

STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PROMOSI DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN PULAU KUMALA

DEVELOPMENT AND PROMOTION STRATEGIES IN ATTRACTING THE INTEREST OF TOURISTS OF KUMALA ISLAND

Nada Selvia¹; Awang M. Rifani²

Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kutai Kartanegara,
Tenggarong ¹

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kutai Kartanegara, Tenggarong ²

e-mail: a.m.rifani@unikarta.ac.id ²

Abstract

Strategic Plan (Renstra 2016-2021), Kutai Kartanegara Regency Tourism Office in an effort to achieve goals and targets implemented through strategies and policies, in accordance with tasks and functions, based on strategic issues in the field of development. However, in its application, tourist attractions in Kutai Kartanegara Regency in general have not been fully developed optimally, this can be described through the author's initial observations, namely the lack of rides as a tourist attraction.

The author uses the type of qualitative research "Case Study" (descriptive case study) which is an attempt to describe a case at a certain time and place in detail, data is collected in depth, and includes sources (John W Creswell, 2002).

Based on the results of the study, it was found that the factors consisting of attractions, accessibility, amenities, and had an influence on tourism interest in Kumala Island. Amenity and Institutional factors that have a dominant influence on tourist visits to Kumala Island.

Keywords: *Strategy, Tourism*

Abstrak

Berdasarkan Rencana Strategi (Renstra tahun 2016-2021), Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara dalam upaya mencapai tujuan dan sasaran yang dilaksanakan melalui strategis dan kebijakan, maka sesuai dengan tugas dan fungsi, kewenangan dan isu strategi dibidang pembangunan pariwisata. Namun dalam penerapannya daya tarik wisata di Kabupaten Kutai Kartanegara pada umumnya belum sepenuhnya

dikembangkan secara optimal, hal ini dapat digambarkan melalui observasi awal penulis yaitu minimnya wahana sebagai daya tarik wisata.

Penulis menggunakan jenis penelitian Kualitatif “Studi Kasus” (descriptive case study) yang merupakan usaha menggambarkan sebuah kasus pada waktu dan tempat tertentu secara detail, data di kumpulkan secara mendalam, dan mengikutsertakan narasumber (John W Creswell, 2002).

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa faktor yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ancillary memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisata Pulau Kumala. Faktor Amenitas (Fasilitas dan Pelayanan Wisata) dan faktor Ancillary (Kelembagaan) yang sangat memberikan pengaruh dominan terhadap minat kunjungan wisata Pulau Kumala.

Kata kunci: *Strategi, Pariwisata*

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keindahan alam dan tempat-tempat wisata yang dapat mendukung perkembangan pariwisata. Keanekaragaman budaya juga menjadi salah satu daya tarik wisata kultural yang mampu mendorong keinginan wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Indonesia. Potensi pariwisata yang ada di Indonesia diharapkan dapat membantu negara dalam memajukan perekonomian. Pembangunan suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun lokal. Tentunya secara langsung dapat mengangkat ekonomi sebuah daerah apabila setiap obyeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar obyek wisata tersebut sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada naiknya devisa negara.

Berdasarkan Rencana Strategi (Renstra tahun 2016-2021) Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara dalam upaya mencapai tujuan dan sasaran yang dilaksanakan melalui strategis dan kebijakan, maka sesuai dengan tugas dan fungsi, kewenangan dan isu strategi dibidang pembangunan pariwisata. Adapun program yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara adalah sebagai berikut: program pengembangan pemasaran pariwisata, program pengembangan destinasi pariwisata, program pengembangan kemitraan, program peningkatan kapasitas sumber daya aparatur. Namun dalam penerapannya daya tarik wisata di Kabupaten Kutai Kartanegara pada umumnya belum sepenuhnya dikembangkan secara optimal, hal ini dapat digambarkan melalui observasi awal penulis yaitu minimnya akses infrastruktur menuju daya tarik wisata seperti objek wisata yang jauh dari pusat kota kondisi jalan yang berlubang dan rusak dan belum berkembangnya daya tarik wisata yang jauh

dari pusat kota, kurangnya fasilitas penunjang dan atraksi wisata pada daya tarik wisata dan belum adanya fasilitas penunjang atau wahana hiburan yang baru yang dapat lebih menarik minat atau kunjungan wisatawan.

