

STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DI KABUPATEN BULELENG, BALI

Ni Made Ary Widiastini¹, Nyoman Dini Andiani², Trianasari³

^{1, 2, 3} Jurusan Perhotelan DIII, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Pendidikan Ganesha,
Singaraja, Indonesia

e-mail: ary.widiastini@gmail.com, dini_mph@undiksha.ac.id, trianasari@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dianalisis dengan metode *Strength Weakness Opportunity Threat* (SWOT) dengan memperhatikan matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) dan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS). Berdasarkan hasil temuan di lapangan dengan menggunakan analisis SWOT, strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh kepariwisataan Buleleng diantaranya: (1) Strategi *strength* dan *opportunity* (SO) diantaranya: mengemas paket wisata dalam berbagai harga dan varian, menciptakan program yang berbasis budaya lokal dan ramah lingkungan, memanfaatkan teknologi dalam operasional sehingga mudah dalam memberikan pelayanan, mengembangkan program-program yang menarik dengan memberdayakan masyarakat lokal, menciptakan produk yang sesuai antara harga dan nilai yang terdapat di dalamnya (*value for money*), dan pemberian Guide Fee; (2) Strategi *strength* dan *threat* (ST) diantaranya: melakukan diversifikasi produk wisata dan meningkatkan peran serta pemerintah daerah; (3) Strategi *weakness* dan *opportunity* (WO) diantaranya: meningkatkan media promosi dan kemudahan pelayanan melalui penggunaan teknologi informasi, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan menjaga kebersihan lingkungan sekitar dengan mengembangkan produk yang ramah lingkungan dan pemberian Guide Fee; (4) Strategi *weakness* dan *threat* (WT) diantaranya: melakukan kajian terhadap pengembangan pariwisata Kabupaten Buleleng, meningkatkan informasi tentang pariwisata Buleleng dan melakukan kreatifitas terhadap produk hotel. Faktor terpenting dalam pemasaran pariwisata adalah peningkatan peran serta pemerintah daerah, melakukan diversifikasi produk dan meningkatkan kualitas layanan pariwisata.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pariwisata, Kabupaten Buleleng

Abstract

This research are analyzed with strength, weakness, opportunity, and threat (SWOT) analysis by using the external factor analysis summary (EFAS) and internal factor analysis summary (IFAS). Based on matrix of SWOT, the are some marketing alternative strategies of tourims that can be applied in Buleleng regency there are: (1) SO Strategy: create the tour package, create the local program and increase the local involvement, create a tourist product by understanding of the value for money and prepare a guide fee; (2) Strategy ST: the local government involvement should be improving; (3) Strategy of WO: improve the promotion of Buleleng tourism in many media, improve the quality of human resource and keep the environment clean, guide fee; (4) Strategy of WT: do the study of tourism in deep in order to develop the tourism of Buleleng regency and create the hotel product. Based on the analysis, the important factor that involvement the tourism marketing in Buleleng regency are: the role and local government, diversify the tourist product and increase the tourist services.

Keyword: Marketing Strategy, Tourism, Buleleng Regency

PENDAHULUAN

Kabupaten Buleleng sebagai daerah tujuan wisata memiliki beberapa kelemahan, sehingga wisatawan yang berkunjung relatif kecil bila dibandingkan dengan daerah lain yang berada di bagian selatan pulau Bali. Kelemahan-kelemahan tersebut diantaranya jarak ke ibu kota propinsi dan bandara udara yang cukup jauh, jalan yang berliku dan kurang tepatnya strategi promosi wisata. Terlebih lagi melihat sejarah Bali yang dahulu Ibu Kota Propinsi terletak di Kabupaten Buleleng termasuk menjadi pintu masuk bagi orang asing melalui pelabuhan laut, sesungguhnya Kabupaten Buleleng telah dikenal oleh wisatawan dari tahun 1920an (Diparda, 2003). Padahal sesungguhnya Kabupaten Buleleng memiliki banyak daya tarik wisata alam dan budaya yang dapat dikemas ke dalam berbagai jenis paket wisata seperti wisata spiritual dan ekowisata yang sedang disegani oleh wisatawan, terutama wisatawan manca negara.

Melihat potensi-potensi tersebut, perlu adanya strategi pemasaran yang tepat sehingga sasaran dan tujuan dapat dicapai.

Namun, sebagai daerah tujuan wisata Kabupaten Buleleng memiliki beberapa kelemahan, sehingga wisatawan yang berkunjung relatif kecil bila dibandingkan dengan daerah lain yang berada di bagian selatan pulau Bali. Kelemahan-kelemahan tersebut diantaranya jarak ke ibu kota propinsi dan bandara udara yang cukup jauh, jalan yang berliku dan kurang tepatnya strategi promosi wisata. Terlebih lagi melihat sejarah Bali yang dahulu Ibu Kota Propinsi terletak di Kabupaten Buleleng termasuk menjadi pintu masuk bagi orang asing melalui pelabuhan laut, sesungguhnya Kabupaten Buleleng telah dikenal oleh wisatawan dari tahun 1920an.

Rendahnya kunjungan wisatawan di objek-objek wisata di kabupaten Buleleng, disebabkan oleh masih lemahnya sistem pemasaran. Oleh karena itu perlu dikembangkan suatu model pemasaran objek dan daya tarik wisata serta fasilitas wisata sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di kabupaten Buleleng. Morrison (2002) menjelaskan pemasaran merupakan proses yang berlangsung secara terus menerus dan

berkelanjutan, dimana kegiatan yang terjadi di dalamnya adalah merencanakan, meneliti, mengimplementasikan, mengawasi dan melakukan penilaian dalam berbagai aktivitas yang dirancang untuk memuaskan baik kebutuhan dan keinginan pelanggan dan tujuan organisasinya. Agar kegiatan tersebut berlangsung secara efektif, maka pemasaran memerlukan usaha setiap orang dalam sebuah organisasi dan dapat dibuat kurang atau lebih efektif oleh tindakan-tindakan dari kelengkapan organisasi. Menyikapi berbagai permasalahan pariwisata yang dihadapi oleh Kabupaten Buleleng, maka perlu dilakukan studi untuk menghasilkan strategi-strategi yang dapat digunakan oleh pelaku pariwisata di Kabupaten Buleleng dalam meningkatkan kualitas layanan pariwisata serta jumlah kunjungan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada keseluruhan kabupaten Buleleng. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, wawancara, dan observasi. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan analisis SWOT serta matriks EFAS dan IFAS. Hasil analisis data penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel dan dipaparkan secara naratif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Matriks IE

Dari hasil penyebaran angket kepada 125 orang responden, yang terdiri dari 100 orang wisatawan dan 25 orang pengelola obyek diperoleh suatu penilaian. Penilaian masing-masing indikator internal perusahaan membentuk suatu kekuatan atau kelemahan, sementara itu indikator-indikator eksternal akan menentukan peluang dan ancaman. Hal tersebut sangat

tergantung dari besarnya nilai yang diberikan.

