

**KONSEP MANAJEMEN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN  
PENGUNJUNG DI PANTAI PASIR PUTIH LAMREH**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)  
dalam Ilmu Manajemen Dakwah

Oleh:

**NIDA MUMTIA**

**NIM. 160403009**

**Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan Manajemen Dakwah**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM-BANDA ACEH**

**2019/2020**

**KONSEP MANAJEMEN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN  
PENGUNJUNG DI PANTAI PASIR PUTIH LAMREH**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)  
dalam Ilmu Manajemen Dakwah

Oleh:

**NIDA MUMTIA**

NIM. 160403009

Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prodi Manajemen Dakwah

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dr. Jailani, M. Si.  
NIP. 19601008 199503 1001

Pembimbing II,



Muzakkir Zabir, S. Sos.I., MA.  
NIDN. 2110109101

**SKRIPSI**  
**Telah Dinilai oleh Dewan Penguji Pada Sidang Munaqasyah Skripsi**  
**Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**  
**dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai**  
**Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar**  
**Sarjana (S-1) Ilmu Dakwah dan Komunikasi**  
**Jurusan Manajemen Dakwah**

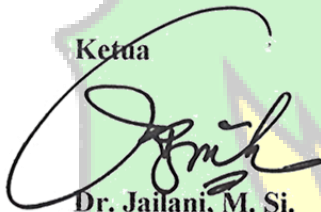
Diajukan oleh:

**NIDA MUMTIA**  
**NIM: 160403009**

Pada Hari/Tanggal:  
**Selasa, 27 Agustus 2020 M**  
**9 Muharram 1441 H**  
di

**Darussalam-Banda Aceh**  
**Dewan Penguji,**

Ketua



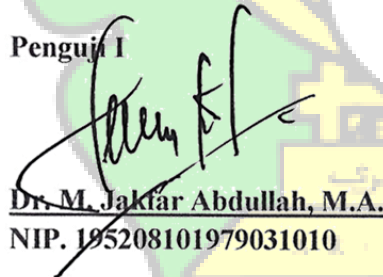
**Dr. Jailani, M. Si.**  
**NIP. 196010081995031001**

Sekretaris



**Muzakkir Zabir, S. Sos.I., MA.**  
**NIDN. 2110109101**

Penguji I



**Dr. M. Jakkaf Abdullah, M.A.**  
**NIP. 195208101979031010**

Penguji II



**Maimun Fuadi, S. Ag., M. Ag.**  
**NIP. 197511032009011008**

Mengetahui,

**Dekan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
**Universitas Islam Negeri Ar-Raniry**



**Dr. Fakhri, S. Sos., MA.**  
**NIP. 196411291998031001**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nida Mumtia  
NIM : 160403009  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi (FDK)  
Judul Skripsi : Konsep Manajemen Pariwisata dalam Meningkatkan Pengunjung di Pantai pasir Putih Lamreh.

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 21 Agustus 2020



**NIDA MUMTIA**  
**NIM. 160403009**

## ABSTRAK

Konsep manajemen pariwisata merupakan hal yang sangat penting dalam mengelola industri pariwisata. Konsep bisa menjadi gerak awal dalam memilih produk apa yang akan dijual. Setelah penentuan produk, maka tahap pemasaran dan pelayanan akan membantu dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap produk wisata. Meningkatnya pengunjung dapat menjadi tolak ukur bahwa konsep dan manajemen yang dilakukan sudah tepat. Skripsi ini memfokuskan penelitian tentang konsep manajemen pariwisata atau upaya yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan dan mengetahui faktor peluang serta penghambat yang dirasakan oleh pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh dalam meningkatkan pengunjung. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi serta dilakukan analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Objek Wisata ini memiliki visual yang indah. Manajer pantai pasir putih dan para pekerja pun telah melakukan upaya dalam meningkatkan pengunjung dengan tidak menaikkan harga tiket dan memberikan pelayanan secara langsung dengan baik. Pelayanan tidak langsung seperti wahana dan fasilitas yang baru dibangun pada tahun 2018 mampu meraup keuntungan lebih besar. Walaupun dari hasil penelitian ini terungkap bahwa pengelola tidak melakukan promosi dan publikasi sebagaimana semestinya, yaitu mereka hanya mengandalkan media sosial pengunjung yang berfoto ria di objek wisata. Selain itu juga masih ada pelayanan tidak langsung seperti kebersihan, keamanan wahana, kelayakan fasilitas dan gangguan eksternal seperti ternak yang berkeliaran masih belum teratasi. Namun demikian, penanggung jawab lokasi, pengelola dan pekerja tetap mencoba meningkatkan kualitas pariwisata dengan menawarkan konsep manajemen pariwisata yang semakin baik.

Kata kunci: konsep, pariwisata dan Pantai Pasir Putih.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji serta syukur sebanyak-banyaknya peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya, sehingga peneliti telah dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tidak lupa pula peneliti sanjung sajikan kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menyempurnakan akhlak manusia dan menuntun umat kepada kehidupan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah dengan petunjuk dan hidayah-Nya, peneliti telah menyelesaikan penyusunan skripsi yang sederhana ini untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan guna mencapai gelar sarjana pada Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul “Konsep Manajemen Pariwisata dalam Meningkatkan Pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh”.

Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini izinkanlah peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tinggi-tingginya kepada:

1. Ayahanda Amiruddin dan Ibunda Darwani beserta segenap keluarga yang tidak henti-hentinya mendukung dan memberi semangat serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

2. Bapak Dr. Jailani, M. Si. sebagai pembimbing pertama dan bapak Muzakkir Zabir, S. Sos.I., MA. sebagai pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Fakhri, S. Sos., MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Jailani, M. Si. selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah, seluruh dosen yang mengajar di Prodi Manajemen Dakwah serta semua staf Prodi Manajemen Dakwah yang telah banyak memberi motivasi dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Fakhri, S. Sos., MA. selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak memberi nasihat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Keuchik Lamreh selaku penanggung jawab Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian dan membagi data untuk jalannya skripsi.
6. Bapak Manajer Pantai Pasir Putih Lamreh yang telah membantu melengkapi data demi suksesnya penelitian dalam menyelesaikan skripsi.
7. Kepada seluruh pekerja dan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh yang telah bersedia menjadi narasumber demi lancarnya penulisan skripsi ini
8. Kepada teman-teman yang telah memberikan saran-saran serta bantuan moril yang sangat membantu dalam penelitian skripsi ini.
9. Kepada semua pihak yang telah membantu secara moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini.

Sesungguhnya, peneliti tidak sanggup membalas semua kebaikan dan dorongan semangat yang telah bapak, ibu, serta teman-teman berikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan ini, Insya Allah.

Peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin dalam penyelesaian skripsi ini, namun kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT bukan milik manusia, maka jika terdapat kesalahan dan kekurangan peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna untuk membangun dan perbaikan pada masa mendatang.

Banda Aceh, 22 Agustus 2020  
Peneliti,

**NIDA MUMTIA**





## DAFTAR ISI

<b>LEMBARAN JUDUL</b>	
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTARK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Definisi operasional .....	7
F. Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN TEORI</b>	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	11
B. Definisi Manajemen .....	15
C. Manajemen Pariwisata .....	24
D. Manajemen Pelayanan Publik.....	30
E. Manajemen Pemasaran.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	38
C. Teknik Pengumpulan Data .....	38
D. Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	43
B. Hasil Penelitian .....	46
C. Pembahasan.....	60
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran.....	76

**DAFTAR KEPUSTAKAAN ..... 77**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
--------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat izin Penelitian dari Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Lampiran 2 : Surat keterangan Telah Melakukan Penelitian dari Kepala Desa dan  
Pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh.

Lampiran 3 : Pedoman Observasi

Lampiran 4 : Pedoman Wawancara

Lampiran 5 : Pedoman Dokumentasi

Lampiran 6 : Riwayat Hidup



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memegang peran penting dalam perkembangan perekonomian suatu wilayah karena diharapkan mampu memberikan kontribusi yang besar dalam pendapatan wilayah. Pariwisata juga bersifat *multiplier effect* yang mampu mendorong sektor-sektor lain seperti misalnya sektor perdagangan, jasa, sewa menyewa tempat tinggal dan tenaga kerja untuk ikut tumbuh dan mampu berkembang bersamanya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Pendit dalam bukunya “*Ilmu Pariwisata*”, yang mengatakan bahwa “pariwisata adalah salah satu kegiatan yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat terutama dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta stimulus bagi perkembangan sektor lain”.<sup>1</sup>

Pada umumnya suatu lokasi wisata harus memiliki sebuah potensi untuk dijadikan sebagai objek wisata. Jika dijabarkan dalam bentuk analisis SWOT, maka sebuah tempat sebelum dijadikan objek pariwisata harus memiliki kekuatan atau kelebihan dan peluang untuk memasarkannya. Seperti kata Soekadji dalam sebuah jurnal, terdapat tiga potensi kepariwisataan, yaitu:

1. Modal dan potensi alam
2. Modal dan potensi kebudayaan
3. Modal dan potensi manusia.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Nyoman Pendit, *Ilmu Pariwisata*, (Jakarta: Akademi Pariwisata Trasakti, 1999), hal. 35.

<sup>2</sup> [http://repository.upi.edu/21523/5/S\\_MRL\\_0901658\\_Chapter2.pdf](http://repository.upi.edu/21523/5/S_MRL_0901658_Chapter2.pdf), di akses 17 Juni 2020.

Ketika membahas persoalan manajemen pariwisata, maka tidak jauh dari manajemen pelayanan publik. Karena suatu wisata dikelola dengan baik agar mampu memberikan kepuasan pengunjung dalam pelayanannya, baik itu pelayanan secara langsung maupun pelayanan secara tidak langsung.

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir dalam buku M. Nur Rianto mengatakan bahwa pelayanan dalam proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai sesuatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat buku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.<sup>3</sup>

Dengan begitu, untuk memenuhi syarat menjadi sebuah objek wisata, lokasi tersebut harus memenuhi modal dasar seperti potensi alam, potensi kebudayaan dan potensi manusia yang merupakan bentuk kemampuan dalam mengelola pariwisata dengan baik serta mampu memenuhi kebutuhan pengunjung dalam bentuk pelayanan.

Indonesia adalah negara kaya dengan sumber daya alam yang terdiri dari lautan, nuansa tropis, pantai dan daratan yang kalau dikelola dengan benar dapat memberikan keuntungan besar bagi negara. Salah satu penda penggunaannya adalah dengan menciptakan daerah tersebut menjadi destinasi wisata. Daerah-daerah

---

<sup>3</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 211-212.

yang dianugerahi sumber daya alam yang eksotis diharapkan dapat memberikan kontribusi besar dalam menambah sumber pendapatan. Apalagi dengan adanya otonomi daerah, suatu kabupaten atau kota dituntut untuk dapat hidup mandiri. Ciri utama suatu daerah mampu melaksanakan otonomi adalah ditinjau dari kemampuan keuangan daerah, artinya daerah harus memiliki kewenangan dan kemampuan untuk menggali sumber-sumber keuangan, mengelola dan menggunakan keuangan sendiri yang cukup memadai untuk penyelenggaraan pemerintahannya.<sup>4</sup>

Pemerintahan Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan sumber daya alam, budaya dan sejarah. Dengan kekayaan yang dimilikinya, Aceh menjadi pusat perhatian dunia terutama bagi para wisatawan yang terpesona dengan keindahan alami daerah Serambi Mekkah ini. Jutaan turis keluar masuk ke provinsi ini setiap tahunnya baik asing maupun domestic.

Agar bisa bertahan sebagai industri pariwisata, sebuah objek wisata harus selalu *update* dengan perkembangan zaman dan selalu *trandi* agar tetap menjadi pilihan bagi para turis. Hal ini membuat *spot* wisata di Aceh menjadi perhatian besar Pemerintah Aceh, terutama dalam tahap pengembangan dan pemeliharannya. Dalam Qanun Aceh No.8 Tahun 2013 pada bab III tentang “Pembiayaan”, bab IV “Penelitian dan Pengembangan Pariwisata”, bab V tentang “Kewenangan Pemerintah Aceh dan Pemerintah Kabupaten/Kota di Bidang Kepariwisata” dan bab VI “Usaha Pariwisata”. Disini pemerintah menunjukkan partisipasinya dalam pemberdayaan pariwisata di Aceh baik di tingkat provinsi

---

<sup>4</sup> Abdul Halim, *Manajemen keuangan Daerah*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2001), hal. 5.

maupun kabupaten kota. Pemberdayaan dilaksanakan dalam bentuk pemeliharaan, memfasilitasi pengembangan daya tarik baru, mengadakan pelatihan dan penelitian kepariwisataan, mengalokasikan anggaran kepariwisataan dan juga memfasilitasi promosi destinasi wisata.

Salah satu destinasi wisata di Aceh adalah Objek Wisata Pantai Pasir Putih. Pantai Pasir Putih ini memiliki nama asli Pantai Lhok Mee. Destinasi wisata ini terletak di desa Lamreh, Kecamatan Masjid Raya, Kabupaten Aceh Besar. Lokasi wisata yang sebelumnya adalah lahan perternakan, semenjak tahun 2008 mulai dibangun menjadi lahan berwisata bagi manusia. Keindahan panorama alam ala perbukitan yang dikelilingi oleh pesisir pantai yang berpasir membuat lokasi wisata ini menjadi salah satu lokasi yang dicari-cari oleh para wisatawan. Akhir pekan adalah puncak dari kepadatan pengunjung. Pengunjung akan betah dengan pemandangan dari pepohonan yang akarnya mencuat keatas dan air berwarna biru toska. Pantai tersebut terdapat pondok-pondok untuk istirahat dan menawarkan makanan serta minuman dengan harga yang variatif namun masih terjangkau. Salah satu bagian di Pantai Pasir Putih di bangun jembatan yang sekarang menjadi daya tarik baru bagi pelancong. Tarif yang dikenakan untuk masuk ke lokasi wisata ini pun sangat murah, yaitu 5.000 untuk 1 kendaraan bermotor, 10.000 untuk mobil pribadi dan 50.000 untuk bus dan truk. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa lokasi ini juga memiliki sisi yang masih perlu dibenah seperti kebersihan dan toilet yang layak. Kadang kala, masih ada sapi yang berkeliaran, sampah berceceran dan ada pula toilet yang hanya berdinding kain dengan air harus ditimba terlebih dahulu sebelum menggunakannya. Hal ini membuat



Peneliti tergugah untuk mengetahui konsep apa yang ditawarkan oleh Objek Wisata Pasir Putih kepada pengunjungnya dan bagaimana manajernya mengelola wisata ini tetap diminati semua lapisan masyarakat, mengingat untuk mengakses ketempat wisata lebih kurang 1 jam berkendara dari kota. Ada beberapa pelayanan yang kurang baik seperti layanan kebersihan dan layanan fasilitas, namun animo masyarakat sangat tinggi.<sup>5</sup>

Jadi berdasarkan realita diatas, peneliti pun memutuskan untuk mengangkat persoalan “Konsep Manajemen Pariwisata dalam Meningkatkan Pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini ada 2, yaitu:

1. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh pengelola Wisata Pasir Putih dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh?
2. Apasaja faktor pendukung dan penghambat yang dirasakan oleh pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh dalam meningkatkan pengunjung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh.

<sup>5</sup> <https://backpackerjakarta.com/uniknya-pantai-pasir-putih-lhok-mee-aceh-besar/> di akses 16 Agustus 2020.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dirasakan oleh pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh dalam meningkatkan pengunjung.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian mengenai konsep manajemen pariwisata dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis adalah dapat pengetahuan lebih mengenai Konsep dalam mengelola lokasi wisata dan menentukan pola pelayanan yang baik dan menambah wawasan serta pengalaman berharga seperti dalam meningkatkan kapasitas kemampuan berkomunikasi dengan baik, kemampuan menganalisa dan kemampuan menulis yang direalisasikan dalam bentuk kontribusi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Manfaat secara teoritis adalah dengan hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis lainnya yang ingin mengembangkan lebih lanjut penelitian ini.
3. Manfaat bagi akademis dapat menambah referensi bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Manajemen Dakwah mengenai penelitian *studi* Manajemen Pariwisata dan Pelayanan Publik.
4. Manfaat secara praktis, penelitian ini bisa menjadi bentuk sumbangan pemikiran atau referensi dalam menentukan pola maupun konsep dalam mengelola suatu lokasi wisata dan mampu memberikan pelayanan yang baik bagi masyarakat.

## E. Definisi Oprasional

Definisi oprasional atau penjelasan oprasional merupakan penjelasan makna dari masing-masing kata kunci yang terdapat pada judul dan fokus (rumusan masalah) dalam penelitian ini berdasarkan pemahaman penulis.