Banyak wahana yang tidak lagi berfungsi seperti *Sky Tower* dan kereta gantung, fasilitas hiburan yang cukup digemari dan banyak menarik wisatawan ini, sekarang tidak dapat dioperasikan lagi dikarenakan tidak terawat dan mulai berkarat. Masih kurangnya pengembangan dan perawatan pada beberapa fasilitas yang ada pada objek wisata khususnya pada Pulau Kumala, dari hasil observasi (pengamatan) awal penulis terlihat area parkir yang kurang cukup luas saat menampung kendaraan terutama pada hari libur. Masih kurangnya sumberdaya manusia (SDM) yang profesional dibidang kepariwisataan dan masih kurangnya Pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap sapa pesona wisata. Hal ini yang membuat peneliti ingin melakukan penelitian lebih dalam tentang strategi pengembangan dan promosi dalam menarik minat wisatawan pada objek wisata Pulau Kumala.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan jenis penelitian Kualitatif “Studi Kasus” (*descriptive case study*) yang merupakan usaha menggambarkan sebuah kasus pada waktu dan tempat tertentu secara detail, data di kumpulkan secara mendalam, dan mengikutsertakan narasumber (John W Creswell, 2002). Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Pulau Kumala yang terletak di Kecamatan Tenggara Kabupaten Kutai Kartanegara. Lokasi tersebut dijadikan sebagai objek penelitian didasarkan atas berbagai hal, salah satunya karena Pulau Kumala merupakan destinasi wisata yang baru berkembang serta memiliki peluang untuk dikembangkan sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian dan sosial masyarakat sekitar. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT, analisa ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman (Freddy Rangkuti, 2009)

C. KERANGKA TEORI

Pariwisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah. Banyak Negara, bergantung banyak dari industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh organisasi pemerintah dan non pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada wisatawan.

Kotler dan Makens dalam (Fandeli, 2002) menjelaskan bahwa yang termasuk produk pariwisata adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar orang tertarik perhatiannya, ingin memiliki, memanfaatkan dan mengkonsumsi untuk memenuhi keinginan dan mendapat kepuasan. Produk dalam aspek Pariwisata ini termasuk objek fisik, pelayanan, tempat, organisasi dan ide untuk mengembangkan produk pariwisata pada umumnya. Dalam pengembangan pariwisata diperlukan aspek-aspek untuk mendukung pengembangan tersebut. Adapun aspek-aspek yang dimaksudkan diantaranya yaitu: a) Aspek Daya Tarik (*Attraction*); b) Aspek aksesibilitas (*Accessibility*); c) Fasilitas Dan Pelayanan Wisata (*Amenitas*); Elemen Tambahan (*Ancillary*).

Ada berbagai macam jenis pariwisata menurut Spillane (dalam Yuwana, 2010), diantaranya yaitu : a) *Pleasure Tourism* yaitu pariwisata untuk menikmati perjalanan; b) *Recreation Tourism* yaitu pariwisata untuk tujuan rekreasi; c) *Cultural Tourism* yaitu pariwisata untuk kebudayaan; d) *Sports Tourism* yaitu pariwisata untuk tujuan olahraga.

Dalam suatu destinasi wisata diperlukan adanya sesuatu yang dimiliki untuk ditawarkan kepada pasar. Seperti halnya objek wisata yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara, tidak akan berkembang jika hanya dibiarkan begitu saja, harus ada aspek-aspek lainnya yang mendukung sehingga objek wisata tersebut dapat berkembang dengan baik. Menurut Medlik dalam (Ariyanto, 2005), ada empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata diantaranya yaitu: a) *Attraction* (daya tarik); b) *Accesibillitas* (akomodasi); c) *Amenitas* (fasilitas); c) *Ancillary* (kelembagaan). Keempat aspek tersebut memiliki keterkaitan yang saling melengkapi serta dasar yang terpenting dari keberlanjutan kepariwisataan. Sehingga untuk dapat menentukan langkah-langkah dalam menciptakan suatu daya tarik wisata sangat perlu memperhatikan aspek-aspek tersebut.

