

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN
SENDANG GILE PASCA GEMPA DI DESA SENARU KECAMATAN
BAYAN KABUPATEN LOMBOK UTARA**

*(STRATEGY OF TOURISM OBJECT DEVELOPMENT OF WATERFALL OF
SENDANG GILE IN SENARU VILLAGE, BAYAN SUB-DISTRICT, NORTH
LOMBOK REGENCY)*



OLEH

SUARTINI
216110132

**JURUSAN URUSAN PUBLIK
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2020**

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN SENDANG GILE PASCA GEMPA DI DESA SENARU KECAMATAN BAYAN KABUPATEN LOMBOK UTARA

*(POST-EARTHQUAKE STRATEGY OF TOURISM OBJECT DEVELOPMENT A
STUDY OF SENDANG GILE WATERFALL IN SENARU VILLAGE, BAYAN
DISTRICT, NORTH LOMBOK REGENCY)*



Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada
program studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

OLEH :

SUARTINI
216110132

JURUSAN URUSAN PUBLIK
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

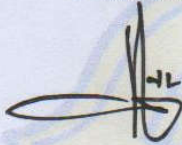
Skripsi ini telah disetujui untuk diujikan dan diajukan ke Panitia Ujian
Skripsi Program Studi Administrasi Publik pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 7 Februari 2020

Menyetujui:

Pembimbing I



(Drs. Amil, MM)
NIDN. 0831126204

Pembimbing II



(Abdul Kharis, SE, MM)
NIDN. 0821117603

Mengetahui,
Program Studi Administrasi Publik
Ketua



(Rahmad Hidayat, S.AP., M.AP)
NIDN. 0822048901

PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA AIR TERJUN
SENDANG GILE PASCA GEMPA DI DESA SENARU KECAMATAN
BAYAN KABUPATEN LOMBOK UTARA**

Oleh:

SUARTINI
NIM: 216110132

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh sarjana pada
jurusan Urusan Publik telah disetujui Oleh tim Penguji
Pada Tanggal seperti yang tertera di bawah Ini,
Mataram, 7 Februari 2020

Tim Penguji


1. **Drs. Amil, MM**
NIDN. 0831126204


Ketua

2. **Abdul Kharis, SE., MM.**
NIDN. 0801079003


Anggota

3. **Dr. H. Ibrahim Abdullah, MM.**
NIDN. 0830125501


Anggota

Mengetahui
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Dekan




Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.
NIDN. 0806066801

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan dibawah ini:

Nama : SUARTINI

Nim : 216110132

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan/doktor) baik di Universitas Muhammadiyah maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya Tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguhnya dan apabila dikemudian terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Mataram, 08 Februari 2020





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SUARTINI
NIM : 216.110.132
Tempat/Tgl Lahir : Torean, 26 Februari 1998
Program Studi : Administrasi Publit.
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 082 339 234 659
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Strategi Pengembangan obyek wisata air terjun Sengang Gile Pasca
Gempa di Desa Senaru Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara.

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 15 Februari 2020

Penulis



NIM. 216 110 132

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

“Man Jadda Wa Jadda”

Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil

~ ~ ~ ~

(Jadi, Kesungguhan merupakan suatu aspek yang sangat penting yang bisa menentukan seseorang dalam mendapatkan sesuatu yang dicita-citakannya bahkan kesungguhan juga merupakan suatu syarat untuk bisa meraih kesuksesan)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, hidayat serta karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam kepada baginda Nabi Muhammad Saw yang telah membawa ummatnya dari alam gelap gulita menuju alam yang terang benderang. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan dalam meraih cita-cita saya.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk:

1. Ayahku tercinta Jumati dan ibundaku Sinarim, kedua sosok yang telah memberikan do'a, motivasi serta dukungan yang tiada henti-hentinya serta pengorbanan dan kasih sayang yang tak terhingga sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Terimakasih untuk kakak dan adek saya (Simeni dan Supiadi) yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Terimakasih untuk Keluarga besar penulis yang juga ikut memberikan motivasi sehingga saya bisa berada pada titik ini.
4. Terimakasih untuk teman teristimewa saya Nurul Wahida yang selalu memberikan dorongan dan motivasi dari semester satu sampai sekarang.
5. Terimakasih untuk Universitas Muhammadiyah dan teman-teman sealmamater dengan penulis.

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Sendang Gile Pasca Gempa di Desa Senaru Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara

Suartini¹, Amil², Abdul Kharis³

¹ Mahasiswa

² Pembimbing Utama

³ Pembimbing Pendamping

Pada bulan Agustus 2018 tahun lalu telah terjadi gempa yang mengakibatkan kerusakan terhadap destinasi-destinasi wisata di Lombok Utara khususnya pada obyek wisata air terjun Sendang Gile dan membutuhkan strategi pengembangan dari pemerintah Daerah Kabupaten Lombok Utara untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori bauran promosi dari Kotler dan Amstrong yaitu, periklanan (*Adversiting*), penjualan personal (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan narasumber dari pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Utara, Ketua Kelompok *woman Guide/* pemandu wisata wanita, guide dan koordinator penjaga loket. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data kemudian penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan obyek wisata air terjun Sendang Gile pasca gempa di Desa Senaru oleh Pemerintah Kabupaten Lombok Utara menggunakan bauran promosi yaitu periklanan, penjualan personal, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

Kata Kunci : Strategi pengembangan, pariwisata, pemasaran, bauran promosi

ABSTRACT

Post-Earthquake Strategy of Tourism Object Development A Study of Sendang Gile Waterfall in Senaru Village, Bayan District, North Lombok Regency

Suartini¹, Amil², Abdul Kharis³

¹ Student

²Principal Advisor

³Mentoring Guides

In August 2018 there was an earthquake which caused damage to tourist destinations in North Lombok, especially the tourism object Sendang Gile waterfall. It takes certain strategies from the government of North Lombok Regency to recover the damage to the tourism destinations as well as to increase tourist visits.

