

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Sesuai dengan tanggung jawabnya, Dinas Pariwisata Kota Mataram merupakan dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan daerah di tingkat kota berdasarkan otonomi dan tugas pembantuan di bidang pariwisata, baik urusan pemerintahan maupun pelayanan umum di bidang pariwisata. Tanggung jawab ini termasuk dalam kategori layanan publik sektor pariwisata. Agar dapat memenuhi fungsinya sebagai perumus kebijakan teknis di bidang pariwisata; sebagai pelaksana urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang pariwisata; sebagai pemberi bimbingan dan pelaksanaan tugas sesuai dengan ruang lingkup tanggung jawabnya; dan sebagai pelaksana tugas lain yang diberikan oleh Walikota.

Dinas Pariwisata Kota Mataram didirikan sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 15 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Perangkat Daerah Kota Mataram. Peraturan ini merupakan perluasan dari Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah.

Menurut Peraturan Walikota Mataram Nomor 47 Tahun 2016 tanggal 21 November 2016, tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata Kota Mataram merupakan unsur penyelenggaraan Pemerintahan Daerah di bidang Pariwisata. Tugas dan fungsi tersebut berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Berdasarkan peraturan

tersebut, tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata Kota Mataram merupakan unsur penyelenggaraan Pemerintahan Daerah di bidang Pariwisata.

Tanggung jawab utama Dinas Pariwisata Kota Mataram adalah menyelenggarakan kegiatan pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintah Daerah di bidang Pariwisata. Tanggung jawab ini didasarkan pada konsep otonomi dan kewajiban bantuan. Dinas Pariwisata Kota Mataram dibekali dengan tugas-tugas sebagai berikut agar dapat berhasil melaksanakan tanggung jawab utama yang telah diuraikan di atas:

1. Penyusunan pedoman sesuai dengan tugas yang digariskan dalam ruang lingkup pekerjaan
2. Pelaksanaan kebijakan sesuai dengan cakupan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya
3. Terselenggaranya sistem penilaian dan pelaporan sesuai ruang lingkup pekerjaan
4. Melaksanakan tanggung jawab administrasi kepegawaian sesuai dengan ruang lingkup pekerjaannya
5. Melaksanakan segala tanggung jawab yang diberikan oleh Walikota sehubungan dengan tugas dan tanggung jawabnya.

Dari data yang diperoleh di lapangan maka dapat disimpulkan bahwa peran Pemerintah Kota Mataram dalam hal ini mengembangkan dan mempromosikan pariwisata yang ada di Kota Mataram berdasarkan tugas dan fungsinya sebagai berikut:

- a. Promosi pariwisata melalui media cetak tradisional, media elektronik, flyer/brosur, dan website, serta partisipasi dalam pameran promosi wisata.
- b. Koordinasi dan koordinasi dengan pemangku kepentingan lainnya di industri pariwisata untuk meningkatkan daya dukung fasilitas pariwisata (PHRI, ASITA, HPI, HIPHI, asosiasi profesi, INCA AHM dan sebagainya)
- c. Arahan dan saran Tim Koordinasi Pengawasan Perizinan Usaha bagi penanggung jawab pengelola usaha industri hiburan
- d. Bekerja sama dengan Badan Promosi Pariwisata Kota Mataram untuk mempromosikan pariwisata (BP2KM).

5.2.Saran

1. Perbaikan Sumberdaya manusia tentu harus terus dilakukan oleh pemerintah daerah dan bekerjasama dengan stakeholder untuk memberikan sosialisasi dan kesadaran terhadap masyarakat agar ikut terlibat dalam kegiatan promosi dan pengembangan pariwisata.
2. Pemerintah daerah harus menyediakan sarana dan prasarana yang mumpuni serta anggaran untuk mengembangkan potensi pariwisata di Kota Mataram agar bisa bersaing di kancah nasional dan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan dkk. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ketiga*. Balai Pustaka: Jakarta.
- Alim Sumarno. 2012. Perbedaan Penelitian dan Pengembangan. <http://blog.elearning.unesa.ac.id/alim-sumarno/perbedaan-penelitian-dan-pengembangan>
- Afifuddin. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Basu Swasta dan Sukotjo. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Berlo, DK. 1960. *The Process Of Communication New York*. Hort Rinehart and Winston.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 1990. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Everett M, Rogers. 1983. *Diffution of Innovation*, third edition New York.
- Kotler dan Armstrong .2001. "Prinsip-prinsip Pemasaran", edisi kedelapan jilid 2, penerbit ; Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. "Manajemen Pemasaran" Edisi Milenium penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2001. "Pemasaran", Buku 2, penerbit ; Salemba empat, Jakarta.
- _____. 2001. *Pemasaran, Edisi Pertama*, Jakarta: Salemba Empat.
- Lee, Monle & Johnson, Carla. 2006. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, Kencana Jakarta.
- Lionberger, H.F and P.H. Gwin. 1982. *Communication Strategies: A Guide For Agricultural Change Agents*. The Interstate Printers & Publisher, Inc. Denvile, Illinois.