1) Faktor Pendukung Pengembangan Pariwisata

Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dikembangkan menjadi atraksi wisata. Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan. Menjadi atraksi wisata, sedang atraksi wisata itu sudah tentu harus komplementer dengan motif perjalanan wisata. Maka untuk menemukan potensi kepariwisataan suatu daerah harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Menurut Soekadijo (dalam Lintang, 2016) modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga diantaranya :

- a) Modal dan potensi alam, alam merupakan salah satu faktor pendorong seorang melakukan perjalanan wisata karena ada orang berwisata hanya sekedar menikmati

keindahan alam, ketenangan alam, serta ingin menikmati keaslian fisik, berupa flora dan fauna;

- b) Modal dan potensi kebudayaannya. Yang dimaksud potensi kebudayaan disini merupakan kebudayaan dalam arti luas bukan hanya meliputi seperti kesenian atau kehidupan keratin dll. Akan tetapi meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Sehingga diharapkan wisatawan atau pengunjung bisa tertahan dan dapat menghabiskan waktu di tengah- tengah masyarakat dengan kebudayaannya yang dianggap menarik; dan
- c) Modal dan potensi manusia. Manusia dapat dijadikan atraksi wisata yang berupa keunikan-keunikan adat istiadat maupun kehidupannya namun jangan sampai martabat dari manusia tersebut direndahkan sehingga kehilangan martabatnya sebagai manusia.

2) Faktor Penghambat Pengembangan Pariwisata

Selain faktor pendorong, ada juga faktor penghambat pengembangan wisata. Hal ini tidak lepas dari adanya permasalahan yang menyebabkan kurangnya daya tarik wisata yang ada di destinasi wisata. Belum tertata dengan baik berbagai macam potensi wisata maupun sarana dan prasarana objek wisata juga menjadi faktor penghambat pengembangan wisata. Faktor yang menjadi penghambat bisa saja ditemukan dari faktor internal maupun faktor eksternal. Dari faktor internal misalnya dalam pengembangan destinasi wisata, kurangnya sumber daya manusia yang mampu mengolah dan mengembangkan potensi wisata, kurangnya lahan untuk dikembangkan, serta kurangnya sarana dan prasarana.

Sedangkan dari faktor eksternal, dukungan dari pemerintah yang belum maksimal membuat pengembangan pariwisata terhambat, misalnya seperti akses jalan yang rusak hingga saat ini belum diperbaiki, ketersediaan listrik yang belum memadai. Hal tersebut tentunya akan menjadi penghambat perjalanan wisatawan yang akan berkunjung.

Minat Kunjungan

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Duriyanto (2011) mengungkapkan bahwa minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk, harga, cara membeli dan kelemahan serta keunggulan produk dibanding merek lain. Sedangkan Simamora (2011) mengatakan bahwa minat beli (niat beli) terhadap suatu produk timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk. Selain itu, niat beli terhadap suatu produk juga dapat terjadi dengan adanya pengaruh dari orang lain yang dipercaya oleh calon konsumen.

Pada dasarnya dapat dikatakan bahwa minat beli timbul karena setiap konsep terhadap suatu objek atau produk, keyakinan konsumen akan terhadap suatu produk, di mana semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk maka semakin rendah minat beli konsumen (Durianto, 2011). Selain itu minat beli terhadap suatu produk juga dapat terjadi dengan adanya pengaruh dari orang lain yang dipercaya oleh calon konsumen. Minat beli juga dapat timbul apabila seorang konsumen merasa sangat tertarik terhadap berbagai informasi seputar produk yang diperoleh melalui iklan pengalaman orang yang telah menggunakannya, dan kebutuhan yang mendesak terhadap suatu produk.

D. HASIL PENELITIAN

Obyek Wisata Pulau Kumala

Pulau Kumala adalah sebuah delta sungai yang sering terendam jika air sungai Mahakam meluap atau istilah lokalnya air pasang. Pada tahun 2002 Pulau Kumala diresmikan menjadi objek wisata karena keindahan alamnya dan letaknya yang berada di tengah sungai Mahakam dan terlihat jelas pada saat melintasi Jembatan Mahakam, yaitu jalan penghubung antara Tenggarong Seberang ke Kota Tenggarong, sehingga terlihat seperti sebuah kapal di tengah sungai, luas wilayah Pulau Kumala kurang lebih sekitar 81 Hektar.