3.2 Penentuan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman, Kepariwisataan Buleleng.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan sesuai dengan temuan di lapangan, kekuatan saat ini diperoleh 4 indikator (hasil yang diperoleh berada pada range 2,51 sampai 4,00), kelemahan saat ini diperoleh 8 indikator (hasil yang diperoleh berada pada range 1,00 sampai 2,50), peluang saat ini diperoleh 8 indikator dan 4 indikator sebagai ancaman di masa mendatang. Lebih ringkas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dapat dilihat dalam tabel 3.1 dan tabel 3.2. Melalui tabel tersebut dapat diketahui bahwa kekuatan yang paling menonjol pada faktor internal adalah adanya kegiatan dan fasilitas hotel, atraksi wisata, program konservasi terhadap alam dan aktivitas budaya masyarakat. Sedangkan kelemahan yang harus mendapat perhatian serius ada dua hal yakni kebersihan dan kurangmampuan sumber daya manusia dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing. Sedangkan yang menjadi peluang dalam pemasaran kabupaten Buleleng yang paling menonjol adalah pengaruh perekonomian global, dampak positif terhadap pelestarian budaya lokal dan dukungan masyarakat local dalam industry pariwisata. Sedangkan untuk ancaman yang paling menonjol dan diperhatikan untuk dihindari adalah daya saing kompetitor dan kebijakan pemerintah daerah.

Tabel 3.1 Indikator-indikator Internal Sebagai Kekuatan dan Kelemahan kepariwisataan Buleleng saat ini

INTERNAL	NILAI	KETERANGAN
Hotel/ tourist attraction facility	2.94	Kekuatan
Tourist attraction	3.07	Kekuatan
Cleanness	2.48	Kelemahan
Nature conservation and cultural activities in the tourist destination	2.80	Kekuatan
The ability of staff of tourist services to communicate with foreign language	2.48	Kelemahan

Tabel 3.2 Indikator-indikator Eksternal Sebagai Peluang dan Ancaman Kondisi Kepariwisataaan Buleleng Saat Ini

EKSTERNAL	NILAI	KETERANGAN
Daya saing dengan competitor	2.48	Ancaman
Pengaruh kondisi ekonomi global	3.24	Peluang
Dukungan masyarakat local dalam industry pariwisata	2.96	Peluang
Kebijakan pemerintah daerah	2.48	Ancaman
Dampak positif terhadap pelestarian budaya local	2.96	Peluang

3.3 IFAS dan EFAS Kepariwisataan Kabupaten Buleleng

Analisis yang dilakukan lebih lanjut pada penelitian ini adalah penentuan skor pada masing -masing indikator. Hal itu dilakukan guna mengetahui memperoleh *summary* dari indikator-indikator, baik internal maupun eksternal. Skor yang diperoleh untuk kondisi kepariwisataan Kabupaten Buleleng saat ini dilihat dari factor internal sebesar 2, 65 dapat dilihat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3 *Internal Factor Analisis Summary* (IFAS) Kepariwisataan Kabupaten Buleleng

INTERNAL	BOBOT	NILAI	TOTAL
Hotel/ tourist attraction facility	0.08	2.94	0.24
Strategic location	0.08	2.88	0.23
Information about the object or hotel	0.08	2.45	0.20
Tourist attraction	0.08	3.07	0.25
Hotel programs	0.07	2.37	0.17
Reliable price	0.08	2.86	0.23
Cleanness	0.09	2.48	0.22
Local involvement	0.08	2.98	0.24

Nature conservation and cultural activities in the tourist destination	0.09	2.80	0.25
The ability of staff of tourist services to communicate with foreign language	0.08	2.48	0.20
The skill and knowledge of the staff	0.08	2.46	0.20
Tourist service	0.09	2.64	0.24
	0.98		2.65

Sementara itu skor eksternal factor kepariwisataan Kabupaten Buleleng saat ini berjumlah 2, 72. Selengkapnya disajikan dalam Tabel 3.4.

Tabel 3.4 *Eksternal Factor Analysis Summary*
Kepariwisataan Kabupaten Buleleng

EKSTERNAL	BOBOT	NILAI	TOTAL
Daya saing dengan competitor	0.09	2.48	0.22
Daya beli wisatawan	0.10	2.80	0.28
Pengaruh penggunaan teknologi terhadap operational	0.10	2.60	0.26
Pengaruh kondisi keamanan	0.09	2.60	0.23
Pengaruh kondisi ekonomi global	0.09	3.24	0.29
Pengaruh kondisi perpolitikan dalam negeri dan international	0.08	2.20	0.18
Pengaruh pengembangan terhadap lingkungan	0.10	2.76	0.28
Dukungan masyarakat local dalam industry pariwisata	0.09	2.96	0.27
Kebijakan pemerintah daerah	0.09	2.48	0.22
Dampak positif terhadap pelestarian budaya local	0.09	2.96	0.27
Peranan Biro perjalanan Wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan	0.08	2.80	0.22
	1.00		2.72

3.4 Analisis Matriks Internal (IFAS) dan Analisis Matriks Eksternal (EFAS)

Matriks internal dan matriks eksternal dipergunakan untuk membantu merumuskan *grand strategy* yang akan diterapkan, setelah mengetahui posisi dari pada kepariwisataan Kabupaten Buleleng dalam matriks tersebut. Matriks internal

menjabarkan tentang pandangan responden mengenai kekuatan dan kelemahan dari pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Buleleng, sedangkan matriks Eksternal menggambarkan peluang dan ancaman pengembangan kepariwisataan Buleleng. Tabel 3.5 menunjukkan analisis matriks internal (IFAS), sedangkan tabel 3.6

menunjukkan analisis matriks eksternal (EFAS). Tabel dibawah menjelaskan posisi kepariwisataan Kabupaten Buleleng berada pada posisi kuat, dimana total kekuatan sebesar 1.67 lebih tinggi dibandingkan total kelemahan sebesar 0.98. Atraksi wisata (*tourist attraction*) yang merupakan faktor terpenting dalam pengembangan suatu daerah menjadi daerah tujuan wisata harus dipersiapkan segala sesuatunya dengan matang. Atraksi wisata sebagai inti yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung tidak dapat diabaikan atau dimanfaatkan hanya untuk kepentingan sesaat, melainkan harus dapat dikelola dengan baik sehingga dapat menjadi daya tarik pada generasi saat ini hingga generasi

selanjutnya. Misalnya Pantai Lovina yang sudah dikenal tidak hanya di Indonesia melainkan juga di mancanegara, harus mampu dikelola dengan baik sehingga dapat memberikan manfaat secara berkelanjutan tidak hanya pada pemerintah, namun khususnya kepada masyarakat setempat yang tinggal dan memelihara daerah ini. Dengan demikian maka dalam menjaga pantai perlu dilakukan banyak hal dan oleh banyak pihak yakni dalam menjaga sepadan pantai agar tidak dimanfaatkan sebagai tempat untuk pembangunan fasilitas wisata, menjaga kebersihan lingkungan pantai dan tidak melakukan eksploitasi pantai dalam bentuk apapun yang dapat merusak pantai itu sendiri.

