daya dukung lingkungan dan aspek pemerintahan.

Permasalahannya, bagaimana meningkatkan daya saing daerah secara berkelanjutan melalui pendekatan pengembangan industri unggulan daerah sesuai dengan kemampuan dan potensi daerah yang bersifat unik. Hasil kajian pada tahun pertama (2015) menunjukkan bahwa sektor pariwisata budaya merupakan sektor unggulan yang dapat menjadi basis bagi pengembangan industri Kota Padang Panjang. Pada kajian tahun kedua ini akan dilakukan verifikasi dan validasi model yang telah dihasilkan pada tahun pertama, dan dilanjutkan dengan pengembangan roadmap serta strategi yang tepat sesuai dengan kondisi obyektif. Sehingga hasil kajian tahun kedua ini diharapkan dapat diimplementasikan dalam pengembangan ekonomi berbasis sektor unggulan daerah.

1.2. TUJUAN KHUSUS PENELITIAN

Tujuan penelitian pada tahun kedua ini adalah :

- a. Verifikasi dan validasi model yang telah diselesaikan pada tahun pertama
- b. Pengembangan Roadmap pembangunan industri wisata budaya sesuai dengan kondisi obyektif yang ada.
- c. Pengembangan rencana aksi wisata budaya 5 tahun kedepan.

1.3. KEUTAMAAN PENELITIAN

Model pengembangan wisata budaya di Kota Padang Panjang ini akan menjadi masukan bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi dan potensi yang ada. Oleh

karena itu perlu disusun roadmap dan rencana aksi yang dapat dijadikan sebagai acuan pemerintah daerah dalam membangun pariwisata budaya.

1.4. KELUARAN PENELITIAN

Keluaran atau hasil yang diharapkan adalah :

- a. Model pengembangan wisata budaya di Kota Padang Panjang
- b. Roadmap
- c. Rencana Aksi
- d. Publikasi ilmiah dalam jurnal international

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pariwisata

Konsep pengembangan pariwisata yang ideal adalah yang tidak menekankan pada angka-angka/perolehan secara kuantitatif seperti jumlah wisatawan, perolehan devisa, tetapi lebih menekankan pada keberlanjutan dari obyek wisata tersebut. Produk-produk pariwisata berkelanjutan adalah produk-produk yang dioperasikan secara harmonis dengan lingkungan, masyarakat dan budaya setempat sehingga mereka terus menerus menjadi penerima manfaat bukannya korban pembangunan pariwisata. Jadi pariwisata berkelanjutan memiliki 3 dimensi, yakni ekonomi, sosial dan lingkungan.

Konferensi dunia tentang pariwisata berkelanjutan pada tahun 1995 di Rio de Janeiro merekomendasikan dua hal penting dalam kaitannya pembangunan pariwisata berkelanjutan : (1) pembangunan pariwisata harus berdasarkan pada kriteria keberlanjutan dapat didukung secara ekologis dalam waktu yang lama, layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial bagi masyarakat setempat, dan (2) pembangunan pariwisata juga harus berkontribusi kepada pembangunan berkelanjutan dan diintegrasikan dengan lingkungan alam, budaya dan manusia. Dalam pengertian yang lebih sederhana pariwisata berkelanjutan adalah “Pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan dan wilayah yang didatangi wisatawan (destinasi wisata) pada saat ini, sekaligus melindungi dan meningkatkan kesempatan di masa depan. Pengertian tersebut mengarah pada pengelolaan seluruh sumber daya sedemikian sehingga kebutuhan ekonomi, sosial dan estetika dapat terpenuhi sekaligus memelihara integritas kultural, berbagai proses ekologi yang esensial, keanekaragaman hayati dan berbagai sistem pendukung kehidupan.”

Untuk mengembangkan kegiatan wisata, di daerah tujuan wisata setidaknya harus memiliki komponen-komponen sebagai berikut (UNESCO, 2009) :

- a. Obyek/atraksi dan daya tarik wisata
- b. Transportasi dan infrastruktur
- c. Akomodasi (tempat menginap)
- d. Usaha makanan dan minuman
- e. Jasa pendukung lainnya (hal-hal yang mendukung kelancaran berwisata misalnya biro perjalanan yang mengatur perjalanan wisatawan, penjualan cinderamata, informasi, jasa pemandu, kantor pos, bank, sarana penukaran uang, internet, dan wartel).

Ada tiga faktor utama aktivitas wisatawan di daerah tujuan wisata, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Yoeti, 1985). *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi/wisatawan. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah. Dalam perspektif yang lebih lengkap juga perlu ada *something to learn* yakni keterlibatan wisatawan secara langsung dalam suatu aktivitas belajar, baik produk maupun jasa. Pengembangan wisata kedepan harus diarahkan pada wisata kreatif, yang tidak hanya cukup pada tiga aktifitas utama tetapi ada satu aktifitas yang membuat wisatawan melakukan aktifitas kreatif, seperti belajar menari, belajar membuat batik, belajar membuat suatu kerajinan tertentu. Secara rinci aktivitas wisatawan di objek wisata dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Aktivitas Wisatawan di Obyek Wisata

Wisata	Ekonomi Kreatif
1. <i>Something to see</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Festival (contoh : Jember Fashion Carnival) • Proses kebudayaan (contoh : pembuatan kerajinan batik)
2. <i>Something to do</i>	Wisatawan berlaku sebagai konsumen aktif, tidak hanya melihat atraksi dan membeli

Wisata	Ekonomi Kreatif
3. <i>Something to buy</i>	souvenir tapi ikut serta dalam atraksi Souvenir (handicraft atau memorabilia)
4. <i>Some thing to learn</i> *)	- Belajar membuat souvenir tertetu/cinderamata, belajar menari, dll

Sumber: Yoeti, 1985 dan diolah *) : Tambahan Agung (2012)

Pariwisata tidak dapat dilepaskan sebagai salah satu sektor pembangunan yang menyeluruh. Itu sebabnya, penyelenggaraan pariwisata harus memperhatikan prinsip partisipasi masyarakat, hak budaya lokal, aspek konservasi sumberdaya, pendidikan dan pelatihan, promosi, akuntabilitas, serta pemantauan dan evaluasi. Sesuai dengan definisi tersebut, maka prinsip-prinsip perencanaan yang dianut untuk mencapai pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah: prinsip pengembangan pariwisata yang berpijak pada aspek pelestarian alam dan berorientasi ke depan (jangka panjang) meliputi beberapa aspek :

- a) Penekanan pada nilai manfaat yang besar bagi masyarakat
- b) Prinsip pengelolaan asset sumberdaya yang tidak merusak, tetapi lestari
- c) Kesesuaian antara kegiatan pengembangan pariwisata dengan skala, kondisi dan karakter suatu kawasan yang akan dikembangkan
- d) Keselarasan yang sinergis antara kebutuhan konsumen (*consumen driven*), lingkungan hidup dan masyarakat lokal bermuara pada pengembangan apresiasi yang lebih peka pada warisan budaya, lingkungan hidup, jati diri bangsa dan agama
- e) Antisipasi yang tepat dan monitoring terhadap proses perubahan yang terjadi dan berorientasi pada upaya memperkuat potensi kelokalan dan kemampuan masyarakat setempat.

2.1.1. Konsep “*Tourism Area Life Cycle of Evolution*” oleh Butler

Seperti yang dikatakan oleh Butler (1980), bahwa terdapat enam tingkatan atau tahapan dalam pembangunan pariwisata. Ke enam tahapan tersebut adalah :

A. Tahap Penemuan (*Exploration*)

Potensi pariwisata berada pada tahapan identifikasi dan menunjukkan destinasi memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik atau destinasi wisata karena didukung oleh keindahan alam yang masih alami, daya tarik wisata alamiah masih sangat asli, pada sisi lainnya telah ada kunjungan wisatawan dalam jumlah kecil dan mereka masih leluasa dapat bertemu dan berkomunikasi serta berinteraksi dengan penduduk local. Karakteristik ini cukup untuk dijadikan alasan pengembangan sebuah kawasan menjadi sebuah destinasi atau daya tarik wisata.

B. Tahap Pelibatan (*Involvement*)

Pada tahap pelibatan, masyarakat local mengambil inisiatif dengan menyediakan berbagai pelayanan jasa untuk para wisatawan yang mulai menunjukkan tanda-tanda peningkatan dalam beberapa periode,. Masyarakat dan pemerintah local sudah mulai melakukan sosialisasi atau periklanan dalam skala terbatas, pada musim atau bulan atau hari-hari tertentu misalnya pada liburan sekolah terjadi kunjungan wisatawan dalam jumlah besar, dalam kondisi ini pemerintah local mengambil inisiatif untuk membangun infrastruktur pariwisata namun masih dalam skala dan jumlah yang terbatas.

C. Tahap Pengembangan (*Development*)

Pada tahapan ini, telah terjadi kunjungan wisatawan dalam jumlah besar dan pemerintah sudah berani mengundang investor nasional atau internasional untuk menanamkan modal di kawasan wisata yang akan dikembangkan. Perusahaan asing (MNC) *Multinational company* telah beroperasi dan cenderung menggantikan perusahaan local yang telah ada, artinya usaha kecil yang dikelola oleh penduduk local mulai tersisih hal ini terjadi karena adanya tuntutan wisatawan global yang mengharapkan standar mutu yang lebih baik. Organisasi pariwisata mulai terbentuk dan menjalankan fungsinya khususnya fungsi promotif yang dilakukan bersama-sama dengan pemerintah sehingga investor asing mulai tertarik dan memilih destinasi yang ada sebagai tujuan investasinya.

D. Tahap Konsolidasi (*Consolidation*)

Pada tahap ini, sector pariwisata menunjukkan dominasi dalam struktur ekonomi pada suatu kawasan dan ada kecenderungan dominasi jaringan internasional semakin kuat memegang peranannya pada kawasan wisata atau destinasi tersebut. Kunjungan wisatawan masih menunjukkan peningkatan yang cukup positif namun telah terjadi persaingan harga diantara perusahaan sejenis pada industri pariwisata pada kawasan tersebut. Peranan pemerintah local mulai semakin berkurang sehingga diperlukan konsolidasi untuk melakukan re-organisasional, dan balancing peran dan tugas antara sector pemerintah dan swasta. Hubungan antara swasta (MNC dan Nasional) dan pemerintah daerah semakin meningkat baik hubungan *Government to Government (G2G)*, *Business to Business (B2B)*, dan *Business to government (B2G)*.