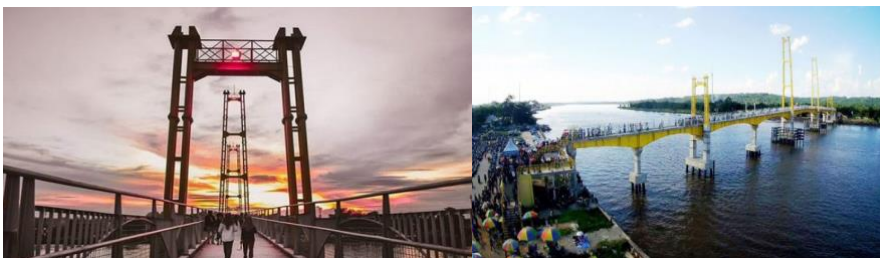
Gambar 1. Obyek Wisata Pulau Kumala



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Berikut merupakan destinasi objek wisata Pulau Kumala Tenggarong yang masih diminati wisatawan, khususnya bagi masyarakat penggemar *hunting* (Photografer), yang hasil fotonya untuk mengisi status Media Sosial pemiliknya, hal ini juga salah satu cara mempromosikan destinasi unggulan pada objek wisata Pulau Kumala ke masyarakat umum melalui Media Sosial.

Gambar 2 Jembatan Repo-rep



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 3 Pura



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 4 Tugu Pulau Kumala



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 5 Tugu Love Kukar Gambar



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 6 Kolam Taman Naga



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2018

Pulau Kumala juga memiliki beberapa destinasi permainan, akan tetapi saat ini beberapa wahana tersebut banyak yang rusak serta kondisinya yang tidak terawat dan kurang diperhatikan.

Gambar 7 Wahana Kereta Gantung



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 8 Wahana Bom-bom Car



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 9 Wahana Permainan Anak



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 10 Wahana Komedil Putar



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 11 Gokart Pulau Kumala.



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 12 Sepeda Air Pulau Kumala



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 13 Wahana Tower Pulau Kumala



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 14 Wahana Kolam Renang



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Gambar 15 Musium Pulau Kumala



Sumber: Pengelola Wisata Pulau Kumala, 2018

Letak lokasi wisata yang berada di tengah Kota Tenggara, mempermudah wisatawan dalam pencahariannya. Pengunjung / wisatawan dapat masuk ke wisata Pulau Kumala setelah membeli karcis dan menyebrang melalui Jembatan Repo-Repo, sampai di Pulau Kumala pengunjung / wisatawan bebas memilih wahana maupun destinasi sesuai tujuannya menggunakan beberapa sarana yang disewakan, menggunakan sepeda, ataupun Taxi untuk dapat mengelilingi pulau Kumala.

Faktor yang dapat Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisata Pulau Kumala

Kotler dan Makens dalam (Fandeli, 2002:33) mendefinisikan bahwa produk pariwisata adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian orang, ingin memiliki, memanfaatkan dan mengkonsumsi untuk memenuhi keinginan dan mendapat kepuasan. Produk dalam aspek Pariwisata ini termasuk objek fisik, pelayanan, tempat, organisasi dan ide untuk mengembangkan produk pariwisata pada umumnya.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di lapangan mengenai faktor yang dapat mempengaruhi minat kunjungan wisata terdiri dari atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ancillary.