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah penelitian, maka uraian defenisi istilah dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Konsep

Menurut pendapat Sagala, Konsep merupakan buah pemikiran seseorang atas kelompok orang yang dinyatakan dalam definisi sehingga melahirkan produk pengetahuan meliputi prinsip, hukum dan teori konsep diperoleh dari fakta, peristiwa, pengalaman, melalui generalisasi dan berpikir abstrak, kegunaan konsep untuk menjelaskan dan meramalkan.<sup>6</sup>

Sedangkan dalam penelitian ini, konsep yang dimaksud oleh peneliti adalah ide yang direalisasikan oleh manajer Pantai dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh.

### 2. Manajemen Pariwisata

Seperti yang diuraikan oleh G.R. Tery dalam bukunya Hasbibun, menurutnya manajemen adalah: *“management is distinct process consisting of planing, organizing, actuating and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources”* maksudnya manajemen adalah suatu proses khusus yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan lainnya.<sup>7</sup>

Pariwisata merupakan perpindahan sementara organisasi dari bermacam-macam tempat tinggal, iman dan agama, dan yang mempunyai pola hidup yang berbeda, beragam harapan, banyak jenis kesukaan dan hal-

---

<sup>6</sup> Syaiful Sagala, *Supervisi Pembelajaran dalam Profesi Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 56.

<sup>7</sup> Hasibuan, *Dasar-dasar manajemen*, ( Jakarta : Bumi Aksara, 2005) hal. 2.

hal yang tidak disukai, serta motivasi-motivasi yang tidak dapat dibuat standarnya karena kesemuanya ini adalah ungkapan pikiran dan endapan perasaan serta tingkah laku yang berubah dalam jangka panjang menurut tempat dan waktu.<sup>8</sup>

Sedangkan manajemen pariwisata adalah suatu kegiatan mengelola suatu lokasi wisata baik dalam memberikan suatu pelayanan ataupun segala bentuk administrasi dan *accounting*.

Namun dalam penelitian ini, peneliti akan fokus kepeoses pengelolaan dan pelayanan yang diberikan di Pantai Pasir Putih Lamreh.

### 3. Meningkatkan

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) meningkatkan berasal dari kata “tingkat” yang berarti susunan yang berlapis atau lenggek-lenggek seperti lenggek rumah, tumpuan pada tangga, pangkat, derajat, taraf, kelas, batas, waktu dan babak. Ketika kata tingkat ditambahkan dengan awalan me- dan akhiran -an, maka jadilah kata meningkat yang berarti menaikkan atau mempertinggikan.

Meningkat adalah suatu proses dalam kegiatan menambah atau mempertinggikan suatu jumlah maupun *great* suatu tempat.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Salah Wahab, *Industri Pariwisata dan peluang Kesempatan Kerja*, (Jakarta: PT. Pertja Jakarta, 2003), hal. 143.

<sup>9</sup> Meity Taqdir Qodratillah dkk, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, Jakarta: (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), hal. 559-560

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengamati proses atau cara maupun perbuatan (usaha, kegiatan, dan sebagainya) dalam meningkatkan Pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh.

#### 4. Pengunjung

Pengunjung berasal dari kata kunjung yang berarti pergi atau datang untuk menjumpai. Penambahan imbuhan “pe” pada awalan membuatnya menjadi kata pengunjung yang berarti orang yang mengunjungi.<sup>10</sup>

Dalam penulisan ini, pengunjung yang dimaksud oleh peneliti adalah pengunjung yang berwisata di Pantai Pasir Putih Lamreh.

#### **F. Sistematika Penelitian**

Penelitian skripsi ini dibagi lima bab, dengan sistematikanya sebagai berikut :

Bab satu pendahuluan, dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab dua menjelaskan tentang manajemen pariwisata, analisi SWOT dan manajemen pelayanan publik.

Bab tiga menjelaskan tentang metode yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian tentang konsep manajemen pariwisata dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh.

Bab empat menjelaskan tentang konsep manajemen pariwisata yang diterapkan dan sistem pelayanan yang di berikan di Pantai Pasir Putih Lamreh.

Bab lima berisikan tentang kesimpulan dari seluruh isi penelitian dan saran.

<sup>10</sup> Meity Taqdir Qodratillah dkk, *Kamus Bahasa...*, hal. 254.

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sejauh pengetahuan peneliti, judul penelitian ini belum pernah diteliti oleh orang lain. Apa yang telah diwacanakan ini merupakan penelitian pertama yang dilakukan di Pantai Pasir Putih Lamreh, khususnya tentang *konsep manajemen pariwisata dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh*. Adapun penelitian sebelumnya yang dianggap relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. “Analisa Pengelolaan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Candi Borobudur”, ini adalah jurnal tugas akhir yang diteliti oleh Juan Pieter Harianto pada tahun 2018. Juan Pieter adalah salah satu mahasiswa di Universitas Kristen Satya Wacana. Jurnal ini tergolong dalam bentuk penelitian lapangan atau biasa disebut *deskriptif kualitatif analysis*. Dalam mengumpulkan data, Juan Peiter menggunakan metode observasi, wawancara dan studi literatur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tentang pengelolaan di kawasan Taman Wisata Candi Borobudur, baik itu dalam bentuk layanan, meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dan kendala serta solusi dalam pengelolaan Taman Wisata Candi Borobudur.<sup>11</sup>
2. “Strategi pengembangan potensi wisata alam di Kabupaten Aceh Jaya”, skripsi ini diteliti oleh Ayu Karlina pada tahun 2019. Ayu adalah mahasiswa prodi Ilmu Administrasi Negara di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintah

---

<sup>11</sup> Juan Peiter Harianto, *Analisa Pengelolaan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Candi Borobudur*, (Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana, 2018).

di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan potensi wisata alam dan mengetahui peluang serta tantangan dalam pengembangan potensi wisata di Kabupaten Aceh Jaya.<sup>12</sup>

3. “Manajemen Daya Tarik Wisata Religi dalam Meningkatkan Wisatawan di Makam Syekh Jumadil Kubro Semarang”, adalah skripsi yang disusun oleh Muhammad Ahsanul Waro pada tahun 2018. Muhammad Ahsanul Waro adalah seorang mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah. Skripsi ini disusun untuk mengetahui daya tarik wisata religi dalam meningkatkan wisatawan dan untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam manajemen daya tarik di Makam Syekh Jumadil Kobro Semarang.<sup>13</sup>

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama	Judul	Kesimpulan
1.	Juan Peiter	Analisa Pengelolaan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Candi Borobudur	Candi Borobudur merupakan salah satu destinasi wisata kelas dunia yang dimiliki oleh Indonesia. Dengan adanya kegiatan pariwisata yang ada di Candi Borobudur yang terjadi terus menerus harus diimbangi dengan pengelolaan pengunjung yang baik agar warisan budaya dunia ini tetap bisa dinikmati oleh generasi yang akan

<sup>12</sup> Ayu Karlina, Skripsi: *Strategi pengembangan potensi wisata alam di Kabupaten Aceh Jaya*, prodi Ilmu Administrasi Negara di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintah di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019.

<sup>13</sup> Muhammad Ahsanul Waro, Skripsi: *Manajemen Daya Tarik Wisata Religi dalam Meningkatkan Wisatawan di Makam Syekh Jumadil Kubro Semarang*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah, 2018.

			datang.
2.	Ayu Karlina	Strategi Pengembangan Wisata Alam di Kabupaten Aceh Jaya	<p>1. Strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya dalam pengembangan potensi wisata dalam hal ini tertuang pada Rensta Dispora Kabupaten Aceh Jaya yaitu melakukan pengembangan pemasaran wisata, melakukan pengembangan destinasi wisata serta melakukan pengembangan kemitraan. Dari keseluruhan program tersebut, saat ini masih belum berjalan dengan efektif. Untuk melihat tingkat keberhasilan pengembangan pariwisata, menurut Yoeti harus memenuhi tiga faktor yaitu terdapatnya objek dan daya tarik wisata, adanya aksesibilitas dan adanya fasilitas. Namun, dari ketiga faktor tersebut Kabupaten Aceh Jaya hanya memenuhi satu faktor saja yaitu tersedianya objek dan daya tarik wisata.</p> <p>2. Peluang yang dapat diperoleh terhadap adanya potensi pariwisata di Kabupaten Aceh Jaya merupakan peluang usaha dimana potensi tersebut dapat dimanfaatkan terutama oleh masyarakat untuk membantu menambah pendapatan melalui terbukanya lapangan kerja di area objek wisata. Selain dapat membantu perekonomian masyarakat, peluang yang dapat diambil dari adanya potensi wisata adalah peningkatan PAD serta dapat berpeluang menjadi destinasi wisata unggulan. Sedangkan tantangan yang dihadapi dalam proses pengembangan potensi pariwisata yaitu terdapat pada negatifnya 61 persepsi ataupun mindset dari masyarakat, perencanaan yang belum</p>



			<p>terintegrasi dengan baik, terbatasnya aksesibilitas fasilitas dan infrastruktur pendukung, belum optimalnya SDM yang ada, lokasi wisata yang belum bersih, kurangnya anggaran serta belum rampungnya nomenklatur SOTK pariwisata, Qanun Wisata Halal dan RIPPARDA.</p>
3.	Muhammad Ahsanul Waro	Manajemen Daya Tarik Wisata Religi dalam Meningkatkan Wisatawan di Makam Syekh Jumadil Kubro Semarang	<p>1. Manajemen wisata religi Makam Syekh Jumadil Kubro yang dilakukan oleh pihak pengelola sudah menerapkan fungsi-fungsi manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan serta pengawasan dengan sebagaimana mestinya. Fungsi manajemen tersebut dilaksanakan dengan saling ketergantungan dan saling mendukung antara satu fungsi manajemen dengan fungsi manajemen yang lainnya. Dengan tujuan untuk menjaga dan merawat Makam Syekh Jumadil Kubro guna terciptanya wisata religi yang semakin hari semakin banyak dikunjungi oleh peziarah atau wisatawan. Manajemen Makam Syekh Jumadil Kubro ditangani langsung oleh pihak juru kunci yang bernama Bp. Afwan.</p> <p>2. Dalam setiap pelaksanaan kegiatan manajemen di Makam Syekh Jumadil Kubro tidak terlepas dari yang namanya faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung pada intinya adalah lokasi wisata religi atau makam yang sangat mudah untuk dikunjungi sehingga banyak peziarah yang datang dan bisa memberikan pemasukan dana untuk mengelola makam Syekh Jumadil Kubro serta pihak pengelola sudah berupaya dengan</p>

			<p>memberikan fasilitas-fasilitas pendukung yang diperlukan untuk kepuasan para peziarah seperti: tempat parkir kendaraan, rak sandal atau sepatu, kamar mandi/ toilet, tempat wudhu, masjid, alat sholat, papan silsilah syekh jumadil kubro, air minum, pemandangan laut, pedagang makanan, aula, listrik, tempat istirahat bagi peziarah. Sedangkan faktor penghambatnya, kurangnya pendanaan untuk pembelian tanah di sebelah utara makam dengan merealisasikan tujuan pengelola makam yang rencananya akan dibuat tempat parkir makam Syekh Jumadil Kubro Semarang.</p>
--	--	--	--

## B. Definisi Manajemen

### 1. Pengertian Manajemen

Istilah manajemen sering didekatkan dengan istilah administrasi, karena memang antara manajemen dengan administrasi memiliki lahan yang sama dan hanya berbeda dalam pembagian tugasnya. Dalam formulasi yang konkret dapat digambarkan bahwa administrasi menentukan arah kebijakan suatu tujuan yang hendak dicapai oleh suatu organisasi, sedangkan manajemen mempunyai tugas mengatur bagaimana cara dan langkah serta usaha untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Amzah, 2007), hal. 16-17.

Pengertian manajemen menurut beberapa para ahli :

a. Dr. S.P. Siagian MPA

“Manajemen adalah kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain.”<sup>15</sup>

b. Dr. Buchari Zainun

“Manajemen adalah penggunaan efektif daripada sumber-sumber tenaga manusia serta bahan-bahan material lainnya dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.”<sup>16</sup>

c. Prof. Oey Liang Lee

“Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengontrolan dari *human and natural resources*.”<sup>17</sup>

d. Ir. Tom Degenars, expert PBB yang diperbantukan pada Lembaga Administrasi Negara RI, (1978-1979).

“Manajemen didefinisikan sebagai suatu proses yang berhubungan dengan bimbingan kegiatan kelompok dan berdasarkan atas tujuan yang jelas yang harus dicapai dengan menggunakan sumber-sumber tenaga manusia dan bukan tenaga manusia.”<sup>18</sup>

<sup>15</sup> RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen...*, hal. 17

<sup>16</sup> RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen...*, hal. 17

<sup>17</sup> RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen...*, hal. 17

<sup>18</sup> RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen...*, hal. 17

e. Horold Koontz dan Cyril O'donnel

“Manajemen adalah usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain.”<sup>19</sup>

f. Mary Parker Follet

“Manajemen adalah seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain”.<sup>20</sup>

## 2. Fungsi dan Sarana Manajemen

a. Fungsi Manajemen

Manajemen yang bisa berbaaur dalam berbagai hal memiliki klasifikasi peran atau fungsi dalam penerapannya. Menurut Fayol dalam bukunya Setya Budi Indarto, yang berjudul “Pengantar Manajemen” tentang fungsi manajemen yaitu merancang, mengorganisir, memerintah, mengkoordinasi dan mengendalikan.<sup>21</sup> Hakikatnya, manajemen memiliki banyak fungsi, namun yang umum digunakan hanya ada 5, yaitu sebagai berikut:

- 1) Perencanaan (*planning*) adalah memikirkan apa yang akan dikejar dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk memilih atau menetapkan tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijakan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai standar yang diharapkan. Manajer mengevaluasi berbagai rencana alternatif sebelum mengambil

<sup>19</sup> RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen...*, hal. 18

<sup>20</sup> RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen...*, hal. 18.

<sup>21</sup> Setya Budi Indarto, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta), hal. 2.

tindakan dan kemudian melihat apakah rencana yang dipilih cocok dan dapat digunakan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan fungsi-fungsi lainnya tak dapat berjalan.<sup>22</sup>

- 2) Pengorganisasian (*organizing*) dilakukan dengan tujuan membahagikan kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas yang telah dibagi tersebut. Pengorganisasian dapat dilakukan dengan cara menentukan tugas apa yang harus dikerjakan, siapa yang harus mengerjakannya, bagaimana tugas-tugas tersebut dikelompokkan, siapa yang bertanggung jawab atas tugas tersebut dan pada tingkatan mana keputusan harus diambil.<sup>23</sup>
- 3) Menyusun (*Staffing*) adalah menentukan keperluan-keperluan sumber daya manusia, pengerahan, penyalangan, latihan dan pengembangan tenaga kerja. Staffing juga berperan untuk mengubah dan menyesuaikan kuantitas serta kualitas sumber-sumber daya manusia

---

<sup>22</sup> Setya Budi Indarto, *Pengantar...*, hal. 2

<sup>23</sup> Zuhad Ichyudin, *Manajemen/ Gibson-Donnelly-Ivancevich*, ed. 9, jil. 1, (Jakarta: Erlangga, 1995), hal. 230-243.

sehubungan dengan hasil-hasil pengawasan dan perubahan-perubahan kondisi.<sup>24</sup>

- 4) Penggerakan (Actuating) Menurut Terry dalam bukunya Prof. Dr. A. E. Ted Wali bahwa, pengorganisasian atau penggerakan (actuating) adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan kelakuan yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerja sama dengan efisien. Tugas menggerakan adalah tugas memanfaatkan dan menggerakkan seluruh sumber daya, agar masing-masing dapat bekerja ataupun berperan pada posisinya dengan maksimal. Fungsi penggerakan juga bisa berbentuk motivasi atau gaya kepemimpinan yang baik agar mampu membuah yang lain bekerja dengan baik.<sup>25</sup>
- 5) Pengendalian (controlling) Fungsi pengendalian (controlling function), meliputi seluruh aktivitas yang dijalankan manajer dalam berupaya untuk menjamin agar hasil-hasil aktual sesuai dengan hasil-hasil yang direncanakan. Fungsi pengendalian dapat di realisasikan dalam tiga topik pokok. Pertama, membuat gambaran berbagai kondisi yang menentukan efektifitas fungsi pengendalian. Pengendalian manajerial efektif bila berbagai standar dibuat dengan berbagai standar yang dapat dikendalikan, bila informasi tersedia untuk mengukur berbagai standar yang ditetapkan, dan bila para manajer yang bisa mengambil

---

<sup>24</sup> George R. Terry dkk, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1992), hal. 9-12.