Tabel 3.5 Analisis Matriks Internal (IFAS)

INTERNAL	BOBOT	NILAI	SKOR
KEKUATAN			
Tourist attraction	0.08	3.07	0.25
Local involvement	0.08	2.98	0.24
Hotel/ tourist attraction facility	0.08	2.94	0.24
Reliable price	0.08	2.86	0.23
Strategic location	0.08	2.88	0.23
Nature conservation and cultural activities in the tourist destination	0.09	2.80	0.25
Tourist service	0.09	2.64	0.24
			1.67
KELEMAHAN			
Information about the object or hotel	0.08	2.45	0.20
Hotel programs	0.07	2.37	0.17
Cleanness	0.09	2.48	0.22
The ability of staff of tourist services to communicate with foreign language	0.08	2.48	0.20
The skill and knowledge of the staff	0.08	2.46	0.20
			0.98

Begitu pula dengan data yang ada pada tabel 3.6, dapat dilihat bahwa skor

peluang 2.10 lebih besar dibandingkan dengan ancaman 0.62. Berdasarkan data

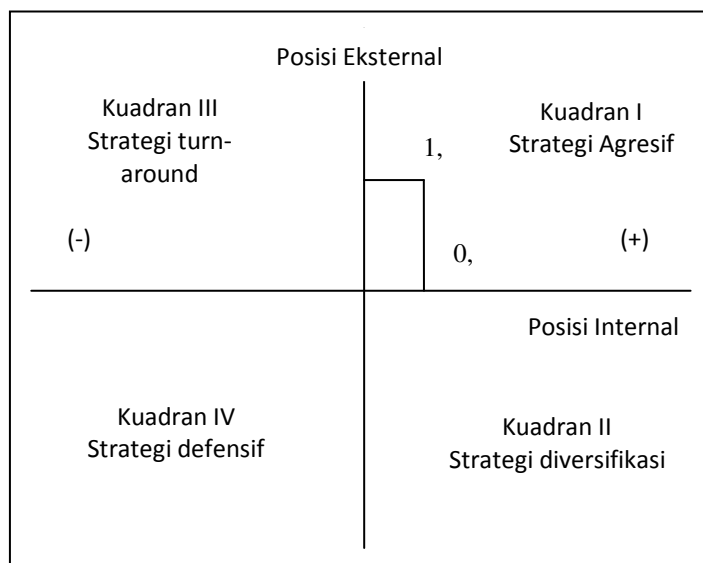
tersebut, maka pengelola pariwisata Kabupaten Buleleng harus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada guna meminimalkan dampak dari kelemahan dan ancaman yang ada. Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan peluang pemasaran pariwisata di Kabupaten Buleleng masih menjanjikan, namun tentu harus dibarengi dengan kesiapan sumber daya manusianya. Masuknya sistem globalisasi tentu menuntut siapapun untuk dapat bertahan dengan melakukan berbagai bentuk inovasi dan peningkatan kreatifitas. Satu sisi globalisasi memang membawa dampak negatif namun satu sisi juga memberikan dampak positif dimana setiap individu atau kelompok atau perusahaan memiliki hak untuk bersaing

dalam menjual produk sepanjang memenuhi syarat-syarat tertentu. Dalam konteks pariwisata pasar utama yakni wisatawan cenderung memiliki sikap atau motivasi dalam berwisata yang selalu berubah sesuai dengan trend. Untuk itu, maka pelaku pariwisata harus jeli dan mampu meningkatkan kreatifitasnya guna menghasilkan produk-produk wisata yang inovatif yang sesuai dengan selera konsumen. Dengan memiliki kesiapan yang matang baik dari sumber daya manusianya, sumber daya alam, sumber daya budaya, dan finansial maka pariwisata Kabupaten Buleleng akan mampu bersaing tidak hanya lingkup lokal namun juga nasional dan internasional.

Tabel 3.6 Analisis Matriks Eksternal (EFAS)

EKSTERNAL	BOBOT	NILAI	SKOR
PELUANG			
Pengaruh kondisi ekonomi global	0.09	3.24	0.29
Daya beli wisatawan	0.10	2.80	0.28
Peranan Biro perjalanan Wisata	0.08	2.80	0.22
Dukungan masyarakat local dalam industry pariwisata	0.09	2.96	0.27
Dampak positif terhadap pelestarian budaya local	0.09	2.96	0.27
Pengaruh pengembangan terhadap lingkungan	0.10	2.76	0.28
Pengaruh penggunaan teknologi terhadap operational	0.10	2.60	0.26
Pengaruh kondisi keamanan	0.09	2.60	0.23
			2.10
ANCAMAN			
Daya saing dengan competitor	0.09	2.48	0.22
Kebijakan pemerintah daerah	0.09	2.48	0.22
Pengaruh kondisi perpolitikan dalam negeri dan international	0.08	2.20	0.18
			0.62

Dari perolehan total skor IFAS dan EFAS, dapat diketahui posisi kepariwisataan Kabupaten Buleleng dalam matriks internal eksternal yang ditunjukkan dalam gambar 3.1.



Gambar 3.1 Matriks Posisi Kepariwisataan Daerah Buleleng

Sesuai dengan model penelitian dalam rancangan penelitian formulasi strategi dibedakan menjadi dua jenis strategi, yaitu strategi utama (*grand strategy*) dan strategi alternative. Strategi utama didasarkan pada posisi pariwisata kabupaten buleleng pada matriks, sedangkan strategi alternative adalah strategi alternative yang mendukung strategi utama yang terdiri atas strategi *strength opportunities* (SO), *Strength threats* (ST), *weakness opportunity* (WO), *weakness threats* (WT).

Berdasarkan pada matriks posisi yang ditunjukkan pada gambar 3.1 di atas bahwa posisi kepariwisataan buleleng berada pada kuadran I. Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan guna memasarkan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Buleleng. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah *agresif*. Strategi *agresif* merupakan strategi yang diterapkan untuk

mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, dimana dapat dilakukan dengan mengembangkan produk dengan memanfaatkan potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Buleleng, meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan serta meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.