Mintzberg, Henry. 1994a “*The fall and rise of strategic planning*”, *Harvard Business Review*, January-February, pp. 107-114.

Moekijat, 2000. *Kamus Manajemen*. Bandung: Penerbit CV. Mandar Maju

Onong Uchjana Effendy. 1992. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Philip Kotler. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangg

Rogers, E.M.,1983. *Communication of Innovation*. Third Edition. Free Press New York

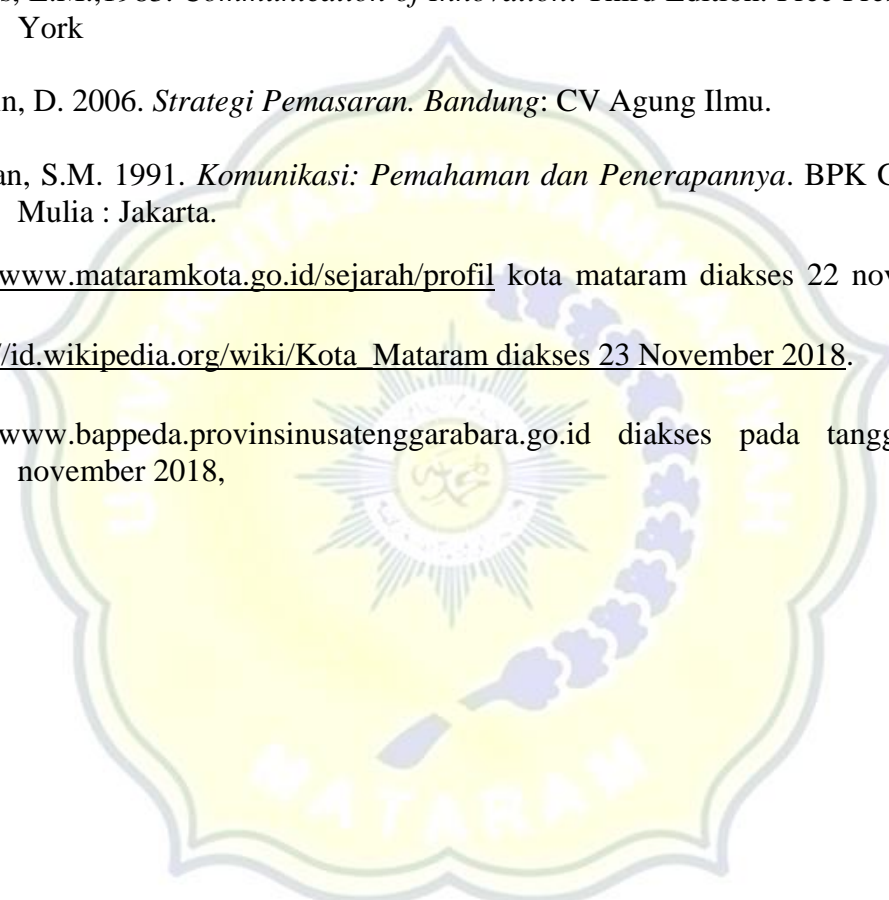
Saladin, D. 2006. *Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Agung Ilmu.

Siahaan, S.M. 1991. *Komunikasi: Pemahaman dan Penerapannya*. BPK Gunung Mulia : Jakarta.

<http://www.mataramkota.go.id/sejarah/profil> kota mataram diakses 22 november 2018

https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Mataram diakses 23 November 2018.

<http://www.bappeda.provinsinusatenggarabara.go.id> diakses pada tanggal 28 november 2018,





DOKUMENTASI