<sup>25</sup> Prof. Dr. A. E. Ted Wali, *Manajemen Perguruan Tinggi: Beberapa Catatan*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 101-102.

tindakan korektif pada saat variabel menyimpang dari keadaan atau standar yang diinginkan. Kedua, menetapkan suatu dasar untuk mengelompokkan dan memahami prosedur pengendalian manajerial. Ketiga, prosedur pengendalian internal. Para manajer memanfaatkan sejumlah prosedur pengendalian, dan aplikasi yang bersifat praktis ini ditekankan dalam bab ini.<sup>26</sup>

#### b. Sarana Manajemen

Alat-alat atau sarana (*tools*) diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. *Tools* merupakan syarat suatu usaha untuk mencapai hasil yang ditetapkan. *Tools* tersebut dikenal dengan 6M, yaitu sebagai berikut:<sup>27</sup>

- 1) *Man*, merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi. Penerapan manajemen, faktor manusia adalah yang paling menentukan. Manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Tanpa ada manusia tidak ada proses kerja, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja. Manajemen timbul karena orang-orang yang berkeja sama untuk mencapai tujuan.
- 2) *Money* atau uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai. Besar-kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang berada dalam perusahaan. Oleh karena itu, uang merupakan alat (*tools*) yang

<sup>26</sup> Zuhad Ichyudin, *Manajemen*, ed. 9, jil. 1, (Jakarta: Erlangga, 1997), hal. 301-302.

<sup>27</sup> Setya Budi Indarto, *Pengantar ...*, hal. 5.

penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, alat-alat yang dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan di capai dari suatu organisasi.<sup>28</sup>

- 3) *Material*, terdiri dari bahan setengah jadi (*raw material*) dan bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan/materi-materi sebagai salah satu sarana. Sebab materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa materi tidak akan tercapainya hasil yang dikehendaki.
- 4) *Machines*, atau mesin digunakan untuk memberikan kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja.
- 5) *Methoda*, atau metode adalah suatu cara kerja yang memperlancar jalannya pekerjaan manajer. Sebuah metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada dasar sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan kegiatan usaha. Perli diingat meskipun metode baik, sedangkan orang yang melaksanakannya tidak mengerti atau tidak mempunyai pengalaman

---

<sup>28</sup> Setya Budi Indarto, *Pengantar ...*, hal. 6.



makanya hasilnya tidak akan memuaskan. Dengan demikian, peranan utama dalam manajemen tetap manusianya sendiri.

- 6) *Market*, atau pasar adalah tempat dimana suatu organisasi menyebarluaskan (memasarkan) produknya. Memasarkan produk sudah barang tentu sangat penting sebab bila barang yang diproduksi tidak laku, maka proses produksi barang akan berhenti. Artinya, proses kerja tidak akan berlangsung. Oleh karena itu, penguasaan pasar dalam arti menyebarkan hasil produksi merupakan faktor menentukan dalam perusahaan. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera konsumen dan daya beli (kemampuan) konsumen.<sup>29</sup>

## **C. Manajemen Pariwisata**

### **1. Pengertian Pariwisata dan Wisatawan**

Pariwisata telah lama menjadi perhatian, baik dari segi ekonomi, politik, administrasi kenegaraan, maupun sosiologi, sampai saat ini belum ada kesepakatan secara akademis mengenai apa itu pariwisata. Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan *wisata* berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris

<sup>29</sup> Setya Budi Indarto, *Pengantar ...*, hal. 5.

disebut dengan kata “*tour*”, sedangkan untuk pengertian jamak, kata “Kepariwisataan” dapat digunakan kata “*tourisme*” atau “*tourism*”.<sup>30</sup>

I Gusti Bagus dalam bukunya mengatakan bahwa, manajemen pariwisata adalah merumuskan pengertian pariwisata sebagai berikut: “... pariwisata adalah kegiatan orang-orang melakukan perjalanan dan tinggal disuatu tempat di luar lingkungan biasanya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut untuk memanfaatkan waktu senggang urusan bisnis atau tujuan lainnya”.<sup>31</sup>

Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 3 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

## **2. Bentuk-bentuk Wisata**

### **a. Pariwisata Adventure**

Pariwisata Adventure merupakan suatu kegiatan pariwisata alternatif yang bernuansa petualangan (*adventure*). Petualangan dalam skala kecil dapat terdiri dari bird watching, scuba diving, dalam skala menengah terdiri dari kegiatan yang bernuansa olahraga, seperti canoing dan rafting sedangkan dalam skala besar kegiatan petualangan seperti taman safari.

### **b. Pariwisata Alam**

---

<sup>30</sup> Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu pariwisata*, (Bandung: Angkasa, 1996), hal. 112.

<sup>31</sup> I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, Edisi I, Cetakan 2, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 7.

Pariwisata Alam merupakan kegiatan pariwisata alternatif yang menfokuskan diri pada studi dan observasi yang berkaitan dengan flora (tumbuhan) dan fauna (binatang) serta kegiatan landscape.

#### c. Community Tourism

Community tourism atau pariwisata kerakyatan merupakan suatu kegiatan pariwisata yang dijalankan oleh rakyat, baik dari segi perencanaan sampai evaluasi dan segala manfaat yang diperoleh dari kegiatan tersebut sepenuhnya untuk rakyat yang bersangkutan.<sup>32</sup>

### D. Manajemen Pelayanan Publik

#### 1. Pengertian Pelayanan Publik

Istilah pelayanan dalam bahasa Inggris adalah “service” A.S. Moenir mendefinisikan “pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.”<sup>33</sup>

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses yang dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan.

<sup>32</sup> [https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen\\_dir/93d524bfc0a07053f57c93cb9c8a5ea7.pdf](https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen_dir/93d524bfc0a07053f57c93cb9c8a5ea7.pdf)  
di akses 10 Juli 2020.

<sup>33</sup> Moenir A. S., *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hal. 26-27.

A.S. Moenir pernah menyatakan bahwa proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung inilah yang dinamakan pelayanan. Jadi dapat dikatakan pelayanan adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.<sup>34</sup>

Sedangkan publik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang banyak atau umum; semua orang yang datang untuk menonton, mengunjungi dan sebagainya.<sup>35</sup>

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir dalam buku M. Nur Rianto mengatakan bahwa pelayanan dalam proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai sesuatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat buku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.<sup>36</sup>

## **E. Manajemen Pemasaran**

### **1. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Pemasaran (*marketing*) merupakan sebuah subjek yang sangat penting dan dinamis, karena pemasaran menyangkut kegiatan sehari-hari dalam sebuah

---

<sup>34</sup> Moenir A. S., *Manajemen Pelayanan...*, hal. 16.

<sup>35</sup> Meity Taqdir Qodratillah dkk, *Kamus Bahasa Indonesia...*, hal. 432.

<sup>36</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-dasar ...*, hal. 211-212.

masyarakat. Kegiatan pemasaran sudah terjadi sejak beratus-ratus abad ketika manusia mulai melakukan kegiatan tukar menukar barang yang dihasilkan berdasarkan keahlian masing-masing.<sup>37</sup> Semula manusia secara sederhana melakukan pembagian kerja dalam masyarakatnya, seperti mengkhususkan diri sebagai pemburu, penangkap ikan, pembuat baju dari kulit pohon, pembuat senjata untuk berburu, kemudian saling tukar dengan satu sama lain sesuai kebutuhan masing-masing secara langsung. Mulailah terbentuk suatu pamasan yang sederhana, yaitu penjual dan pembeli yang saling bertemu secara langsung. Untuk melancarkan dan memudahkan tukar menukar barang yang makin beraneka ragam bentuk dan warnanya disepakati akan dilakukan pertukaran disebuah tempat pada waktu dan hari tertentu. Tempat ini adalah pasar (*market*) yang masih sederhana juga bentuknya, karena pertukaran masih dilakukan secara *in natura*, yaitu antara hasil buruan dan senjata, antara ikan dan baju, atau antara baju dan keperluan masak sehari-hari.

Dari kata pasar ini timbullah kata pemasaran (*marketing*) atau suatu usaha atau cara memasarkan barang yang dimiliki seseorang agar dapat ditukar dengan barang lain. Pertukaran tersebut kemudian bukan saja merupakan tukar-menukar antara sebuah barang dan barang lainnya, melainkan juag tukar-menukar anantara dukun dan orang yang disembuhkan melalui perantara dukun suatu penyakit. Kegiatan dukun seperti itu biasa kita kenal dengan jasa, yang merupakan pertukaran bantuan kepada dewa-dewi untuk menyuburkan tanah, menurunkan hujan, memberikan anak, dan

---

<sup>37</sup> Ari Setiyaningrum dkk, *Prinsip-prinsip...*, hal. 1.

sebagainya melalui pemberian imbalan yang berbentuk sajian-sajian, melalui seorang perantar (medium, orang pintar/dukun) merupakan salah satu bentuk jasa juga.<sup>38</sup>

Seiring dengan perkembangan pasar sebagai tempat untuk melakukan pertukaran antara barang dengan barang, antara jasa dengan jasa, dan antara barang dengan jasa, maka pengertian pasar (*market*) juga semakin beraneka ragam sesuai dengan makna penggunaannya. Timbullah aneka ragam pasar, seperti pasar kebutuhan sehari-hari, yang dapat dikelompokkan lagi ke pasar sayur, pasar daging, pasar buah, pasar peralatan rumah tangga, pasar alat telekomunikasi, pasar kendaraan dan sebagainya.

Semakin berkembangnya, semakin kompleks dan semakin canggih kegiatan pertukaran tersebut untuk memudahkan orang melakukan pertukaran antara satu barang dengan barang lainnya, dibutuhkan alat yang mempunyai nilai tertentu bagi manusia atau nilai tukar. Dimulai dengan yang berbahan baku tembaga, perak, emas hingga akhir berbentuk uang kertas seperti yang kita kenal sekarang, dan sekarang uang pun bisa dimudahkan dengan kartu (*card*) yang ketika digesekkan ke mesinnya akan mengeluarkan uang dengan jumlah yang diinginkan, atau bisa pula menukarkan barang dengan gesekan kartu tersebut.<sup>39</sup>

Tidak dapat dipungkiri, pemasaran yang sudah dikenal lama ini sering tertukar definisinya dengan penjualan. Selama ini, istilah pemasaran kerap kali

---

<sup>38</sup> Ari Setyaningrum dkk, *Prinsip-prinsip...*, hal. 2.

<sup>39</sup> Ari Setyaningrum dkk, *Prinsip-prinsip...*, hal. 3.

direncanakan dengan penjualan dan periklanan. Contoh paling jelasnya bisa dijumpai pada departemen pemasaran yang ada di banyak perusahaan. Kebanyakan diantaranya hanya fokus pada perancangan iklan dan aktivitas penjualan. Posisi manajer pemasaran juga tak jarang diidentikan dengan manajer penjualan. Tanggung jawab staf pemasaran difokuskan hanya sebagai wiraniaga. Padahal pengertian pemasaran sesungguhnya jauh lebih luas dibandingkan penjualan maupun periklanan. Definisi pemasaran mencakup ‘proses sosial dan manjerial dimana individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dan jasa yang bernilai satu sama lain.’” Selain itu pemasaran juga dapat diartikan sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang serta jasa dalam rangka memuaskan tujuan individu organisasi”. Dalam implementasinya, organisasi menggunakan serangkaian alat pemasaran yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi:<sup>40</sup>

- a. Produk (*product*), terdiri atas variasi produk, kualitas, desain, fitur, nama merk, kemasan, ukuran, layanan, garansi dan retur.
- b. Harga (*price*), terdiri dari harga katalog, diskon, potongan khusus, periode pembayaran, dan persyaratan kredit.
- c. Promosi (*promotion*), terdiri atas promosi penjualan, periklanan, *personal selling*, *public relation*, dan *direct marketing*.

<sup>40</sup> Gregorius Chandra, *Strategi & Program Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), hal. 1-2.

- d. Distribusi (*distribution*), terdiri dari saluran distribusi, cakupan distribusi, kelengkapan produk, lokasi, sediaan, fasilitas penyimpanan, dan transportasi. Sementara itu, filosofi pemasaran mengalami evolusi dari orientasi internal (*inward-looking*) menuju orientasi eksternal (*outward-looking*). Orientasi internal tercermin dalam konsep produksi, konsep produk dan konsep penjualan, sedangkan orientasi eksternal direfleksikan dalam konsep pemasaran dan konsep pemasaran sosial. Setiap kendati demikian, setiap konsep memiliki keunikan dan konteks aplikasinya masing-masing.
- e. Konsep produksi (*production concept*) berkeyakinan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia diman-mana dan harganya murah. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada upaya menciptakan efisiensi produksi, biaya rendah, dan distribusi massal. Dengan demikian, fokus utama konsep ini adalah distribusi dan harga. Konsep ini masih banyak dijumpai di negara-negara berkembang, seperti Indonesia, apalagi dalam situasi krisis moneter seperti ini.
- f. Konsep produk (*product concept*) berpandangan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang memberikan kualitas, kinerja atau fitur inovatif terbaik. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada upaya menciptakan produk superior dan penyempurnaan kualitasnya. Jadi, fokus utamanya adalah pada aspek produk. Konsep ini sering dalam pemasaran produk elektronik, komputer, dan karya seni (seperti film, lukisan, dan novel)



- g. Konsep penjualan (*selling concept*) berkeyakinan bahwa konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk dalam jumlah banyak, jika mereka tidak diyakinkan dan bahkan bila perlu dibujuk. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada usaha-usaha promosi dan penjualan agresif. Konsep ini banyak dijumpai pada penjualan *unsought goods* (seperti asuransi, ensiklopedia, dan batu nisa); pemasaran nirlaba (seperti pengalangan dana, partai politik, dan universitas); dan situasi *overcapacity* (penawaran jauh melampaui permintaan).
- h. Konsep pemasaran (*marketing concept*) berpandangan bahwa kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan, mengkomunikasikan nilai pelanggan (*customer value*) kepada pasar sasarannya secara lebih efektif dibandingkan pada pesaing. Konsep ini bertumpu pada empat pilar utama: pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terintegrasi (*integrated marketing*), dan profitabilitas. Pasar sasaran adalah pelanggan yang dipilih untuk dilayani dengan program pelayanan khusus bagi mereka.

## 2. Strategi Pemasaran

Strategi akan dikategorikan baik, jika suatu bisnis melalui beberapa proses yaitu:

### a. Analisis SWOT dalam Pemasaran Pariwisata

Analisis SWOT keseluruhannya tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan yang disebut analisis SWOT. Analisis SWOT

(*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal.<sup>41</sup>

### 1) Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Suatu unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro dan faktor lingkungan mikro yang signifikan, yang mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba. Unit bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran untuk menelusuri tren dan perkembangan penting serta semua peluang dan ancaman yang berhubungan dengannya.<sup>42</sup>

Pemasaran yang baik adalah seni menemukan, mengembangkan dan menghasilkan laba dari peluang-peluang ini. Peluang pemasaran (*marketing opportunity*) adalah wilayah kebutuhan dan minat pembeli, dimana perusahaan mempunyai probabilitas tinggi untuk memuaskan kebutuhan tersebut dengan menguntungkan. Peluang dapat tersembunyi dalam berbagai wujud. Dalam strategi pemasaran, peluang dapat berupa lokasi strategis dari suatu industri, saluran perdagangan yang efektif biaya, memiliki akses yang mudah, menyajikan fasilitas yang memiliki karakter sendiri dan sebagainya.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Bob Sarban, *Philip Kotler Kevin Lane Keller Manajemen Pemasaran*, ed. 13, jil. I, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 51.

<sup>42</sup> Bob Sarban, *Philip Kotler Kevin...*, hal. 51.

<sup>43</sup> Bob Sarban, *Philip Kotler Kevin...*, hal. 52-54.

Sedangkan ancaman lingkungan (*envirolmental threast*) adalah tantangan yang ditempatkan oleh tren atau perkembangan yang tidak sesuai yang akan menghasilkan penurunan penjualan atau laba akibat tidak adanya tindakan pemasaran defensif.<sup>44</sup>

## 2) Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Kemampuan menemukan peluang yang menarik dan mampu memanfaatkan peluang dengan baik adalah dua hal yang berbeda untuk mengetahui tentang kekuatan dan kelemahan. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan analisa biaya dan ketersediaan modal, reputasi perusahaan, kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, kualitas produk, kualitas jasa, efektif dalam promosi, kepemimpinan yang visioner dan handal, karyawan yang berdedikasi dan sebagainya. Analisis ini seperti modal utama sebelum memulai suatu bisnis, baik itu bisnis industri pariwisata maupun bisnis lainnya.