3.5 Strategi Alternatif dalam Pemasaran Pariwisata Kabupaten Buleleng

Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dihasilkan berdasarkan analisis SWOT dengan menggunakan matriks eksternal (EFAS) dan matriks internal (IFAS) dihasilkan beberapa strategi alternatif dalam memasarkan pariwisata Kabupaten Buleleng. alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh kepariwisataan Buleleng diantaranya strategi *strength* dan *opportunity* (SO), strategi *strength* dan *threat* (ST), strategi *weakness* dan *opportunity* (WO) dan strategi *weakness* dan *threat* (WT)

I. Strategi SO

Strategi ini berupaya untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh peluang maksimal yang ada. Strategi yang dapat diterapkan kepariwisataan Buleleng dalam kuadran ini diantaranya:

1. Mengkemas paket wisata dalam berbagai harga dan varian. Adanya atraksi wisata yang sangat banyak tersebar di seluruh Kabupaten Buleleng, maka perlu adanya pengemasan paket wisata yang melibatkan semua tempat atraksi wisata yang ada. Pengembangan pariwisata juga perlu dilakukan secara seimbang sehingga semua daerah yang ada di Kabupaten Buleleng dapat berkembang. Perlu pengemasan paket wisata di setiap wilayah, sehingga semua daya tarik wisata yang ada dapat dikenal oleh wisatawan. Berdasarkan hasil temuan dilapangan, banyak ditemukan daya tarik wisata berupa kesenian daerah seperti tari-tarian yang belum banyak dikenal oleh umum terutama wisatawan. Untuk itu perlu adanya adanya paket wisata yang juga memasukkan seni budaya masyarakat ke dalam paket. Wisatawan selain melihat keindahan alam juga disuguhkan seni pertunjukkan yang merupakan kesenian khas daerah Kabupaten Buleleng. Untuk mampu mendatangkan wisatawan, tentu tidak lepas dari peranan pemandu wisata yakni guide yang mengantar wisatawan sampai ke tempat tujuan. Guide fee ternyata menjadi sesuatu yang sangat penting untuk mendatangkan wisatawan. Dengan adanya pemberian tips kepada pemandu wisata yang mau membawa wisatawan ke suatu objek wisata, akomodasi atau fasilitas wisata

lainnya mampu membawa pengaruh baik terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Namun sisi lain, dengan adanya pemberian tips kepada pemandu wisata tentu akan mempengaruhi harga sebuah produk wisata. Oleh karenanya, perlu adanya pembedaan harga produk antara harga lokal dan harga wisatawan. Dengan pembedaan harga tersebut maka pengelola objek dan fasilitas wisata tetap bisa beroperasi karena dengan harga lokal masyarakat umum pun bisa datang dan menikmati produk wisata yang dijual, dan dengan harga wisatawan bagi siapapun yang mampu membawa tamu akan memperoleh tips sehingga dapat menjadi motivasi bagi pemandu untuk mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya dan tentunya akan memberikan keuntungan bagi Kabupaten Buleleng.

2. Strategi menciptakan program yang berbasis budaya lokal dan ramah lingkungan. Berdasarkan hasil identifikasi potensi wisata yang dilakukan di Kabupaten Buleleng, daya tarik yang dimiliki oleh kabupaten Buleleng tidak kalah dengan daerah lainnya yang ada di wilayah Bali bagian selatan, sehingga produk wisata yang ditawarkan lebih beragam. Hanya saja pengelolaan dan pengembangan produknya dengan menyajikannya ke dalam bentuk program wisata belum dilakukan secara maksimal, sehingga membuat atraksi wisata yang ditawarkan terkesan monoton dan terkadang hampir sama dengan penawaran atraksi wisata di wilayah Bali bagian selatan. Kabupaten Buleleng dalam hal ini harus memproklamkan image atau karakteristik

kepariwataannya sendiri sehingga mampu membedakannya dengan daerah lainnya, namun tetap pada content pengembangan pariwisata budaya yang bersendikan kebudayaan masyarakat lokal seperti yang dicanangkan oleh pemerintah daerah Bali, misalnya heritage tourism. Heritage tourism merupakan icon yang tepat untuk digunakan melihat banyaknya bangunan bersejarah peninggalan penjajah belanda yang ditemukan di kabupaten Buleleng. Dalam hal ini perlu adanya pengembangan program calendar of event yang diadakan pada tempat-tempat yang juga potensial untuk dikembangkan sebagai stage/panggung pementasan dan sekaligus dapat menjadi icon pariwisata Buleleng.

Berdasarkan temuan di lapangan, ditemukan sebuah kesenian yang merupakan seni khas Kabupaten Buleleng yakni genjek. Genjek biasanya dilakukan oleh sekelompok orang yang biasanya dilakukan oleh kaum muda mudi yang bernyanyi disertai dengan gerakan tubuh dengan posisi duduk dengan tujuan untuk bernyanyi dalam kebersamaan. Genjek sesungguhnya dikenal sebagai salah satu seni dari kabupaten Karangasem. Bermula dari acara kumpul-kumpul sambil minum arak dan tuak, beberapa orang yang sudah hilang kendali dalam artian mabuk, mereka mengeluarkan suara-suara yang tidak tentu dan akhirnya disahuti dengan yang lainnya. Kesan senang dan gembira terpancarkan dari cara mereka mengungkapkan kata-kata dengan berirama selayaknya sebuah lagu tersebut. Sebagian orang lainnya akan menirukan suara musik sebagai

pelengkap dari genjek khususnya suara kendang dan kempul. Seni ini pada mulanya berkembang di daerah Bali bagian timur (Karangasem) dan selanjutnya dikenal ke seluruh bagian wilayah Bali lainnya. Bahkan di Bali utara sendiri seni ini terkadang dilengkapi dengan pementasan joded lengkap dengan alat musiknya yang dilakukan setelah para seniman Genjek selesai. Jika diperhatikan, Genjek ini mirip dengan Janger. Perbedaannya terletak pada formalitas dalam membawakannya. Janger terkesan bersifat formal dan dilakukan oleh dua kelompok lelaki dan perempuan. Dengan pembawaan tembang yang masih dalam bahasa yang sangat halus disertai musik dan tarian yang sudah diatur sedemikian rupa. Sedangkan Genjek lebih memakai bahasa sehari-hari yang seadanya. Namun keduanya sama-sama menyiratkan kegembiraan. Seiring dengan berjalannya waktu, seni ini berkembang dan dilakukan oleh mereka yang tidak dalam pengaruh minuman tersebut. Kata-kata yang diperdengarkan pun semakin bervariasi yang diambil dari bahasa sehari-hari masyarakat seperti: perasaan jatuh cinta/kagum dengan seorang wanita, masalah pikiran yang dialami di kantor dan yang lainnya.

Melihat perjalanan seni genjek ini, sesungguhnya genjek ini dapat dimanfaatkan sebagai promosi pariwisata Kabupaten Buleleng. Berdasarkan temuan di lapangan, seni genjek yang tergabung dalam sekaa berjumlah 35 sekaa. Dalam penelitian ini, seni genjek dijadikan sebagai seni unggulan yang bisa dipentaskan dalam pentas genjek 1000 yang dipentaskan

dihalaman terbuka seperti di ex pelabuhan Buleleng yang memiliki cerita sejarah yakni sebagai pintu gerbang pertama bagi wisatawan yang masuk ke Bali. Pementasan genjek 1000 ini meniru pementasan cak yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Tabanan, yang dengan pementasan cak yang fantastis akhirnya mampu mendongkrak tingkat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Tabanan khususnya objek wisata Tanah Lot setelah pementasan cak tersebut digelar.