The theory that the researcher used in this study was the promotion mix theory from Kotler and Amstrong, namely, advertising, personal selling, public relation and direct marketing. The method used in this study is descriptive qualitative research method with speakers from the culture and Tourism Office of North Lombok Regency, Chairperson of the woman Guide group/ female tour guide, guide and coordinator of the ticket window guard. Data collection is done by observation, interview, and documentation techniques. Data analysis techniques used include data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The result showed that the government of North Lombok Regency used promotional mix of advertising, personal sales, public relation and direct marketing as a post- earthquake strategy for the development of tourism object Sendang Gile waterfall in Senaru village.

Keywords: development strategy, tourism, marketing, promotion mix

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA AIR TERJUN SENDANG GILE PASCA GEMPA DI DESA SENARU KECAMATAN BAYAN KABUPATEN LOMBOK UTARA ”Skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir yang di berikan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram dan juga untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Publik (S.AP), namun terlaksananya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari pengawasan dan bimbingan dari pihak dosen, maka sepantasnya pula penulis menyampaikan ucapan terimakasih tak terhingga kepada orang yang telah berjasa dalam penulisan skripsi ini:

1. Bapak Drs. Arsyad Abdul Gani, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Dr.H.Muhammad Ali, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Rahmad Hidayat, S.AP.,M.AP selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Bapak Drs. Amil, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Bapak Abdul Kharis, SE.,MM. selaku dosen pembimbing ke II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi, serta masukan dengan tekun dan sabar sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Semua Dosen yang telah memberikan motivasi dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini dan
7. Kepada seluruh Saudara-saudari angkatan 2016 Administrasi publik.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan dan kekeliruan dari isi maupun sistematika penyusunannya. Oleh karenanya kritikan dan saran yang membangun sangat diharapkan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Mataram, 07 Februari 2020

Peneliti

SUARTINI
216110132

DAFTAR ISI

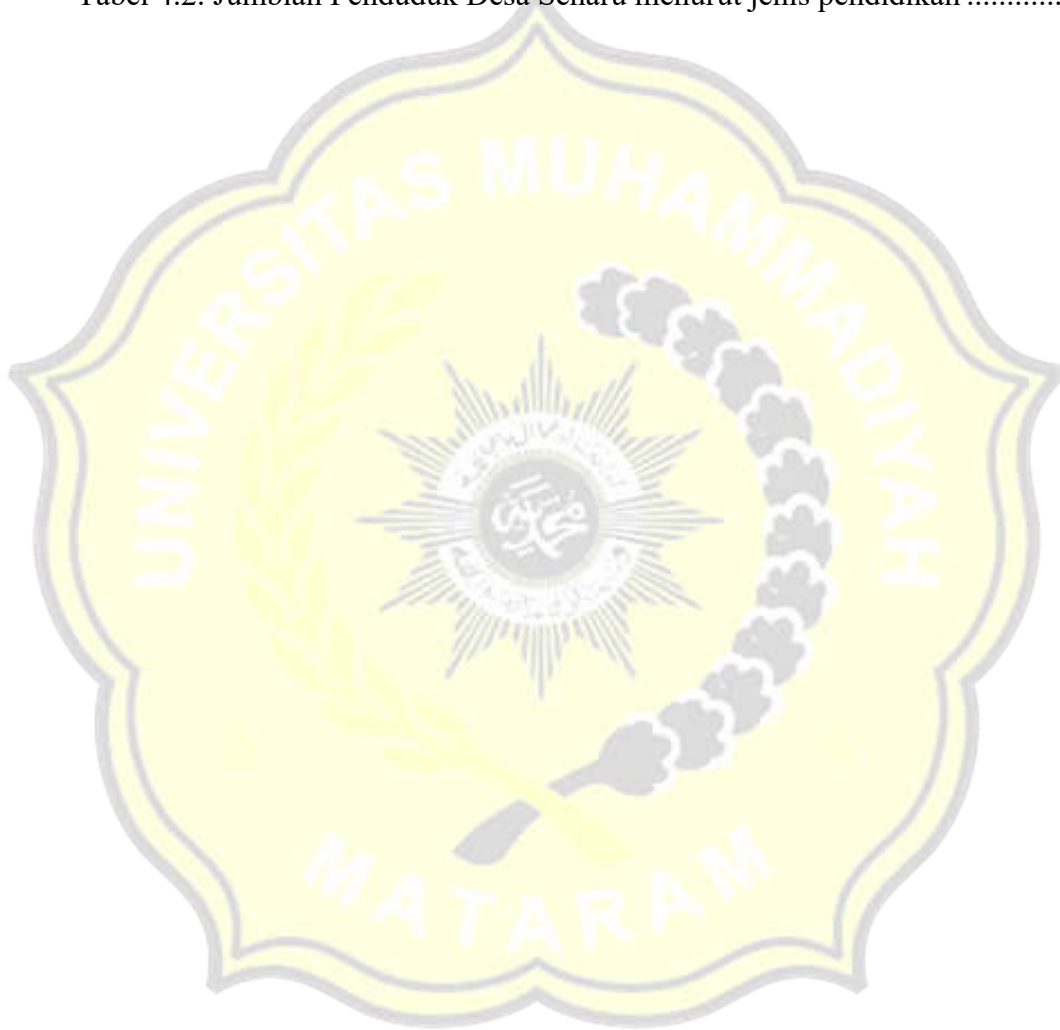
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Pengertian Strategi.....	10
2.2.2 Pariwisata.....	11
2.2.3 Komponen Dasar Pariwisata.....	13
2.2.4 Pengembangan pariwisata.....	15
2.2.5 Bauran Promosi.....	