Jelas bahwa suatu bisnis harus memperbaiki kelemahannya, atau sebaliknya tidak menyombongkan kekuatannya. Agar mampu mengembangkan bisnis dengan baik, maka suatu industri harus mempertimbangkan peluang yang ada dan mengatasi ancaman dengan kekuatan yang dimiliki. Dengan kata lain, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman memiliki peran masing-masing untuk saling melengkapi dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih baik.

---

<sup>44</sup> Bob Sarban, *Philip Kotler Kevin...*, hal. 55.

## b. Perencanaan Strategi

Untuk memperoleh hasil pemasaran maksimum, proses pemasaran harus direncanakan melalui strategi pemasaran yang baik. Menurut Philip Kotler dalam bukunya Dr. Sudaryono tentang *Strategi Pemasaran Bisnis*, bahwa perencanaan pemasaran dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu:

- 1) Menguji situasi pemasaran saat ini
- 2) Menyertakan kesempatan dan menemukan sasaran
- 3) Mengembangkan strategi pemasaran.<sup>45</sup>

Analisis lingkungan eksternal dilakukan melalui pengamatan terhadap kondisi ekonomi, lingkungan alam, trend sosial dan budaya, hukum dan peraturan, serta teknologi. Setelah menguji situasi pemasaran saat ini, barulah menilai peluang pemasaran dan menetapkan sasaran. Perusahaan selalu memperhatikan peluang pemasaran yang baru.

Peluang pemasaran yang baru meliputi:

- 4) Penetrasi pasar (*market penetration*), yaitu menjual lebih banyak produk
- 5) Pengembangan produk (*product development*), yaitu mengembangkan produk-produk yang ada untuk dipasarkan
- 6) Pengembangan pasar (*market development*), yaitu menjual produk-produk ke pasar yang baru
- 7) Penganekaragaman (*diversification*), yaitu menciptakan produk-produk yang baru untuk dipasarkan.<sup>46</sup>

<sup>45</sup> Dr. Sudaryono, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), hal. 193.

### c. Segmentasi dan Pasar Sasaran

Para pemasar beranggapan bahwa pasar adalah sebuah entitas atau sebuah kelompok yang terdiri atas sejumlah subpasar atau segmen-segmen. Pemasar mencoba untuk mengembangkan sebuah produk yang dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat atau sebuah pasar masal.

Pasar sebagai tempat pemenuhan keinginan konsumen, memiliki karakteristik maupun keinginan yang berbeda-beda dan preferensi tertentu dalam cara mereka membeli atau menggunakan produk, harus mampu difasilitasi. Kelompok-kelompok konsumen tadi biasa disebut dengan segmen pasar. Pada pasar tertentu, berbagai perbedaan tersebut tidak terlalu besar dan keinginan-keinginan tersebut dapat dipenuhi dengan bauran pemasaran yang sederhana. Oleh karena itu segmen-segmen tersebut harus ditunjukkan (*targeted*) secara individual dan bauran pemasaran alternatif harus digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Kelompok pelanggan atau konsumen yang ingin dituju perlu diselidiki dari kelompok-kelompok yang ada di dalam pasar. Selessi ini disebut segmentasi pasar (*market segmentation*).<sup>47</sup>

#### 1) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah sebuah proses untuk membagi keseluruhan pasar dari barang dan jasa dalam kelompok-kelompok yang lebih kecil dan secara internal lebih homogen. Salah satu elemen penting kesuksesan

<sup>46</sup> Dr. Sudaryono, *Pengantar...*, hal. 194.

<sup>47</sup> Ari Setyaningrum dkk, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), hal. 50.

sebuah perusahaan adalah kemampuannya menyegmentasi pasar secara efektif. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan besaran segmen pasar yang akan dilayani, jangkauan segmen pasar yang akan dilayani dan tanggapan segmen pasar yang akan dilayani terhadap usaha pemasaran yang dilakukan untuk menghasilkan segmentasi pasar yang efektif. Tahap-tahap segmentasi pasar yang efektif. Tahap-tahap segmentasi pasar mencakup mengidentifikasi keinginan-keinginan yang ada saat ini dan yang potensial dalam pasar tertentu; mengidentifikasi karakteristik-karakteristik yang berbeda diantara segmen-segmen yang sudah ada; dan menentukan siapa yang mempunyai keinginan-keinginan tersebut.<sup>48</sup>

## 2) Segmentasi Pasar Konsumen

Segmentasi pasar konsumen berbeda dengan segmentasi pasar bisnis. Segmentasi pasar konsumen umumnya didasarkan pada variabel geografis (lokasi geografis) dan demografis (umur, gender, tahap-tahap daur hidup dalam keluarga, penghasilan dan pendidikan). Sedangkan segmentasi pasar bisnis didasarkan pada karakteristik perusahaan, seperti letak geografis, jenis perusahaan, besaran perusahaan dan penggunaan produk. Segmentasi pasar bisnis dapat dikelompokkan menjadi empat segmen besar, yaitu produsen, penjualan ulang (resellers), pemerintah dan lembaga (institution).<sup>49</sup>

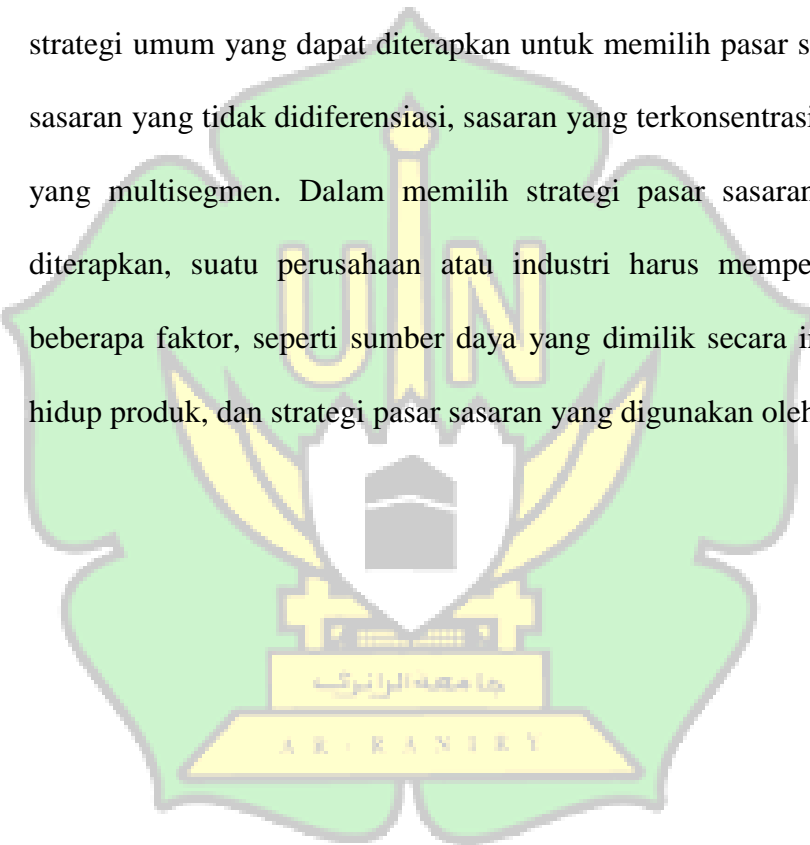
---

<sup>48</sup> Gregorius Chandra, *Strategi...*, hal. 61-62.

<sup>49</sup> Ari Setyaningrum dkk, *Prinsip-prinsip...*, hal. 55-66.

### 3) Pasar Sasaran

Pasar sasaran adalah sekelompok orang atau organisasi yang akan mendesign, mengimplementasi dan mempertahankan sebuah bauran pemasaran untuk memenuhi kebutuhan kelompok tersebut supaya menghasilkan pertukaran yang memuaskan bagi semua pihak. Ada tiga strategi umum yang dapat diterapkan untuk memilih pasar sasaran, yaitu sasaran yang tidak didiferensiasi, sasaran yang terkonsentrasi dan sasaran yang multisegmen. Dalam memilih strategi pasar sasaran yang akan diterapkan, suatu perusahaan atau industri harus mempertimbangkan beberapa faktor, seperti sumber daya yang dimiliki secara internal, daur hidup produk, dan strategi pasar sasaran yang digunakan oleh pesaing.<sup>50</sup>



---

<sup>50</sup> Ari Setyaningrum dkk, *Prinsip-prinsip...*, hal. 67-75.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Metode penelitian sangatlah menentukan efektifnya dan sistematisnya sebuah penelitian, sebagai upaya menentukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.<sup>51</sup> Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian. Misalnya perilaku, apresiasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata atau bahasa.<sup>52</sup> Penelitian ini merupakan karya ilmiah dengan teknik mengumpulkan data secara *Deskriptif*. Data *deskriptif* adalah data yang dikumpulkan dengan kata-kata, gambar dan bukan angka. Data yang dikumpulkan bisa dari hasil wawancara, catatan di lapangan dan dokumen. Semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.<sup>53</sup>

Sesuai dengan apa yang dimaksud peneliti dalam penelitian ini yaitu mendiskripsikan konsep manajemen pariwisata dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh, maka metode yang akan digunakan penulis adalah metode penelitian kualitatif dengan mendiskripsikan beberapa kata-kata atau lisan

---

<sup>51</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), hal. 24.

<sup>52</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Remaja Rosda Karya, 2007), hal. 12.

<sup>53</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi...*, hal. 12.



dari hasil wawancara dan hanya memaparkan situasi dan mencari penjelasan hubungan, tidak menguji atau membuat prediksi.

Dengan demikian, penelitian ini bersifat deskriptif dengan kualitatif. Topik pada penelitian ini hanya pada konsep manajemen pariwisata, maka menurut peneliti cukup dilakukan penelitian kualitatif karena tidak ada bentuk perbandingan. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan mengumpulkan data di lapangan dan menganalisis serta menarik kesimpulan.

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Pantai Lhok-Mee yang objek wisatanya terkenal dengan nama Pasir Putih. Pantai ini terletak di Desa Lamreh, Kecamatan Masjid Raya, Kabupaten Aceh Besar.

Pantai Pasir Putih-Lhok Me di Desa Lamreh ini memiliki visual yang indah, namun secara pelayanan masih kurang sekali. Kekurangan tersebut tidak sedikit pun mempengaruhi jumlah pengunjung. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang konsep apa yang ditawarkan oleh objek wisata ini.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dalam suatu penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang observasi, wawancara dan dokumentasi.

### a. Observasi

Observasi meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan indera.<sup>54</sup> Metode Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan dan gambaran tentang objek penelitian. Observasi sering diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematisa fenomena-fenomena yang akan diselidiki.<sup>55</sup> Pengamatan atau dalam dunia penelitian lebih dikenal dengan sebutan observasi, adalah kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.<sup>56</sup> Dengan demikian, dalam pelaksanaannya, pengamatan atau observasi selalu melibatkan penglihatan, pendengaran, perabaan, penciuman, dan pengecapan. Bahkan mungkin pula dengan cara menerjunkan diri kedalam objeknya, (observasi langsung atau *participant observation*), sehingga situasi dan kondisi yang ada pada objek itu bisa dialami sendiri oleh si peneliti. Selain mengadakan pengamatan langsung demikian, pengamatan juga bisa dilakukan secara tidak langsung, seperti dengan mengadakan test, kuesioner melalui angket, wawancara, rekaman gambar (foto), atau rekaman suara.<sup>57</sup>

---

<sup>54</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Aneka Cipta, 2002), hal. 133.

<sup>55</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*. (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi, 1984), hal. 136

<sup>56</sup> Sukarsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Bina Aksara, 1983), hal. 111

<sup>57</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, (Cet. I ; Bandung: PT, Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 126

Proses observasi yang saya lakukan di Pantai Pasir Putih meliputi; fasilitas yang disediakan, pelayanan yang diberikan, keamanan, kebersihan dan kenyamanan.

#### **b. Wawancara**

Metode ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara)<sup>58</sup>

Wawancara biasa di lakukan dengan tatap muka antara peneliti (seseorang yang mengharapkan informasi) dari informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting mengenai suatu objek) yang dipilih.<sup>59</sup> Narasumber dalam penelitian ini ada 15 orang, yaitu; penanggung jawab Objek Wisata Pasir Putih, manajer Objek Wisata, pengunjung dan para pekerja di Objek Wisata Pasir Putih baik itu pekerja tetap maupun pekerja bayaran.

#### **c. Dokumentasi**

Supaya dapat mengumpulkan data yang lebih lengkap dan akurat, maka penulis menambahkan studi dokumentasi. Metode ini merupakan suatu cara

---

<sup>58</sup> Moh. Natsir, *Metode Penelitian*, (Jakarta, Ghalis Indonesia, 1999), hal. 234

<sup>59</sup> Jalaluddin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Rosda Karya, 2004), hal. 87.

pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting, yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga diperoleh data yang lengkap, sah, dan bukan berdasarkan perkiraan.<sup>60</sup>

Metode Dokumentasi, merupakan metode pencarian data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Atau pemberian bukti-bukti dan keterangan-keterangan (seperti kutipan-kutipan) transkrip, dan notulen. Dalam hal ini sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian adalah dokumen tertulis yang ada hubungannya dengan permasalahan.

Dokumentasi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini berupa jurnal, artikel, gambaran lokasi dan peraturan yang diterapkan di Pantai Pasir Putih.

#### **D. Teknik Analisis Data**

Data-data yang diperoleh diklasifikasikan menurut permasalahannya secara deskriptif kualitatif dengan cara menggambarkan tentang konsep manajemen pariwisata dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh.

Dalam penelitian ini analisa data yang dilakukan dengan cara menyusun data yang dapat dibandingkan melalui hasil wawancara, dokumentasi dan observasi kemudian disimpulkan dan dianalisis dengan tahapan sebagai berikut:

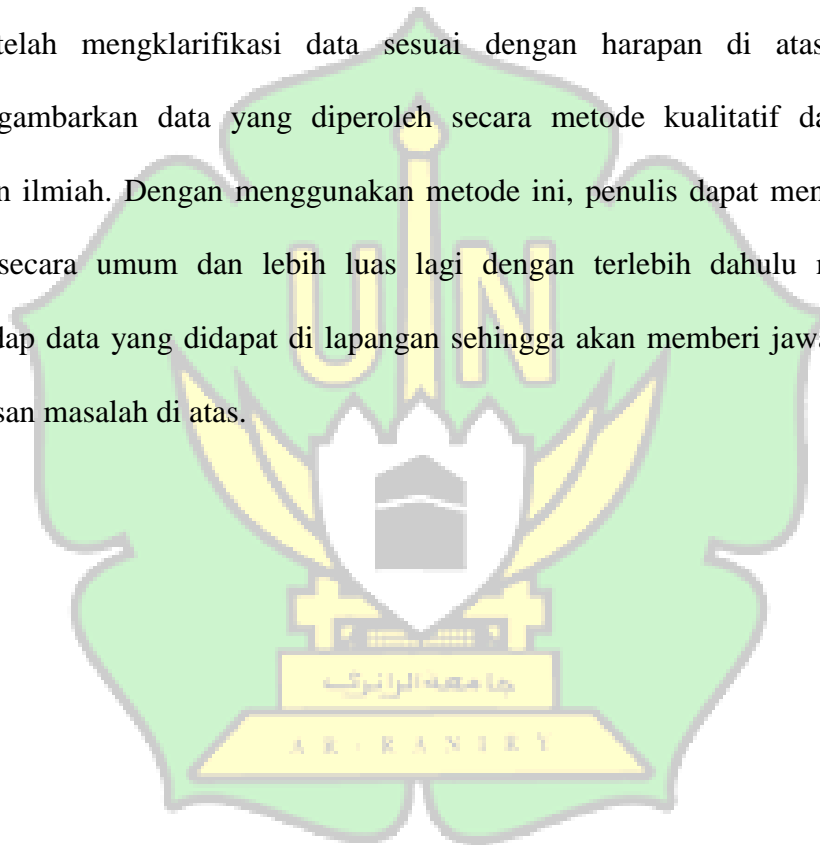
- a. Mengedit data yaitu data yang sudah diperoleh kemudian dicek kembali kebenaran untuk tulisannya.

---

<sup>60</sup> Basrowi Suwandi, Memahami Penelitian Kualitatif, (Jakarta: PT. Rineka Cipta 2008), hal. 158

- b. Menyeleksi ulang data yang sudah terkumpul kemudian dicek kembali kelayakannya untuk ditulis.
- c. Menyusun data yang ada secara sistematis berdasarkan kateгоре-kategori jenis data yang telah dikumpulkan.
- d. Menarik kesimpulan

Setelah mengklarifikasi data sesuai dengan harapan di atas, kemudian menggambarkan data yang diperoleh secara metode kualitatif dalam bentuk tulisan ilmiah. Dengan menggunakan metode ini, penulis dapat menggambarkan data secara umum dan lebih luas lagi dengan terlebih dahulu menganalisis terhadap data yang didapat di lapangan sehingga akan memberi jawaban tentang rumusan masalah di atas.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Objek Wisata Pantai Pasir Putih atau yang bernama asli Pantai Lhok Mee terletak di dusun Leubok Desa Lamreh, Kecamatan Masjid Raya, Kabupaten Aceh Besar. Pantai ini adalah tanah warisan dari indatu (nenek moyang) masyarakat Lamreh. Tanah itu bukan milik negara. Melainkan milik desa dan ada pula tanah pribadi masyarakat yang dihibbahkan untuk kepentingan bersama<sup>61</sup>. Kini tanah tersebut sudah menjadi milik desa yang digunakan untuk kemaslahatan masyarakat desa.