- 1) Faktor *Attraction* (Aspek Daya Tarik). Objek wisata Pulau Kumala awalnya memiliki daya Tarik yang tinggi berdasarkan pemandangan alam, panorama indah, berupa museum peninggalan seni budaya, wisata air, wisata petualangan, taman rekreasi, tempat bermain anak dan tempat hiburan yang merupakan daya tarik wisata, namun saat ini pemandangan alam maupun destinasi serta wahana permainan kurang diperhatikan dan terawat yang secara tidak langsung dapat berdampak pada minat pengunjung / wisatawan. Oleh Karena itu, fasilitas berupa destinasi, wahana maupun sarana Transportasi yang dulunya ada dan saat ini kurang diperhatikan oleh Pengelola harus kembali diperbaiki dan dikembangkan, karena tidak ada lagi alasan dalam hal perbaikan mengingat Kontribusi dari Wisata Pulau Kumala Tenggara telah memberikan PAD terbesar, dan dapat kembali dipergunakan untuk perbaikan sarana dan prasarana Objek wisata Pulau Kumala serta pemberian jasa Pelayanan sehingga segala bentuk pelayanan pada tiap objek wisata dapat dilaksanakan dengan baik.
- 2) Faktor *Accessibility* (Aspek aksesibilitas). Akses yang mudah bagi pengunjung dalam mencari dan menempuh lokasi destinasi wisata. Secara aspek fisik lokasi tersebut sangat terjangkau sehingga sangat memberikan pengaruh terhadap minat pengunjung / wisatawan;
- 3) Faktor *Amenitas* (Fasilitas dan Pelayanan Wisata). Disamping daya tarik wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata, wisatawan juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang dalam perjalanan. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut, perlu disediakannya bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak awal keberangkatan dari tempat tinggal, selama berada di destinasi wisata dan saat kembali ke tempat semula. Karena hal ini secara langsung dapat memberikan pengaruh terhadap minat pengunjung / wisatawan;
- 4) Faktor *Ancillary* (Kelembagaan). *Ancillary* terdiri dari lembaga, Sumber Daya Manusia, lingkungan, ekonomi, politik, sosial budaya dan lain-lain yang mendukung dalam kepuasan wisatawan dalam berwisata. Elemen tambahan yang dimaksud adalah kelembagaan atau organisasi yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata, termasuk

dalam menyusun strategi marketing, program promosi, menentukan kebijakan peraturan perundangan yang berhubungan dengan wisata dan lain-lain, menurut penulis Faktor *Ancillary* (Elemen Tambahan) ini merupakan faktor yang mempengaruhi *Attraction*, *Amenity* dan *Accesbility*, jika secara kelembagaan tidak ada maka pencapaian misi pada sektor pariwisata khususnya pada Objek wisata Pulau Kumala Tenggara tidak dapat berjalan.

Strategi Pengembangan dan Promosi dalam Menarik Minat Wisatawan Pulau Kumala

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara, selain itu juga sebagai strategi dalam pengembangan wilayah. Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain-lain. Perencanaan pariwisata menjadi penting karena fenomena pariwisata semakin kompleks, kompetitif dan promosi destinasi wisata semakin gencar dilakukan, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara lain. Pariwisata secara tidak langsung mempengaruhi semua orang dalam komunitas tertentu, sehingga semua yang terlibat dalam pariwisata perlu berpartisipasi dalam proses perencanaan pariwisata agar pariwisata di Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara lain.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, dijelaskan bahwa Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Berdasarkan Peraturan Otonomi Daerah sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, disebutkan bahwa Pemerintah Daerah berwenang untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas yang berlaku dan tugas pembantuan. Hal ini mendorong Pemerintah Daerah untuk mencari dan memanfaatkan potensi yang ada di daerahnya.

Berdasarkan Rencana Strategi (Renstra tahun 2016-2021) Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara dalam upaya mencapai tujuan dan sasaran yang dilaksanakan melalui strategis dan kebijakan, maka sesuai dengan tugas dan fungsi, kewenangan dan isu strategi dibidang pembangunan pariwisata. Adapun program yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara adalah sebagai berikut: program pengembangan pemasaran pariwisata, program pengembangan

destinasi pariwisata, program pengembangan kemitraan, program peningkatan kapasitas sumber daya aparatur.