2.2.6 Pengertian Gempa Bumi.....	24
2.3 Kerangka Berpikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Jenis Penelitian.....	28
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3. Penentuan Informan	29
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	29
a. Data Primer	29
b. Data Sekunder.....	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
a. Metode Wawancara	30
b. Metode Observasi	31
c. Metode Dokumentasi	31
3.6. Instrumen Alat Pengumpul Data.....	32
3.7. Teknik Analisis Data.....	32
a. Reduksi Data	32
b. Penyajian Data	33
c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi.....	33
3.8. Validitas/Keabsahan Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
4.1.1. Profil Desa Senaru	35
a. Motto.....	36
b. Letak dan Luas Wilayah.....	37
c. Demografi	38
4.1.2. Profil Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Lombok Utara	40
a. Tugas Pokok Dan Fungsi.....	42
b. Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok Utara	43
c. Struktur Organisasi	45
4.2. Hasil Penelitian	47

4.2.1. Strategi yang dilakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Lombok Utara dalam pengembangan obyek wisata air terjun sendang gile pasca gempa di Desa Senaru	47
1. Periklanan (<i>Adversiting</i>)	48
2. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	50
3. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	53
4. Pemasaran langsung (<i>Direct Marketing</i>)	55
4.3. Pembahasan	57
4.3.1. Strategi yang dilakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Lombok Utara dalam pengembangan obyek wisata air terjun sendang gile pasca gempa di Desa Senaru	57
1. Periklanan (<i>Adversiting</i>)	58
2. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	59
3. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	60
4. Pemasaran langsung (<i>Direct Marketing</i>)	61
BAB V PENUTUP	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu	7
Tabel 4.1. Batas Wilayah Desa Senaru	35
Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Desa Senaru menurut jenis pendidikan	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata KLU.....	43
Gambar 4.2. Periklanan Melalui Media Cetak.....	47
Gambar 4.3. Wisatawan Yang Belajar Menanam Padi Di Sawah Warga	49
Gambar 4.4. Wisatawan Saat Berkunjung Ke Air Terjun Sendang Gile.....	49
Gambar 4.5. Wisatawan Belajar Benda-Benda Bersejarah Di Desa Senaru.....	50
Gambar 4.6. Wisatawan Mencoba Produk Lokal	52
Gambar 4.7. Pemerintah Daerah sedang Melakukan Pemasaran Langsung.....	54



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata sebagai penggerak perekonomian merupakan salah satu solusi bagi pemerintah dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Salah satu daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia adalah Pulau Lombok. Pulau ini terkenal akan keindahan alamnya dan memiliki potensi pariwisata yang sangat bagus, baik di dataran rendah, pesisir pantai maupun pegunungannya. Daerah ini menawarkan banyak objek wisata yang menarik yang bisa dikunjungi, misalnya Gunung Rinjani, kuta Mandalika, air terjun Sendang Gile, gili terawangan, gili meno, pantai kute, air terjun benang kelambu dan termasuk juga budayanya yang masih dijaga hingga kini serta masih banyak lagi destinasi-destinasi wisata lainnya.

Salah satu obyek wisata yang menarik perhatian para wisatawan domestik dan wisatawan asing di pulau Lombok adalah air terjun sendang gile yang berada di Desa Senaru kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara. Air terjun sendang gile merupakan objek wisata yang masih satu lokasi dengan Taman Nasional Gunung Rinjani. Perjalanan ke desa Senaru memerlukan waktu kurang lebih sekitar dua jam setengah dari Kota Mataram. Air terjun ini berasal dari mata air kaki gunung rinjani yang masih sangat bersih, alami, jernih dan menyegarkan. Untuk mencapai air terjun ini pengunjung perlu turun dan melewati 500 anak tangga sambil menikmati panorama di sana.

Air terjun setinggi 31 meter ini terletak di ketinggian kurang lebih 600 meter di atas permukaan air laut. Di air terjun ini terdapat dua tingkatan, dimana tingkat pertama muncul dari atas tebing dan jatuh ke dasar kolam di bawahnya. Air kolam tersebut akan mengalir ke bawah dan membentuk tingkatan kedua dan membentuk sebuah sungai yang ada di bawahnya. Dasar air sungaipun relatif datar, sehingga para wisatawan dapat menikmati kesegarannya dengan mandi dibawah air tersebut. Di wilayah ini juga banyak dibangun perhotelan, restoran, villa dan fasilitas lain yang dapat digunakan untuk mendukung pengembangan wisata.

Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dengan mempertimbangkan hal tersebut maka penanganan yang baik sangat diperlukan dalam upaya pengembangan objek-objek wisata. Untuk mengembangkan sektor ini pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai kebijakan dengan menggali dan mengembangkan objek-objek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Selain itu, peran masyarakat juga diharapkan mempunyai andil yang sangat besar dalam proses ini, sehingga masyarakat ditempatkan pada posisi memiliki, mengelola merencanakan dan memutuskan tentang program yang melibatkan tentang kesejahteraannya.

Terdapat beberapa kendala atau permasalahan yang menghambat pengembangan pariwisata secara umum diantaranya adalah masih rendahnya sumber daya manusia, kurangnya kesadaran masyarakat, infrastruktur yang belum memadai, serta rendahnya jaminan keamanan dan kenyamanan.

Pada bulan Agustus 2018 tahun lalu terjadi Gempa Bumi dan mengakibatkan kerusakan yang sangat parah di wilayah kabupaten Lombok Utara, bencana tersebut mengakibatkan banyak korban jiwa dan kerusakan infrastruktur seperti jalan dan jembatan sehingga akses untuk menuju objek wisata air terjun Sendang Gile menjadi terganggu, selain terjadi kerusakan fisik bencana tersebut juga berdampak pada gangguan psikologis/ trauma terhadap para wisatawan sehingga para wisatawan memilih untuk tidak berkunjung dulu ke obyek wisata air Terjun Sendang Gile, hal ini tentu berdampak besar terhadap sektor pariwisata yang mengakibatkan terjadinya penurunan angka kunjungan wisata.

Adanya kejadian seperti ini, diperlukan suatu usaha untuk mengembalikan kepercayaan pihak luar khususnya para wisatawan dan mengembalikan citra Lombok sebagai salah satu tujuan pariwisata yang aman dan nyaman untuk dikunjungi. Untuk mengembalikan *image* atau citra suatu daerah pariwisata sebagai tempat yang indah, serta menumbuhkan rasa aman bagi para wisatawan dan pelaku wisata lainnya perlu koordinasi yang dilakukan oleh Pemerintah daerah beserta pemangku kepentingan terkait.

Ketika pariwisata air terjun Sendang Gile mengalami kemunduran, Pemerintah daerah sendiri diharapkan dapat melaksanakan fungsi sebagai koordinator dari obyek wisata sendang gile untuk mewujudkan pariwisata yang efektif dengan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara dengan cara mempromosikannya.

