

Oktober 2016, Vol. 2, No. 2
ISSN : 1245-6578

JM JURNAL MANAJEMEN

Di Terbitkan oleh:

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi - Universitas Muhammadiyah Kupang
Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 17 Kota Kupang - Nusa Tenggara Timur





Ketua Penyunting

Dr. Rahmat Laan, MM

Penyunting Ahli

Abdul Malik Hasyim, SE, MM

Hanifa Djakaria, SE, MM

Penyunting Pelaksana

Upik Djaniar, S.Sos, MM

Hanifa Djakaria, SE, MM

Vera Herlina Mustari, SE, MM

Tim Reviewer

Prof. Dr. Muhammad Asdar (Universitas Hasanuddin Makassar)

Dr. Hapsawati Taan. (Universitas Negeri Gorontalo)

Dr. Matius Irsan Kasau (STMIK Dipanegara Makassar)

Dr. Rahmat Laan, MM (Univesitas Muhammadiyah Kupang)

Sekretariat

Budi Rini Herawati, SHI.

Yohanis Kaimarehe

Alamat Redaksi/Penerbit:

Program Studi Manajemen,

Fakultas Ekonomi-Universitas Muhammadiyah Kupang

Jln. KH. Ahmad Dahlan, No. 17 Kupang – NTT

Telp. (0380) 833692-3, Fax. 825333, HP. 081339394825

E-Mail: fe_manajemen@unmuh-kupang.ac.id

.....	i
Tim Redaksi	ii
Survei Editorial	iii
Daftar Isi	vi
Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Terhadap Kesenaman Kerja Melalui Investasi Dan Dampaknya Pada Kawasan Timur Dan Barat Indonesia Wahis Irsan Kasau dan Rahmat Laan	1-14
Consumer Preferences Decisions to Purchase House in Makassar Wanawar Yantahin, Haris Maupa, Muhammad Idrus Taba dan Nurjanah Hamid	15-29
Promo Promosi dan Tata Kelola Wisata Religi Bongo Dalam Meningkatkan Daya Saing Pariwisata di Kabupaten Gorontalo Sugawati Taan	30-40
Pengaruh Kompensasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi dan Kinerja Pegawai Rahmat Laan	41-51
Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Pemerintah Terhadap Kinerja Keuangan Pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Nusa Tenggara Timur Sulaiman dan Abd. Malik Hasyim	52-69
Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Pendekatan Likuiditas, Solvabilitas Dan Profitabilitas Maria	70-86
Analisis Kinerja Keuangan Daerah Kabupaten Alor dengan Pendekatan Value For Money Herny Sunarya	87-98
Implementasi Manajemen Piutang Usaha Terhadap Profitabilitas Mandarlangi Pua Upa	99-116

PERAN PROMOSI DAN TATA KELOLA WISATA RELIGI BONGO DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PARIWISATA DI KABUPATEN GORONTALO

Hapsawati Taan

**Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo
Jl. Jend. Sudirman No.6 Kota Gorontalo, 96128
email: hapsataan@yahoo.co.id**

ABSTRAK

This study aims to analyze the role of promotion and governance of religious tourism so as to increase the competitiveness of tourism in the district of Gorontalo. Religious tourism is defined as tourism activities to a place that has special significance for religious people. Bongo religious tourist village offers the integration of Islamic cultural attractions, nature and history.

The method used in this research is qualitative descriptive approach. Data collection techniques used were observation, interviews, and documentation.

The results showed that the campaign conducted by communications that attract visitors to come to the site through the Bongo religious tourism through advertising delivered through television, radio, print, billboards, internet. Governance is a tourist area with the concept of Community Based Tourism (CBT), shows that community-based tourism development, the community is positioned as a determinant, not only the audience, community involvement is a must, from planning through to implementation. Improving the competitiveness of tourism in the district of Gorontalo done through increasing: 1) infrastructure and recreational and entertainment facilities. 2) designing a consistent development program based on the philosophical community economic, social and cultural. Promotional activities and governance should be conducted on an ongoing basis so as to improve the competitiveness of tourism in the district of Gorontalo.

Keywords: Promotion, Governance, Competitiveness, Religious Tourism.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai industri berada dalam lingkungan kompetisi dunia yang sangat ketat memerlukan inovasi dan strategi bersaing dalam mendefinisikan kembali posisi produk dan pasarnya. Keterkaitan lintas sektoral pariwisata akan menjadi mata rantai pendukung bagi gerak ke depan (moving forward) pembangunan nasional. Indonesia memiliki potensi sangat besar dibidang pariwisata, hal ini dapat dilihat dari indahnya berbagai macam pemandangan alam, kebudayaan, sejarah bangsa, festival, upacara-upacara yang unik, berbagai macam seni lukis, kerajinan tangan, dan banyak tempat yang menarik bagi wisatawan sepanjang tahun.

Provinsi Gorontalo merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan. Provinsi Gorontalo memiliki obyek wisata budaya seperti tumbilotohe, wisata sejarah seperti obyek wisata Benteng Otanaha, wisata religi Desa Bongo, wisata buatan seperti pentadio resort, permandian Lombongo dan masih banyak obyek-obyek wisata lainnya.