Sebagai salah satu aset desa, perangkat desa bertanggung jawab penuh atas pengelolaannya. Sebelum dijadikan lokasi wisata, pantai ini merupakan lahan perternakan. Lahan tersebut sudah ada sejak lama sekali. Setelah Aceh dilanda tsunami, banyak sekali relawan dari lokal sampai dengan relawan asing turun tangan untuk membantu. Salah satu titik lokasi yang kedatangan relawan adalah desa Lamreh. Mereka terkagum dengan pesona pantai disini. Dan mereka menyarankan untuk dijadikan lokasi wisata. Disitulah awal rencana dibentuknya Objek Wisata Pasir Putih.<sup>62</sup>

Pada tahun 2008, pantai ini pun mulai didirikan lokasi Wisata oleh Pak Iwan (Keuchik Gampong). Ketika mulai dijadikan lokasi wisata, disini hanya ada 2 pondok yang berjualan. Dengan penampilan yang menarik, wisata ini

---

<sup>61</sup> Hasil wawancara dengan Iwan, Keuchik Gampong, 18 Agustus 2020.

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan Pengelola Pantai Pasir Putih, 10 Agustus 2020.

mampu memberikan penghasilan yang besar bagi dua pedagang tadi. Namun ketika penghasilan dari 2 orang tersebut diketahui oleh masyarakat, maka berdatanglah masyarakat lain yang di desa untuk minta izin mendirikan pondok jualan juga. Sampai tahun 2008, hanya ada 30 pondok yang di bangun sendiri oleh masyarakat yang ingin berjualan disana. Namun kian hari, semakin ramai yang berdatangan untuk berdagang disana. Dan saat ini, Pantai Pasir Putih memiliki 70 pondok penjualan. 6 pondok ada di sebelah kanan gerbang masuk lokasi wisata, dan 64 pondok ada di sebelah kiri gerbang masuk lokasi wisata.<sup>63</sup>

Seluruh pondok kios yang ada disana hanya diberikan kepada masyarakat-masyarakat di Lamreh dari berbagai dusun oleh perangkat desa. Hal tersebut bertujuan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat. Lokasi wisata ini juga pernah dikontrak sebanyak 4 kali oleh masyarakat desa Lamreh. Salah satu dari pengontrak adalah Pak Irfandi yang merupakan salah satu warga Lamreh. Beberapa waktu belakangan ini, ada beberapa kios yang pengelolaannya dibantu oleh pekerja yang dari desa seberang. Pada umumnya pekerja bayaran atau pekerja kontrakan akan bekerja di akhir pekan. Namun ada satu di Warung Kak Indah Pasir Putih Aci Rasa, disana pemiliknya memperkerjakan 4 orang karyawan setiap harinya. Seperti salah satunya Fitriani (29 tahun) yang tinggal di Meunasah Keude, Kecamatan Krung raya. Fitriani mengungkapkan bahwa, *“sehari-harinya saya bekerja sebagai seles dan writer di pondok ini, kami akan digaji perhari dengan jumlah yang*

---

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan Pengelola Pantai pasir putih, 10 Agustus 2020.

*disesuaikan dengan hitungan pengunjung yang datang.”*<sup>64</sup> Meskipun ada pekerja dari luar desa, itu hanya minoritas, karena mayoritasnya adalah masyarakat asli desa tersebut. Bahkan kepemilikan kios pun adalah masyarakat-masyarakat asli Lamreh. Saat ini, pantai ini juga dihidupkan dengan deretan pondok kios yang berjejer.

Di Pantai Pasir Putih, juga terdapat 8 buah titik Toilet yang pertitiknya ada yang 4 ruangan toilet atau lebih. 5 toilet yang dibangun dari hasil bantuan pemerintah, sedangkan tiga lagi adalah toilet yang dibuat sendiri oleh masyarakat yang berjualan di daerah itu. Setiap toilet akan ada penjaganya yang memastikan ketersediaan air dan mengambil tarif kebersihan. Untuk penggunaan buang air kecil dikenakan 3.000 rupiah, jika buang air besar 3.000-4.000 rupiah, sedangkan mandi dikenakan 5.000 rupiah.

Saat ini yang bertanggung jawab mengelola Pantai pasir Putih adalah Pak Muniamin, atau biasa dikenal dengan sebutan Pak Nia atau Pak Munia. Pak Nia juga bertugas sebagai kepala dusun di Dusun leubok, atau tepatnya di seputaran lokasi wisata tersebut. Pak Munia dipilih dengan otoritas oleh Pak Keuchik (Kepala Desa) untuk mengelola lokasi wisata tersebut. Sebagai pengelola, Pak Munia berusaha untuk mengelola, memelihara dan mengembangkan objek wisata ini.

Meskipun dalam tahap berkembang, lokasi wisata ini tidak pernah kosong dari pengunjung. Walaupun jumlah pengunjung tidak terlalu ramai di hari biasa, namun selalu memuncak ketika akhir pekan. Kadang kala di akhir

---

<sup>64</sup> Hasil wawancara dengan Fitriani 10 Agustus 2020



pekan kalau pengunjung datang di sore hari sedikit terlambat, ada yang tidak mendapat tempat duduk. Jadi mereka dapat memilih untuk bermain di sekitar pantai atau duduk di bawah pohon yang rindang..

Pengunjung yang berdatangan ada yang dari wisatawan lokal sampai ke manca negara. Wisatawannya pun bervariasi. Tidak hanya masyarakat yang berstatus sosial tinggi, namun juga ada masyarakat yang berada di tingkat rendah. Bahkan mahasiswa dan pelajar pun sering meramaikan lokasi tersebut. Harga tiket masuk mungkin menjadi salah satu alasannya. Untuk tiket akan dikenakan sesuai dengan kendaraan. Jika pengguna motor, maka dikenakan tarif sebesar 5.000 rupiah, 10.000 rupiah tarif untuk mobil pribadi, sedangkan untuk truk atau bus akan dikenakan 50.000 rupiah. Tiket ini akan dicetak di kantor desa, serta terdapat stempel desa yang dibuat dalam gambar.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Upaya Yang Dilakukan Oleh Pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh Dalam Meningkatkan Pengunjung**

Pada umumnya suatu lokasi wisata harus memiliki sebuah potensi untuk dijadikan sebagai objek wisata. Jika dijabarkan dalam bentuk analisis swot, maka sebuah tempat sebelum dijadikan pariwisata harus memiliki kekuatan atau kelebihan dan peluang untuk memasarkannya. Seperti kata Soekadji dalam sebuah jurnal, terdapat tiga potensi kepariwisataan, yaitu; modal dan

potensi alam, modal dan potensi kebudayaan dan modal dan potensi manusia.<sup>65</sup>

a. Modal Potensi Alam

*“Berdasarkan hasil wawancara dengan pak Muniamin selaku manajer Pantai Pasir Putih saat ini, kami memelihara sumber daya yang ada disini. pesona dari pantai ini mampu menarik perhatian banyak pengunjung. Pantai ini memiliki air yang bening, dan pasir yang berwarna putih. Hal ini menjadi salah satu alasan para wisatawan rela menghabiskan waktu berjam-jam untuk menikmati kesejukan dari pemandangan tersebut.”<sup>66</sup>*

Sedangkan menurut Keuchik Desa Lamreh yang merupakan pendiri Wisata Pasir Putih, hal yang menarik pengunjung seramai itu adalah pohon geureumbang yang tumbuh di pantai. Hal tersebut yang membuat pantai ini berbeda dengan yang lainnya.<sup>67</sup>

Seorang pengunjung bernama Almina juga mengungkapkan bahwa, pantai pasir putih memiliki visual yang sangat indah. Tarifnya pun sangat ekonomis sehingga cocok untuk mahasiswa. Selain mahasiswa, untuk keluarga juga sangat cocok karena lokasinya sangat aman untuk dinikmati sama anak-anak yang ingin berenang di pantai.<sup>68</sup>

Keelokan pantai tersebut juga di puji oleh seorang pengunjung yang bernama Fatmawati, pantai ini memiliki nuansa alam yang indah. Perpaduan warna antara air, pepohonan dan pasir membuat suasana alamnya seolah hidup. Pepohonan yang mengeluarkan akar diatas pasir

<sup>65</sup> [http://repository.upi.edu/21523/5/S\\_MRL\\_0901658\\_Chapter2.pdf](http://repository.upi.edu/21523/5/S_MRL_0901658_Chapter2.pdf)., di akses 17 Juni 2020.

<sup>66</sup> Hasil wawancara dengan Muniamin, Pengelola Pasir Putih 10 Agustus 2020

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan Iwan, Keuchik Desa 18 Agustus 2020.

<sup>68</sup> Hasil wawancara dengan Almina, Pengunjung 18 Agustus 2020.

itu pun terlihat cantik ketika terbenam dengan air ketika air laut pasang. Deretan akar pun tampak unik saat air sedang surut. Pesona alami seperti ini sangat cocok untuk orang yang datang untuk *refreshing* dan menghilangkan stres.<sup>69</sup>

Pesona alami dari pantai memang memiliki kepuasan tersendiri bagi Shaleha ketika berkunjung. Menurutnya, *“rasa letih karena bekerja terobati dengan ketenangan disini. Ketika hendak menuju kemari, sepanjang perjalanan pun disugukan dengan pemandangan yang indah. Saya yakin orang-orang senang kemari walau jauh karena sepanjang perjalanan tidak merasa bosan dengan keindahannya. Setelah jauh-jauh kemari pun lokasi Wisata Pantai Pasir Putih pun tidak mengecewakan.”*<sup>70</sup>

#### b. Modal dan Potensi Kebudayaan

Sebagai aset desa, Wisata Pantai Pasri Putih dikelola sendiri oleh desa dengan gayanya sendiri. *“Seperti hasil wawancara dengan pengelola mengungkapkan bahwa, selama 12 tahun menjadi lokasi wisata, pantai pasir putih dikelola dengan gaya dari pengelolanya yang telah berganti sebanyak 6 kali. Pertama dikelola oleh pak Iwan (Keuchik Lamreh sekarang) dengan dibantu oleh masyarakat, setelah itu perangkat desa sepakat untuk dikontrakkan kepada masyarakat di desa. Meskipun mengalami perbedaan cara mengelola, pantai ini tidak pernah hilang dari bingkai syariah. Meskipun secara tidak langsung kami tidak*

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan Fatmawati, Pengunjung 10 Agustus 2020.

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan Shaleha, pengunjung, 10 Agustus 2020.

*mengusir pengunjung pasangan, akan tetapi kami tetap menerakan aturan di belakang tiket masuk. Aturan tersebut berupa larangan melewati batas syariat. Kami pun akan menegur apabila ada pasangan yang bermesraan disini. Bahkan saya pernah menegur dengan berkata “hebat sekali kalian, seharusnya bawa kondom aja sekalian, masuk cuma bayar 5.000 tetapi kami harus nanggung dosa kalian 50.000.000.”<sup>71</sup>*

Berbeda dengan Pengelola yang tegas, Keuchik Desa Lamreh juga mengatakan bahwa beliau mempertahankan hal-hal yang telah membudaya disini. *“Katanya, disini setiap ada permasalahan atau mau mengambil suatu kebijakan selalu dilakukan secara musyawarah. Kami akan mengumpulkan seluruh masyarakat di desa untuk membahas hal tersebut dan kami putuskan bersama.”<sup>72</sup>*

### c. Modal dan Potensi Manusia

Menurut hasil wawancara dengan salah satu penjaga pos tiket, saat ini Pantai Pasir Putih baru saja habis masa kontrak. Sekarang objek wisata ini dikelola oleh Pak Muniamin yang menjabat sebagai kepala Dusun Leubok Desa Lamreh.<sup>73</sup>

Pak Muniamin telah mengelola Pantai Pasir Putih semenjak 1 Juli 2020. “Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Munia yang

---

<sup>71</sup>Hasil wawancara dengan Muniamin, Pengelola Pasir Putih 10 Agustus 2020

<sup>72</sup>Hasil wawancara dengan Iwan, Keuchik Lamreh, 18 Agustus 2020

<sup>73</sup> Hasil wawancara dengan Saiful, Penjaga Pos Tiket, 6 Agustus 2020.

mengatakan bahwa, saya menjadi pengelola karena di amanahkan oleh Pak keuchik. Padahal saya tidak paham tentang pengelolaan wisata. Saya pun bukan orang berpendidikan tinggi. Kelas 5 SD adalah pendidikan terakhir saya. Sebenarnya saya kurang suka dengan adanya lokasi wisata ini, apalagi saat ini saya yang bertanggung jawab disini. Lokasi wisata yang tidak bisa saya jadikan objek wisata religi karena tidak disetujui oleh masyarakat akan membawa dosa untuk saya. Para pengunjung datang untuk bermaksiat kemari, saya selaku pengelola dan kepala dusun juga kena imbas dosanya. Namun, karena pedagang disini segan dengan saya maka mereka mau mendukung keinginan saya untuk meminimalisir maksiat disini dengan menegur pasangan-pasangan yang terlalu bermesaraan. Bukannya saya sok alim, saya juga pendosa. Sekalipun pendosa, saya tidak senang jika harus menanggung dosa orang lain juga.”

Selain itu, Pak Keuchik juga pernah mengungkapkan dalam sesi wawancara tentang pengelolaan Pantai Pasir Putih. “Pantai ini adalah milik kami masyarakat lamreh. Oleh karena itu, pengelolaannya juga melibatkan semua pihak di desa. Seperti pos tiket, itu setiap harinya akan di jaga oleh orang yang berbeda. Setiap laki-laki di desa ini mendapatkan kesempatan jika mau. Mereka hanya perlu melapor kepada pengelola untuk memberikan kapan jadwal jaga posnya. Hal tersebut juga berlaku ketika objek wisata ditangan pengontrak. Kami juga berencana membuat seluruh kios yang ada di lokasi wisata menjadi milik

*desa utuh agar bisa memberi jatah yang sama kepada seluruh masyarakat untuk bekerja disana secara bergiliran. Hanya saja, saat ini kami sedang memperjelas status tanah Pantai Pasir Putih ini.”*

Selain memiliki 3 potensi tersebut, suatu lokasi wisata juga sama saja dengan bisnis yang memerlukan promosi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Keuchik desa Lamreh, beliau mengatakan bahwa *“kami tidak melakukan promosi apapun. Dulunya ada orang-orang yang datang kemari untuk memancing, merekalah pengunjung pertama kami. Sedikit demi sedikit pengunjungnya semakin ramai. Zaman yang semakin moderen pun sangat membantu kami. Pengunjung pada umumnya akan memosting ke indahan pantai ini lewat sosial medianya, sehingga netizen lain tertarik untuk mendatangi sendiri. Adapula pengunjung yang mengupload berita tentang keindahan pantai ini situs berita dan blogspot. Para artis Aceh pun berdatangan untuk membuat vidio klip disini. Bisa dibilang bahwa para pengunjung kamilah yang membantu promosi bukan kami. Mereka kami sangat berperan penting dalam meningkatkan pengunjung Pantai Pasir Putih”*<sup>74</sup>

Pantai pasir Putih pun, pernah mendapatkan bantuan dari Pemerintah Provinsi berupa bantuan dana sebesar 4,2 Miliar. Bantuan tersebut digunakan untuk membangun 30 pondok kios bagi pedagang yang paling awal berjualan disana, 30 pondok untuk pengunjung, sebuah jembatan yang disebut jembatan cinta dengan kapasitas tampung 25 orang, sebuah mushalla, 5 buah toilet dan

<sup>74</sup> Hasil wawancara dengan Iwan, Keuchik Desa Lamreh, 18 Agustus 2020.

membuat jalan beton di belakang kios yang baru dibangun. Pembangunan ini dilakukan pada tahun 2018.<sup>75</sup>

Setelah pembangunan dilakukan, terlihat adanya perubahan pada tingkat kepadatan pengunjung. Seperti hasil wawancara dengan Pak Rizal yang merupakan salah satu dari penjaga pos tiket yang mengatakan bahwa: *“sebelum ada pembangunan ini, pengunjung yang datang tidak seramai ini. Biasanya dalam sebulan kami hanya bisa menghabiskan 2-3 buku tiket yang isinya 100 lembar per bukunya. Namun setelah adanya pembangunan kami mampu menjual 5-8 buku tiket perbulannya.”* Pak Keuchik juga pernah menyebutkan dalam proses wawancaranya bahwa, *“peningkatan pengunjung sangat terlihat setelah ada nya pembangunan jembatan cinta. Namun kami tidak memiliki data yang valid karena sebelumnya lokasi wisata ini dikelola oleh pengontrak.”*

Saat ini, bangunan yang dibangun dengan dana dari pemprov ada yang masih kokoh, ada pula yang sudah mulai harus direnovasi. Seperti jembatan, ada tiang yang sudah patah. Namun pihak pengelola tidak berani untuk merenovasinya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Munia bahwa, *“sampai saat ini dana yang disalurkan dari Pemprov belum ada pengesahannya. Kami sudah mendatangi Pemerintah Daerah untuk menanyakan kejelasan tentang hal tersebut. Akan tetapi, hasilnya nihil. Disana pun masih belum ada penyerahan dari Pemprov. Karena seharusnya dari pemprov akan disalurkan terlebih dahulu ke Pemda, baru disalurkan ke kecamatan dan desa-desa. Hal ini menjadi kendala*

---

<sup>75</sup> Hasil wawancara dengan Muniamin, Pengelola Pantai Pasir Putih, 10 Agustus 2020.