Pengembangan sumber daya budaya menjadi daya tarik wisata budaya tentu nantinya akan memberikan dampak positif dan dampak negatif. Maka dari itu tentu pemanfaatan sumber daya budaya dalam pengembangan pariwisata harus sesuai dengan aturan atau norma yang berlaku sehingga dampak negatif yang akan ditimbulkan dari adanya pemanfaatan sumber daya budaya dapat dihindari.

3. Strategi memanfaatkan teknologi dalam operasional sehingga mudah dalam memberikan pelayanan. Perkembangan teknologi yang semakin cepat merupakan salah satu peluang untuk memberikan kemudahan dari pengelola dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen yang dalam hal ini adalah wisatawan. Pemanfaatan teknologi di Kabupaten Buleleng bisa dikatakan masih jauh minimnya dengan pemanfaatan teknologi yang dilakukan di wilayah Bali bagian Selatan dimana teknologi benar-benar dimanfaatkan sehingga menjadi lebih tepat guna. Hal ini terlihat dalam pemanfaatan media internet, dimana setiap hotel atau atraksi wisata memiliki web tersendiri maupun terkoordinasi dengan baik dibawah

naungang suatu lembaga. Informasi yang disajikan memang benar sesuai adanya dan setiap ada perubahan akan dilakukan up-date informasi, sehingga wisatawan mendapatkan informasi yang riil terjadi di lapangan. Kondisi ini akan berimplikasi positif terhadap tingkat kepuasan konsumen, dimana kepuasan dapat tercapai apabila harapan sesuai dengan kenyataan. Selain itu untuk kegiatan operasional di hotel salah satu contoh pemanfaatan teknologi adalah dalam kegiatan reservasi yang dulunya masih dilakukan secara manual sekarang dapat dilakukan secara on-line lewat web yang dibuat oleh masing-masing hotel. Utamanya untuk informasi pariwisata perlu adanya informasi tentang objek dan daya tarik wisata yang tersebar di seluruh Kabupaten Buleleng.

Sesungguhnya Kabupaten Buleleng memiliki banyak potensi wisata, namun karena keberadaannya yang cukup jauh dari kota dan kurangnya informasi tentang keberadaan daya tarik diterima oleh pelaku pariwisata dan pemda khususnya, maka daya tarik tersebut hanya berkembang secara pribadi dan pengelolanya tidak dilakukan secara optimal. Untuk itu perlu adanya perhatian terhadap daerah-daerah yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata dengan tetap melibatkan peranan masyarakat sebagai pemilik daerah tersebut. Dalam penelitian ini salah satu produk yang dihasilkan adalah sistem informasi tentang objek dan daya tarik wisata yang tersebar di desa-desa pada sembilan kecamatan yang ada di Kabupaten Buleleng. Data yang terkumpul dimasukkan ke dalam sistem

informasi pariwisata Buleleng, sehingga nantinya informasi tersebut bisa di akses oleh publik, terutama oleh wisatawan. Selain itu, bagi hotel yang tidak memiliki fasilitas internet dapat membeli informasi tentang objek dan daya tarik wisata dengan cara menginstal program ke dalam komputer yang ada di masing-masing hotel.

4. Mengembangkan program-program yang menarik dengan memberdayakan masyarakat lokal. Pariwisata merupakan alat penggerak utama dan tercepat untuk menghasilkan devisa negara. Dikembangkannya kepariwisataan di suatu daerah tidak terlepas untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian daerah tersebut lewat peningkatan pendapatan perkapita masyarakatnya. Beragamnya potensi wisata yang dimiliki oleh kabupaten Buleleng selayaknya dalam pengembangannya selalu melibatkan masyarakat lokal. Masyarakat lokal merupakan pemilik dari daya tarik tersebut, maka selayaknyalah mereka mendapat manfaat ekonomi dari setiap pengembangan yang dilakukan di daerahnya sehingga memicu kesadaran pentingnya melestarikan daya tarik tersebut untuk kepentingan pariwisata. Selama ini peranan masyarakat terhadap pengembangan suatu objek wisata masih tergolong minim, sehingga masyarakat yang berada di dalamnya kurang memahami cara untuk menjaga objek tersebut. Selain itu juga kurangnya peranan pemerintah dalam memberikan pembinaan dan pelatihan kepada masyarakat yang berada di sekitar objek menjadikan masyarakat tidak mampu memanfaatkan potensi dirinya secara optimal. Untuk itu perlu

adanya pelibatan tiga pihak dalam pengembangan suatu daerah yakni pemerintah, pihak swasta/investor dan masyarakat. Pemerintah dalam hal ini selain sebagai regulator juga bisa berperan sebagai fasilitator yakni memberi pembinaan dan pelatihan kepada masyarakat. Pihak swasta/investor sebagai penanam modal dan pemberi lapangan pekerjaan. Sedangkan masyarakat menjadi pelaku langsung layanan pariwisata yang memberikan layanan kepada wisatawan yang datang.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan banyak jenis kerajinan masyarakat lokal yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu daya tarik wisata seperti mengajak wisatawan untuk belajar menenun, belajar membuat sok kasi, belajar mengolah gula aren sehingga dengan demikian masyarakat akan lebih banyak terlibat. Selain itu, melihat trend pariwisata saat ini yakni ecotourism menjadikan program pengembangan pariwisata yang mengajak wisatawan langsung menyentuh hal yang berdekatan dengan masyarakat akan menjadi sesuatu yang menarik. Dan tentunya guide/pemandu wisata memiliki peran yang sangat penting untuk memperkenalkan tempat-tempat yang dikembangkan menjadi wisata budaya yang dikemas dengan kreatifitas manusia.

Pengemasan sumber daya alam dan budaya sebagai atraksi wisata tentu menuntut banyak pemikiran yang kreatif. Untuk itu perlu adanya kajian-kajian untuk menghasilkan sebuah pemikiran tentang bentuk pengemasan atraksi wisata yang menarik namun tetap

mempertahankan budaya lokal terutama ciri khas Kabupaten Buleleng.