Berdasarkan data Dinas Perhubungan dan Pariwisata Gorontalo, wisatawan mancanegara yang berkunjung di Provinsi Gorontalo pada tahun 2015 sebanyak 3.634 orang sedangkan wisatawan domestik mencapai 572.517 orang.

Objek wisata yang paling banyak tersedia di Provinsi Gorontalo tahun 2015 adalah wisata alam sebanyak 54 objek. Data

Banyaknya wisatawan mancanegara dan domestik di Provinsi Gorontalo tahun 2015 dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Banyaknya wisatawan mancanegara dan domestik di Provinsi Gorontalo tahun 2015

Kabupaten/Kota	Wisatawan Nusantara		Wisatawan Mancanegara		Jumlah Total	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1 Boalemo	63333	144658	16	82	63633	144658
2 Gorontalo	110046	133706	161	220	110046	133706
3 Pohuwato	7445	9641	25	55	7445	9641
4 Bone Bolango	53927	99620	1282	568	53927	99620
5 Gorontalo Utara	12726	23193	1049	642	12726	23193
6 Kota Gorontalo	114164	161699	1559	2067	114164	161699
Provinsi Gorontalo	361941	572517	4092	3634	361941	572517

Sumber: Dinas Perhubungan dan Pariwisata Provinsi Gorontalo BPS, 2016

Tabel 1. menunjukkan bahwa banyaknya wisatawan mancanegara dan domestik yang berkunjung di Provinsi Gorontalo tiap tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan berdasarkan data daerah yang paling dominan dikunjungi wisatawan adalah Kabupaten Gorontalo, Bone Bolango, Gorontalo Utara, dan Pohuwato. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Provinsi Gorontalo hal ini perlu mendapat perhatian dari semua pihak untuk meningkatkan industri pariwisata di Provinsi Gorontalo sehingga memiliki daya saing, hal ini dapat dilakukan diantaranya dengan melakukan peningkatan kegiatan promosi dan tata kelola disektor pariwisata.

Promosi dan pengelolaan pariwisata merupakan salah satu upaya yang dilakukan masyarakat maupun pemerintah dalam melestarikan obyek wisata. Pengelolaan pariwisata yang ideal perlu memperhatikan misalnya terkait dengan

adat istiadat atau budaya masyarakat disekitar tujuan wisata. Untuk menciptakan tata kelola yang baik diperlukan dukungan pihak-pihak yang terkait yang berhubungan langsung dengan dunia wisata harus terlibat. Masyarakat, wisatawan, pemerintah daerah saling terpadu untuk berupaya secara maksimal mengembangkan konsisi tata kelola wisata yang berkelanjutan.

Salah satu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah melalui promosi kegiatan ini dilakukan untuk membuat sasaran merasa tertarik untuk datang berkunjung ke daerah wisata. Promosi yang dilakukan membutuhkan dukungan dan kerjasama yang aktif dari pemerintah dan industri pariwisata lainnya. Usaha promosi yang dilakukan perlu mempertimbangkan keinginan masyarakat luas. Kegiatan promosi dapat dilakukan melalui periklanan, media cetak, media internet, dan lain-lain.

Bauran promosi merupakan pengenalan produk atau jasa kepada konsumen yang menjadi sasaran agar para konsumen tersebut tertarik. Indikator dari bauran promosi menggunakan konsep Kotler (2003) yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal, pemasaran langsung, dan komunikasi dari mulut ke mulut.

Tata kelola pariwisata berkelanjutan merupakan upaya tata kelola suatu destinasi dalam hal ini Desa Wisata Religi Bongo, untuk kebutuhan masyarakat saat ini tanpa mengurangi kebutuhan generasi mendatang. Pariwisata bisa berkelanjutan bila tata kelolanya mampu memberikan manfaat yang berkeadilan kepada pihak-pihak yang terkait. Pariwisata bisa mendatangkan banyak manfaat bila dikelola dengan baik, terutama kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Seperti pada tata kelola desa wisata yang berbasis kerakyatan (Suharto, 2012).

Kendala penyelenggaraan kepariwisataan dalam upaya pembangunan wisata berkelanjutan di Desa Wisata Religi Bongo, misalnya dalam strategi pembinaan, kerangka penataan termasuk di dalamnya menentukan perangkat organisasi yang sesuai dengan kemampuan masing-masing daerah. Kondisi seperti itu juga masih memerlukan peraturan daerah serta koordinasi dengan sektor yang terkait secara terpadu dan mempunyai komitmen bersama untuk kepentingan pemenuhan hidup masyarakat saat ini dan berkelanjutan sampai pada generasi masa depan. Menurut Thalib (2015) bahwa pengelolaan desa wisata religi Bongo masih kurang kerjasama antara pihak pengelola dengan masyarakat yang ada di desa Bongo atau stakeholder pariwisata di mana masyarakat merasa tersisihkan karena tidak dilibatkan secara langsung dalam pengelolaan.

Pengelolaan Desa wisata religi ini

harus mendapatkan perhatian karena pengelolaan belum berjalan optimal, sehingga menghambat pengembangan wisata. Perencanaan pariwisata di Desa Bongo tidak didukung dengan pergerakan dari seluruh pihak yang berkepentingan. Pengelolaan wisata tidak melibatkan seluruh pihak yang berhubungan dengan wisata. Pengelolaan hanya dilakukan oleh pihak pengurus wisata tersebut, sedangkan masyarakat tidak diberikan andil ikut serta dalam pengelolaan.