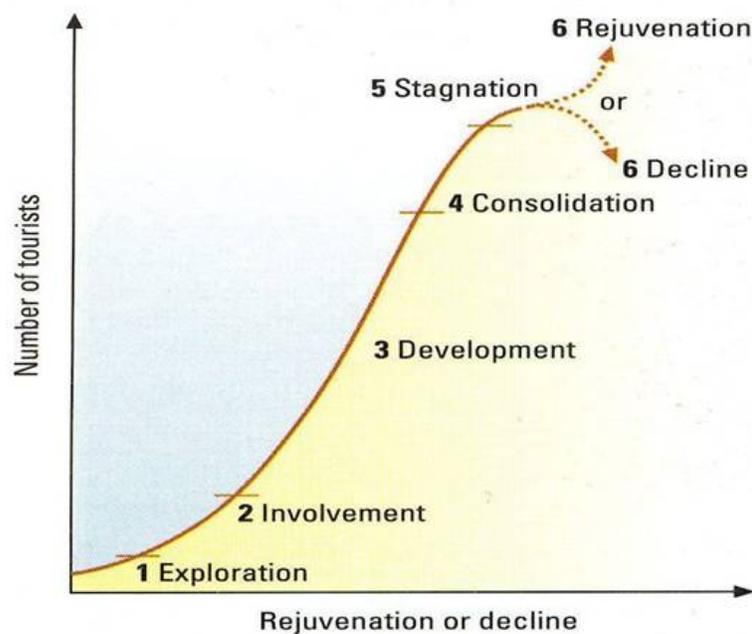
E. Tahap Stagnasi (*Stagnation*)

Pada tahapan ini, angka kunjungan tertinggi telah tercapai dan beberapa periode menunjukkan angka yang cenderung stagnan. Walaupun angka kunjungan masih relative tinggi namun destinasi sebenarnya tidak menarik lagi bagi wisatawan. Wisatawan yang masih datang adalah mereka yang termasuk *repeater guest* atau mereka yang tergolong wisatawan yang loyal dengan berbagai alasan. Program-program promosi dilakukan dengan sangat intensif namun usaha untuk mendatangkan wisatawan atau pelanggan baru sangat sulit terjadi. Pengelolaan destinasi melampaui daya dukung sehingga terjadi hal-hal negatif tentang destinasi seperti kerusakan lingkungan, maraknya tindakan kriminal, persaingan harga yang tidak sehat pada industry pariwisata, dan telah terjadi degradasi budaya masyarakat lokal.

F. Tahap Penurunan atau Peremajaan (*Decline/Rejuvenation*)

Setelah terjadi Stagnasi, ada dua kemungkinan bisa terjadi pada kelangsungan sebuah destinasi. Jika tidak dilakukan usaha-usaha keluar dari tahap stagnasi, besar kemungkinan destinasi ditinggalkan oleh wisatawan dan mereka akan memilih destinasi lainnya yang dianggap lebih menarik. Destinasi hanya dikunjungi oleh wisatawan domestik saja itupun hanya ramai pada akhir pekan

dan hari liburan saja. Banyak fasilitas wisata berubah fungsi menjadi fasilitas selain pariwisata. Jika Ingin Melanjutkan pariwisata?, perlu dilakukan pertimbangan dengan mengubah pemanfaatan destinasi, mencoba menyasar pasar baru, mereposisi atraksi wisata ke bentuk lainnya yang lebih menarik. Jika Manajemen Destinasi memiliki modal yang cukup?, atau ada pihak swasta yang tertarik untuk melakukan penyehatan seperti membangun atraksi man-made, usaha seperti itu dapat dilakukan, namun semua usaha belum menjamin terjadinya peremajaan. Konsep Tourism Area Life Cycle of Evolution disajikan dalam gambar 2.1.



Sumber : Butler (1980)

Gambar 2.1. Konsep “Tourism Area Life Cycle of Evolution”

2.1.2. Wisata Berkelanjutan

Pembangunan wisata berkelanjutan pada intinya adalah memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini, dengan melindungi dampak kerusakan lingkungan untuk memeberikan kesempatan wisatawan masa yang akan datang. (UNWTO). Tidak ada definisi khusus, dan pasti tentang wisata berkelanjutan; tetapi jika di

lihat secara garis besar intinya menyangkut : (1) Melibatkan masyarakat lokal, (2) melindungi nilai budaya lokal, (3) minimalisasi dampak lingkungan.

Pariwisata tidak dapat dilepaskan sebagai salah satu sektor pembangunan yang menyeluruh. Itu sebabnya, penyelenggaraan pariwisata harus memperhatikan prinsip partisipasi masyarakat, hak budaya lokal, aspek konservasi sumberdaya, pendidikan dan pelatihan, promosi, akuntabilitas, serta pemantauan dan evaluasi. Sesuai dengan definisi tersebut, maka prinsip-prinsip perencanaan yang dianut untuk mencapai pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah:

- Prinsip pengembangan pariwisata yang berpijak pada aspek pelestarian alam dan berorientasi ke depan (jangka panjang)
- Penekanan pada nilai manfaat yang besar bagi masyarakat
- Prinsip pengelolaan asset sumberdaya yang tidak merusak, tetapi lestari
- Kesesuaian antara kegiatan pengembangan pariwisata dengan skala, kondisi dan karakter suatu kawasan yang akan dikembangkan
- Keselarasan yang sinergis antara kebutuhan konsumen (*consumen driven*), lingkungan hidup dan masyarakat lokal bermuara pada pengembangan apresiasi yang lebih peka pada warisan budaya, lingkungan hidup, jati diri bangsa dan agama
- Antisipasi yang tepat dan monitoring terhadap proses perubahan yang terjadi dan berorientasi pada upaya memperkuat potensi kelokalan dan kemampuan masyarakat setempat.

Basis utama pariwisata berkelanjutan terletak pada partisipasi masyarakat. Masyarakat diharapkan dapat melindungi seluruh kepentingannya, baik sumberdaya alam maupun budayanya. Masyarakat juga diberi ruang untuk menyatakan pendapatnya untuk menerima atau menolak pengembangan pariwisata di daerahnya.

Kebutuhan akan daya saing dalam pengembangan pariwisata diperlukan karena pariwisata dimasukkan sebagai bagian dari liberalisasi perdagangan, antara lain WTO dan AFTA. Disamping itu pengembangan destinasi di daerah lain, baik di dalam negeri maupun di luar negeri akan menjadi competitor. Oleh karena itu koordinasi dan kerjasama para *stakeholders* pada berbagai tingkat tanggung jawab dan kewenangan, menjadi sangat penting.

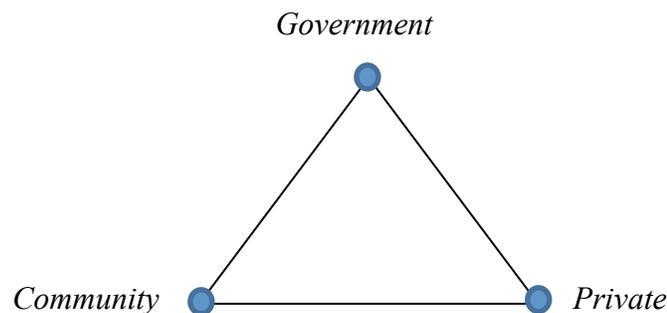
Semua komponen sub-sistem penyelenggaraan pariwisata berkelanjutan harus memperhatikan faktor di atas untuk berperan secara tepat dan efektif. Sebagai kegiatan yang multisektor dan multidisiplin, pariwisata akan selalu menciptakan persinggungan/pertemuan di antara *stakeholders* dari tahap perencanaan, pelaksanaan hingga pengawasan.

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, pariwisata harus dipandang sebagai suatu sistem. Dalam sistem tersebut tercakup berbagai komponen yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi meliputi : pasar, perjalanan, destinasi dan pemasaran. Oleh karena itu perlu adanya sinergi kebijakan yang mengatur penyelenggaraan pariwisata.

Basis utama pariwisata berkelanjutan terletak pada partisipasi masyarakat. Masyarakat diharapkan dapat melindungi seluruh kepentingannya, baik sumberdaya alam maupun budayanya. Masyarakat juga diberi ruang untuk menyatakan pendapatnya untuk menerima atau menolak pengembangan pariwisata di daerahnya.

Penyelenggaraan pariwisata berkelanjutan yang multisektor dan multi disiplin akan berhasil apabila di dalam penyelenggaraannya didasari oleh berbagai perangkat kebijakan yang terpadu antar berbagai kebijakan sektoral, baik yang terkait maupun tidak.

Selain itu baik dalam perencanaan maupun pelaksanaannya diperlukan kontribusi dan peran dari pihak-pihak terkait guna menciptakan keselarasan dalam pembangunan dan pengembangannya, karena pariwisata merupakan bidang yang menyangkut multi sektor, seperti pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. *Stakeholder* Pembangunan Pariwisata

Hector Ceballos-Lascurain (1987) menyatakan Ekowisata adalah wisata alam atau pariwisata ekologis adalah perjalanan ketempat-tempat alami yang relatif masih belum terganggu atau terkontaminasi (tercemari) dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi dan menikmati pemandangan, tumbuh-tumbuhan dan satwa liar, serta bentuk-bentuk manifestasi budaya masyarakat yang ada, baik dari masa lampau maupun masa kini. Dengan istilah yang lebih sederhana "Ekowisata adalah perjalanan yang bertanggung jawab ketempat-tempat yang alami dengan menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat". Dengan demikian kata kunci dari pembangunan ekowisata adalah : (1) terjaminnya kelestarian lingkungan dan konservasi (2) partisipasi masyarakat, (3) ada muatan pendidikan dan (4) kontribusi terhadap pembangunan daerah.

Konservasi dan kelestarian lingkungan memberikan tekanan bahwa pengembangan ekowisata tidak berorientasi jumlah wisatawan sebanyak mungkin yang harus dicapai, tetapi lebih menekankan pada keberlanjutan sebagai obyek wisata, beberapa hal penting dalam kaitannya dengan konservasi lingkungan antara lain : (a) Pemanfaatan keanekaragaman hayati tidak merusak sumber daya alam itu sendiri. (b) Relatif tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan kegiatannya bersifat ramah lingkungan, (c) Dapat dijadikan sumber dana yang besar untuk membiayai pembangunan konservasi, (d) Dapat memanfaatkan sumber daya lokal secara lestari, dan (e) aktivitas wisatawan di obyekwisata tidak menimbulkan kerusakan dan menyisakan sampah.

Partisipasi masyarakat menekankan keterlibatannya masyarakat baik dalam perencanaan, pengelolaan maupun pemanfaatan dari obyek wisata tersebut. Secara garis besar ada beberapa hal yang terkait dengan partisipasi masyarakat, antara lain : (a) Membangun hubungan kemitraan dengan masyarakat setempat ; (b) Pelibatan masyarakat sekitar kawasan sejak proses perencanaan hingga tahap pelaksanaan serta monitoring dan evaluasi.; (c) Menggugah prakarsa dan aspirasi masyarakat setempat untuk pengembangan ekowisata.(d) Memperhatikan kearifan tradisional dan kekhasan daerah setempat agar tidak terjadi benturan kepentingan dengan kondisi sosial budaya setempat dan (e) Menyediakan peluang usaha dan kesempatan kerja semaksimal mungkin bagi masyarakat sekitar kawasan.