*bagi kami, karena tidak mungkin menyentuh milik negara tanpa izin. Oleh karena itu, kami dari aparat desa berencana untuk merobohkan ataupun membakar bangunan yang sudah dibangun dengan dana tersebut jika keadaan seperti ini terus berlanjut.”<sup>76</sup>*

Di luar bantuan dari Pemprov, ada 40 pondok yang dibangun sendiri oleh masyarakat dengan izin dari aparat desa. Karena dibangun sendiri, maka pondoknya sangat beragam. Hal itu disebabkan oleh tingkat kemampuan masyarakat dalam menyediakan akomodasi material. Ada pondok yang lebih kurang setara kelayakannya dengan 30 pondok yang dibangun oleh pemerintah. Ada juga yang hanya memiliki atap yang disangga dengan beberapa batang kayu di pinggirnya.<sup>77</sup> Namun hal tersebut membuat para pedagang merasa dianak tirikan oleh pengelola.

*“Berdasarkan hasil wawancara dengan buk Darmawati, beliau mengungkapkan bahwa merasa ditirikan oleh pengelola. Seharusnya kalau ada kios yang direnovasi kenapa tidak direnovasi semuanya. Padahal diantara kami yang mendirikan kios sendiri ada yang kiosnya terlihat hampir roboh karena seringnya diterpa angin dan hujan. Disana pun tidak ada tempat yang layak untuk disimpan barang ketika para pedagang hendak menutup kiosnya”<sup>78</sup>*

Sangat beda halnya dengan pedagang yang mendapatkan bantuan kios baru. Mereka mendapatkan tempat yang layak untuk berdagang dan menyimpan barang dagangannya ketika menutup kios. Namun mereka yang mengetahui keadaan malah khawatir kalau sewaktu-waktu tempat itu akan diambil alih oleh Dinas, maka mereka harus membayar pajak atau sewa dengan harga yang relatif

<sup>76</sup> Hasil wawancara dengan Pengelola Objek Wisata Pantai Pasir Putih 10 Agustus 2020.

<sup>77</sup> Hasil Wawancara dengan Pengelola Objek Wisata Pantai Pasir Putih 10 Agustus 2020.

<sup>78</sup> Hasil wawancara dengan Darmawati (salah seorang pedagang) 10 Agustus 2020.



tinggi. *“Seperti hasil wawancara dengan ibuk Atiah (59 tahun), saya sangat bersyukur karena mendapatkan lapak untuk berjualan yang layak. Namun saya sangat mengkhawatirkan kalau sewaktu-waktu objek wisata ini diambil alih oleh Dinas dan kami harus membayar sewaan dengan harga yang tinggi. Meskipun disini kami berjualan tiap hari, belum tentu tiap harinya kami bisa melariskan barang dagangan dalam jumlah yang banyak. Terkadang pun ada yang tidak terjual sama sekali dalam sehari. Kami pun disini berkerja untuk membantu menyokong biaya sekolah anak kami, dari pada kami hanya duduk di rumah dan tidak menghasilkan apa-apa.”*<sup>79</sup>

*“Berdasarkan hasil wawancara dengan buk Rimasutriani bahwa, yang mendapatkan bantuan pembangunan kios adalah penjual yang paling lama berjualan disana. Bisa dikatakan bahwa mereka adalah orang yang membuka lokasi tersebut menjadi lokasi wisata, yang pada dasarnya adalah hutan belantara. Kamipun tidak punya wewenang untuk membantu pedagang yang juga membutuhkan lapak yang lebih layak.”*<sup>80</sup>

Jika membahas tentang kelayakan, ada pula toilet yang dibangun oleh masyarakat seadanya. Ada yang berdinding beton, kayu, plastik, karung bekas, sampai dengan yang berdinding kain. Fasilitas airnya pun ada yang disediakan dalam ember atau bak dan ada pula yang menggunakan keran. Namun masih ada yang harus di timba terlebih dahulu. Sangat berbeda dengan toilet yang dibangun dengan pendanaan dari pemerintah yang di beton serta air yang hanya tinggal di putarkan kerannya.<sup>81</sup>

<sup>79</sup> Hasil wawancara dengan Atiah (salah seorang pedagang) 10 Agustus 2020.

<sup>80</sup> Hasil wawancara dengan Rimasutriani (salah seorang pedagang) 10 Agustus 2020.

<sup>81</sup> Hasil Wawancara dengan Nurhayati (salah seorang pedangang) 10 Agustus 2020.

Persoalan toilet pun menjadi *boomerang* bagi kenyamanan pengunjung. *“Hal tersebut seperti hasil wawancara dengan buk Almina bahwa, salah satu yang kurang dari lokasi wisata ini adalah kamar mandinya yang memiliki dinding tidak layak. Air di toiletnya pun diperoleh dengan menimba terlebih dahulu. Walau kondisi seperti itu, tetap penjaga akan mengutib uang kebersihan untuk tiap masuk toilet dengan tarif yang sama dengan toilet lainnya.”*<sup>82</sup>

Padahal toilet yang seadanya itu didirikan karena jarak letak toilet yang layak dengan toilet lainnya sangat berjauhan. Meskipun toiletnya ada yang dari kain dengan air yang ditimba terlebih dahulu untuk memperolehnya. Selain itu disitu juga tidak ada fasilitas untuk buang air besar. Akan tetapi, pemiliknya memiliki hati yang dermawan. *“Seperti hasil wawancara dengan buk Ummi yang merupakan pekerja bayaran disana bahwa, toilet ini milik toko saya yang punya kios di depan. Saya dan anak-anak saya hanya bekerja di akhir pekan pada nya. Beliau mengahmanahkan kepada kami bahwa sumur ini boleh dipakai secara free oleh siapa saja yang hendak wudhu, namun akan dikenakan tarif 2.000 rupiah untuk yang mau buang air kecil dan 5.000 rupiah untuk yang mandi. Untuk wuduk, pengguna akan menimba sendiri airnya menggunakan timba yang berkatrol dengan sepuasnya. Sedangkan untuk yang hendak buang air kecil dan mandi akan disediakan air di dalam ember.”*<sup>83</sup>

Tidak jauh dari lokasi kamar mandi tadi, ada pula kamar mandi yang berdinding kayu dan airnya dialirkan dengan keran. Namun masih menjadi

---

<sup>82</sup> Hasil wawancara dengan Almina (salah satu pengunjung) 10 Agustus 2020.

<sup>83</sup> Hasil wawancara dengan Ummi, pekerja, 16 Agustus 2020.

perbincangan tidak menyenangkan dari pengunjung. *“Seperti hasil wawancara dengan buk Putri bahwa, tadi saya dari sana (menunjukkkkan kamar mandi tersebut) akan tetapi disana katanya mati lampu dan tidak ada air untuk wudhu. Ketika saya berbicara dengan beberapa pelanggan lain dan dengan penjaga toilet disini (toilet berdinding kain), ternyata memang yang jaga toilet disana sering mematikan aliran listrik untuk sanyo pada saat waktu shalat tiba. Padahal mereka tidak mau memberikan airnya untuk orang berwudhu karena tidak bayar kaalu hanya wudhu saja.”*<sup>84</sup>

Hal itu juga sempat dibahas oleh pengelola wisata. *“Disini tidak ada pengutipan tarif untuk yang berwudhu. Karena sudah menjadi kebijakan dari pengelola wisata bahwa untuk berwudhu tidak boleh ada pengutipan uang kebersihan. Hanya pengguna toilet yang mandi dan buang air saja yang dikenakan tarif kebersihan.”*<sup>85</sup>

Kebersihan memang poin penting dalam untuk kenyamanan pengunjung. Akan tetapi, di Pantai Pasir Putih Lamreh masih ada problematika tentang kebersihan. Yaitu binatang ternak yang berkeliaran di lokasi wisata. Bahkan, sering sekali binatang-binatang tersebut mendekati bahkan merampas barang dan makanan milik pengunjung. Seperti hasil wawancara dengan Safriadi yang mengatakan bahwa, *“tempat ini bagus sekali namun kebersihannya tidak terjaga, bahkan binatang berkeliaran dimana-mana. Saya pernah melihat orang yang ditarik tasnya oleh sapi disini, ada juga sapi yang memakan makanan milik pengunjung yang diitnggal semestara. Hal itu sangat tidak patut.”*<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> Hasil wawancara dengan putri, pengunjung, 16 Agustus 2020.

<sup>85</sup> Hasil wawancara dengan pengelola Pantai Pasir Putih 16 Agustus 2020.

<sup>86</sup> Hasil wawancara dengan Sapriadi, salah satu pengunjung, 16 Agustus 2020.

## 2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Yang Dirasakan Oleh Pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh Dalam Meningkatkan Pengunjung.

### a. Faktor Pendukung

#### 1) Pendukung Internal

Berdasarkan dari salah satu warga Lamreh mengatakan bahwa *“sebenarnya Lamreh memang punya pantai yang indah, dan yang sangat cocok untuk dibuka sebagai lokasi wisata ada 3, yaitu di tebing, di Pantai Pasir Putih yang lokasi wisata saat ini dan Pantai yang arah ke puncak Lamreh. Namun kami baru sanggup mengelola 1 yaitu Pantai Pasir Putih yang saat ini. Pantai itu memiliki pemandangan yang hampir tidak ada di tempat lain. Apalagi pohon geureumbang yang biasanya di tepi pantai adalah cemara. Akhir-akhir ini kami juga kedatangan banyak pengunjung karena adanya jembatan cinta yang kami bangun pas di lokasi yang memiliki view bagus.”*<sup>87</sup>

#### 2) Pendukung Eksternal

Berdasarkan keterangan dari pak Keuchik, *“kami sangat diuntungkan oleh para pemancing yang berdatangan kemari dahulunya. Mereka telah membantu kami memperkenalkan Pantai Pasir Putih kepada khalayak ramai. Walaupun saat itu cakupannya hanya Aceh Besar dan Banda Aceh. Zaman yang semakin moderen pun sangat membantu kami. Pengunjung pada umumnya akan memosting ke indahan pantai ini lewat sosial medianya, sehingga netizen lain tertarik untuk mendatangi sendiri. Adapula pengunjung yang mengupload berita tentang keindahan pantai ini situs berita dan blogspot. Para artis Aceh pun berdatangan untuk membuat vidio klip disini. Bisa dibilang bahwa para pengunjung kamilah yang membantu promosi bukan kami. Mereka kami sangat berperan penting dalam meningkatkan pengunjung Pantai Pasir Putih”*.<sup>88</sup>

### b. Faktor Penghambat

#### 1) Penghambat Internal

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Munia, beliau mengatakan tentang keluh kesah pengelola selama ini dalam membangun lokasi wisata karena minimnya dana yang dimiliki. *“Kami kesulitan dalam mengutib uang pada pedagang. Uang tersebut kami kutip perminggu dengan jumlah 5.000. Walaupun jumlah yang kecil, sering sekali para pedagang mengeluh dengan mengatakan belum ada yang laku. padahal*

<sup>87</sup> Hasil wawancara dengan Pak Amin, salah satu warga Lamreh, 18 Agustus 2020.

<sup>88</sup> Hasil Wawancara dengan Iwan, Keuchik Desa Lamreh, 18 Agustus 2020.

*pengumpulan dana tersebut akan kami gunakan untuk merawat fasilitas dan membayar upah untuk orang yang membantu membersihkan pinggir pantai dari sampah dan kayu-kayu. Sedangkan di seputaran lokasi pedagang berjualan, kebersihan akan dijaga oleh sipemilik lapak jualan tersebut.”<sup>89</sup>*

## **2) Penghambat Eksternal**

Berdasarkan keluhan dari para pengunjung tentang banyaknya hewan ternak seperti sapi dan kambing yang berkeliaran. Seperti hasil wawancara dengan Safriadi yang mengatakan bahwa, *“tempat ini bagus sekali namun kebersihannya tidak terjaga, bahkan binatang berkeliaran dimana-mana. Saya pernah melihat orang yang ditarik tasnya oleh sapi disini, ada juga sapi yang memakan makanan milik pengunjung yang diitnggal semestara. Hal itu sangat tidak patut.”<sup>90</sup>*

Buk Inut pun sempat mengatakan bahwa, *“kambing-kambing dan sapi-sapi disini sering sekali datang kepondok-pondok tempat kami berjualan. Terkadang saat para pengunjung baru selesai makan dan meninggalkan piring atau gelas disana, belum sempat saya ambil kambing dan sapi sudah duluan menyosor kesana bahkan ada yang sampai pecah.”<sup>91</sup>*

Namun ternyata memang susah untuk menyelesaikan problematika ini. *“Seperti hasil wawancara dengan pak Ridwan bahwa, jauh sebelum dijadikan lokasi wisata, sepanjang Pesisir Pantai Lhok Me adalah lahan perternakan milik desa. Mungkin itu salah satu penyebab hewan ternak terseut masih ada yang berkeliaran disini.”<sup>92</sup>*

<sup>89</sup> Hasil wawancara dengan Muniamin, Pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh, 10 Agustus 2020.

<sup>90</sup> Hasil wawancara dengan Sapriadi (salah satu pengunjung) 16 Agustus 2020.

<sup>91</sup> Hasil wawancara dengan Inut (salah satu Pedagang) 10 Agustus 2020.

<sup>92</sup> Hasil wawancara dengan Ridwan (salah satu pedagang) 16 Agustus 2020.

Namun persoalan ini, sangat susah untuk diatasi oleh pihak pengelola. Begitu pula oleh pihak penanggung jawab yang merupakan aparat desa Lamreh. Hal ini disebabkan oleh susahnya menghentikan hal tersebut yang sudah seperti lapangan pekerjaan juga bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pak Munia, beliau juga mengaku bahwa hal ini selalu menjadi momok antara kami dengan pengunjung atau antara kami dengan masyarakat. Hal tersebut juga menjadi problematika bagi para pengelola dan perangkat desa. Ketika hendak mengambil kebijakan untuk melarang masyarakat untuk melepaskan hewan ternaknya, takut ada yang tersinggung. Karena dari 500 KK (Kartu Keluarga) yang ada di Lamreh, hanya 70 KK yang mendapatkan kesempatan untuk bekerja di lokasi aset desa. Sedangkan 430 KK lainnya harus mencari lahan profesi yang lainnya. Ketika ada larangan untuk melepaskan hewan ternak, memungkinkan terjadi keributan. Hal tersebut karena lebih dari 50% masyarakat Lamreh memiliki hewan ternak. Jadi memungkinkan mereka akan membandingkan dengan masyarakat yang mendapat lahan profesi di lahan pekerjaan milik desa, sedangkan mereka tidak ada.<sup>93</sup>

Mengenai ternak yang berkeliaran, keuchik desa Lamreh juga memberi tanggapan disesi wawancaranya, yaitu; *“sangat susah untuk mengendalikan hewan-hewan ini. Kami sudah mencoba membuat pagar disekitar lokasi wisata. Namun ketika air laut surut binatang tersebut bisa lewat pinggir pantai yang sudah mengering. Dan kami pun gk mungkin memagari sampai*

---

<sup>93</sup> Hasil wawancara dengan Pengelola Pantai Pasir Putih 10 Agustus 2020..