5. Menciptakan produk yang sesuai antara harga dan nilai yang terdapat di dalamnya (value for money). Produk yang ditawarkan oleh pemerintah Buleleng disamping harus kompetitif juga haruslah memiliki nilai yang terkandung di dalamnya. Hal ini sangat berhubungan dengan trend perjalanan wisata serta tipe wisatawan yang melakukan perjalanan wisata. Saat ini wisatawan yang melakukan perjalanan wisata menuntut adanya pengalaman di masing-masing atraksi yang dikunjungi. Semakin banyaknya pengalaman yang diberikan atau ditawarkan oleh suatu atraksi wisata maka wisatawan akan semakin senang dan puas sehingga mereka tidak akan mempermasalahkan sejumlah uang yang mereka keluarkan selama menikmati atraksi tersebut. Trend ini haruslah benar-benar diperhatikan oleh pengelola untuk menjaga keberlanjutan dari pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Buleleng. Uang ternyata mampu bersifat fleksibel, dalam artian sejumlah uang akan sama artinya dengan sejumlah layanan yang diberikan. Ketika seorang wisatawan membeli sebuah paket wisata, maka sudah tentu ada harapan yang muncul dari dirinya dengan produk dan layanan wisata yang akan diperolehnya. Sehingga dalam membuat harga sebuah produk maka ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan yakni jenis produknya, kualitas produk, kemasan produk, serta layanan dalam menjual produk wisata tersebut. Dengan demikian harga sebuah produk

seharusnya mencerminkan kualitas dari produk tersebut.

II. Strategi ST

Strategi ini memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman. Strategi yang dapat dilakukan kepariwisataan Daerah Buleleng di masa-masa mendatang adalah melakukan diversifikasi produk serta memperkuat potensi dan kualitas produk sehingga mampu bersaing di pasaran.

1. Diversifikasi produk. Berkembangnya kepariwisataan di suatu daerah tidak terlepas dari keberadaan potensi yang mampu dikembangkan menjadi daya tarik wisata untuk datang berkunjung. Untuk memenangkan sebuah persaingan dengan menarik perhatian pengunjung untuk datang ke kabupaten Buleleng hal yang perlu digali adalah keunikan dari produk wisata yang mampu membedakan produk wisata yang ditawarkan oleh Kabupaten Buleleng dengan daerah lainnya. Salah satu cara adalah dengan melakukan studi karakteristik potensi wisata terlebih dahulu terhadap masing-masing obyek daya tarik wisata, kemudian tentukan masih-masing arah pengembangannya yang tentunya disesuaikan juga dengan karakteristik wisatawan yang ingin dijadikan target pasar. Melakukan diversifikasi produk seperti membuat kemasan paket tur yang mengemas beberapa potensi wisata menjadi satu rangkaian perjalanan wisata. Dalam hal ini paket wisata yang dibuat merupakan perpaduan antara objek wisata yang sudah dikenal dengan daya tarik yang belum dikenal namun memiliki keunikan dan karakteristik yang mampu menjadi daya tarik wisata. Dengan demikian selain wisata yang ditawarkan tidak

monoton, juga dapat membantu pengembangan daerah yang memiliki potensi wisata.

Beberapa bentuk diversifikasi produk yang bisa dilakukan adalah membuat jadwal kegiatan yang dilakukan secara rutin (calendar of event). Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat empat tempat yang bisa dimanfaatkan sebagai tempat pementasan seni pertunjukkan yakni Ex Pelabuhan Buleleng, Sasana Budaya, Puri Buleleng dan Monumen Tri Yudha Sakti. Dengan melakukan pementasan seni pertunjukkan khas Buleleng, diharapkan wisatawan akan lebih tertarik untuk mengunjungi Kabupaten Buleleng. Selain itu kabupaten Buleleng juga banyak memiliki makanan khas Buleleng. Melihat potensi tersebut perlu adanya pengembangan wisata kuliner. Namun, pengembangan wisata ini tentu harus dibarengi dengan adanya peranan travel agent dan guide yang bersedia membawa wisatawan. Dalam kondisi seperti ini, maka guide fee merupakan salah satu strategi yang baik untuk mempromosikan pariwisata Kabupaten Buleleng.

2. Perlu adanya peningkatan peranan pemerintah daerah. Terdapat tiga pilar penting yang berperan dalam pengembangan suatu daerah menjadi daerah tujuan wisata yakni Pemerintah, Pihak Swasta/Investor dan Masyarakat. Pemerintah daerah dalam hal ini harus mampu berperan sebagai regulator dan fasilitator. Dalam artian, pemerintah sebagai regulator mampu membuat aturan atau kebijakan yang mampu membangun pengembangan daerah secara optimal. Dan sebagai fasilitator, pemerintah daerah dalam hal ini diharapkan memberikan pembinaan dan

pelatihan kepada masyarakat agar mampu menjadi sumber daya manusia yang profesional yang siap menjadi pelaku layanan langsung pariwisata.

Melihat kualifikasi sumber daya manusia yang menjadi pelaku layanan langsung di objek wisata, rumah makan dan penginapan sebagian besar masih tamat SMA/SMK dan SMP, maka perlu adanya pembinaan dan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan wisata. Berdasarkan temuan di lapangan, pembinaan kepada sumber daya manusia justru diberikan kepada karyawan hotel yang sudah bagus perkembangannya. Hal ini seharusnya berlaku sebaliknya, yakni pemerintah daerah bekerjasama dengan manajer HRD (Human Resources Development) untuk membuat sebuah model pembinaan dan pelatihan, dan kemudian menerapkannya kepada staff fasilitas wisata yang memiliki kualifikasi di bawah standar dan kualitas layanannya rendah. Dengan demikian maka kualitas layanan wisata dapat ditingkatkan melalui peran aktif pemerintah daerah Kabupaten Buleleng.

Disamping itu, pemerintah daerah dapat bersikap lebih proaktif dalam melakukan promosi pariwisata Kabupaten Buleleng. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan kerjasama dengan pemerintah di tingkat yang lebih tinggi dan juga terhadap pihak swasta seperti travel agent baik di Bali maupun di luar Bali. Perlu adanya sistem informasi dan layanan pariwisata Kabupaten Buleleng yang berkualitas dan bisa diakses oleh siapapun baik di Kabupaten Buleleng, di Bali, di seluruh Indonesia bahkan hingga ke luar negeri.

III. Strategi WO

Dalam kuadran ini strategi yang dirancang adalah berusaha meminimalisir kelemahan dengan berusaha memanfaatkan peluang yang ada. Strategi tersebut diantaranya:

1. Peningkatan media promosi dan kemudahan pelayanan melalui penggunaan teknologi informasi. Kegiatan promosi memegang peranan yang sangat penting terhadap perkembangan kepariwisataan di kabupaten Buleleng pada khususnya. Kegiatan promosi merupakan sebuah kegiatan penyampaian informasi kepada konsumen baik itu potensial buyer maupun actual buyer. Selama ini media promosi yang rutin dilakukan oleh pemerintah kabupaten Buleleng melalui brosur yang disebar di masing-masing tourist information centre di kabupaten Buleleng, dan melakukan promosi bersama di bawah naungan pemerintah provinsi dengan lembaga dinas pariwisata provinsi Bali, disamping membuat calendar of event yang pelaksanaannya disesuaikan dengan anggaran APBD. Kegiatan promosi yang dilakukan pemerintah harusnya lebih teratur dan dilaksanakan secara bersama-sama dengan melibatkan pengelola daya tarik wisata, hotel, restaurant dan segala pihak yang mendukung keberadaan pariwisata Buleleng. Pemerintah kabupaten Buleleng juga harus bertindak proaktif dalam memanfaatkan perkembangan teknologi, salah satunya dengan menggunakan jejaring internet seperti google, atau dengan membuat web tersendiri yang berisikan profil atraksi wisata serta fasilitas wisata lengkap dengan berbagai macam informasinya,