Muatan pendidikan pada intinya menekankan bahwa kegiatan wisatawan di obyek wisata, tidak hanya menikmati keindahan dan keanekaragaman hayati, tetapi memberikan kesadaran kepada pengunjung untuk lebih menghargai dan menjaga kelestariannya, agar dapat dinikmati pula oleh masyarakat lainnya di masa yang akan datang.

Kontribusi terhadap pendapatan daerah merupakan manfaat pengembangan ekowisata dari aspek ekonomi. Ekowisata memberikan peluang untuk mendapatkan keuntungan bagi penyelenggara, pemerintah dan masyarakat setempat, melalui kegiatan-kegiatan yang non ekstraktif, sehingga meningkatkan perekonomian daerah setempat. Penyelenggaraan yang memperhatikan kaidah-kaidah ekowisata mewujudkan ekonomi berkelanjutan.

2.1.3. Unsur-unsur Pengembangan Ekowisata

Pengembangan ekowisata sangat dipengaruhi oleh keberadaan unsur-unsur yang harus ada dalam pengembangan itu sendiri, yaitu :

A. Sumber daya alam, peninggalan sejarah dan budaya

Kekayaan keanekaragaman hayati merupakan daya tarik utama bagi pangsa pasar ekowisata sehingga kualitas, keberlanjutan dan pelestarian sumber daya alam, peninggalan sejarah dan budaya menjadi sangat penting untuk pengembangan ekowisata. Ekowisata juga memberikan peluang yang sangat besar untuk mempromosikan pelestarian keanekaragaman hayati Indonesia di tingkat internasional, nasional maupun lokal.

B. Masyarakat

Pada dasarnya pengetahuan tentang alam dan budaya serta daya tarik wisata kawasan dimiliki oleh masyarakat setempat. Oleh karena itu pelibatan masyarakat menjadi mutlak, mulai dari tingkat perencanaan hingga pada tingkat pengelolaan.

C. Pendidikan

Ekowisata meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap alam, nilai-nilai

peninggalan sejarah dan budaya. Ekowisata memberikan nilai tambah kepada pengunjung dan masyarakat dalam bentuk pengetahuan dan pengalaman. Nilai tambah ini mempengaruhi perubahan perilaku dari pengunjung, masyarakat dan pengembang pariwisata agar sadar dan lebih menghargai alam, nilai-nilai peninggalan sejarah dan budaya.

D. Pasar

Kenyataan memperlihatkan kecenderungan meningkatnya permintaan terhadap produk ekowisata baik di tingkat internasional dan nasional. Hal ini disebabkan meningkatnya promosi yang mendorong orang untuk berperilaku positif terhadap alam dan berkeinginan untuk mengunjungi kawasan-kawasan yang masih alami agar dapat meningkatkan kesadaran, penghargaan dan kepeduliannya terhadap alam, nilai-nilai sejarah dan budaya setempat.

E. Ekonomi

Ekowisata memberikan peluang untuk mendapatkan keuntungan bagi penyelenggara, pemerintah dan masyarakat setempat, melalui kegiatan-kegiatan yang non ekstraktif, sehingga meningkatkan perekonomian daerah setempat. Penyelenggaraan yang memperhatikan kaidah-kaidah ekowisata mewujudkan ekonomi berkelanjutan.

F. Kelembagaan

Pengembangan ekowisata pada mulanya lebih banyak dimotori oleh Lembaga Swadaya Masyarakat, pengabdian masyarakat dan lingkungan. Hal ini lebih banyak didasarkan pada komitmen terhadap upaya pelestarian lingkungan, pengembangan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Namun kadang kala komitmen tersebut tidak disertai dengan pengelolaan yang baik dan profesional, sehingga tidak sedikit kawasan ekowisata yang hanya bertahan sesaat. Sementara pengusaha swasta belum banyak yang tertarik menggarap bidang ini, karena usaha seperti ini dapat dikatakan masih relatif baru dan kurang diminati karena harus memperhitungkan *social cost* dan *ecological-cost* dalam pengembangannya.

Secara konseptual ekowisata dikatakan sebagai suatu konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan dengan tujuan untuk mendukung upaya pelestarian lingkungan alam maupun budaya dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan, sehingga memberi manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat. Dari segi pengelolaannya, ekowisata dapat diartikan sebagai suatu penyelenggaraan kegiatan wisata yang bertanggungjawab di tempat alami atau daerah yang dibuat berdasarkan kaidah alam, dan secara ekonomi berkelanjutan untuk mendukung upaya pelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Inti dari ekowisata adalah kegiatan perjalanan wisata dengan tidak merusak, ada 6 aspek ekowisata sebagaimana dinyatakan oleh (McIntosh *et al.*, (1995) yaitu *konsevasi, edukasi, etika, sustainable development, impact* dan *local benefit*. Secara umum ada 5 hal penting terkait dengan pengembangan ekowisata (1) pengembangan dan penyelenggaraan kegiatan berbasis pemanfaatan lingkungan untuk perlindungan, (2) berintikan partisipasi aktif masyarakat, (3) penyajian produk bermuatan pendidikan dan pembelajaran, (4) berdampak negatif minimum, dan (5) memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan perekonomian daerah. Berdasarkan aspek-aspek tersebut, maka secara umum prinsip dan kriteria ekowisata sebagaimana Tabel 2.2

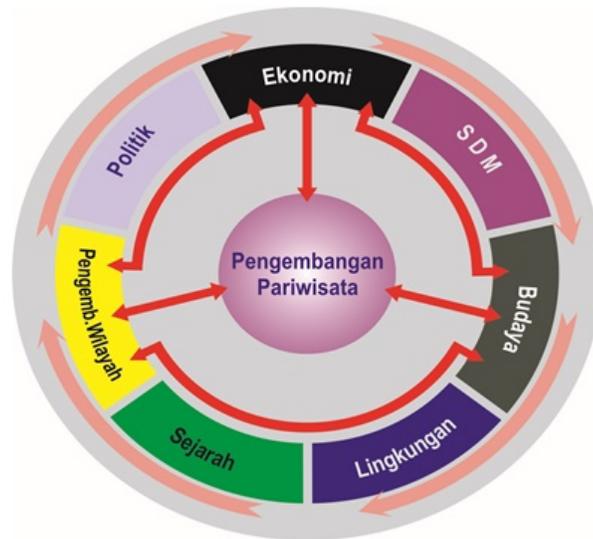
Tabel 2.2. Prinsip-Prinsip dan Kriteia Ekowisata

PRINSIP EKOWISATA	KRITERIA EKOWISATA
1. Memiliki kepedulian, tanggung jawab dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan alam dan budaya, melaksanakan kaidah-kaidah usaha yang bertanggung jawab dan ekonomi berkelanjutan.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Memperhatikan kualitas daya dukung lingkungan kawasan tujuan, melalui pelaksanaan sistem pemintakatan (zonasi). ➤ Mengelola jumlah pengunjung, sarana dan fasilitas sesuai dengan daya dukung lingkungan daerah tujuan. ➤ Meningkatkan kesadaran dan apresiasi para pelaku terhadap lingkungan alam dan budaya. ➤ Memanfaatkan sumber daya lokal secara lestari dalam penyelenggaraan kegiatan ekowisata. ➤ Meminimumkan dampak negatif yang ditimbulkan, dan bersifat ramah lingkungan.

PRINSIP EKOWISATA	KRITERIA EKOWISATA
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mengelola usaha secara sehat. ➤ Meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.
<p>2. Pengembangan harus mengikuti kaidah-kaidah ekologis dan atas dasar musyawarah dan pemufakatan masyarakat setempat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Melakukan penelitian dan perencanaan terpadu dalam pengembangan ekowisata. ➤ Membangun hubungan kemitraan dengan masyarakat setempat dalam proses perencanaan dan pengelolaan ekowisata. ➤ Menggugah prakarsa dan aspirasi masyarakat setempat untuk pengembangan ekowisata. ➤ Memberi kebebasan kepada masyarakat untuk bisa menerima atau menolak pengembangan ekowisata. ➤ Menginformasikan secara jelas dan benar konsep dan tujuan pengembangan kawasan tersebut kepada masyarakat setempat. ➤ Membuka kesempatan untuk melakukan dialog dengan seluruh pihak yang terlibat (multi-stakeholders) dalam proses perencanaan dan pengelolaan ekowisata.
<p>3. Memberikan manfaat kepada masyarakat setempat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Membuka kesempatan kepada masyarakat setempat untuk membuka usaha ekowisata dan menjadi pelaku-pelaku ekonomi kegiatan ekowisata baik secara aktif maupun pasif. ➤ Memberdayakan masyarakat dalam upaya peningkatan usaha ekowisata untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat. ➤ Meningkatkan ketrampilan masyarakat setempat dalam bidang-bidang yang berkaitan dan menunjang pengembangan ekowisata. ➤ Menekan tingkat kebocoran pendapatan (leakage) serendah-rendahnya.
<p>4. Peka dan menghormati nilai-nilai sosial budaya dan tradisi keagamaan masyarakat setempat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menetapkan kode etik ekowisata bagi wisatawan, pengelola dan pelaku usaha ekowisata. ➤ Melibatkan masyarakat setempat dan pihak-pihak lainnya (multi-stakeholders) dalam penyusunan kode etik wisatawan, pengelola dan pelaku usaha ekowisata. ➤ Melakukan pendekatan, meminta saran-saran dan mencari masukan dari tokoh/pemuka masyarakat setempat pada