Penelitian ini mencoba mengkaji strategi pengembangan obyek wisata air terjun sendang gile dengan mengacu pada konsep promosi menurut Kotler dan Amstrong (2012: 432), yaitu bauran promosi yang terdiri dari iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Berdasarkan observasi awal menunjukkan ada beberapa upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah di desa senaru kecamatan bayan dalam mengembalikan dan mengembangkan obyek wisata air terjun sendang gile pasca gempa, langkah-langkah tersebut antara lain dengan melakukan promosi melalui program atraksi Budaya misalnya “Maulid Adat” yang akan diperingati pada bulan November ini, terus memposting keadaan terkini obyek wisata air terjun sendang gile di berbagai media sosial dan membuat selebaran terkait obyek wisata air terjun Sendang Gile. Selain itu masih banyak lagi program dan event-even Budaya lainnya yang dilakukan sambil menata fasilitas wisata yang ada.

Sehingga dalam penelitian ini ingin mengkaji apakah upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah sudah sesuai dengan teori bauran promosi menurut Kotler dan Amstrong dan sejauh mana strategi itu mampu mengembalikan dan mengembangkan obyek wisata air terjun Sendang Gile di Desa Senaru Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimanakah strategi yang dilakukan Pemerintah Daerah dalam pengembangan objek wisata air terjun Sendang Gile pasca gempa di Desa Senaru Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara.”

1.3. Batasan Masalah

Fokus dalam penelitian ini adalah mengkaji langkah-langkah strategis pengembangan yang dilakukan pemerintah daerah dan masyarakat Desa Senaru Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara melalui perencanaan dan Promosi Pasca Bencana Gempa bumi yang menimpa pulau Lombok khususnya Lombok bagian utara.

1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah ingin menggambarkan strategi-strategi apa saja yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Lombok Utara Dalam pengembangan objek wisata air terjun sendang gile pasca terjadinya bencana gempa bumi yang meluluh lantakan sebagian besar rumah warga, hotel- hotel dan instansi-instansi pemerintahan yang ada di kabupaten Lombok utara.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ada dua macam yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan informasi dan kontribusi untuk menjadi bahan kajian ilmu pengetahuan khususnya dalam pengembangan ilmu administrasi publik yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Menjadi bahan masukan bagi pemerintah dan pihak-pihak yang terkait mengenai strategi pengembangan obyek wisata air terjun sendang gile desa senaru.

b. Bagi Peneliti

Mengaplikasikan teori dan memperoleh tambahan pengetahuan serta informasi tentang pariwisata melalui penelitian ini.

c. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan motivasi bagi masyarakat sebagai upaya dan peran masyarakat dalam berpartisipasi terhadap pengembangan obyek wisata air terjun sendang gile.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki persamaan dengan judul yang penulis angkat adalah sebagai berikut:

Tabel. 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Unsur Penelitian	Uraian
1	Nama (2017)	Nurfadilah (2017)
2	judul	Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangadaran
3	Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Untuk menjelaskan kemanfaatan pariwisata dengan gambaran strategi pengembangan pariwisata Pantai Pangadaran yang berbasis masyarakat atau komunitas.
4	Metode Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kualitatif ➤ Informan <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pejabat Dinas Pariwisata ✓ KOMPERAR ✓ Pemerintah Desa Pangadaran dan desa Pananjung ✓ Wisatawan Pantai Pangadaran ➤ Tahapan penelitian (wawancara, observasi, dokumentasi)
5	Hasil Penelitian	Terdapat empat faktor yang menjadi dasar dalam menentukan strategi pengembangan pariwisata pantai pangadaran. Keempat faktor tersebut adalah kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dengan keterlibatan masyarakat sebagai pelaku usaha pariwisata yang kebermanfaatn kegiatan pariwisata sebesar-besarnya diperuntukan bagi masyarakat.

6	Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif ➤ Teknik pengumpulan data
7	Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Waktu dan tempat penelitian ➤ Objek Wisata
No	Unsur Penelitian	Uraian
1	Nama (2015)	Bareto & Giantari (2015)
2	Judul	Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste
3	Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menganalisis strategi pengembangan obyek wisata air panas di Desa Marobo,kecamatan Bobonaro, timor leste
4	Metode Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kualitatif deskriptif dan kuantitatif ➤ Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara dan penyebaran kuisioner, dan dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis SWOT. ➤ Data Primer dan Sekunder
5	Hasil penelitian	Strategi pengembangan obyek wisata yang memadai yang dapat diterapkan adalah dengan melakukan pengembangan wisata seperti pada periode hari raya natal dan tahun baru dengan harga yang kompetitif dan lebih variatif sehingga dapat memenuhi target. Pengembangan obyek wisata dapat dilakukan dengan diversifikasi obyek wisata dan modifikasi sistem sehingga para wisatawan dapat melakukan perjalanan dengan mudah. Hasil studi berimplikasi kepada semua pihak untuk memberi perhatian yang serius terhadap pengembangan obyek wisata air panas marobo.
6	Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Data Primer dan Sekunder ➤ Sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan air terjun
7	Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Objek Penelitian ➤ Waktu dan tempat penelitian ➤ Analisis SWOT
No	Unsur	Uraian

	Penelitian	
1	Nama (2018)	Akbar (2018)
2	Judul	Strategi pengembangan wisata air terjun curup panjang di kabupaten lahat Sumatera selatan
3	Tujuan	➤ Menganalisis strategi pengembangan wisata Air Terjun Curup Panjang Di Kabupaten Lahat Sumatera Utara.
4	Metode Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kualitatif deskriptif ➤ Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi ➤ Informan <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengelola objek wisata curup panjang ✓ Pemerintah daerah ✓ Masyarakat setempat
5	Hasil Penelitian	Dari penelitian ini menghasilkan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan obyek wisata air terjun curup panjang agar menjadi destinasi unggulan di kabupaten lahat. Dimana upaya pengembangan tersebut memerlukan kerjasama dan dukungan yang baik dari pihak-pihak yang terkait, seperti, pengelola obyek wisata Air Terjun Curup Panjang Harus Melakukan Koordinasi dengan Pemerintah dan investor dalam Pengelolaan Obyek Wisata Air Terjun Curup Panjang.
6	Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sama-sama menggunakan metode Kualitatif deskriptif ➤ Sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan air terjun
7	Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menggunakan Analisis SWOT ➤ Waktu dan tempat penelitian

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pengertian strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya konsep mengenai strategi berkembang. Hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama tiga tahun terakhir.