*ke laut-lautnya. Akan tetapi, lokasi wisata juga menguntungkan bagi peternak. Ternak mereka bisa mendapatkan makanan-makanan yang disisakan pengunjung.”<sup>94</sup>*

## C. Pembahasan

### 1. Upaya Yang Dilakukan Oleh Pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh Dalam Meningkatkan Pengunjung

Objek wisata telah menjadi *trend* baru berwirausaha dalam beberapa dekade ini. Bisa kita lihat, dengan banyaknya lokasi wisata yang baru terbuka. Baik itu wisata alam maupun wisata buatan. Yang wisata buatan mampu menarik para pelancong dengan karya yang disugukan, sedangkan wisata alam biasanya akan menarik wisatawan dengan pesona alamnya.

Meskipun wisata alam memiliki daya tarik yang kuat secara internal, namun bisa saja itu tidak memberi kenyamanan bagi para pengunjung. Bahkan mungkin ada para penikmat wisata yang tidak mengetahui tentang keberadaan lokasi wisata tersebut. Disitulah peran dari seorang manajer wisata. Manajer wisata sangat berkontribusi dalam pengembangan dan memasarkan suatu wisata. Dengan konsep yang ditawarkan akan menjadi dasar atau ciri khas untuk mendatangkan para wisatawan dan mampu membuat mereka kembali berkali-kali. Apalagi letak wisata alam yang umumnya jauh dari perkotaan dan pemukiman. Disitulah kualitas seorang pengelola sangat berpengaruh dalam jalannya suatu wisata.

---

<sup>94</sup> Hasil wawancara dengan Iwan, Keuchik Desa Lamreh, 18 Agustus 2020.

Seperti yang dikemukakan oleh Salim bahwa, “berapapun banyak modal yang dimiliki, pembangunan tidak akan terlaksanakan kecuali deisertai dengan sumberdaya managerial yang mampu mengeloah modal itu untuk pembangunan”.<sup>95</sup>

Berdasarkan hasil penelitian di atas bahwa, masyarakat desa Lamreh menyadari potensi alam yang dimiliki oleh Pantai Pasir Putih dan mulai membangunnya menjadi sebuah objek wisata.

Namun potensi alam saja tidaklah cukup. Masih harus ada juga potensi manusia atau disebut dengan SDM (Sumber Daya Manusia). Soewarno dalam bukunya juga mengemukakan bahwa, “pengelolaan adalah mengendalikan atau menyelenggarakan berbagai sumberdaya secara berhasil guna untuk mencapai sasaran”.<sup>96</sup>

Pengelolaan biasa dimulai dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen. Begitu pula yang diterapkan di Pantai pasir Putih walaupun masih ada yang kurang, seperti berikut:

a. *Planing* (Perencanaan)

Perencanaan yang dilakukan oleh manajer Pantai Pasir Putih hanya seputaran pemeliharaan. Sedangkan dalam pembangunan, semua hal harus diputuskan bersama oleh masyarakat desa Lamreh. Jadi, perencanaan yang dilakukan lebih sering spontanitas yang bertujuan untuk mencapai sasaran.

Sasaran yang ingin dicapai adalah penghasilan yang tinggi dari objek

---

<sup>95</sup> Emil Salim, *Lingkungan Hidup dan Pembangunan*, (Jakarta: Mutiara Sumber Jaya, 1981), hal. 223.

<sup>96</sup> Soewarno Darsoprsjitno, *Ekologi Pariwisata*, (Bandung: Angkasa), hal. 378.



wisata dan membantu mensejahterakan masyarakat Lamreh pada segi ekonomi.

b. *Organaizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian yang ada hanya penanggung jawab yaitu Bapak Iwan yang merupakan Keuchik Desa Lamreh, manajer Pantai adalah Bapak Muniamin yang merupakan Kepala Dusun Leubok. Selain itu hanya ada pedagang, lainnya dikelola bersama dengan masyarakat. Seperti bagian tiket dan gotong royong dilakukan bersama dengan seluruh masyarakat Lamreh yang akan diganti setiap harinya.

c. *Staffing* (Penyusunan)

Penyusunan yang dilakukan di Pantai ini masih belum teratur, terutama dibagaima struktur pengelolanya. Penyusunan pada tata letak pondok juga ada yang terlalu padat. Jarak antara pondok dari penjual yang satu dengan yang lainnya ada yang hanya dibatasi dengan perbedaan warna bangku, atau hanya dengan selembat tabung tipis, ada pula yang langsung tanpa pembatas. Hal tersebut membuat pengunjung harus mengetahui batas-batas pondok tersebut terlebih dahulu, karena pondok tersebut hanya akan dilayani oleh pedagang yang bertanggung jawab di pondoknya. Ketika pengunjung menempati pondok tanpa memesan makanan, ada penanggung jawab pondok yang akan mengenakan tarif sewa lapak dan ada pula yang tidak menarik tarif. Bagi pondok yang bertarif akan dikenakan 100.000 per pondok – 30.000 perpondok. Hal tersebut berdasarkan kebijakan dari

penanggung jawab pondok tersebut. Penyusunan harga yang tidak stabil juga terjadi pada harga makanan dan minuman.

d. *Actuating* (Pelaksanaan)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, pengelola menerapkan konsep dengan menjaga harga tiket masuk yang relatif murah agar tidak hilangnya pengunjung dengan mempertimbangkan jarak tempuh ke lokasi wisata yang jauhnya lebih kurang satu jam dari kota.

e. *Controlling* (Pengawasan)

Berdasarkan hasil penelitian, pengawasan yang dilakukan adalah dengan mengawasi lokasi wisata di pos tiker oleh manajer pantai. Pengawasan lain dilakukan dengan dikerahkan pemuda-pemuda Desa Lamreh untuk sekali-kali melakukan patroli dari mulai pintu masuk hingga ujung pantai untuk mencegah terjadinya pelanggaran syariah dan mencegah hal-hal lain yang tidak diinginkan.

Selain penerapan fungsi manajemen, ada pula sarana manajemen yang bperlu diperhatikan dalam pengelolaan. Gambaran penerapan sarana manajemen sering dikenal dengan 6M adalah sebagai berikut:

a. *Man* (Manusia)

Sumberdaya manusia yang dimiliki dalam usaha wisata Pantai Pasir Putih ini, masih perlu pembenahan. Saat ini Pantai Pasir Putih dikelola oleh seorang manajer yang bersekolah sampai kelas 5 SD dan tidak memiliki pengetahuan tentang pengelolaan wisata. Struktur pengelolaan juga tidak ada sehingga membuat pengelolaan terlihat belum sempurna.

b. *Money* (Uang)

Berdasarkan hasil penelitian, Pantai Pasir Putih pernah mendapatkan bantuan sebesar 4,2 miliar dari Pemerintah Provinsi. Namun, dana tersebut tidak lah cukup untuk melakukan pembangunan dan pemeliharaan yang terus berlanjut. Selain itu, ada pengelola juga mengutib dana perawatan lokasi wisata kepada para pedagang. Pengutipan dana ini juga kecil yaitu 5.000 per pedagang disetiap minggunya. Dana tersebut pun belum cukup untuk memenuhi kebutuhan pengelolaan wisata.

c. *Material* (Barang)

Material yang terdapat disana hanya berbentuk fasilitas seperti pondok, toilet dan mushalla.

d. *Machines* (Mesin)

Sedangkan mesin hanya listrik yang disediakan untuk beberapa kios dan keran di beberapa kamar mandi.

e. *Method* (Metode)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa pengelolaan pantai ini tidak memiliki metode secara khusus. Pengelolaan dilakukan hanya bertujuan agar jalannya wisata dan penghasilan yang tetap dengan jumlah yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat.

f. *Market* (Pasar)

Pantai Pasir Putih tidak pernah melalui tahap promosi dan publikasi secara langsung dari pengelolanya. Namun pengunjung yang

berpartisipatif untuk mempromosikan keindahan pantai ini secara tidak langsung melalui postingannya di media sosial.

Pengelolaan dapat dimulai dari pemeliharaan, pelayanan bahkan pengembangan. Pemeliharaan bisa mencakup dari merawat fasilitas yang ada di lokasi. Juga bisa dalam bentuk kebersihan dan kenyamanan lokasi tersebut. Semua tahap pengelolaan dilakukan bertujuan untuk mencapai sasaran dari industri tersebut.

Proses dalam mencapai sasaran, *manager* Pantai pasir Putih Lamreh mengikuti ketentuan yang sudah ditetapkan sejak awal didirikan sebagai lokasi wisata. Yaitu dengan penanggung jawab penuh lokasi wisata adalah seluruh masyarakat Lamreh, namun diwakili oleh Pak Keuchik. Secara keilmuan, Pak Keuchik dan masyarakat Lamreh tidak memiliki ilmu dalam managerial ini. Namun mereka hanya mengandalkan pengetahuan dan pengalaman untuk mengembangkannya. Mereka pun sering menggantikan pekerja seperti penjaga di pos tiket dan pekerja yang bantu membersihkan lokasi. Pergantian itu dilakukan bertujuan untuk menyamaratakan kesempatan kerja kepada masyarakat Lamreh. Karena sasaran yang ingin dicapai dari awal pembangunan lokasi wisata adalah mensejahterakan masyarakat lamreh. Oleh karena itu masyarakat berusaha untuk mengembangkannya.

Mengenai pengembangan suatu industri pariwisata, A. Yoeti menyatakan bahwa: “Ada tiga faktor yang dapat menentukan berhasilnya pengembangan pariwisata sebagai suatu industri, ketiga faktor tersebut diantaranya: tersedia objek atraksi wisata, adanya fasilitas aksesibilitas dan fasilitas seperti tempat

penginapan, restoran, hiduran, transportasi lokal yang memungkinkan wisatawan berpergian di tempat-tempat tersebut serta alat komunikasi.”<sup>97</sup>

Berdasarkan hasil penelitian di atas, Pantai Pasir Putih mampu memenuhi 3 faktor seperti pernyataan A. Yoeti. Faktor pertama mengenai atraksi wisata, Pantai ini menawarkan keindahan pantai yang bening dan bisa digunakan untuk berenang dan disediakan ban untuk membantu pengunjung yang tidak bisa berenang. Faktor kedua mengenai adanya fasilitas aksesibilitas, Wisata ini memiliki jarak yang sedikit jauh dari perkotaan, namun karena akses jalan yang bagus dan pemandangan yang indah sepanjang jalan mampu membuat wisatawan menikmati perjalanannya. Faktor yang ketiga mengenai fasilitas di lokasi, tempat ini menyediakan hiburan berupa jembatan cinta yang menjadi *spot* untuk berphoto dan memiliki pondok kios yang menjual makanan, minuman, peralatan bayi, minyak angin, beras dan sebagainya. Kios pedagang pun ada 70 buah yang mampu membendung keramaian pengunjung.

Keramaian pengunjung tidak dapat dibendung jika akhir pekan. Hal itu kerap kali membuat wisatawan harus memilih *spot* untuk bersantai dibawah pohon dengan berlandaskan tikar yang dibawa dari rumah masing-masing. Namun karena Pantai Pasir Putih memiliki lokasi yang luas, hal tersebut bisa juga menjadi pilihan yang bagus bagi wisatawan yang datang bersama dengan keluarga.

Lokasi wisata yang memiliki lokasi untuk lesehan memang sangat cocok untuk wisata keluarga. Apalagi bisa makan siang dengan keluarga yang

---

<sup>97</sup> Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Bandung: Angkasa, 1990), hal. 285.

diterpa sepoian angin laut, dan dengan panora pantai yang mempesona disiang hari. Biasanya fasilitas ini lebih diminati oleh wisatawan yang datang dengan keluarga besar ataupun sesama teman dengan jumlah yang ramai.

Fasilitas juga bagian dari pelayanan. Pelayanan memiliki dua macam, yaitu pelayanan langsung dan pelayanan tidak langsung. Pelayanan langsung dapat berbentuk tindakan atau tata krama dari yang memberi layanan. Sedangkan pelayanan tidak langsung dapat berbentuk ketersediannya fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen.

Ada pula 1 mushalla ukuran 6x6 yang berdinding beton dengan menggunakan pendanaan dari pemerintah. Mushallanya berlantai keramik dengan diting yang menutup hingga atap, hanya bagian pintu saja yang terbuka.

Disana juga ada 2 balai kayu yang dijadikan mushalla yang sudah ada sebelum ada bantuan renovasi dari pemerintah. Balai mushallanya sangat nyaman untuk tempat shalat. Hal tersebut karena ukuran yang lumayan luas dan dinding yang kurang dari satu meter membuat angin bisa masuk dari segala arah.

Selain itu, juga ada pondok-pondok kecil yang digunakan sebagai mushalla oleh para pedagang disana. Namun kondisinya sedikit memprihatinkan, karena terlihat hampir roboh ketika dinaiki bagi yang pondok tinggi dan seperti mau ambruk pula untuk yang pondok rendah. Namun hal tersebut masih juga menjadi pilihan pengunjung jika tempat yang

lain terlalu ramai. Hal tersebut bisa membantu meningkatkan peluang dalam bisnis kepariwisataan.

Kepariwisataan juga perlu diperharikan kualitas lingkungannya juga. Sebagaimana dikemukakan oleh Soemarwoto dalam bukunya: “Pariwisata adalah industri yang kelangsungan hidupnya sangat ditentukan oleh baik buruknya lingkungan. Tanpa lingkungan yang baik tidka mungkin pariwisata berkembang. Karena itu, pengembangan pariwisata haruslah memperharikan terjaganya mutu lingkungan, sebab dalam industri pariwisata lingkungan itulah yang sebenarnya dijual.”<sup>98</sup>

Pantai di lamreh ini selalu menjukkan ciri khas keramahan masyarakat Aceh. Hal tersebut terlihat dari awal pintu masuk sampai ke dalam dengan pelayanan secara langsung yang baik oleh para pekerja disana. Namun ada hal yang masih belum terbandung, yaitu ketertiban lokasi dari kawan-an binatang ternak yang berkeliaran disana. Kawan-an tersebut pun ada yang memakan makanan dan barang-barang milik pengunjung. Kebiasaan ternak berkeliaran juga menyisakan kotoran dimana-mana. Hal tersebut terlihat jorok sekali. selain kotoran juga ada sampah yang masih banyak berceceran dan ada pula yang ditumpuk cuma tidak terlihat rapi. Lingkungan yang bersampah bercampur kotoran terlihat kumuh sekali.

Lingkungan yang kumuh padahal sangat mengganggu dalam proses pemasaran. Namun untuk meningkatkan penjualan, pemasaran sangatlah penting. Pemasaran yang sering digunakan adalah promosi dan publikasi

---

<sup>98</sup> O. Soemarwoto, *Ekologi, Lingkungan dan Pembangunan*, (Jakarta: Djambatan, 2001), hal. 309.

dengan tujuan agar keberadaan suatu objek wisata dapat diketahui oleh wisatawan. Menurut Soekadijo: “promosi adalah penyesuaian antara produk pariwisata dengan permintaan pasar wisata, sedangkan publikasi adalah usaha menciptakan permintaan dan cara permintaan atau mempengaruhi permintaan dengan cara menonjolkan kesesuaian produk wisata dengan permintaan”.<sup>99</sup>

Realitanya, Maneger Pantai yang bernama asli Lhok-Mee ini tidak pernah melakukan promosi. Namun dalam hal promosi dan publikasi, pengelola Pantai Pasir Putih memiliki keuntungan karena partisipatif dari wisatawan dalam mempublikasi dan mempromosikan objek wisata ini. Meskipun tidak sengaja untuk mempublis dan promosi, aktivitas pengunjung yang mengunggah pesona pasir putih di media mampu menggugah para pelancong lainnya sehingga tingkat pemasaran meningkat.

Meskipun tidak melakukan promosi dan publikasi dengan baik, pengelola sangat menjaga strategi pemasaran. Yaitu harga tiket yang murah dan menjaga tata krama pengunjung yang datang berpasangan. Walaupun sederhana, hal tersebut juga memberikan dampak positif bagi pengunjung. Pengunjung pun merasa diuntungkan dengan strategi tersebut. Seperti yang tersebut dalam hasil penelitian diatas bahwa pengunjung merasa nyaman dengan menikmati lokasi wisata yang indah namun ekonomis.