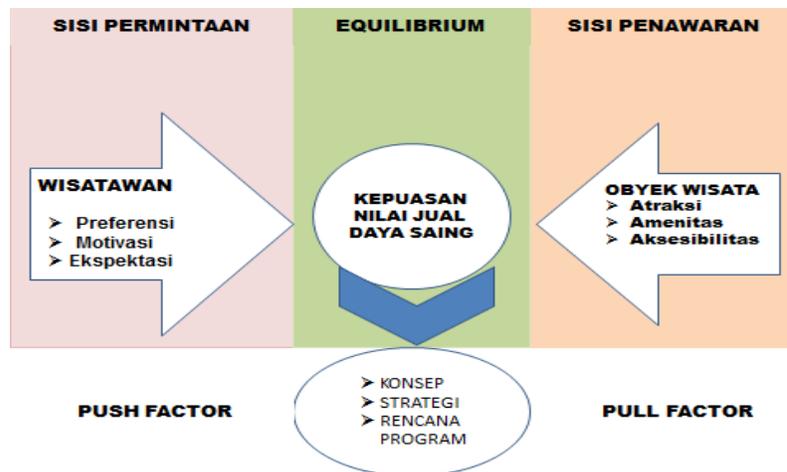
PRINSIP EKOWISATA	KRITERIA EKOWISATA
	<p>tingkat paling awal sebelum memulai langkah-langkah dalam proses pengembangan ekowisata.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Melakukan penelitian dan pengenalan aspek-aspek sosial budaya masyarakat setempat sebagai bagian terpadu dalam proses perencanaan dan pengelolaan ekowisata.
<p>5. Memperhatikan perjanjian, peraturan, perundang-undangan baik ditingkat nasional maupun internasional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Memperhatikan dan melaksanakan secara konsisten: Dokumen-dokumen Internasional yang mengikat (Agenda 21, Habitat Agenda, Sustainable Tourism, Bali Declaration dsb.). GBHN Pariwisata Berkelanjutan, Undang-undang dan peraturan-peraturan yang berlaku. ➤ Menyusun peraturan-peraturan baru yang diperlukan dan memperbaiki dan menyempurnakan peraturan-peraturan lainnya yang telah ada sehingga secara keseluruhan membentuk sistem per-UU-an dan sistem hukum yang konsisten. ➤ Memberlakukan peraturan yang berlaku dan memberikan sanksi atas pelanggaran secara konsekuen sesuai dengan ketentuan yang berlaku (law enforcement). ➤ Membentuk kerja sama dengan masyarakat setempat untuk melakukan pengawasan dan pencegahan terhadap dilanggarnya peraturan yang berlaku.

Untuk menjamin keberlanjutan suatu destinasi wisata, maka pengembangan destinasi wisata harus dilakukan secara terpadu, yang berarti pengembangan destinasi tidak dilakukan secara parsial tetapi harus dilakukan secara holistic. Secara umum ada beberapa aspek yang terkait dengan pembangunan pariwisata terpadu yaitu : Ekonomi, social budaya, lingkungan, politik, sebagaimana Gambar 2.3.



Gambar 2.3. Konsep dan Keterkaitan Pembangunan Pariwisata Secara Terpadu

Pengembangan destinasi wisata secara umum dapat dilihat dari dua sisi, yakni sisi *demand* yakni dari sisi permintaan wisatawan dan dari sisi *supply* yaitu dari penawaran obyek wisata itu sendiri. Dari sisi permintaan wisatawan ada beberapa aspek yang terkait dengan sisi permintaan, yaitu : (a) preferensi wisatawan, (b) motivasi dan (c) ekspektasi/harapan wisatawan. Sementara dari sisi penawaran di pengaruhi oleh (a) atraksi, (b) aksesibilitas dan (c) amenitas, seperti pada Gambar 2.4



Gambar 2.4. Hubungan Penawaran dan Permintaan pada Destinasi Wisata

BAB III

METODE PENELITIAN

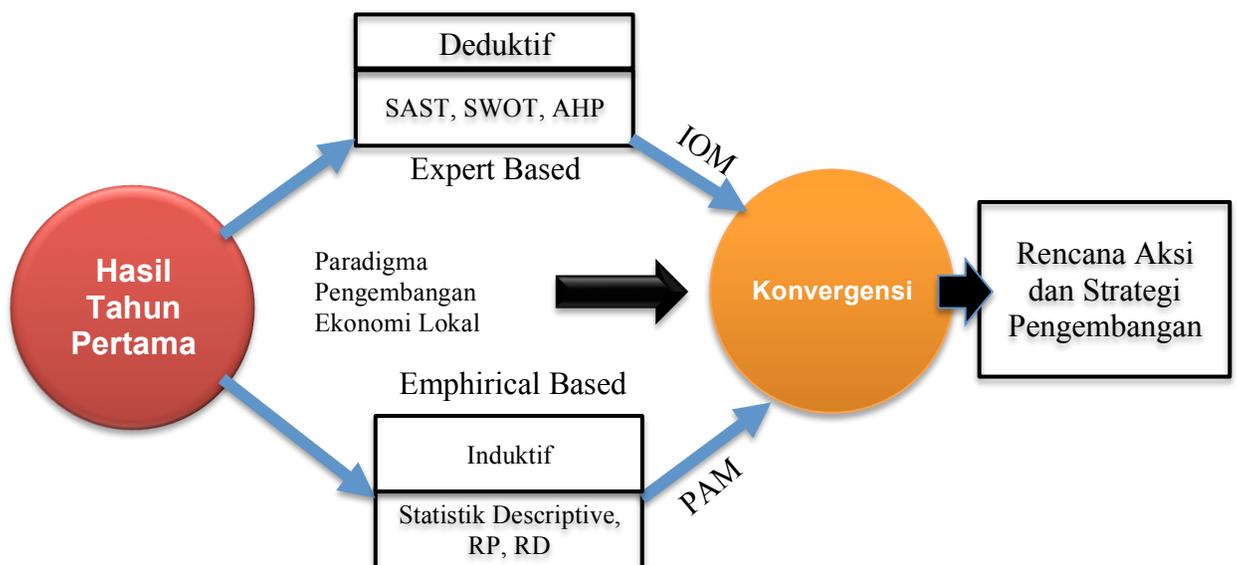
3.1 Kerangka Pemikiran

Sektor pariwisata merupakan salah satu dari empat kontributor utama bagi pembangunan ekonomi, karena sektor ini disamping menyediakan lapangan pekerjaan juga sekaligus menjadi sarana pemerataan pembangunan bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Kota Padang Panjang secara geografis berada pada jalur utama lintas Sumatera Barat, dengan demikian memiliki potensi yang sangat besar menjadi kawasan wisata bersama daerah sekitar (Bukit Tinggi, Padang, Solok, dll). Potensi wisata budaya di Kota Padang Panjang akan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan jika dikelola dan dimanfaatkan secara maksimal. Untuk membangun wisata budaya yang menarik perlu dirancang roadmap dan rencana aksi agar pembangunannya dapat disesuaikan dengan potensi dan kondisi obyektif daerah.

3.2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan pada kajian tahun ke 2 ini adalah penggabungan dari pendekatan deduktif dan induktif, seperti gambar berikut :



Keterangan :

IOM = Intermediate Objective Map

PAM = Purposefull Activity Model

RP = Rich Picture

RD = Root Definition

Gambar 3.1. Metode Pendekatan Deduktif dan Induktif

3.3. Metode Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Pengumpulan data pada penelitian tahun kedua ini, data yang dikumpulkan adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer dikumpulkan melalui *Focus Group Discussion dan Face Validity*, wawancara, dan pengamatan secara langsung. Peserta FGD adalah wakil dari stake holder terkait :

- Walikota Padang Panjang
- Bapedda Kota Padang panjang
- Dinas Budaya Olahraga dan Pariwisata
- Institut Seni Indonesia Padang Panjang
- Pengusaha Pariwisata (Hotel, Restoran, Travel Agent,dll)

b. Data Sekunder

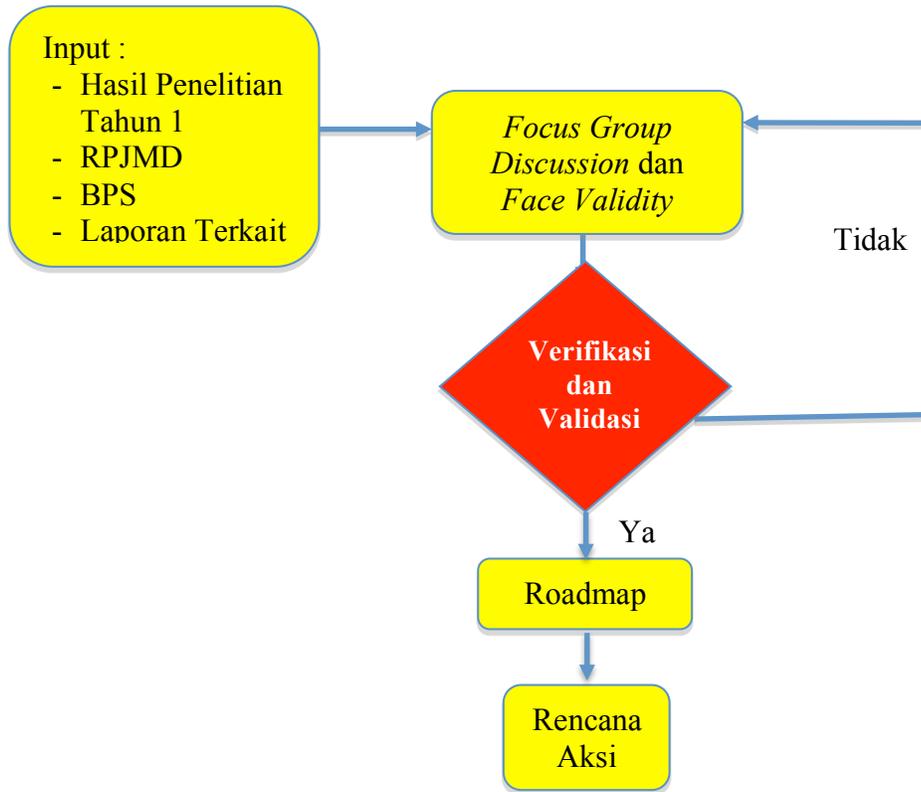
Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber yang terkait antara lain : Badan Pusat Statistik, Bapedda, Dinas Budaya Olahraga dan Pariwisata.

3.3. Metode Pelaksanaan

Pada pelaksanaan penelitian tahun kedua 2016 dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut :

- a. Pendalaman terhadap hasil penelitian pada tahun pertama (model pengembangan wisata budaya),
- b. Verifikasi model melalui *Focus Group Discussion (FGD)*,
- c. Validasi model melalui *Face Validity*,
- d. Roadmap, dan
- e. Rencana Aksi

Secara umum tahapan ini terlihat pada gambar 3.2



Gambar 3.2. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

3.4. Analisis Data

Sesuai dengan tujuan pada tahun kedua, analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis descriptive kualitatif serta analisis menggunakan metode SAST (*Strategic Assumption Surfacing and Testing*). Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk memverifikasi dan memvalidasi model serta pengembangan roadmap. Sedangkan analisis SAST digunakan untuk mendapatkan asumsi-asumsi dasar yang diperlukan dalam pengembangan rencana aksi.