Namun dalam penerapannya daya tarik wisata di Kabupaten Kutai Kartanegara pada umumnya belum sepenuhnya dikembangkan secara optimal, hal ini dapat digambarkan melalui observasi awal penulis yaitu seperti pada objek wisata Pulau Kumala fasilitas hiburan yang pernah banyak menarik wisatawan contohnya *Sky Tower* dan kereta gantung di Pulau Kumala yang sekarang tidak beroperasi lagi, yang tidak terawat dan mulai berkarat. Masih kurangnya pengembangan dan perawatan pada beberapa fasilitas yang ada pada objek wisata khususnya pada Pulau Kumala, dari hasil observasi (pengamatan) awal penulis terlihat area parkir yang kurang cukup luas saat menampung kendaraan terutama pada hari libur. Masih kurangnya sumberdaya manusia (SDM) yang profesional dibidang kepariwisataan dan masih kurangnya Pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap sapta pesona wisata.

Pengembangan daya tarik wisata memang sangat ditentukan pada peran serta komitmen Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, adanya proses perencanaan yang baik diharapkan agar proses pengembangan bisa berjalan dengan lancar yang tentunya harus di ikuti dengan koordinasi yang baik pula antar berbagai pihak dalam proses pengembangan. Hal tersebut sangat perlu diperhatikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk keberhasilan dan terciptanya optimalisasi dalam pengembangan daya tarik wisata Pulau Kumala di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara

Dalam suatu destinasi wisata diperlukan adanya sesuatu yang dimiliki untuk ditawarkan kepada pasar. Seperti halnya objek wisata yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara, tidak akan berkembang jika hanya dibiarkan begitu saja, harus ada aspek-aspek lainnya yang mendukung sehingga objek wisata dapat berkembang dengan baik. Menurut Medlik dalam (Ariyanto, 2005:56), ada empat aspek (4A) yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah 1) *Attraction* (daya tarik); 2) *Accesibillitas* (akomodasi); 3) *Amenitas* (fasilitas); 4) *Ancillary* (kelembagaan). Keempat aspek tersebut memiliki keterkaitan yang saling melengkapi serta dasar yang terpenting dari keberlanjutan kepariwisataan tersebut. Dalam menentukan langkah-langkah untuk menciptakan suatu daya tarik wisata sangat perlu memperhatikan teori 4A seperti yang telah dijabarkan sebelumnya.

Menurut Soekadijo (dalam Lintang, 2016) modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga diantaranya :

- 1) Modal dan potensi alam, alam merupakan salah satu faktor pendorong seorang melakukan perjalanan wisata karena ada orang berwisata hanya sekedar menikmati keindahan alam, ketenangan alam, serta ingin menikmati keaslian fisik, flora dan faunanya;
- 2) Modal dan potensi kebudayaannya. Yang dimaksud potensi kebudayaan disini merupakan kebudayaan dalam arti luas bukan hanya meliputi seperti kesenian atau kehidupan keratin dll. Akan tetapi meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Sehingga diharapkan wisatawan atau pengunjung bisa tertahan dan dapat menghabiskan waktu di tengah- tengah masyarakat dengan kebudayaannya yang dianggap menarik; dan
- 3) Modal dan potensi manusia. Manusia dapat dijadikan atraksi wisata yang berupa keunikan-keunikan adat istiadat maupun kehidupannya namun jangan sampai martabat dari manusia tersebut direndahkan sehingga kehilangan martabatnya sebagai manusia.

Selain faktor pendorong, ada juga faktor penghambat pengembangan wisata. Hal ini tidak lepas dari adanya permasalahan yang menyebabkan kurangnya daya tarik wisata yang ada di destinasi wisata. Belum tertata dengan baik berbagai macam potensi wisata maupun sarana dan prasarana objek wisata juga menjadi faktor penghambat pengembangan wisata. Faktor yang menjadi penghambat bisa saja ditemukan dari faktor internal maupun faktor eksternal. Dari faktor internal misalnya dalam pengembangan destinasi wisata, kurangnya sumber daya manusia yang mampu mengolah dan mengembangkan potensi wisata, kurangnya lahan untuk dikembangkan, serta kurangnya sarana dan prasarana.

Sedangkan dari faktor eksternal, dukungan dari pemerintah yang belum maksimal membuat pengembangan pariwisata terhambat, misalnya seperti akses jalan yang rusak hingga saat ini belum diperbaiki, ketersediaan listrik yang belum memadai. Hal tersebut tentunya akan menjadi penghambat perjalanan wisatawan yang akan berkunjung.