Klaim Desa Bongo sebagai desa wisata religi sebenarnya sudah dikenal lama. Desa wisata religi Bongo dikenal dengan tradisi walima yang telah menjadi icon desa ini. Banyak pengunjung yang datang tiap tahun untuk menyaksikan tradisi walima yang dilaksanakan setiap Maulid Nabi Muhammad SAW. Sayangnya tradisi ini hanya dilaksanakan setahun sekali. Selain tradisi Walima Desa Bongo juga menyimpan daya tarik alam perbukitan, fosil kayu, dan beberapa peninggalan sejarah. Potensi inilah yang menjadi aset desa wisata religi Bongo yang diharapkan dapat berkembang dan memiliki nilai daya saing dengan promosi dan tata kelola yang baik.

Berdasarkan penelitian terdahulu Andri dan Suharto (2013) menyatakan bahwa kendala utama dalam pengembangan desa wisata religi terletak pada tata kelola wisata tersebut. Untuk pengembangan tata kelola Desa wisata religi ini diperlukan suatu upaya pengembangan wisata yang berbasis kerakyatan sebagaimana mengacu pada pengertian desa wisata berbasis community based tourism. Pariwisata kerakyatan apabila rakyat diperankan artinya partisipasi masyarakat diperlukan baik pada saat perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan maupun pada saat mendapatkan manfaat dari desa wisata ini (Kaho, 1987).

Berdasar
Andri dan S
bahwa ke
pengembang
pada tata ke
pengembang
religi ini d
pengembang
kerakyatan s
pengertian
community b
kerakyatan a
artinya partis
baik pada saa
dan pengaw
mendapatkan
(Kaho, 198
permasalahan
mengambil ju
kelola wisa
meningkatkan
Kabupaten G

2. METODE

Metodologi p
deskriptif kua
adalah sebag
untuk mem
berdasarkan
holistik lengk
kata-kata,
informan sec
dalam sebau
2010). Objek
religi yang
Kecamatan
Gorontalo. Pe
wisata Bong
belum optin
dilakukan
pengunjung k
optimalnya
setempat da
religi Bongo
saing pariwis
Pendekatan
penelitian in



Berdasarkan penelitian terdahulu Andri dan Suharto (2013) menyatakan bahwa kendala utama dalam pengembangan desa wisata religi terletak pada tata kelola wisata tersebut. Untuk pengembangan tata kelola Desa wisata religi ini diperlukan suatu upaya pengembangan wisata yang berbasis kerakyatan sebagaimana mengacu pada pengertian desa wisata berbasis community based tourism. Pariwisata kerakyatan apabila rakyat diperankan artinya partisipasi masyarakat diperlukan baik pada saat perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan maupun pada saat mendapatkan manfaat dari desa wisata ini (Kaho, 1987). Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti mengambil judul “ Peran promosi dan tata kelola wisata religi Bongo dalam meningkatkan daya saing pariwisata di Kabupaten Gorontalo”.

2. METODE

Metodologi penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebagai suatu proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah (Silalahi, 2010). Objek penelitian adalah wisata religi yang berlokasi di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Penelitian ini dilakukan di desa wisata Bongo dengan memperhatikan belum optimalnya kegiatan promosi dilakukan untuk meningkatkan pengunjung ke lokasi wisata serta belum optimalnya keterlibatan masyarakat setempat dalam tata kelola desa wisata religi Bongo untuk meningkatkan daya saing pariwisata di Kabupaten Gorontalo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kasus.

Menurut Yin (Dalam Thalib,2015) bahwa studi kasus merupakan suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tidak ditindak dengan tegas, dan dimana multisumber bukti dimanfaatkan. Pendekatan teori yang digunakan untuk menjawab masalah dari penelitian ini adalah teori fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), pengawasan (controlling) (POAC) yang dikemukakan oleh Terry (1978) dan Konsep Community Based Tourism (CBT). Pengumpulan data dilakukan secara observasi langsung dan wawancara.

Observasi dan wawancara dilakukan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai dengan mengamati tempat wisata yang ada di desa serta melakukan wawancara mendalam dengan pelaku pengelola desa wisata dan masyarakat untuk memperoleh informasi data yang terkait dengan obyek penelitian. Data yang dikumpulkan adalah data yang terkait kegiatan promosi dan tata kelola wisata religi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu pengambilan data secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait antara lain pengelola, masyarakat, wisatawan. Data sekunder yaitu pengambilan data secara keseluruhan dalam bentuk dokumen-dokumen yang telah ada, studi kepustakaan, serta hasil penelitian terdahulu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Lokasi Desa wisata religi terletak di Desa Bongo Kecamatan Batudaa'a pantai Kabupaten Gorontalo. Desa di pesisir pantai selatan Provinsi Gorontalo ini, sebagian besar masyarakatnya berprofesi nelayan.