A. *Strategic Assumption Surfacing and Testing* (SAST)

Asumsi strategis adalah kondisi atau prasyarat agar program yang direncanakan dapat berhasil, sukses serta berkembang luas untuk mewujudkan

tujuan program dan mencapai tolak ukur keberhasilannya. SAST merupakan salah satu teknik analisis dalam pemikiran sistem lunak (*soft systems thinking*), menekankan pada asumsi yang melatar-belakangi kejadian dibanding dengan memperhatikan rancangan dan sistem yang efisien. Konsekuensinya model SAST memiliki ciri memakai pemikiran sistem bebas (tidak terikat) atau bersifat melawan (tidak selalu sama) dan mencakup pendekatan sistem multi dimensional. Dengan demikian teknik SAST sangat membantu untuk membuka asumsi kritis yang melandasi model, rencana atau strategi (Mason dan Mitroff 1981). Mason dan Mitroff (1981) juga menjelaskan tahapan dalam teknik SAST untuk merumuskan alternatif asumsi yang menjadi dasar implementasi kebijakan sebagai berikut:

1. Tahap pembentukan kelompok (*group formation*), bertujuan membentuk kelompok dengan melibatkan pihak-pihak yang memahami perihal visi, misi, fungsi dan peran organisasi profesi.
2. Tahap pengedepanan (memunculkan) asumsi (*assumption surfacing*), dimaksudkan untuk menggali berbagai asumsi yang paling signifikan melalui diskusi kelompok untuk mendukung kebijakan dan strategi yang diinginkan. Selain itu, yang terkait permasalahan implementasinya juga dimunculkan, sehingga diperoleh asumsi-asumsi dasar yang secara signifikan berpengaruh terhadap pengembangan model.
3. Selanjutnya hasil analisis berupa alternatif asumsi dinilai tingkat kepentingan dan kepastiannya dengan menggunakan teknik peringkatan asumsi yang melibatkan beberapa pakar. Pada penerapan teknik peringkatan asumsi diajukan pertanyaan kepada masing-masing pakar tentang tingkat kepentingan asumsi tersebut terhadap keberhasilan dan kegagalan strategi yang dimaksud (memakai skala jawaban “paling tidak penting” sampai “paling penting”) dan tingkat keyakinan bahwa asumsi tersebut dapat dibenarkan (memakai skala jawaban “paling tidak pasti” sampai paling pasti). Pengujian tingkat kepentingan dinyatakan dalam skala *likert* , yaitu: sangat tidak penting (-3), tidak penting (-2), agak tidak penting (-1), agak penting (1), penting (2) serta sangat penting (3). Untuk tingkat kepastian juga

dinyatakan pada skala *likert* , yaitu: sangat tidak pasti (-3), tidak pasti (-2), agak tidak pasti (-1), agak pasti (1), pasti (2) serta sangat pasti (3).

4. Tahap pembahasan dialektik, dimaksudkan untuk mengungkapkan kasus-kasus yang diinginkan melalui diskusi pakar. Proses ini dilakukan melalui perdebatan terbuka untuk membahas: (a) asumsi-asumsi mana yang berbeda, (b) asumsi-asumsi mana yang diberi peringkat berbeda, dan (c) asumsi-asumsi mana yang dianggap oleh setiap anggota kelompok sebagai asumsi yang paling bermasalah. Proses modifikasi asumsi ini tetap berlanjut selama masih dapat dicapai kemajuan melalui perdebatan terbuka.
5. Tahap sintesis, untuk mencapai kompromi atas asumsi-asumsi yang dapat menghasilkan strategi baru yang harus mampu menjembatani atau mengguguli strategi lama.

B. *Intermediate Objective Map (IOM)*

Kata kunci yang termuat pada proses berpikir logis dan kritis adalah “issue”. Istilah ini sulit dicari padanannya dalam bahasa ilmiah, karena telah menjadi bahasa populer yang diartikan pokok pemberitaan berdasarkan kabar angin atau info dari mulut ke mulut. Padahal, di dalam kerangka pikir (*mindframe*) ranah akademik, yang dimaksud dengan “issue” lebih diartikan sebagai suatu perihal pokok yang dibangkitkan atas dasar logika ataupun kejadian nyata yang telah terbukti keabsahannya. Sering juga istilah “issue” dicampuradukan dengan terminologi permasalahan, problem dan atau substansi pokok. Guna menghindari kesimpangsiuran persepsinya, “issue” diterjemahkan menjadi isu yang diartikan sebagai fokus bahasan atau topik-topik yang terkait dengan ruang lingkup pengkajian yang sedang diargumentasikan. Di dalam isu, sudah terkandung pernyataan tentang substansi maupun preferensi (Eriyatno dan Larasati 2013).

Dalam berpikir kritis, isu dapat diangkat dari perdebatan, diskusi, pembicaraan maupun editorial. Pada awal tahun 50-an, di masyarakat ilmiah, isu dibangkitkan melalui kerangka pikir prosedur morfologi yaitu:

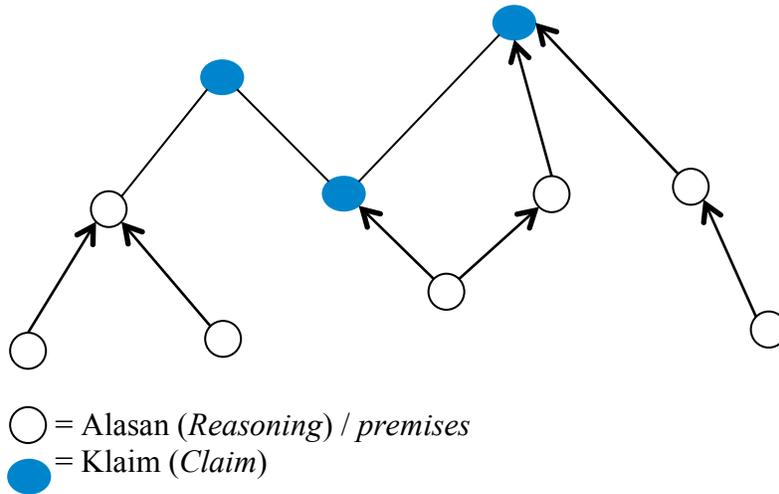
- 1) Pemetaan, pendefinisian dan identifikasi masalah
- 2) Telaah faktor yang mempengaruhi solusi

- 3) Kategorisasi dari faktor-faktor tersebut
- 4) Analisa keterkaitan antar faktor
- 5) Pendalaman untuk membentuk kriteria solusi

Pada masa sekarang, dengan peningkatan kompleksitas realita, maka isu kadangkala sulit dibangkitkan dari tata berpikir masalah-solusi. Pada perihal yang ruwet, masalah sulit dideteksi dengan jelas dan akurat, sehingga prosedur yang lebih didasarkan oleh ide dan kreativitas menjadi lebih efektif. Prosedur kerangka pikir ini dikenal dengan teknik *nominal group* yang langkah-langkahnya sebagai berikut:

- 1) Pembangkitan ide-ide melalui perenungan logika dan pemikiran kreatif
- 2) Presentasi pada kelompok meja bundar
- 3) Klarifikasi/ penjelasan ide pokok
- 4) Pemilihan dan urutan dari maksimum 8 ide strategi
- 5) Diskusi terbuka tentang ide yang terseleksi

Eriyanto dan Larasati (2013) menyatakan dalam mencapai penetapan isu pokok maupun isu-isu strategis, teknik *nominal group* ini dibatasi oleh waktu, fasilitas komunikasi serta pengetahuan dari para pakar yang terlibat. Penetapan isu juga memperhatikan situasi yang dapat mempengaruhi bagaimana perdebatan (argumentasi) dikembangkan, distrukturkan dan akhirnya dipresentasikan. Teknik untuk analisis argumen dalam mencapai penetapan isu pokok dapat menggunakan proses *argument chain* tipe *compound*, melalui pemetaan pohon klaim (*claims*). Skema pohon klaim disajikan pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3. Skema pohon klaim

Sumber: INCH and Warmick (2011)

Setelah itu, pendalaman dilakukan untuk mencari apakah ada alasan yang mengandung penyesatan (*fallacies*) atau kepalsuan karena pembuktian yang tidak cukup dan atau tidak relevan serta tidak masuk akal (*counterknowledge*). Identifikasi penyesatan penting agar dalam langkah mencari kesimpulan dan rekomendasi tidak keliru.

BAB IV

ANASLISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Proses Deduktif

Proses deduktif dilakukan berdasarkan diskusi pakar, dan kuesioner dari para pakar. Pakar yang dilibatkan dalam diskusi mewakili stake holder daerah yang meliputi : (1) Kepala Dinas Pariwisata, (2) Bapeda, (3) Akademisi , (4) Pengelola pusat Budaya daerah dan (5) pelaku usaha. Berdasarkan hasil diskusi dan jawaban kuesioner yang diberikan oleh pakar dilakukan analisis sebagai berikut :

4.1.1. Analisa SWOT

Berdasarkan hasil temuan tim dan kesepakatan diskusi yang telah dilaksanakan dalam kegiatan *Focus Group Discussion*, maka disusunlah hasil dalam Analisa SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap potensi kondisi obyektif saat ini, maka kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pengembangan destinasi wisata di Kota Panjang Panjang diharapkan dapat menghasilkan empat satuan strategis, yaitu : strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT yang secara rinci dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Analisis SWOT Pengembangan Destinasi Wisata di Kota Padang Panjang