Menurut stephanic (dalam Husein, 2001:3) menyatakan strategi adalah suatu proses penentuan rencana. Para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka organisasi, yang disertai penyusunan suatu cara atau tujuan yang dapat dicapai.

Menurut Dirgantoro (2002:79) strategi adalah sesuatu yang berhubungan dengan menetapkan arah bagi perusahaan dalam arti sumber daya yang ada dalam perusahaan serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan pasar. Strategi akan meliputi tujuan jangka panjang serta sumber keunggulan yang merupakan pengembangan pemahaman dalam tentang pemilihan pasar dan pelanggaran oleh perusahaan yang juga menunjukkan kepada cara terbaik untuk berkompetensi dengan pesaing di dalam pasar. Secara singkat strategi adalah sebuah kombinasi akhir yang ingin dicapai perusahaan serta bagaimana untuk mencapai tujuan akhir.

Strategi juga merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang seringkali mencampur adukan kedua kata tersebut.

2.2.2. Pariwisata

Menurut UU Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Menurut Yoeti (dalam Anindita, 2015: 108), pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Suwantoro (2004: 3) juga menyatakan pariwisata sebagai proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju

tempat lain diluar tempat tinggalnya, dengan dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan atau perjalanan yang dilakukan seseorang atau lebih ke suatu tempat diluar tempat tinggalnya yang dimaksudkan untuk kesenangan, menenangkan diri, kepentingan bisnis atau kepentingan-kepentingan lainnya..

Menurut Kusudianto (dalam Pitana 2009:126) pariwisata digolongkan berdasarkan ciri-ciri, destinasi tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Destinasi sumber daya alam, seperti iklim, pantai, hutan.
- b. Destinasi sumber daya budaya, seperti tempat bersejarah, museum, teater, dan masyarakat lokal.
- c. Fasilitas rekreasi, seperti taman hiburan
- d. Event seperti pesta kesenian Bali, pesta danau toba, pasar malam.
- e. Aktivitas spesifik, seperti kasino di Genting Highland Malaysia, wisata belanja di Hong Kong
- f. Daya tarik psikologis, seperti petualangan, perjalanan romantis, keterpencilan.

Tujuan penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia menurut Pasal 4 UU No.10 Tahun 2009 adalah:

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c. Menghapus kemiskinan
- d. Mengatasi pengangguran
- e. Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Mengangkat citra bangsa
- h. Memupuk rasa cinta tanah air
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa, dan
- j. Mempererat persahabatan antar bangsa.

2.2.3. Komponen Dasar Pariwisata

Menurut Inskeep (1991: 77) di berbagai literatur dimuat berbagai macam komponen wisata. Namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata dimana komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Komponen tersebut dikelompokan sebagai berikut:

- a. Atraksi dan Kegiatan-kegiatan Wisata

Kegiatan-kegiatan wisata yang dimaksud dapat berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan,

keunikan daerah dan kegiatan lainnya yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata.

b. Akomodasi

Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan.

c. Fasilitas dan Pelayanan Wisata

Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata di dalamnya termasuk *tour and travel operations* (pelayanan penyambutan) misalnya: restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko cinderamata, kantor informasi wisata, fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum, dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

d. Fasilitas dan Pelayanan Transportasi

Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara.

e. Infrastruktur Lain

Infrastruktur yang dimaksud adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, saluran air kotor, telekomunikasi.

f. Elemen Kelembagaan

Kelembagaan yang dimaksud adalah kelembagaan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata termasuk perencanaan tenaga kerja, program pendidikan dan pelatihan; menyusun strategi marketing dan program promosi; menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta; peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata; menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta; mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan.

2.2.4. Pengembangan Pariwisata

Menurut undang-undang republik Indonesia nomor 18 tahun 2002 pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada atau menghasilkan teknologi baru. Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evaluasi) dan perubahan secara bertahap.

Pada hakikatnya pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar,

berencana, terarah, teratur dan bertanggungjawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar keperibadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuan, sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri kearah tercapainya martabat, mutu, dan kemampuan manusiawi yang optimal serta pribadi mandiri (Wiryokusumo, 2011:25)

Berdasarkan pendapat diatas bisa disimpulkan bahwa pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah untuk membuat atau memperbaiki, sehingga menjadi produk yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya untuk menciptakan mutu yang lebih baik.

Menurut Yoeti (1997:46) bahwa pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi yaitu: 1) menggalakan ekonomi, 2) memelihara keperibadian bangsa dan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup, 3) memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa. Untuk menjalankan fungsi tersebut maka diperlukan pengembangan objek wisata dan daya tarik wisata, meningkatkan dan mengembangkan promosi dan pemasaran, serta meningkatkan pendidikan dan pelatihan kepariwisataan.

Dalam pengembangan pariwisata perlu ditingkatkan langkah-langkah yang terarah dan terpadu terutama mengenai pendidikan tenaga-tenaga kerja dan perencanaan pengembangan fisik. Kedua hal tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional.

Menurut Liu dan Western (dalam Pitana 2009:84) menyatakan pengelolaan pariwisata dapat berperan strategis untuk fungsi-fungsi berikut:

a. Perlindungan terhadap sumber daya alam dan lingkungan

Umumnya pengembangan kawasan wisata akan diikuti oleh degradasi sumber daya yang diakibatkan oleh pertumbuhan dan pengembangan industry pariwisata yang ekstensif dan tidak terkendali, serta cepatnya pertumbuhan penduduk di kawasan tersebut sebagai konsekuensi logis dari kesempatan berusaha yang ditimbulkannya. Pariwisata jika dikelola dengan baik, mampu menyediakan solusi ekonomi untuk proteksi sumber daya alam dan lingkungan.