Keunikan yang ada dari desa wisata religi ini adalah pelaksanaan festival walima yang dilaksanakan setiap tahun dalam rangka memperingati Maulud Nabi Besar SAW, dengan menampilkan zikir dan jumlah tolangga yang cukup banyak. Tolangga Berupa Kue dan makanan yang ditata sedemikian rupa menyerupai kuba mesjid dan diarak sepanjang jalan menuju mesjid besar kecamatan. Masyarakat yang dominan muslim di desa ini membangun desanya menjadi desa tujuan wisata religi dan meramu kehidupan religius yang menyatu dengan alam.

Penduduk Desa Bongo sumber mata pencahariannya adalah nelayan dan masyarakatnya mempunyai adat dan kebudayaan tinggi yang berlandaskan pada ajaran Islam sebagai acuan dalam kehidupan bermasyarakat. Peran tokoh agama, adat dan masyarakat sangat berpengaruh di masyarakat. Salah satu

tokoh yang menjadi panutan dan berpengaruh bernama "Hilalumo Amay". Kondisi seperti ini merupakan potensi lahirnya Desa wisata religi sebagai destinasi.

Beberapa obyek yang ada di tempat wisata religi desa Bongo adalah museum goa dan museum batu yang merupakan peninggalan masyarakat leluhur desa Bongo, dan buku-buku dan foto-foto peninggalan para leluhur yang dapat dilihat di museum tersebut. Hal lainnya yang dapat dinikmati adalah kebudayaan yang dapat dipelajari baik sejarah maupun tradisi desa tersebut. Di tempat yang sama, juga terhampar ratusan fosil kayu yang ditata serupa karya instalasi seni, yang dinamakan sebagai museum fosil kayu. Berikut adalah salah satu gambar fosil kayu yang terdapat di tempat wisata religi di Desa Bongo.



Gambar 1. Fosil kayu yang terdapat di tempat wisata religi Desa Bongo
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)



G

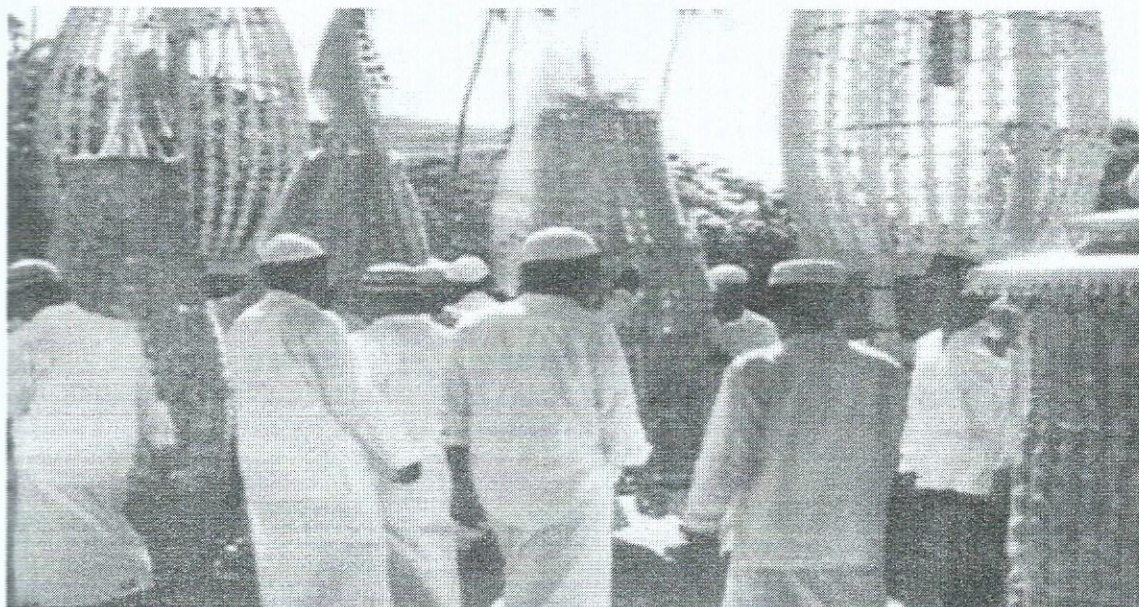
Salah satu wisata religi Walima ya dalam rangg Besar SAW dan jumlah

nutan dan
lumo Amay”.
akan potensi
ligi sebagai

ada di tempat
alah museum
g merupakan
leluhur desa
an foto-foto
yang dapat
Hal lainnya
h kebudayaan
jarah maupun
at yang sama,
il kayu yang
si seni, yang
n fosil kayu.
gambar fosil
t wisata religi



Gambar 2. Rumah Adat Desa Bongo Kabupaten Gorontalo
Sumber: Dokumen Pribadi, 2016



Gambar 2. Kegiatan walima di tempat wisata religi Desa Bongo
Sumber: beritadaerah Gorontalo, 2016

Salah satu keunikan yang ada dari desa wisata religi ini adalah pelaksanaan festival Walima yang dilaksanakan setiap tahun dalam rangka memperingati Maulud Nabi Besar SAW, Dengan menampilkan Zikir dan jumlah Tolangga yang cukup banyak.

Tolangga Berupa Kue dan makanan yang ditata sedemikian rupa menyerupai kuba mesjid dan diarak sepanjang jalan menuju mesjid besar kecamatan (berita daerah, Gorontalo,2015).