			INTERNAL			
			Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)		
EKSTERNAL			1	Memiliki Tradisi daerah yang unik seperti makan berjamba sikambang manih, dll	1	Promosi terhadap potensi dan keunikan wisata daerah masih lemah
			2	Memiliki pusat pendidikan religi tertua di Indonesia (Tawallib dan Dimiyah Putri)	2	Pemanfaatan, pengelolaan dan penataan obyek wisata masih lemah
			3	Memiliki Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau Padang Panjang	3	Belum terintegrasinya atraksi wisata dengan penataan obyek wisata dan event daerah
			4	Secara Geografis berada pada jalur perlintasan Sumatera Barat yang cukup strategis	4	Ketersediaan SDM terampil di bidang pariwisata masih terbatas
			5	Memiliki Institut Seni Indonesia sebagai pusat pengembangan SDM	5	Kerjasama regional dan dengan travel agent masih lemah
			6	Memiliki keunikan wisata kuliner (Sate Mak Sukur)	6	Dukungan lembaga riset, lembaga pendidikan dan kebijakan pemda masih lemah.
			7	Rencana pembangunan Islamic Center menjadi salah satu pengembangan wisata pendidikan religi	7	Akses jalan di Kota Padang Panjang terlalu kecil, sehingga menyebabkan kemacetan
					8	Sebagian lahan dan potensi wisata masuk kedalam dua wilayah, yaitu Padang Pariaman dan Tanah Datar
					9	Association of The Indonesian Tours And Travel Agencies (ASITA) dan Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), masih bergabung dengan Bukittinggi
					10	Belum tersedianya Calender Event dan Sarana Publikasi secara online atau digital
					11	Waktu operasi wisata kuliner masih terbatas
			S - O		W - O	
Peluang (Opportunity)	1	Kerjasama dengan kawasan wisata sekitarnya (Bukittinggi, Tanah Datar, Sokok, Padang).	1	Menjaga keberlanjutan dan mengembangkan keunikan budaya sebagai daya tarik wisata	1	Membangun pusat promosi wisata dan budaya
	2	Kerjasama dengan agen wisata nasional maupun internasional dalam pemasaran dan promosi.	2	Membangun pusat atraksi budaya dan menyelenggarakan event budaya	2	Meningkat kegiatan promosi dalam berbagai bentuk (media cetak dan online serta event-event lainnya)
	3	Kerjasama dengan lembaga riset dan pendidikan tinggi untuk pengembangan wisata unggulan dan penyediaan tenaga terampil bidang wisata.	3	Menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah sekitar dan lembaga bisnis (Hotel, Restoran dan Travel Agent)	3	Mengembangkan pusat pendidikan pariwisata religi
	4	Jalur transit antar kabupaten kota di Sumatera Barat	4	Mendirikan pusat-pusat kerajinan daerah dan kuliner	4	Mengembangkan obyek wisata terintegrasi dengan kawasan sekitarnya
	5	Menjadi pusat pendidikan Islam dan seni			5	Menambah jam operasional wisata kuliner
	6	Terdapat event-event tahunan yang melibatkan seluruh Kota di Sumatera Barat seperti Tour The Singkarak			6	Meningkatkan anggaran pariwisata
	6	Berkembangnya aksesoris dan makanan khas daerah				
			S - T		W - T	
Ancaman (Threat)	1	Persaingan antar daerah semakin ketat	1	Meningkatkan kualitas SDM pariwisata	1	Konsolidasi dan sinkronisasi antar instansi terkait
	2	Masuknya budaya luar yang bertentangan dengan budaya dan adat istiadat masyarakat setempat.	2	Melestarikan dan menanamkan nilai-nilai kearifan lokal kepada masyarakat	2	Pelibatan masyarakat dan pelaku usaha dalam pengembangan wisata
	3	Curah Hujan yang tinggi menyebabkan keterbatasan penyelenggaraan event-event outdoor			3	Pengembangan kelembagaan pariwisata
		Budaya niniq mamak				
	4	Pembangunan akses jalan dari Padang ke Bukit Tinggi melewati daerah Malalak, tidak lagi melewati Padang Panjang				

4.1.2. Analisa Hirarki Proses

Berdasarkan analisa Hirarki Proses maka didapatkan hasil bahwa aktor yang paling berperan dalam memberikan kontribusi terhadap pariwisata berkelanjutan di Kota Padang Panjang adalah Dinas Pariwisata dengan nilai

0,295. Secara fungsional dinas ini memiliki tupoksi yang terkait langsung dengan pengembangan pariwisata sehingga strategi kebijakan pengembangan pariwisata seharusnya dapat dimasukkan dalam rencana strategis dinas ini.

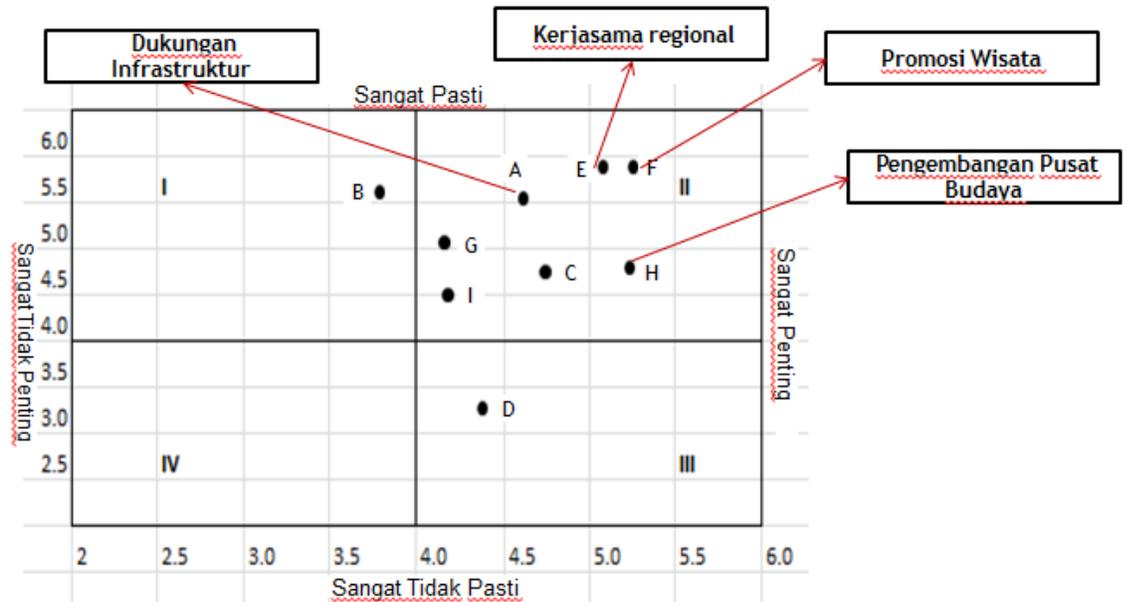
Sedangkan prioritas faktor adalah tentang nilai tambah ekonomi dengan nilai 0,190. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan industri jasa di Kota Padang Panjang harus mampu memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat, melalui penyerapan tenaga kerja.

Pada atribut promosi dengan nilai 0,4 merupakan prioritas kegiatan yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kota Padang Panjang dalam membangun pariwisata. Hasil ini memberikan petunjuk bahwa sarana infrastruktur dan pendukung lainnya dikawasan Kota Padang Panjang, sudah dianggap memenuhi, namun belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang potensi dan keunggulan pariwisata di Padang Panjang, oleh karena itu promosi harus menjadi prioritas utama untuk memperkenalkannya.

Pembangunan sentra pariwisata budaya, pendidikan dan kuliner dengan nilai 0,339 merupakan prioritas alternatif strategi yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kota Padang Panjang dalam membangun pariwisata.

4.1.3. SAST

Metode SAST (*Strategic Assumption Surfacing and Testing*), digunakan untuk mengidentifikasi asumsi-asumsi apa harus diperhatikan dalam mengembangkan ekonomi local berbasis potensi unggulan daerah. Hasil analisis SAST seperti pada gambar berikut :



Gambar 4.1. Asumsi strategis berdasarkan hasil analisis SAST

Gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa 4 aspek harus menjadi perhatian untuk mendukung keberhasilan strategi pengembangan wisata sebagai penggerak utama ekonomi lokal yaitu : (1) promosi wisata, (2) kerjasama regional, (3) pengembangan pusat budaya dan (4) dukungan infrastruktur. Promosi wisata menjadi sangat penting, karena sampai saat ini potensi wisata budaya di Kota Padang Panjang masih belum dikenal oleh masyarakat umum, dan baru masyarakat lokal saja. Sementara kerjasama regional juga sangat penting dan pasti karena posisi Kota padang panjang yang berdekatan dengan daerah tujuan wisata lainnya di Sumatra Barat, terutama Bukit Tinggi, Tanah Datar, Agam dan Batu Sangkar. Melalui kerjasama regional Kota Padang Panjang dapat terintegrasi menjadi kawasan wisata andalan di Sumatra Barat. Daya tarik utama dari Kota Padang Panjang adalah wisata budaya, pusat rumah adat yang ada saat ini tidak cukup hanya sebagai museum, tetapi harus menjadi ceter of excellence bagi pengembangan budaya khas minang, miaslnya makan bajamba, dll.

4.1.4. MPE

Berdasarkan strategi prioritas yang telah diperoleh, (Hasil AHP), maka dilanjutkan analisis MPE (Metode Pangkat Eksponen) untuk menentukan pilihan kegiatan. Ada beberapa aspek yang dianalisis menggunakan MPE, sesuai dengan hasil analisis AHP ada 9 aspek yang dianalisis berdasarkan hasil diskusi pakar, yaitu :

- (1) Infrastruktur,
- (2) SDM trampil,
- (3) Dukungan kebijakan,
- (4) Peran serta masyarakat,
- (5) Kerjasama regional,
- (6) Promosi
- (7) Peran industri wisata
- (8) Pusat Budaya
- (9) Pendidikan pariwisata

Hasil analisis terhadap 9 aspek berdasarkan pendapat pakar seperti pada table berikut :

Tabel 4.2. Prioritas pembangunan wisata budaya berdasarkan pendapat pakar

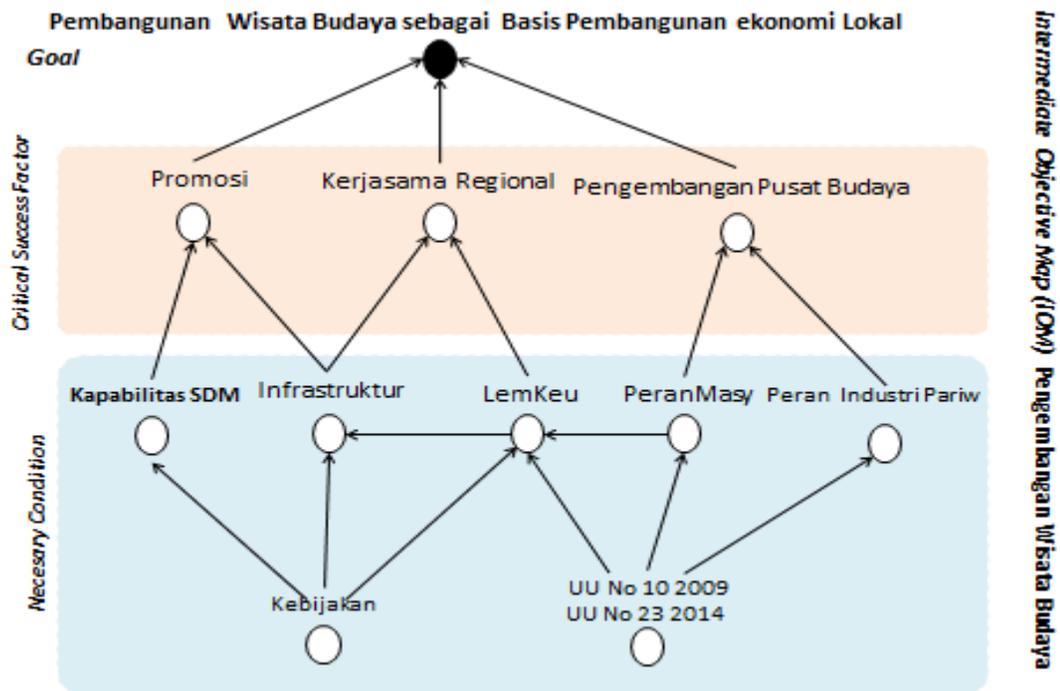
No.	Komponen	Tingkat Kritikalitas	Tingkat Keterkaitan				Total Nilai	Peringkat
			Aspek Sosial	Aspek Ekonomi	Aspek Budaya	Aspek Politik		
1	INFRASTRUKTUR	2.6	24.09	52.87	27.95	32.17	137.08	7
2	SDM TRAMPIL	2.6	36.76	47.10	36.76	27.95	148.56	6
3	DUKUNGAN KEBIJAKAN	1.6	9.94	12.30	9.19	17.58	49.01	9
4	PERAN SERTA MASYARAKAT	2.8	124.43	71.73	112.38	63.34	371.89	3
5	KERJA SAMA REGIONAL	2.8	42.01	80.81	80.81	48.50	252.14	4
6	PROMOSI	3	110.59	110.59	110.59	64.00	395.78	1
7	PERAN INDUSTRI WISATA	2.4	35.02	43.15	47.59	24.63	150.39	5
8	PUSAT WISATA BUDAYA	2.8	124.43	71.73	150.95	42.01	389.12	2
9	PENDIDIKAN PARIWISATA	2.4	38.96	24.63	35.02	23.10	121.71	8