b. Keberlanjutan ekonomi

Kecendrungan industrialisasi dan perkembangan ekonomi global akan mengarah kepada kesalingtergantungan pada produk impor yang menguras devisa negara. Pengembangan pariwisata menjadi salah satu solusi masalah tersebut dengan menyediakan 'produk ekspor yang tidak lari kemana-mana'

sebagai sumber devisa. Pengembangan pariwisata juga menyediakan keuntungan ekonomi bagi lapisan masyarakat bawah yang umumnya berada di kawasan pedesaan sehingga diharapkan mampu menciptakan pendistribusian pendapatan dan sumber daya ekonomi yang lebih baik.

c. Peningkatan integritas budaya

Aspek ekologi dalam pariwisata menyiratkan sebuah hubungan timbale balik antara wisatawan dan komunitas lokal yang melibatkan dialog budaya berdasarkan penghormatan terhadap eksistensi dan integritas masing-masing.

d. Nilai kependidikan dan pembelajaran

Keberlanjutan dan kelestarian sebuah kawasan wisata tergantung kepada bagaimana membangkitkan pemahaman dan kepedulian semua pemangku kepentingan terhadap pentingnya kontribusi, eksistensi, dan perlindungan terhadap sumber daya pendukung pariwisata.

Pengembangan objek wisata ini menjadi sangat penting artinya terutama pada era otonomi daerah yang berguna sebagai percepatan perekonomian di suatu daerah. Suatu objek wisata yang akan dikembangkan wajib dikaji oleh para pakar secara multidisipliner, terpadu dan lintas sektoral. Hal ini dilakukan untuk mencegah pengembangan obyek wisata yang hanya menitikberatkan pada eksploitasi keindahan dan keuntungan

semata, tanpa mempertimbangkan dampak negatif dari hasil pengembangan tersebut. Pengembangan obyek wisata yang berwawasan lingkungan merupakan wisata alternatif sebagai upaya untuk mengantisipasi menurunnya kepopuleran pariwisata massal.

2.2.5. Bauran Promosi

Bauran promosi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengenalkan suatu produk, baik itu barang maupun jasa untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Bauran promosi terdiri dari iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) Kotler dan Armstrong (2012: 432).

a. Advertising

Advertising atau yang sering dikenal dengan istilah periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang digunakan oleh perusahaan baik perusahaan barang maupun jasa. Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran (*awareness*) calon pembeli terhadap jasa yang ditawarkan, untuk menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang ditawarkan, membujuk calon pembeli agar mau membeli, mau menggunakan jasa tersebut, dan untuk

membedakan pelayanan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain. Iklan memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

1. Presentasi umum, ini berarti bahwa setiap iklan dibuat sedemikian rupa agar setiap orang dapat menerima pesan yang sama tentang produk yang diiklankan.
2. Tersebar luas. Iklan yang dibuat sama baik bentuk maupun tujuannya serta dapat dilakukan berulang-ulang pada media yang sama maupun berbeda, dan dapat disebarluaskan ke tempat yang berbeda agar konsumen dapat menerima informasi dengan baik.
3. Ekspresi yang kuat, artinya iklan mampu mendramatisasi perusahaan dan produknya melalui gambar dan suara untuk menggugah dan mempengaruhi perasaan pasar sasaran.
4. Tidak bersifat pribadi. Iklan yang dibuat diperuntukkan bagi semua orang, baik pasar sasaran maupun tidak dengan tidak memaksa pasar sasaran untuk memperhatikan dan menanggapi, karena iklan merupakan komunikasi yang monolog (satu arah).

b. *Sales promotion*

Sales promotion adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain periklanan yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dan pedagang perantara dengan menggunakan alat-alat

promosi. Alat-alat promosi yang sering digunakan dalam kegiatan ini antara lain brosur, pameran, dan demonstrasi. Dalam upaya mencapai tujuan periklanan, proses promosi dengan menggunakan teknik sales promotion menggunakan beberapa metode promosi penjualan. Metode yang sering digunakan adalah:

1. *Product sampling* (contoh barang). Perusahaan memberikan contoh barang secara cuma-cuma kepada pelanggan untuk dicoba atau digunakan.
2. Pengumpulan kupon atau nota pembelian misalnya, sejumlah nota pembelian dapat ditukar dengan barang seharga 10% dari jumlah yang tercantum dalam nota.
3. Pemberian diskon misalnya, setiap rombongan peserta paket perjalanan wisata di biro perjalanan wisata tertentu akan menerima diskon 10% dari perusahaan penyelenggara perjalanan wisata tersebut.
4. Kupon hadiah misalnya, seseorang yang menginap di hotel yang sama, dengan jumlah hari tertentu akan mendapatkan hadiah dari kupon yang diundi.
5. *Cash refund*. Metode promosi ini dilakukan dengan mengurangi harga yang diberikan kepada pembeli yang ditentukan dalam bentuk presentase atau satuan rupiah. Cara ini dipergunakan untuk memperkenalkan produk

baru mendorong pembelian ulang atas suatu produk yang menguntungkan.

c. *Personal selling*

Penjualan tatap muka merupakan aktifitas komunikasi antar produsen yang diwakili oleh tenaga penjual dengan konsumen potensial yang melibatkan pikiran dan emosi serta berhadapan langsung dengan pembeli. Teknik promosi dengan menggunakan personal selling dapat dilakukan langsung dengan berhadapan langsung dengan calon pembeli, misalnya pada bursa pasar wisata (*travel mart*).

d. *Publik relation*

Kata masyarakat (*public*) dalam hubungan masyarakat berarti setiap individu, kelompok, organisasi dan lain sebagainya yang mempunyai potensi untuk mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pengusaha produk pariwisata yang bersangkutan seperti karyawan, pelanggan, perantara atau penyalur dan pemimpin masyarakat. Sedangkan kata hubungan (*relation*) berarti menciptakan atau membuka komunikasi dua arah yang saling menguntungkan, termasuk hubungan pertukaran dalam pemasaran produk pariwisata. Oleh karena itu, hubungan masyarakat bertanggung jawab untuk menentukan dan mempertahankan komunikasi dua arah secara terbuka dengan semua lapisan masyarakat serta menciptakan

opini masyarakat yang baik tentang produk pariwisata yang ditawarkan oleh perusahaan.

e. *Direct marketing*

Penjualan langsung yaitu hubungan langsung dengan sasaran konsumen dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan segera dan membina hubungan yang abadi dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *catalogs, telephone marketing, kiosks, internet, mobile marketing*, dan lainnya.