Upaya menarik minat wisatawan pada Objek Wisata Pulau Kumala sehingga menghasilkan strategi pengembangan dan promosi yang tepat terlebih dahulu perlu penulis uraikan *Analisis Swood*, meliputi :

- 1) *Strengths* (Kekuatan) “S” adalah keunggulan atau kelebihan dari Objek Wisata Pulau Kumala di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara dan kemampuan (kelebihan) lainnya yang relatif terhadap objek wisata sejenis, meliputi :

- Adanya Jembatan Penghubung disebut Repo-repo yang menjadi Stand / Spot Fotografer;
 - Akses yang mudah disinggahi karena letaknya ditengah kota Tenggarong;
 - Destinasi yang memadai dan biaya tiket masuk serta biaya jasa penggunaan wahana yang cukup murah (ekonomis);
- 2) *Weaknesses* (Kelemahan) “W” adalah keterbatasan atau kekurangan pada Objek Wisata Pulau Kumala di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara yang menjadi penghambat dalam menarik minat wisatawan, meliputi :
- Tempat Parkir yang kurang memadai;
 - Kurang terawatnya lingkungan di Pulau Kumala;
 - Tutupnya beberapa wahana disebabkan kurang optimalnya perawatan dan pemberdayaan wahana;
 - Kelembagaan yang belum jelas, adanya isu pengelolaan pulau yang belum jelas yang katanya pulau kumala dikelola oleh Swasta, namun disisi lain pengelolaan tiket masuk dikelola oleh Pemerintah Daerah;
- 3) *Opportunities* (Peluang) “O” adalah suatu situasi utama yang menguntungkan bagi Objek Wisata Pulau Kumala di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara dalam menarik minat wisatawan, meliputi :
- Objek Wisata Pulau Kumala merupakan objek wisata unggulan penambah pendapatan Asli Daerah;
 - Letaknya Strategis.
- 4) *Threats* (Ancaman) “T” adalah merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan bagi Objek Wisata Pulau Kumala di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara sehingga menghalangi objek tersebut untuk terus berkembang, meliputi :
- Adanya isu penyalahgunaan uang tiket masuk oleh oknum yang tidak bertanggungjawab sehingga mempengaruhi masuknya pajak parker ke Kas Daerah;
 - Masih terdapat bibir pulau yang belum dipagar turap / beton yang kapan saja dapat menyebabkan longsor atau tanah yang terkikis air sungai yang dapat membahayakan nyawa wisatawan / pengunjung;

- Masih adanya pengaruh mistis / orang kerasukan sehingga diperlukan ahli spiritual untuk mengamankan masalah mistis;

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan yang diperoleh peneliti dari hasil observasi (pengamatan) dan wawancara Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara, bahwa strategi dalam upaya pengembangan dan promosi sektor pariwisata Pulau Kumala di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara meliputi :

(1) Upaya Pengembangan

- a. Faktor *Amenitas* (Fasilitas dan Pelayanan Wisata). Fasilitas berupa Destinasi, wahana maupun sarana Transportasi yang dulunya ada dan saat ini kurang diperhatikan oleh Pengelola harus kembali diperbaiki dan dikembangkan, karena tidak ada lagi alasan dalam hal perbaikan mengingat Kontribusi dari Wisata Pulau Kumala Tenggarong telah memberikan PAD terbesar, dan dapat kembali dipergunakan untuk perbaikan sarana dan prasarana Objek wisata Pulau Kumala serta pemberian jasa Pelayanan sehingga segala bentuk pelayanan pada tiap objek wisata dapat dilaksanakan dengan baik;
- b. Faktor *ancillary* (Kelembagaan) juga harus dilakukan perbaikan, melihat kembali Kontribusi dari Wisata Pulau Kumala Tenggarong telah memberikan PAD terbesar, maka selain dapat kembali dipergunakan untuk perbaikan sarana dan prasarana Objek wisata Pulau Kumala serta pemberian jasa Pelayanan sehingga segala bentuk pelayanan pada tiap objek wisata dapat dilaksanakan dengan baik, adanya PAD terbesar tersebut harus bisa menciptakan lapangan pekerjaan sehingga menambah SDM yang ditugaskan untuk mengelola Objek wisata Pulau Kumala.