Berdasarkan hasil analisis pada pendapat pakar (table 4.2) di atas menunjukkan dengan melihat tingkat keterkaitan antara komponen pembangunan

pariwisata dengan aspek social, ekonomi, budaya dan politik; promosi tetap menjadi prioritas yang harus diperhatikan disusul pengembangan pusat budaya, dan peran serta masyarakat. Hasil ini menjadi lebih kuat bahwa strategi utama adalah mengembangkan promosi, baik secara langsung pada event-event tertentu seperti Tour de Singkarak, Peringatan hari jadi Kota Padang Panjang atau lainnya; serta promosi secara online dengan memanfaatkan ITC.

4.1.4 IOM

Intermediate Objective Map berdasarkan hasil analisis sebelumnya dapat di bangun sebagai berikut :



Gambar 4.2. PAM Pembangunan wisata budaya sebagai basis pembangunan ekonomi

Gambar di atas menunjukkan bahwa dalam pembangunan wisata di Kota Padang Panjang ada dua aspek , yaitu *necessary condition* dan *Critical success factor*. *Necessary condition* merupakan prasarat yang harus dipenuhi, meliputi kapabilitas SDM, infrastruktur, dukungan lembaga keuangan, peran serta masyarakat dan industri wisata. Sementara *critical success factor* merupakan

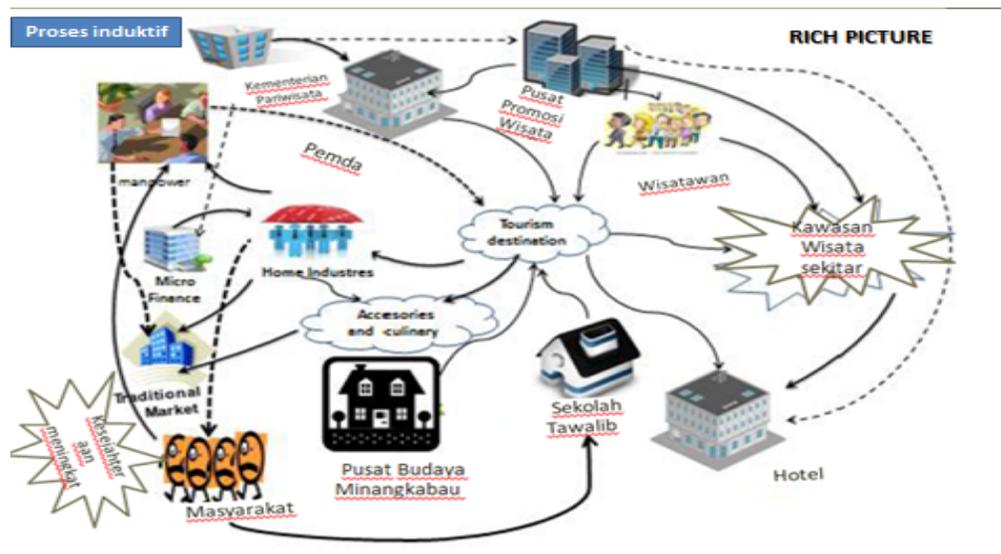
factor kunci untuk keberhasilan pembangunan wisata, meliputi promosi, kerjasama regional dan pengembangan pusat budaya.

4.2. Proses Induktif

Proses Induktif merupakan rangkaian kegiatan yang berbasis pada empirical data, ada beberapa tahapan analisis yang dilakukan yaitu :

4.2.1. Rich Picture

Berdasarkan hasil diskusi pakar, dan analisis terhadap kondisi obyektif Kota Padang Panjang baik dari sisi geografis, maupun lainnya, keterkaitan pengembangan wisata dengan sector lainnya dapat digambarkan kedalam Rich Picture sebagai berikut :



Gambar 4.3. Rich Picture (RP) pengembangan wisata budaya di Kota Padang Panjang

4.2.2. Root Definition

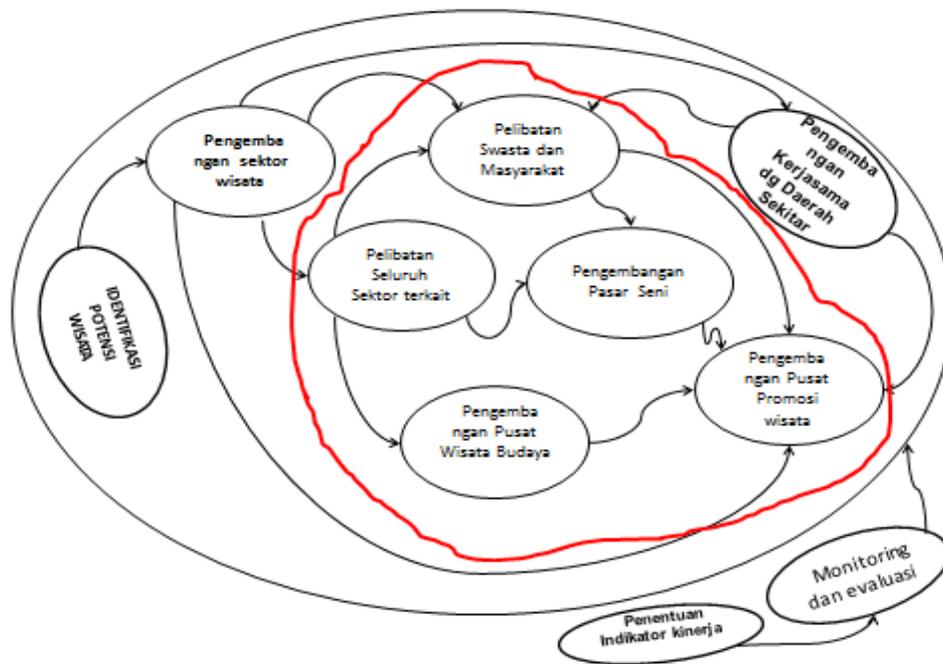
- (1) Pengembangan Wisata budaya sebagai daya tarik utama bagi wisatawan, dengan melibatkan peranserta masyarakat dan pelaku usaha, dan lembaga pendidikan; yang dapat menjadi basis

pembangunan ekonomi masyarakat Kota Padang Panjang secara berkelanjutan.

- (2) Pembangunan wisata yang terintegrasi dengan pembangunan lainnya, dengan melibatkan sector swasta, masyarakat dan lembaga pendidikan dan bekerjasama dengan daerah sekitarnya.

4.2.3. Purposefull Activity Model (PAM)

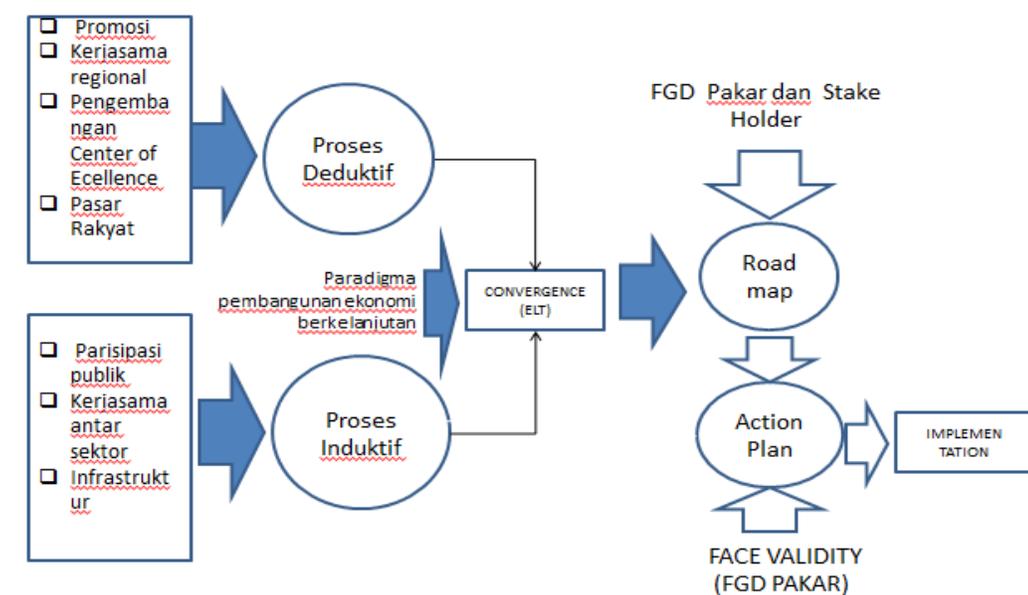
Berdasarkan *Root Definition* (RD) dan *Rich Picture* (RC) yang di kembangkan, model PAM pembangunan sector wisata di Kota Padang Panjang dapat digambar sebagai berikut :



Gambar 4.4. Purposefull Activity Model (PAM) pembangunan wisata di Kota Padang Panjang

4.3. Covergensi

Hasil proses deduktif dan proses induktif sebagaimana telah di bahas di atas, dijadikan sebagai dasar dalam pengembangan strategi operasional (rencana aksi) dan road mapnya dengan menggunakan pendekatan convergensi Experiential Learning Theory (ELT) yang dikembangkan oleh Kolb (1990), sebagai berikut :



Gambar 4.5. Konvergensi proses deduktif dan induktif

4.4. Pembahasan

Pengembangan pariwisata perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan pemberdayaan ekonomi rakyat. Pengembangan pariwisata yang menunjang pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

Pertama, perlu ditetapkan berbagai peraturan yang berpihak pada peningkatan mutu pelayanan pariwisata dan kelestarian lingkungan wisata, bukan berpihak pada kepentingan pihak-pihak tertentu. Selain itu perlu diambil tindakan yang tegas bagi siapa saja yang melakukan pelanggaran terhadap aturan yang telah ditetapkan.