Dari pengertian mengenai promosi peneliti sampai pada pemahaman bahwa bauran promosi adalah cara untuk mengkomunikasikan suatu produk kepada konsumen dengan penggunaan alat-alat promosi mencakup kegiatan periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat dan penjualan langsung yang bertujuan untuk tujuan program penjualan.

2.2.6. Pengertian Gempa Bumi

Menurut J.A. Katili dan Marks (dalam Soetoto 2016:125) menyatakan gempa bumi adalah sentakan asli dari bumi, bersumber di dalam bumi dan merambat melalui permukaan bumi dan menembus bumi.

Soetoto (2016:125) menjelaskan berdasarkan penyebabnya gempa bumi dibagi menjadi:

a. Gempa bumi tektonik

- b. Gempa bumi Vulkanik
- c. Gempa bumi runtuh
- d. Gempa bumi meteorik (jarang terjadi, bencana tergantung pada dimensi meteor).

Pujianto (2007: 16) menjelaskan tentang karakteristik dan kerugian akibat gempa bumi, berbagai karakteristik gempa bumi yang biasa terjadi ketika adanya bencana gempa bumi ini menyebabkan timbulnya sifat dan kebiasaan yang terjadi, beberapa karakteristik gempa bumi adalah sebagai berikut:

- a. Berlangsung dalam waktu yang sangat singkat atau bisa dihitung dengan satuan detik.
- b. Lokasi kejadian tertentu atau random tidak mengenal tempat kejadian, dan biasanya terjadi di wilayah patahan dan juga jalur sesar tanah.
- c. Akibat gempa bumi yang berlangsung akan menimbulkan bencana alam.
- d. Gempa bumi berpotensi terulang lagi atau biasa disebut kala ulang dalam gempa bumi yang menunjukkan rentang waktu antara satu gempa dengan gempa berikutnya yang memiliki skala yang sama.
- e. Bencana gempa bumi sampai sekarang belum bisa diprediksi kapan dan dimana akan terjadi gempa bumi.

- f. Bencana gempa bumi tidak dapat dicegah, namun bencana yang timbul akibat gempa bumi dapat dikurangi.

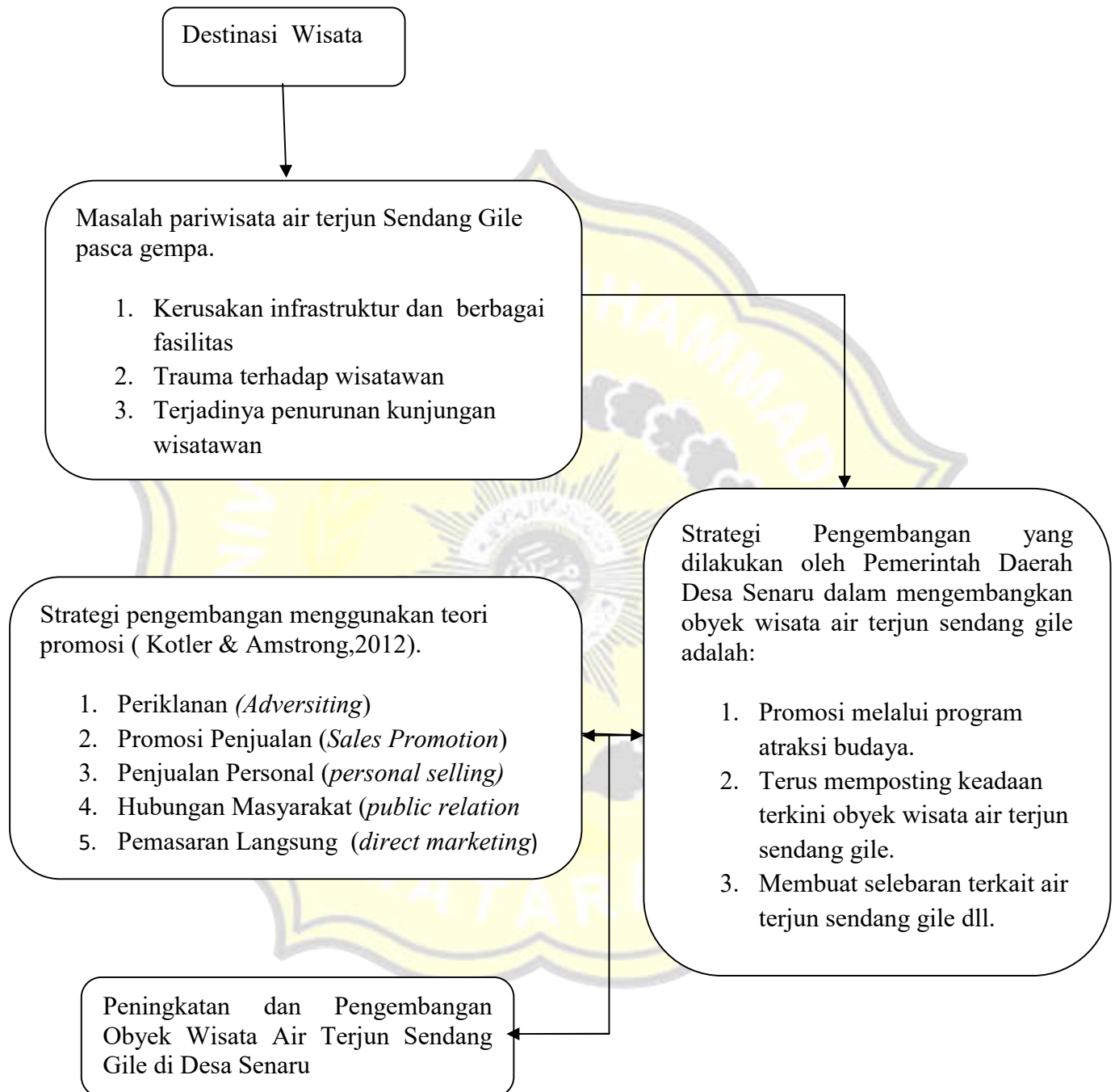
Pada umumnya kerusakan dan kerugian akibat gempa adalah sebagai berikut:

1. Kerugian dari segi finansial yang jumlahnya tidak sedikit
2. Hilangnya nyawa seseorang dan terjadi kecacatan
3. Kerusakan alam yang menyebabkan hilangnya tempat tinggal satwa
4. Kerusakan bangunan struktur yang terdampak gempa bumi.