Tempat wisata religi lainnya yang dapat dikunjungi adalah Masjid Walima Emas yang terletak di puncak bukit. Masjid yang berukuran 10×10 meter ini memiliki pemandangan yang sangat indah karena langsung dapat menikmati pemandangan laut biru yang terbentang luas di depannya.

4. PEMBAHASAN

Dalam bauran promosi kita tidak hanya sekedar berkomunikasi ataupun menyampaikan informasi, tetapi juga menginginkan komunikasi yang mampu menciptakan suasana/keadaan dimana para pelanggan bersedia memilih dan memiliki produk. Dengan demikian bauran promosi yang akan dilakukan haruslah selalu berdasarkan atas beberapa hal sehingga tujuan yang di harapkan dapat tercapai. Menurut Tjiptono (2000:222) tujuan promosi diantaranya adalah : 1) Menumbuhkan presepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (categoryneed). 2) Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (brand awareness). 3) Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (brand attitude). 4)Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (brand purchaseintention).5) Mengimbangi kelemahan unsur beuran pemasaran lain (purchase facilitation). 6) Menanamkan citra produk dan perusahaan (positioning). Periklanan (Advertising).

Periklanan adalah semua bentuk penyajian nonpersonal, promosi ide-ide, promosi barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang di bayar. Iklan adalah penyajian informasi nonpersonal tentang produk, merek, persahaan atau gerai yang didanai sponzor. Iklan bertujuan mempengaruhi citra, keyakinan, dan sikap konsumen terhadap produk dan merek, serta perilaku konsumen. Bahkan, iklan biasa dianggap manajemen citra, yakni menciptakan dan menancapkan citra serta makna-makna di benak konsomen.

Promosi wisata religi Bongo dapat dilakukan melalui iklan yang dapat disampaikan lewat televise, radio, media cetak, billboard, signboard, atau media lain seperti balon udara, T-shitr, internet dll. Sehingga masyarakat lebih mudah mengenal wisata religi di desa Bongo. Dengan melakukan iklan secara berkelanjutan, maka wisata religi tersebut akan lebih dikenal masyarakat dengan demikian dapat meningkatkan kunjungan ke tempat wisata tersebut. Tantangan pengelola wisata religi desa Bongo adalah bagaimana menata pesan-pesan iklan dan menyeleksi media hingga dapat mengekos sebanyak mungkin konsumen dan memancing perhatiannya dan mampu mendorong keinginan untuk berkunjung ke lokasi wisata religi desa Bongo.

Promosi dilakukan untuk merangsang pengunjung atau wisatawan. Walau iklan TV biasa jadi lebih glamour, namun lebih banyak dana pemasaran justru dialokasikan buat berbagai bentuk promosi. Promosi bisa juga didefinisikan sebagai peningkatan rasio nilai-harga yang bertujuan mendongkrak penjualan. Promosi wisata religi desa Bongo dilakukan dengan memberikan komunikasi yang dapat menarik perhatian pengunjung untuk datang ke lokasi wisata religi Bongo serta memberikan dorongan dan semangat kepada pengunjung.

Hubungan masyarakat adalah suatu usaha (variasi) dari rancangan program guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk. Publisitas mencakup berbagai bentuk komunikasi guna meningkatkan citra tempat wisata. Koran internet, atau talk-show di radio atau TV memberi informasi wisata kepada masyarakat. Hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran yang penting lainnya, dimana pihak pengelola tidak hanya harus berhubungan dengan pengunjung atau wisatawan akan tetapi juga harus berhubungan dengan-

pengunjung juga harus b...
kepentingan...
Hasil p...
pengelolaan...
dibawah na...
berjalan cuk...
desa wisata...
Pengelola...
mendasar da...
wisata. Peng...
kunci kesu...
sebuah pari...
religi Bongo...
pengorganis...
Terlihat den...
yang bertug...
seperti organ...
Masyarakat (...
walima. Or...
memudahkan...
PKBM Yotan...
pendampinga...
rangka peng...
Pendamping...
ekonomi krea...
petanian, dan...
Dalam as...
sangat dilib...
kegiatan keag...
pada hari p...
didukung pen...
(2015) meny...
dilibatkan da...
Nabi Muham...
menjadi l...
diselenggarakan...
untuk perenc...
tidak dilibatk...
Dalam a...
masyarakat...
penyelengg...
dengan p...
dirumuskan...
pengawasan...
oleh pihak...
Sebagian m...



i Bongo dapat
n yang dapat
e, radio, media
atau media lain
tr, internet dll.
lebih mudah
desa Bongo.
klan secara
a religi tersebut
arakat dengan
kan kunjungan
ut. Tantangan
a Bongo adalah
pesan iklan dan
ingga dapat
gkin konsumen
ya dan mampu
tuk berkunjung
Bongo.

tuk merangsang
n. Walau iklan
tr, namun lebih
aran justru
bagai bentuk
ga didefinisikan
ilai-harga yang
k penjualan.