Kedua, pengelolaan pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat.

Ketiga, kegiatan promosi yang dilakukan harus beragam.

Keempat, perlu menentukan DTW-DTW utama yang memiliki keunikan dibanding dengan DTW lain, terutama yang bersifat tradisional dan alami. Kebetulan saat ini obyek wisata yang alami dan tradisional menjadi sasaran utama para wisatawan asing. Obyek ini masih banyak ditemukan di luar Jawa, misalnya di daerah-daerah pedalaman Kalimantan, Papua dan lain-lain.

Kelima, pemerintah pusat membangun kerjasama dengan kalangan swasta dan pemerintah daerah setempat, dengan sistem yang jujur, terbuka dan adil. Kerjasama ini penting untuk lancarnya pengelolaan secara profesional dengan mutu pelayanan yang memadai. Selain itu kerjasama di antara penyelenggara juga perlu dibangun. Kerjasama di antara agen biro perjalanan, penyelenggara tempat wisata, pengusaha jasa akomodasi dan komponen-komponen terkait lainnya merupakan hal sangat penting bagi keamanan kelancaran dan kesuksesan pariwisata.

Keenam, perlu dilakukan pemerataan arus wisatawan bagi semua DTW yang ada di seluruh Indonesia. Dalam hal ini pemerintah juga harus memberikan perhatian yang sama kepada semua DTW. Perhatian terhadap DTW yang sudah mandiri hendaknya dikurangi dan memberikan perhatian yang lebih terhadap DTW yang memerlukan perhatian lebih.

Ketujuh, menggugah masyarakat sekitar DTW agar menyadari peran, fungsi dan manfaat pariwisata serta merangsang mereka untuk memanfaatkan peluang-peluang yang tercipta bagi berbagai kegiatan yang dapat menguntungkan secara ekonomi. Masyarakat diberikan kesempatan untuk memasarkan produk-produk lokal serta membantu mereka untuk meningkatkan keterampilan dan pengadaan modal bagi usaha-usaha yang mendatangkan keuntungan.

Kedelapan, sarana dan prasarana yang dibutuhkan perlu dipersiapkan secara baik untuk menunjang kelancaran pariwisata. Pengadaan dan perbaikan jalan, telephone, angkutan, pusat perbelanjaan wisata dan fasilitas lain disekitar lokasi DTW sangat diperlukan.

Dengan memperhatikan beberapa saran ini kiranya dapat membantu bagi penyelenggaraan pariwisata yang dapat menunjang pertumbuhan ekonomi. Tentunya saran-saran tersebut tidak berlaku untuk semua DTW, hal itu sangat

tergantung pada kebutuhan DTW masing-masing yang memiliki permasalahannya sendiri dari waktu ke waktu dan lingkungan yang berbeda-beda.

4.2.1. Strategi Utama

Strategi utama pengembangan pariwisata di Kota Padang Panjang adalah :

1. Meningkatkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dan mengintegrasikan dengan kalender event Kota Padang Panjang secara menyeluruh.
2. Mengembangkan networking dan kerjasama dengan daerah-daerah sekitar.
3. Mengembangkan pendidikan khusus bidang pariwisata setingkat Diploma untuk mengisi tenaga terampil pariwisata yang dibutuhkan.

4.2.2. Road Map dan Rencana Aksi

Pengembangan roadmap didasarkan pada hasil analisis **SAST** dan **MPE**, ada 4 aspek penting dan pasti yang harus dipenuhi dalam pengembangan pariwisata sebagai basis pengembangan ekonomi di Kota Padang Panjang yaitu : Pengembangan infrastruktur, Promosi wisata, kerjasama regional dan pengembangan pusat budaya. Dari 4 aspek tersebut, strategi yang harus dilaksanakan seperti yang tercantum dalam roadmap sebagai berikut :

a. Rencana aksi (*Action Plan*)

Tabel 4.3. Rencana Aksi Pengembangan Pariwisata di Kota Padang Panjang

No	Tujuan	Strategi	Kegiatan	Kendala	Solusi	Sumberdaya yang Diperlukan	Target Waktu
1	Meningkatkan Promosi dan daya tarik Wisata Budaya	Pengembangan Promosi secara terintegrasi	a. Membangun system berbasis IT b. Kerjasama regional c. Pengembangan data base	Keterbatasan anggaran	Pelibatan Swasta melalui CSR	a. SDM Trampil b. Insfrastuktur IT	3 bulan
2	Pengembangan kerjasama regional Kawasan Wisata	Pengembangan jaringan Kerjasama	Kerjasama dengan daerah sekitar	Masih adanya perbedaan kepentingan antara daerah	Rapat bersama	a. SDM b. Anngaran	1 bulan
3	Meningkatkan pusat budaya minang sebagai center of excellence	Pelatihan IT dan Sistem	Training pengembangan promosi berbasis IT	Kelembagaan	Pembentukan Center of Exllence	a. SDM b. Anaggaran	1/2 Bln
4	Pengembangan infrastruktur Wisata	Penyediaan pusat informasi dan pasar seni	Membangun pusat informasi wisata dan pasar senin	Keterbatasan lahan	Pemanfaatan lahan secara efisien	a. SDM b. Anggaran c. IT	6 bulan

c. Peta Jalan (*Road map*)

Sesuai dengan rencana aksi diatas, peta jalan yang ingin dikembangkan untuk membangun sector wisata di Kota Padang Panjang dalam waktu 3 tahun 2017-2019, sebagai berikut :

Tabel 4.4. *Road Map* Pengembangan Pariwisata di Kota Padang Panjang

No	Kegiatan	Lembaga Terkait	Tahun			KPI
			2017	2018	2019	
1	Pengembangan Promosi secara terpadu berbasis IT	a. Bapeda b. Dinas Pariwisata c. DPRD d. PT e. Pelaku USAHA				Tersedianya system promosi secara terintegrasi berbasis IT
2	Kerjasama Regional	a. Bapeda b. Pelaku usaha c. Dinas Pariwisata				Terjalannya kerjasama pengembangan kawasan wisata antar daerah
3	Pengembangan Pusat Budaya Minang	a. Bapeda b. Dinas Pariwisata c. PT d. Pelaku Usaha				Berkembangkan Budaya Minang sebagai daya tarik wisata busaya
4	Pembangunan Infrastruktur Wisata - Pusat Informasi Wisata	a. Bapeda b. Dinas Pariwisata c. PT d. Pelaku Usaha				Terbangunnya pusat informasi wisata secara terpadu
	- Pasar Seni Rakyat	a. Bapeda b. Dinas Pariwisata c. PT d. Pelaku Usaha				Terbangunnya pasar seni sebagai pusat asesoris dan pasar rakyat

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Dalam upaya membangun pariwisata di Kota Padang Panjang ada 3 aspek penting yang harus menjadi perhatian :
 - a. Promosi secara besar-besar baik melalui even tertentu maupun secara online dengan memanfaatkan ITC.
 - b. Kerjasama regional dengan wilayah sekitar, untuk menjadi kawasan wisata utama di Sumatra Barat.
 - c. Mengembangkan pusat Budaya sebagai center of Excellence bagi pengembangan budaya khusus Minangkabau
2. Untuk menjamin keberlanjutan wisata sebagai basis pembangunan ekonomi di Kota Padang Panjang, keterlibatan masyarakat dan pelaku industry wisata sangat diperlukan.
3. Infrastruktur pariwisata masih menjadi kendala pengembangan pariwisata di Kota Padang Panjang.
4. Pengembangan pariwisata harus menjadi bagian dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPMJ) dan di turunkan dalam Rencana Pembangunan Tahunan yang terintegrasi dengan pembangunan lainnya.

5.2. Saran-saran

1. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yang tidak hanya dari kawasan local, perlu membangun pusat promosi wisata yang terintegrasi dengan event-event lainnya.
2. Perlu dukungan kebijakan secara nyata dalam bentuk rencana pembangunan pariwisata yang terintegrasi dengan RPJMD.
3. Perlu melibatkan lintas sector dalam pembangunan pariwisata disamping dukungan lembaga pendidikan sebagai penyedia tenaga trampil.
4. Perlu mengembangkan networking dan kerjasama regional baik dengan daerah sekitar maupun secara nasional dengan biro-biro perjalanan untuk menarik wisatawan datang ke Kota Padang Panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 2004. Pengembangan Ekonomi Daerah Berbasis Kawasan Andalan: Membangun Model Pengelolaan dan Pengembangan Keterkaitan Program. Jakarta: Bappenas. Indonesia;
- Adisasmita, Rahardjo. 2008. Pengembangan Wilayah: Konsep dan Teori. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu. Indonesia;
- Budiarti M. 2006. Studi tentang Obyek Wisata Perkampungan Minang Kabau di Kelurahan Silaing Bawah, Kecamatan Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang. UPT Perpustakaan Padang Panjang. Indonesia;
- Demartoto A. 2009. Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Sebelas Maret University Press, Surakarta. Indonesia;
- Januardi. 2008. Pengembangan Sektor Pariwisata Kota Padang Panjang: Sebuah Studi Komparasi dengan Kabupaten Badung Bali. Padang: Andalas Press. Indonesia;
- Kholil, L.Susanty dan Soecahyadi. 2016. Potential Leading Resources in Padang Panjang City, West Sumatra : The Development of Regional Economic Based on Soft System Methodology (SSM). Journal Science Research and Repport, Vol 9 Issue 7 No, pp. 1-9
- Kholil, L.Susanty dan Soecahyadi. 2016. Pengembangan Ekonomi local Berbasis Komoditas Unggulan, di Kota Padang panjang. Hibah Bersaing, Tahun 1. Kemenritek Dikti. Jakarta.
- Maryaningsih N, O.Hermansyah M Savitri. 2014. Pengaruh infrastruktur terhadap pembangunan ekonomi di Indonesia. Journal of Monetary Economics and Banking. ;17(1):62-98.
- Prahalad CK, Hamel G. 1990. The core competence of the corporation. Harvard Business Review. 60(3):79-91.
- Putra A, Triyatno, Husrin. 2010. Analisa Bencana Banjir Kota Padang Panjang: Studi Kasus Intensitas Curah Hujan Kota Padang Panjang 1980—2009 dan Aspek Geomorfologi. Padang: Badan Penelitian dan Pengembangan Kelautan dan Perikanan Sumbar. Indonesia; .
- Riana KE. 2007. Kompetensi Inti. Materi Inisiasi Tutorial on line, Universitas , Jakarta.