2.3. Kerangka Berpikir

Menurunnya angka kunjungan wisata di obyek wisata air terjun sendang gile membutuhkan solusi dengan beberapa strategi-strategi pengembangan yang harus dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Lombok Utara/ *stake holder*. Strategi-strategi pengembangan yang dilakukan sebagaimana yang digambarkan dalam kerangka berpikir di bawah ini:

Gambar 2.1.



Diadopsi dari Teori (Kotler & Amstrong, 2012: 432)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang, tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, serta hubungan antar fenomena yang diteliti (Nazir,2014:43).

Menurut Bogdan dan Tailor (dalam Ahmadi 2016:15), metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif: ucapan atau tulisan dan perilaku yang diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penetapan lokasi bagi penelitian ilmiah memang memerlukan berbagai pertimbangan, baik itu pertimbangan ilmiah maupun pertimbangan praktisnya. Pertimbangan ilmiahnya, apakah lokasi tersebut terdapat masalah yang banyak dikaji secara ilmiah, bahwa obyek tersebut mudah dijangkau oleh peneliti, serta efektif dan efisien dari segi waktu, biaya dan tenaga.

Untuk itu penelitian ini berlokasi di objek wisata air Terjun Sendang Gile Di Desa Senaru Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara.

Sedangkan untuk waktu penelitian akan dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan yaitu dari bulan Desember sampai bulan Januari.

3.3. Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan Purposive Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, sumber data adalah orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita inginkan. Dalam hal ini penulis menggali data dari sumber data seperti yang tersebut diatas, Sugiyono (2010: 300).

Informan yang diwawancarai dalam penelitian ini yaitu, Pejabat Dinas Pariwisata Lombok Utara, Pemandu Wisata, Ketua Kelompok woman guide/pemandu wisata wanita, Pengunjung serta Masyarakat setempat.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.4.1. Data primer

Adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya sedangkan peneliti bertindak sebagai pengumpul data. Data-data yang dicari langsung dari sumbernya. Data utama dalam penelitian ini didapat dari hasil wawancara kepada informan yang telah dipercaya peneliti akan memberikan informasi yang benar dan jujur. Sumber data utama didapat

dari bertanya dan mendengar, selanjutnya ialah pengamatan yang tidak terlalu dominan.

3.4.2. Data sekunder

Adalah data pelengkap atau penunjang data primer dikumpulkan dari tadi yang sesuai, data ini dapat berupa dokumen, arsip, majalah, dan foto-foto yang berhubungan dengan keperluan penulis, data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer yang diperoleh baik dari wawancara maupun observasi langsung ke lapangan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari ke tiga metode pengumpulan data tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

3.5.1. Wawancara yang mendalam terhadap informan/Deef Interview

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara pertemuan dua orang yang bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, yang dilakukan oleh pewawancara dengan responden untuk memperoleh informasi yang digunakan (Sugyono, 2013: 317).

Metode wawancara di gunakan sebagai sumber data primer atau sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui penelitian dan wawancara dengan responden atau informan. Wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur yaitu mempersiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu.

3.5.2. Observasi

Observasi adalah alat pengumpul data yang dilakukan secara sistematis bukan observasi secara kebetulan. Observasi dilakukan dengan mengamati keadaan sebenarnya tanpa usaha disengaja untuk mempengaruhi, mengatur dan memanipulasinya (Nasution, 2001:106).

Dalam penelitian ini, peneliti datang dan melihat langsung keadaan di lapangan yaitu di desa senaru kecamatan bayan kabupaten Lombok utara. Dalam observasi peneliti dapat mencatat atau memperoleh data secara langsung. Hasil observasi diharapkan melengkapi data penelitian dan memperkuat keakuratan data penelitian.

3.5.3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik penelitian yang ditunjukkan kepada penguraian dan penjelasan terhadap apa yang telah berlangsung melalui sumber-sumber dokumen dalam menggali suatu data. Data tersebut bisa berupa dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumentasi tersebut dimaksudkan untuk memperoleh data tentang strategi pengembangan objek wisata air terjun sendang gile di desa senaru kecamatan bayan kabupaten Lombok utara.

3.6. Instrumen /Alat Pengumpul Data

Untuk memudahkan pengumpulan data, maka penulis mempersiapkan instrument pengumpulan data, diantaranya:

1. Pedoman wawancara
2. Alat dokumentasi (kamera handphone dan perekam suara)

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini menggunakan metode kualitatif, adapun metode utama yang digunakan yaitu metode kualitatif. Analisa data kualitatif yaitu mendapatkan suatu simpulan dengan berdasarkan angka-angka atau daftar tabel yang memuat tentang perhitungan. Adapun langkah-langkah teknik analisa data merupakan cara yang dipergunakan untuk memperoleh kebenaran yang telah diajukan dalam penelitian ini. Langkah-langkah dalam analisis data adalah sebagai berikut:

3.7.1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti computer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. (Sugyono, 2013: 247)

3.7.2 Penyajian Data

Penyajian data merupakan upaya penyusunan sekumpulan informasi untuk menyederhanakan informasi kompleks, ke dalam satuan bentuk yang dapat di pahami, penyajiannya ini bisa dengan grafik, matrik atau bagan dan dirancang untuk menggabungkan informasi.

3.7.3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Pada langkah ketiga dilakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi setelah mereduksi dan menyajikan data, yang artinya bahwa suatu langkah untuk menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dari bukti yang valid dan konsisten dari mereduksi dan mendisplay data yang telah dikumpulkan di lapangan sehingga kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel dan tidak diragukan lagi validitasnya.

3.8. Validitas/ Keabsahan Data

Untuk menguji validitas/ keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi, yaitu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan dan perbandingan terhadap data tersebut, dan teknik triangulasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber (data) yaitu dengan membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dalam metode kualitatif.