desa Bongo
ikan komunikasi
ian pengunjung
ata religi Bongo
n dan semangat

at adalah suatu
angan program
ertahankan, atau
au citra produk.
rbagai bentuk
gkatkan citra
rnet, atau talk-
mberi informasi
kat. Hubungan
iat pemasaran
dimana pihak
s berhubungan
wisatawan akan
gan dengan-

pengunjung atau wisatawan akan tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan desa wisata religi Bongo dibawah naungan organisasi yang telah berjalan cukup baik. Dalam pengembangan desa wisata dibutuhkan suatu pengelolaan. Pengelolaan merupakan hal yang mendasar dalam membangun suatu objek wisata. Pengelolaan yang baik merupakan kunci kesuksesan dari perkembangan sebuah pariwisata . Pengelolaan wisata religi Bongo dari aspek perencanaan dan pengorganisasian berjalan cukup baik. Terlihat dengan adanya suatu organisasi yang bertugas mengelola tempat wisata seperti organisasi Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Yotama dan yayasan walima. Organisasi dibentuk untuk memudahkan kunjungan wisata yang ada. PKBM Yotama didirikan sebagai lembaga pendampingan kepada masyarakat dalam rangka kehidupan yang lebih baik. Pendampingan meliputi pelatihan, ekonomi kreatif, industry rumah tangga, pertanian, dan pariwisata.

Dalam aspek perencanaan masyarakat sangat dilibatkan dalam pelaksanaan kegiatan keagamaan yang biasa dilakukan pada hari perayaan maulid. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan Thalib (2015) menyatakan bahwa masyarakat dilibatkan dalam perayaan event maulid Nabi Muhammada SAW yang telah menjadi kegiatan rutin yang diselenggarakan setiap tahun. Akan tetapi untuk perencanaan dalam kegiatan lainnya tidak dilibatkan secara langsung.

Dalam aspek pelaksanaan, partisipasi masyarakat turut terlibat dalam penyelenggaraan event maulid sesuai dengan perencanaan yang telah dirumuskan. Partisipasi dari segi pengawasan kegiatan maulid dilakukan oleh pihak pengelola desa wisata religi. Sebagian masyarakat belum merasakan

manfaat dari adanya desa wisata yang dikelola oleh PKBM.

Wisata Berbasis Kerakyatan (Community Based Tourism)

Pembangunan pariwisata berbasis komunitas bukan hanya merupakan sebuah harapan melainkan sebuah peluang. Ia memperoleh rasionalnya di dalam properti dan ciri-ciri unik yang dimilikinya, yang antara lain dan terutama meliputi paling sedikit empat hal berikut (Nasikun, 2001):

- a) Pertama, oleh karena karakternya yang lebih mudah diorganisasi di dalam skala yang kecil, jenis pariwisata ini pada dasarnya merupakan suatu jenis pariwisata yang bersahabat dengan lingkungan, secara ekologis aman, dan tidak menimbulkan banyak dampak negatif seperti yang dihasilkan oleh jenis pariwisata konvensional yang berskala massif.
- b) Kedua, pariwisata berbasis komunitas memiliki peluang lebih mampu mengembangkan obyek-obyek dan atraksi-atraksi wisata berskala kecil, dan oleh karena itu dapat dikelola oleh komunitas-komunitas dan pengusaha-pengusaha lokal, menimbulkan dampak sosial-kultural yang minimal, dan dengan demikian memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima oleh masyarakat.
- c) Ketiga, berkaitan sangat erat dan sebagai konsekuensi dari keduanya, lebih dari pariwisata konvensional yang bersifat massif pariwisata alternatif yang berbasis komunitas memberikan peluang yang lebih besar bagi partisipasi komunitas lokal untuk melibatkan diri di dalam proses pengambilan keputusan-keputusan dan di dalam menikmati keuntungan perkembangan industri pariwisata, dan oleh karena itu lebih memberdayakan masyarakat.
- d) Keempat, "last but not least", pariwisata

alternatif yang berbasis komunitas tidak hanya memberikan tekanan pada pentingnya "keberlanjutan kultural" (cultural sustainability), akan tetapi secara aktif bahkan berupaya membangkitkan penghormatan para wisatawan pada kebudayaan lokal, antara lain melalui pendidikan dan pengembangan organisasi wisatawan.

Dalam pembangunan pariwisata berbasis komunitas, yang terpenting adalah bagaimana memaksimalkan peran serta masyarakat dalam berbagai aspek pembangunan pariwisata itu sendiri. Masyarakat diposisikan sebagai penentu, serta keterlibatan maksimal masyarakat mulai dari proses perencanaan sampai kepada pelaksanaannya. Masyarakat berhak menolak jika ternyata pengembangan yang dilakukan tidaklah sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Dengan demikian tidaklah berlebihan pariwisata berbasis masyarakat dijadikan sebagai salah satu bentuk paradigma baru pembangunan pariwisata yang mengusung prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan demi pencapaian pendistribusian kesejahteraan rakyat secara lebih merata.