sehingga dapat lebih mudah di akses oleh wisatawan. Disamping itu media ini lebih efektif memberikan informasi dibandingkan dengan menggunakan brosur karena informasi yang ada bisa di up-date sesuai dengan kondisi terkini. Selain melalui media elektronik perlu juga dilakukan pemasaran melalui media cetak. Saat ini sudah banyak majalah pariwisata baik ruang lingkup lokal maupun internasional. Majalah pariwisata merupakan majalah yang berisikan segala hal yang berkaitan dengan pariwisata baik itu fasilitas wisata, objek wisata, kegiatan wisata, berita wisata hingga aturan berwisata. Sehingga majalah pariwisata merupakan sarana yang potensial untuk dijadikan sebagai media promosi. Dan tentunya agar tepat sasaran maka perlu pemilihan majalah yang cukup selektif, sehingga target bisa didapat sesuai dengan perencanaan atau harapan.

2. Peningkatan kualitas SDM. Sumber daya manusia merupakan pelaku pariwisata yang memegang peranan sangat penting. Semakin bagusnya kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh sebuah atraksi wisata akan memberikan keunggulan tertentu, sehingga mampu untuk bersaing dengan daya tarik wisata yang sejenis. Sumber daya manusia yang ada di kabupaten Buleleng khususnya di bidang pariwisata bisa dikatakan masih minim, hal ini terlihat dari tingkat pendidikan pengelola baik itu di daya tarik wisata maupun di hotel mayoritas lulusan SMA/SMK. Pengetahuan seperti penguasaan bahasa asing, peningkatan keterampilan dalam memberikan pelayanan terhadap wisatawan, dan pemahaman mengenai pariwisata harus

mulai ditingkatkan, sehingga nantinya mampu memberikan pelayanan yang baik dan profesional, karena tidak terdapat kesalahpahaman akibat pemaknaan yang berbeda. Perlu adanya kerjasama antara investor dan pemerintah daerah untuk memberikan pembinaan dan pelatihan bagi sumber daya manusia yang masih memiliki kualifikasi pendidikan yang kurang dalam bentuk kursus-kursus pada bidang-bidang tertentu sesuai dengan kemampuan SDM dan kebutuhan pengembangan industri pariwisata.

Kualitas sumber daya manusia sebagai pelaku layanan pariwisata, berdasarkan paparan diatas memang masih relatif rendah. Hal ini diperkuat dengan temuan Widiastini, 2007 yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan staff hotel dan restoran yang ada di Kabupaten Buleleng mayoritas SMP, SMA/SMK. Untuk itu perlu dirancang sebuah model pembinaan dan pelatihan kepada staff pelaku layanan langsung pariwisata yang memiliki kualitas layanan yang masih rendah dengan melibatkan peranan pemerintah daerah dan manajer di bidang HRD (Human Resources Department) sehingga luaran dari pembinaan dan pelatihan dapat bermanfaat.

3. Menjaga kebersihan lingkungan sekitar dengan mengembangkan produk yang ramah lingkungan. Berubahnya trend perjalanan wisatawan dari yang bersifat mass tourism ke alternatif tourism dan ecotourism dimana wisatawan disamping ingin memanfaatkan potensi yang ada sebagai daya tarik, juga ingin potensi tersebut dilestarikan. Dengan demikian pengelola objek wisata harus berusaha memanfaatkan potensi alam

dan budaya yang ada tanpa harus melakukan eksploitasi, sehingga sumber daya yang ada masih terlihat alami atau natural. Sebuah kegiatan konservasi baik itu konservasi alam maupun konservasi budaya perlu ditingkatkan dengan tujuan untuk menjaga sumber daya yang ada tidak mengalami perubahan yang besar atau justru menjadi rusak. Selain itu, kegiatan clean-up seharusnya tidak hanya dilakukan di tempat-tempat tertentu namun dilakukan di seluruh objek dan daya tarik wisata yang dilakukan oleh pengelola masing-masing. Dengan demikian, kebersihan dapat menjadi daya tarik karena dengan kondisi yang bersih wisatawan akan senang untuk datang, bahkan memilih untuk tinggal.

Saat ini sedang digencarkan *Go Green*, yang salah satu maknanya adalah kebersihan lingkungan harus terjaga. Menjadikan suatu daerah menjadi bersih tentu perlu adanya pelibatan seluruh pihak baik itu pengelola objek, pengelola fasilitas wisata, pemerintah daerah dan masyarakat. Kebersihan memang harus dimulai dari diri sendiri untuk bisa menjaga kebersihan diri dan kebersihan lingkungan disekitarnya. Kemudian dilanjutkan dengan kebersihan dalam kelompok-kelompok, organisasi hingga pada suatu daerah. Adanya keinginan untuk menjadi bersih merupakan hal yang utama sebelum melakukan kebersihan. Dan tentunya untuk menjadikan lingkungan yang bersih tidak hanya cukup dengan himbuan atau bahkan menyapu. Namun, tersedianya fasilitas yang memadai seperti tong sampah, toilet, alat kebersihan, dan staff kebersihan yang memadai harus selalu ada dalam

kondisi yang baik. Untuk itu perlu adanya perencanaan yang matang dalam menciptakan suasana yang bersih terutama dalam hal penyiapan dana. Selain itu, kerjasama dengan sekolah-sekolah baik dari tingkat SD, SMP, SMA hingga Perguruan tinggi dalam hal pemeliharaan kebersihan perlu juga diciptakan. Adanya pembersihan bersama yang dilakukan secara rutin tiap akhir pekan akan mampu melatih kebiasaan seluruh masyarakat untuk menjaga kebersihan bersama. Dan untuk mengajak masyarakat mau menjaga kebersihan tentu harus ada yang memberi contoh, ini bisa dilakukan oleh tokoh-tokoh masyarakat sehingga tercipta sebuah kesan bahwa kebersihan harus dilakukan oleh siapapun baik itu masyarakat umum maupun orang yang sudah menduduki posisi tinggi.

IV. Strategi WT

Strategi ini dirancang untuk meminimalisir kelemahan dengan menghindari ancaman yang akan timbul. Strategi yang dapat diterapkan adalah bekerja sama dengan berbagai industri terkait dan strategi efisiensi.