- (2) Upaya Promosi, bahwa Objek wisata Pulau Kumala secara alamiah telah memenuhi kriteria semua jenis pariwisata, jika segala sarana dan prasarana telah diperbaiki dan SDM telah ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan agar pelayanan dapat dilakukan secara efektif. Maka pemerintah hanya perlu mengadakan kegiatan-kegiatan / event-event seni kebudayaan dengan melibatkan media masa maupun komunitas fotografer serta melakukan update kondisi wisata tiap minggunya melalui Media Sosial.

Selain itu, pengembangan Kemitraan merupakan bentuk pengelolaan daya tarik wisata yang terintegrasi (*Integrative Management*). Integrasi ini akan melibatkan beberapa pihak seperti industri akomodasi, perjalanan dan transportasi,

institusi pendidikan, organisasi nonpemerintah dan nirlaba (non-profit organization), pemerintah serta masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dengan Dinas Pariwisata diketahui bahwa Dinas Pariwisata telah melakukan kerjasama dengan berbagai pihak seperti melibatkan peran serta masyarakat secara langsung dalam suatu pengembangan obyek wisata, Dinas Pariwisata melakukan pemberdayaan serta memberikan pelatihan kepada masyarakat dan memfasilitasi pembentukan kelompok sadar wisata. Dinas Pariwisata menjajaki kerjasama dengan pihak swasta dalam suatu pembangunan fasilitas pendukung pariwisata, serta bekerjasama dengan komunitas-komunitas dalam pengembangan pariwisata serta berusaha memfasilitasi kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan.

E. PENUTUP

Kesimpulan

- 1) Faktor yang dapat mempengaruhi minat kunjungan wisata terdiri dari atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ancillary. Terlebih faktor *Amenitas* (Fasilitas dan Pelayanan Wisata) dan faktor *Ancillary* (Kelembagaan) yang sangat memberikan pengaruh dominan terhadap minat kunjungan wisata Pulau Kumala di Kecamatan Tenggara Kabupaten Kutai Kartanegara;
- 2) Strategi dalam upaya pengembangan dan promosi sektor pariwisata pada Pulau Kumala meliputi upaya pengembangan yang terdiri dari fasilitas dan pelayanan Wisata dan perbaikan faktor *ancillary* harus menjadi prioritas daerah melihat kontribusi yang sudah diberikan, sebagai salah satu penyumbang PAD terbesar di Kutai Kartanegara. Dan upaya promosi melalui penyelenggaraan kegiatan-kegiatan / event-event seni kebudayaan dengan melibatkan media masa maupun komunitas fotografer serta melakukan update kondisi wisata tiap minggunya melalui Media Sosial.

Saran

- 1) Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai Pengelola Objek Pulau Kumala Tenggara, perlunya :
 - a) Melakukan perbaikan sarana dan prasarana Objek wisata Pulau Kumala; dan
 - b) Melakukan pembukaan lapangan pekerjaan;

- c) Melakukan sosialisasi dan publikasi kepada masyarakat baik terhadap manfaat pariwisata serta bujukan agar masyarakat setempat juga berkontribusi berlibur ke objek wisata yang ada.
- 2) Bagi Masyarakat, Penulis dalam hal ini turut serta mensosialisasikan kepada masyarakat, agar sebagai masyarakat yang memiliki objek wisata yang strategis, untuk turut mempublikasi objek-objek wisata khususnya di wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara yang secara langsung memantu pemerintah meningkatkan PAD dari sektor Pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*.
- Bilson, *Simamora*. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Creswell, John W, 2002. *Desain Penelitian, Kualitatif & Kuantitatif*. Terjemahan oleh Angkatan III & IV KIK-UI dan bekerjasama dengan Nur Khabibah. Jakarta: KIK Press.
- Durianto, Darmadi. 2011. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*, Cetakan XX. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Fandeli, C. 2002. *Perencanaan Kepariwisataan Alam*, Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta : Bulaksumur.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Lintang A.R. 2016. *Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Kota Tegal Provinsi Jawa Tengah*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.