Menurut Lindawati (2008) bahwa Pariwisata berbasis komunitas memiliki peluang lebih mampu mengembangkan obyek-obyek dan atraksi-atraksi wisata berskala kecil, dan oleh karena itu dapat dikelola oleh komunitas-komunitas dan pengusaha-pengusaha lokal, menimbulkan dampak sosial-kultural yang minimal, dan dengan demikian memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima oleh masyarakat. Pariwisata berbasis komunitas memberikan peluang yang lebih besar bagi partisipasi komunitas lokal untuk melibatkan diri di dalam proses pengambilan keputusan keputusan dan di dalam menikmati keuntungan perkembangan industri pariwisata, dan oleh karena itu lebih memberdayakan

masyarakat.

Dalam pembangunan pariwisata berbasis komunitas, yang terpenting adalah bagaimana memaksimalkan peran serta masyarakat dalam berbagai aspek pembangunan pariwisata itu sendiri. Masyarakat diposisikan sebagai penentu, bukan hanya penonton, keterlibatan masyarakat menjadi sebuah keharusan mulai dari proses perencanaan sampai kepada pelaksanaannya. Masyarakatpun berhak menolak jika ternyata pengembangan yang dilakukan tidaklah sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan masyarakat itu sendiri.

Daya Saing

Melihat potensi wisata religi desa Bongo Kabupaten Gorontalo memiliki daya tarik wisata yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitarnya apabila dikelola dengan baik melalui peningkatan promosi dan tata kelola yang baik. Hal ini didukung Payangan (2010) bahwa kita harus mampu meningkatkan daya saing dalam mengemas produk jasa pariwisata yang ada supaya industri pariwisata di Indonesia dapat bersaing dengan negara lain. Hal ini perlu diperhatikan oleh stakeholder dalam industri pariwisata. Selain itu peran semua pihak untuk turut berperan aktif memajukan industri pariwisata sebagai agen pembangunan (agent of Development).

Peningkatan daya saing pariwisata di Kabupaten Gorontalo dapat dilakukan melalui dengan peningkatan: 1) Membangun infrastruktur dan menyediakan fasilitas rekreasi dan hiburan, baik bagi wisatawan maupun masyarakat setempat. 2) Merancang suatu program pembangunan yang konsisten berdasarkan filosofis perekonomian rakyat, sosial dan budaya, yang hidup di tengah-tengah masyarakat banyak yang tinggal dan hidup disekitar proyek pariwisata itu dikembangkan.

Gunn A
sasaran peng
suatu daerah tu
pertama, me
fasilitas, da
sedemikian ru
berkunjung
tersebut mer
harapannya,
perjalanan
perusahaan-p
kelompok ind
hasil keuntun
proporsional
wisatawan ke
pengusaha ya
modalnya dal
pengembalian
Ketiga, peng
hendaknya se
perlindungan
lingkungan, p
kerusakan m
kehancuran
terhindar da
internasional.

Menurut
Payangan (2
pengembang
pertama, me
meningkatkan
penduduk yan
ekonomi dari
membangun
menyediakan
baik bagi wis
setempat. Ket
berbagai mac
dan sector wis
wisatawan. E
program pen
berdasarkan fi
sosial dan bu
tengah masya
hidup diseki
dikembangkan

Gunn A Clare (1994), menetapkan sasaran pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata sebagai berikut : pertama, mempersiapkan aksesibilitas, fasilitas, dan daya tarik pariwisata sedemikian rupa sehingga bila wisatawan berkunjung ke daerah tujuan wisata tersebut merasa puas, senang, sesuai harapannya, mengapa ia melakukan perjalanan wisata. Kedua, supaya perusahaan-perusahaan yang termasuk kelompok industri pariwisata memperoleh hasil keuntungan yang berimbang atau proporsional dengan volume kunjungan wisatawan ke daerah itu, apa lagi bagi pengusaha yang telah menginvestasikan modalnya dalam sektor pariwisata yang pengembaliannya relative cukup lama. Ketiga, pengembangan yang dilakukan hendaknya sekaligus dapat memberikan perlindungan terhadap kerusakan lingkungan, pencemaran seni dan budaya, kerusakan moral dan kepribadian bangsa, kehancuran kehidupan beragama dan terhindar dari perdagangan narkoba internasional.

Menurut Maclintosch (1984) dalam Payangan (2010), mengatakan sasaran pengembangan pariwisata dikatakan : pertama, menyediakan kerangka untuk meningkatkan standar kehidupan penduduk yang lebih baik melalui manfaat ekonomi dari sektor pariwisata. Kedua, membangun infrastruktur dan menyediakan fasilitas rekreasi dan hiburan, baik bagi wisatawan maupun masyarakat setempat. Ketiga, menjamin dilakukannya berbagai macam pembangunan di kawasan dan sector wisata yang banyak di kunjungi wisatawan. Keempat, merancang suatu program pembangunan yang konsisten berdasarkan filosofis perekonomian rakyat, sosial dan budaya, yang hidup di tengah-tengah masyarakat banyak yang tinggal dan hidup disekitar proyek pariwisata itu dikembangkan.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Promosi wisata religi desa Bongo dilakukan dengan memberikan komunikasi yang dapat menarik perhatian pengunjung untuk datang ke lokasi wisata religi Bongo melalui melalui iklan yang dapat disampaikan lewat televisi, radio, media cetak, billboard, signboard, atau media lain seperti balon udara, T-shirt, internet dll. Sehingga masyarakat lebih mudah mengenal wisata religi di desa Bongo. Dengan melakukan iklan secara berkelanjutan, maka wisata religi tersebut akan lebih dikenal masyarakat.