1. Melakukan kajian terhadap pengembangan pariwisata Kabupaten Buleleng. Selama ini dalam pengembangan kepariwisataannya Kabupaten Buleleng bekerjasama dengan berbagai pihak, baik itu lembaga pendidikan dalam melaksanakan penelitian pariwisata seperti STP Bali, dan Undiksha, serta bekerjasama dengan pemerintah provinsi Bali lewat Dinas Pariwisata Daerah khususnya dalam kegiatan promosi terpadu. Pemerintah kabupaten Buleleng,

seharusnya lebih pro aktif menjalin kerjasama baik itu dengan investor asing yang menanamkan modalnya di Kabupaten Buleleng, misalnya dalam pembangunan fasilitas wisata, namun pelaksanaannya selayaknya memperhatikan kondisi lingkungan sosial budaya masyarakatnya serta daya dukung lingkungan, bekerjasama dengan pihak tour operator dalam negeri maupun luar negeri, dengan memasukkannya dalam program paket perjalanan wisata serta bekerjasama dengan organisasi-organisasi nirlaba yang aktif melakukan event-event untuk anggotanya.

Selain itu, Pemerintah daerah Kabupaten Buleleng juga seharusnya menyeleksi kajian pariwisata yang dilakukan. Dan kemudian kajian-kajian yang dilakukan tidak hanya menghasilkan sebuah laporan dan artikel yang dimasukkan ke dalam jurnal. Namun, kajian yang telah dihasilkan tentu harus dimasukkan ke dalam penganggaran APBD sehingga hasil akhir dari kajian tersebut dapat direalisasikan sebagai bukti keseriusan pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata. Untuk menciptakan hasil yang maksimal maka usulan kajian tentu harus dilakukan dengan sungguh-sungguh, sehingga hasil yang dilaporkan sesuai dengan keadaan di lapangan yang bersifat objektif dan dapat diterima oleh seluruh pihak yang terlibat baik itu pemerintah daerah setempat, pihak swasta maupun masyarakat. Dengan demikian, maka kajian pariwisata Kabupaten Buleleng sesuai dengan kebutuhan dan dapat bermanfaat bagi masyarakat, pihak

- swasta, dan pemerintah daerah dalam bidang penerimaan PAD.
2. Meningkatkan informasi tentang pariwisata Buleleng. Peranan informasi tentang objek dan daya tarik wisata yang up to date merupakan menjadi hal yang sangat penting. Untuk itu perlu dibangun sebuah sistem informasi yang menyuguhkan potensi wisata yang ada di seluruh Kabupaten Buleleng. Agar data menjadi lengkap, maka pendataan perlu dilakukan di setiap kecamatan dengan mencari potensi di masing-masing desa yang tersebar di setiap kecamatan. Dengan demikian, pendataan potensi objek dan daya tarik akan menjadi lengkap.

Selain melakukan pendataan potensi wisata di setiap kecamatan, perlu juga adanya sistem penerimaan informasi pariwisata yang terpusat yang nantinya bertugas untuk melanjutkan informasi yang diterima ke masyarakat umum, wisatawan, ke luar daerah hingga ke luar negeri. Dalam hal ini, adanya kajian tentang terminal Sangket sebagai pusat layanan dan informasi pariwisata Kabupaten Buleleng perlu diimplementasikan. Mengingat tempat tersebut selain berpotensi untuk dikembangkan sebagai pusat informasi dan layanan pariwisata, dan tersedia tempat yang bisa digunakan sebagai panggung pementasan. Disamping itu, berdasarkan hasil pendataan masyarakat pada tahun 2010 sebagian sopir dan masyarakat cukup antusias menerima bila daerahnya dikembangkan sebagai pusat layanan dan informasi pariwisata, dengan harapan mereka bisa terlibat/berperan sebagai pelaku layanan langsung pariwisata.

3. Kreatif terhadap produk hotel. Hotel sebagai sarana akomodasi semestinya tidak hanya menyiapkan sarana penginapan melainkan juga menyiapkan sarana lain seperti memiliki makanan yang unik atau mengadakan pementasan kesenian sehingga dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk menginap.

Menyikapi kelemahan dan ancaman yang di dapat dari hasil temuan di lapangan maka perlu adanya pengembangan model pemasaran baik bagi objek dan daya tarik wisata serta fasilitas wisata yang ada di Kabupaten Buleleng. Dalam mengembangkan model ini perlu adanya sebuah kajian yang mendalam yang dimulai dari adanya ketersediaan sumber daya dan kebutuhan wisatawan, sehingga tujuan yang diharapkan dapat dicapai.

SIMPULAN

Kabupaten Buleleng memiliki 84 objek dan daya tarik wisata yang tersebar di seluruh desa pada sembilan kecamatan. Berdasarkan sampling, data dicari dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal sehingga hasil yang diperoleh adalah sebuah analisis strategi *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threats* (SWOT). Berdasarkan olahan data, memang perlu diadakan diversifikasi produk pariwisata guna meningkatkan kunjungan wisatawan. Meskipun ekonomi global dan atraksi wisata ditentukan sebagai peluang dan kekuatan, namun ternyata *guide* baik yang memiliki ijin maupun tidak ternyata merupakan faktor penting yang harus diperhatikan karena dapat menjadi peluang, kekuatan bahkan juga mungkin ancaman. Kekuatan dan peluang terjadi ketika *guide* mampu bekerjasama dengan

baik terhadap pengelola objek beserta fasilitas wisata disekitarnya, sehingga wisatawan mau datang dan membeli produk wisata. Namun, disini lain peranan *guide* juga ternyata mampu memberikan dampak negatif yakni memungkinkan terjadinya persaingan tidak sehat dalam memberikan tips dalam jumlah yang banyak dan terjadi perlombaan dalam memenangkan hati *guide*, baik antar pengelola objek wisata maupun antar pengelola fasilitas wisata. Hal ini tentu harus menjadi perhatian serius, tidak hanya pengelola objek dan fasilitas wisata namun juga pemerintah yang dalam hal ini dapat dijadikan sebagai jembatan penghubung yang baik antara *guide* dengan pengelola objek wisata dan atau fasilitas wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Brunt, B. 1997. *Market Research in Travel and Tourism*. Great Britain: Butterworth, Heinemann.
- Cooper, C. et al. 2005. *Tourism: Principle and Practice*. Third Edition. Prentice Hall
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Pearson Education Asia Ptc. Ltd. Dan PT. Prenhallindo.
- Morrison, Alison J. 1994. *Marketing Strategic Alliances: The Small Hotel Firm*. International Journal of Contemporary Hospitality Management vol. 6:3 (Cited, 4 Mei 2008). USA: MCB University Limited.
- International Journal of Contemporary Hospitality Management* vol 6:3. (Cited 4 mei 2008). USA: MCB University Limited.
- Morrison, M. 2002. *Hospitality and Travel Marketing*. Third Edition. Australia: Delmar Thompson Learning.
- Noronha. 1977. *Social And Cultural Dimensions Of Tourist A Review Of Literature In English*. Washington DC: World Bank.
- Pitana. 2006. *Kepariwisata Bali Dalam Wacana Otonomi Daerah*. Jakarta: Puslitbang Kepariwisata.
- Reid, D. Dan Bojanic, C. 2006. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Second Edition. Prentice Hall International, Inc.