Dalam pembangunan pariwisata berbasis komunitas, sangat penting bagaimana memaksimalkan peran serta masyarakat dalam berbagai aspek pembangunan pariwisata itu sendiri. Masyarakat diposisikan sebagai penentu, bukan hanya penonton, keterlibatan masyarakat menjadi sebuah keharusan mulai dari proses perencanaan sampai kepada pelaksanaannya.

Peningkatan daya saing pariwisata di Kabupaten Gorontalo dapat dilakukan melalui dengan peningkatan: 1) Membangun infrastruktur dan menyediakan fasilitas rekreasi dan hiburan, baik bagi wisatawan maupun masyarakat setempat. 2) Merancang suatu program pembangunan yang konsisten berdasarkan filosofis perekonomian rakyat, sosial dan budaya, yang hidup di tengah-tengah masyarakat banyak yang tinggal dan hidup disekitar proyek pariwisata itu dikembangkan.

5.2. Saran

Perlunya mengoptimalkan media promosi sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke lokasi wisata religi. Khususnya peningkatan promosi melalui media iklan. Pengelolaan wisata religi Bongo lebih memperhatikan tata kelola berbasis



masyarakat. Masyarakat perlu dilibatkan secara langsung dalam organisasi yang dibentuk dalam pengelolaan Desa wisata Bongo perlunya dukungan dari semua pihak baik masyarakat maupun pihak pemerintah.

5.3. Implikasi:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak pengelola desa wisata religi Bongo. Serta pihak pemerintah khususnya dinas yang terkait Dinas pariwisata agar dapat meningkatkan peran promosi dan tata kelola wisata religi melalui peningkatan infrastruktur dan menyediakan fasilitas. Selain promosi dan tata kelola pengembangan pariwisata diharapkan menyediakan kerangka untuk meningkatkan standar kehidupan penduduk yang lebih baik melalui manfaat ekonomi dari sektor pariwisata. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing pariwisata yang ada di Kabupaten Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

Andri. S dan Suharto B, 2013, *Pilgrime Tourism in Demak*, Jurnal Kepariwisata Indonesia 4(1): 631-650.

Berita daerah Gorontalo, 2016, <http://beritadaerah.co.id/wp-content/uploads/2015/11/IMG-20151115-WA0005.jpg>

Gunn A Clare. 1994. *Tourism Planning Basic, Concept, Cases, Third Edition*.

Kaho, 1987, *Participatory of Civilcation in Development*. USA, Prentice Hall.

Kotler, Philip, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta. Indeks Kelompok Gramedia.

Nasikun, 2001, *Globalisasi Dan Paradigma*

Baru Pembangunan Pariwisata Berbasis Komunitas, Lokakarya Penataan Pariwisata Dalam Menyongsong Indonesia Baru, diselenggarakan oleh DEPARI, Harian Suara Pembaharuan, dan PUSPAR-UGM, Puncaka

Lindawati. Aneka, Noor, 2008, *Dampak Pengembangan Pariwisata Dan Proses Marginalisasi Masyarakat Lokal : Studi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Gedambaan di Desa Gedambaan, Kecamatan Pulau Laut Utara, Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan*, "Tesis S2", Fakultas Ilmu Sosial UGM, Yogyakarta

Suharto.B, 2012, *Paradoksalitas Kemegahan Borobudur*, Jurnal Kawistara 3(4):64-80.

Silalahi, Ulber, 2010, *Metode Penelitian Sosial*, Refika Aditama, Bandung

Payangan. Otto. R, 2010. *Pengaruh Fenomena Global Terhadap Supply dan Demand, Dampaknya pada Pemasaran Jasa Pariwisata Indonesia*, Makassar. Esai-Esai Pemikiran. Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.

Thalib. Boby 2015. *Tata Kelola Desa Wisata Religi Kajian Community Based Tourism Di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kaupaten Gorontalo*. Skripsi. Gorontalo. Fakultas Sastra dan Budaya Universitas Negeri Gorontalo.

Terry R. George (1978), *Principle of Management*, 7th Ed., Homewood Ilionis, Richard D Irwill Inc.

Tjiptono, Fandy, 2000, *Manajemen Jasa*. Edisi pertama. Yogyakarta. Andi Offset.

Tujuan penel
kepemimpinan
motivasi kerja
sampling. Data
analisis menun
signifikan terha
kerja. Motivasi
kinerja pegawai

Kata Kunci : K

L.PENDAHUL

Salah sa
birokrasi adal
kinerja pelay
banyak akan te
pelayanan pul
berkinerja bai
Indonesia bel
dkk, 2002).
propinsi Nus
2016).

Kinerja
penting baik
individu pega
orang yang
melakukan tu
mencapai vi
ditetapkan. B
menyelesaika
dapat menjadi
dan kebangga
yang renda
memuaskan a
kegagalan pri
pengecualian
mudah dip
organisasi dan
karier yang le

Di Terbitkan oleh:

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi - Universitas Muhammadiyah Kupang
Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 17 Kota Kupang - Nusa Tenggara Timur**

ISSN : 1245-8578



9 772303 349001