Kenyamaan yang diberikan kepada pengunjung juga berupa pelayanan langsung yang dijaga dan pelayanan tidak langsung yang mulai ditingkatkan dengan bantuan Pemerintah Provinsi. Namun pembangunan fasilitas ini masih

---

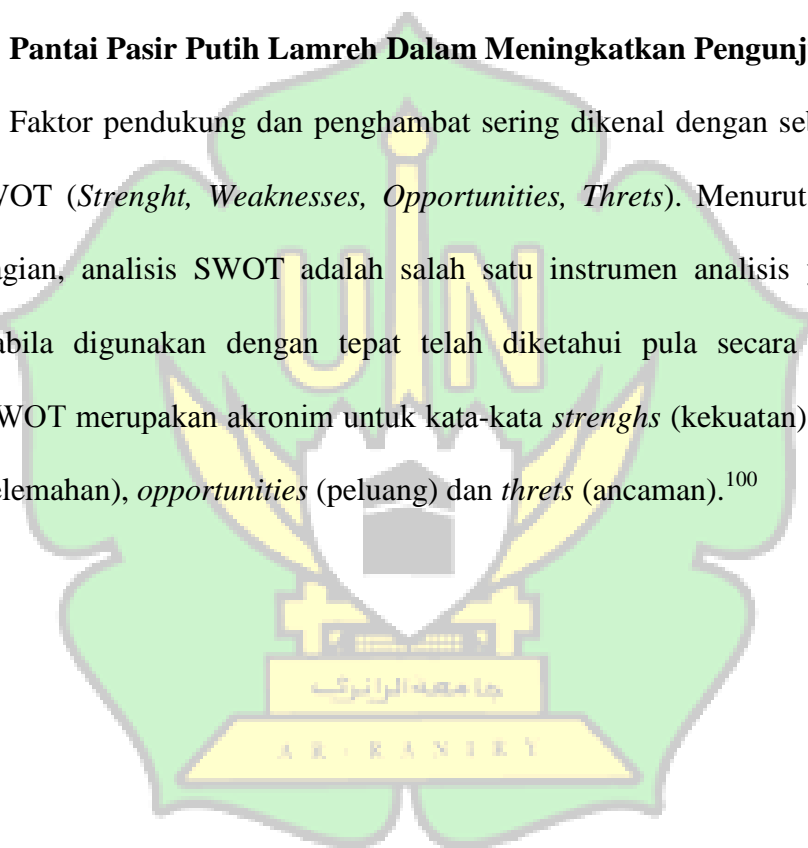
<sup>99</sup> R. G. Soekadijo, *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2000), hal. 240.



belum merata. Ketidak merataan ini kadang menjadi tanda tanya bagi pengunjung. Hal tersebut karena kondisi tempat bersantai dan berteduh yang disediakan disana ada yang terlihat seperti pondok dilokasi wisata, ada pula yang hanya bangku atau pondok kecil lusuh.

## **2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Yang Dirasakan Oleh Pengelola Pantai Pasir Putih Lamreh Dalam Meningkatkan Pengunjung.**

Faktor pendukung dan penghambat sering dikenal dengan sebutan analisis SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunities, Threts*). Menurut Sondang P. Siagian, analisis SWOT adalah salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa “SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threts* (ancaman).<sup>100</sup>



---

<sup>100</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hal. 172.

Pemetaan analisis SWOT di Pantai Pasir Putih seperti pada bagan di bawah ini:



a. Kekuatan (*Strengths*)

Secara internal, Objek Wisata Pantai Pasir Putih memiliki kekuatan pada visualnya. Pantai ini memiliki daya tarik dari pantai yang jernih dengan air berwarna toska. Disana terdapat tumpukan bebatuan yang membatasi laut dalam dengan pesisir pantai, *spot* ini sangat cocok untuk pengunjung yang gemar memancing. Terumbu karang di laut pun sangat indah, adakala wisatawan datang untuk *snokerling* disana. Di pesisir pantai pun terdapat pasir

berwarna putih. Di sepanjang pantai pun ditumbuhi pohon geureumbang yang tidak ada dilokasi lain selain.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa pembangunan yang dilakukan seperti jembatan cinta, toilet yang layak dan tempat untuk beristirahat yang layak di beberapa sisi menambah minat pengunjung untuk berwisata di Pantai Pasir Putih. Selain itu, tiket masuk yang murah juga mampu mempertahankan pengunjung untuk tetap kembali ke Pantai yang di Lamreh Ini.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Menurut hasil penelitian diatas, kita dapat melihat kurangnya partisipasi pekerja dalam meningkatkan pelayanan tidak langsung seperti pemeliharaan fasilitas dan pengadaan fasilitas seperti perlengkapan *snokerling*. Selain itu, manajer yang bertugas tidak memahami dengan baik sistematika pengelolaan wisata. Pengelolaan hanya dilakukan sekedar jalannya objek wisata tanpa memikirkan tata cara untuk selalu *update* dalam bisnis pariwisata ini. Bahkan, pengelola tidak dengan sepenuh hati mengelolanya karena ketidak tertarikannya terhadap objek wisata, yang menurutnya hanya menghadang rahmat Allah SWT.

Tidak hanya manajer, namun struktur pengelola nya juga tidak ada. Sehingga kegiatan selalu dilakukan secara gotong royong dengan masyarakat tanpa ada penanggung jawab yang jelas.

c. Peluang (*Opportunities*)

Pesona Pantai Pasir Putih bisa menggugah siapa saja yang melihatnya. Hal tersebut bisa membawa keuntungan yang besar. Keuntungan tersebut berupa peluang datangnya pengunjung lebih banyak lagi. Apalagi ketika zaman media sosial sudah memiliki peran di kehidupan masyarakat, promosi dari pengunjung semakin menjadi-jadi. Mereka mulai memposting foto tentang Pantai Pasir Putih. itu bisa berbentuk promosi serta publikasi secara tidak langsung.

Promosi dan publikasi juga cocok dilakukan disepanjang jalan menuju ke Pantai pasir Putih. Hal tersebut karena pemandangan yang indah tersajikan disepanjang jalannya yang juga mendukung walau harus melewati waktu yang lama untuk sampai ke lokasi. Akses jalannya pun luas dan bisa dilewati oleh bus dan truk.

Berdasarkan hasil dari penelitian diatas, dapat dikethui bahwa dengan adanya bantuan pemerintah dalam pembangunan, lokasi wisata ini menjadi lebih diminati karena ada jembatan yang menjadi *spot* berselfi baru dan tempat untuk bersantai yang lebih layak dibeberapa tempat.

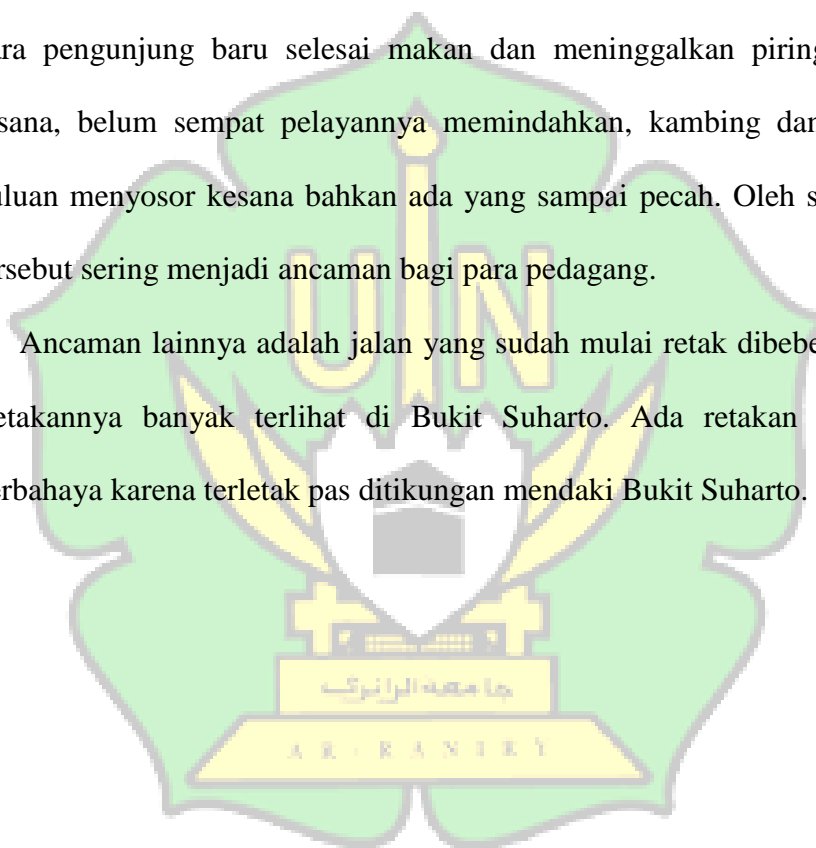
d. Ancaman (*Threts*)

Pantai di lamreh yang memiliki potensi besar untuk menarik minat wisatawan juga memiliki hal yang mampu menurunkan tingkat pengunjung. Hal tersebut adalah kambing-kambing dan sapi-sapi disini sering sekali berkeliaran dilokasi wisata. Kawanan ternak yang berkeliaran itu pun sering mendatangi barang-barang pengunjung dan memakannya. Hal tersebut

membuat para pengunjung tidak nyaman dan bisa saja untuk tidak akan memilih lokasi Pantai Pasir Putih sebagai objek wisata yang ingin ditujunya lagi. Berdasarkan hasil penelitian diatas, persoalan hewan ternak ini menjadi persoalan yang paling banyak dikeluhkan oleh masyarakat.

Persoalan ini juga menjadi problematika bagi pengunjung. Terkadang saat para pengunjung baru selesai makan dan meninggalkan piring atau gelas disana, belum sempat pelayannya memindahkan, kambing dan sapi sudah duluan menyosor kesana bahkan ada yang sampai pecah. Oleh sebab itu, hal tersebut sering menjadi ancaman bagi para pedagang.

Ancaman lainnya adalah jalan yang sudah mulai retak di beberapa bagian. Retakannya banyak terlihat di Bukit Suharto. Ada retakan yang sangat berbahaya karena terletak pas ditikungan mendaki Bukit Suharto.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

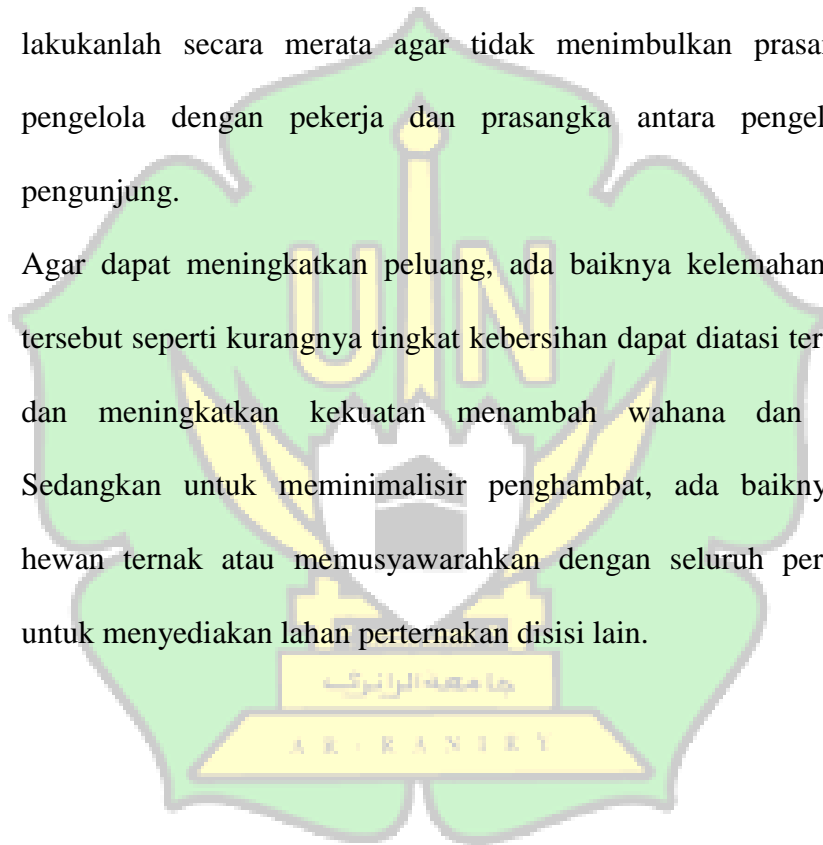
#### A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Upaya yang dilakukan oleh pengelola dalam meningkatkan pengunjung di Pantai pasir Putih Lamreh dengan strategi pemasaran dan pelayanannya. Strategi pemasaran yang dijaga pengelola, yaitu; harga tiket masuk yang murah dan menertibkan tatakrama pengunjung yang datang berpasangan. Sedangkan dibagian pelayanan, pengelola bekerja sama dengan pedagang agar memberikan pelayanan yang baik secara langsung dan mulai meningkat pelayan secara tidak langsung seperti fasilitas.
2. Faktor pendukung yang dirasakan oleh pengelola dalam meningkatkan pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh secara internal adalah visual pantai yang mampu menarik minat pengunjung secara alami dan secara eksternal adalah zaman modern yang dimana masyarakat sangat aktif dengan media sosialnya. Sedangkan faktor penghambat secara internal adalah susahny melakukan pembangunan juga renovasi karena kurangnya pendanaan serta kurang pula partisipasi dari sesama pekerja dan secara eksternal adalah banyaknya hewan ternak yang berkeliaran di lokasi wisata dan hal sangat merugikan pekerja serta membuat para pengunjung tidak nyaman.

## B. Saran

1. Hendaknya pengelola bekerja sama dengan pekerja di Pantai Pasir Putih untuk mengingatkan tata krama di tempat umum kepada pengunjung yang datang berpasangan dengan lebih sopan, karena hal tersebut dapat menarik minat pengunjung. Dan sebaiknya ketika melakukan pembangunan, lakukanlah secara merata agar tidak menimbulkan prasangka antara pengelola dengan pekerja dan prasangka antara pengelola dengan pengunjung.
2. Agar dapat meningkatkan peluang, ada baiknya kelemahan dari lokasi tersebut seperti kurangnya tingkat kebersihan dapat diatasi terlebih dahulu dan meningkatkan kekuatan menambah wahana dan sebagainya. Sedangkan untuk meminimalisir penghambat, ada baiknya mengikat hewan ternak atau memusyawarahkan dengan seluruh perangkat desa untuk menyediakan lahan perternakan disisi lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahsanul Waro, Muhammad. 2018. Skripsi: *Manajemen Daya Tarik Wisata Religi dalam Meningkatkan Wisatawan di Makam Syekh Jumadil Kubro Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah.
- Arikunto, Sukarsimi. 1983. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bina Aksara.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Aneka Cipta.
- Ari Setyaningrum dkk. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- A. S., Moenir. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- A. Yoeti, Oka. 1990. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- \_\_\_\_\_. 1996. *Pengantar Ilmu pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Bagus Arjana, I Gusti. 2016. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Edisi I, Cetakan 2, Jakarta: Rajawali Pers.
- Budi Indarto, Setya. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chandra, Gregorius. 2005. *Strategi & Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dr. Sudaryono. 2015. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Darsoprsjitno, Soewarno. *Ekologi Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- R. Terry, George dkk. 1992. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hadi, Sutrisno. 1984. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi.
- Halim, Abdul. 2001. *Manajemen keuangan Daerah*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.



- Harianto, Juan Peiter. 20018. *Analisa Pengelolaan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Candi Borobudur*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Hasibuan. 2005. *Dasar-dasar manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ichyudin, Zuhad. 1995. *Manajemen/ Gibson-Donnelly-Ivancevich*. ed. 9, jil. 1, Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 1997. *Manajemen*. ed. 9, jil. 1, Jakarta: Erlangga.
- Karlina, Ayu. 2019. Skripsi: *Strategi pengembangan potensi wisata alam di Kabupaten Aceh Jaya*. prodi Ilmu Administrasi Negara di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintah di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Qodratillah, Meity Taqdir, dkk. 2011. *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Rosda Karya.
- Natsir, Moh. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta, Ghalis Indonesia.
- Pahlawan Kayo, RB. Khatib. 2007. *Manajemen Dakwah*. Jakarta : Amzah.
- Pendit, Nyoman. 1999. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Akademi Pariwisata Trasakti.
- Prof. Dr. A. E. Ted Wali. 2009. *Manajemen Perguruan Tinggi: Beberapa Catatan*. Jakarta: Kencana.
- Rahmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: RosdaKarya.
- Rianto, M. Nur. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung: Alfabeta.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sagala, Syaiful. 2010. *Supervisi Pembelajaran dalam Profesi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Salah Wahab. 2003. *Industri Pariwisata dan peluang Kesempatan Kerja*. Jakarta: PT. Pertja Jakarta.
- Salim, Emil. 1981. *Lingkungan Hidup dan Pembangunan*. Jakarta: Mutiara Sumber Jaya.

Sarban, Bob. 2008. *Philip Kotler Kevin Lane Keller Manajemen Pemasaran*. ed. 13, jil. I, Jakarta: Erlangga.

P. Siagian, Sondang. 2000. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.

Soemarwoto, O. 2001. *Ekologi, Lingkungan dan Pembangunan*. Jakarta: Djambatan.

Suhandang, Kustadi. 2013. *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*. Cet. I ; Bandung: PT, Remaja Rosdakarya.

Suwandi, Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

#### **Daftar Web**

[http://repository.upi.edu/21523/5/S\\_MRL\\_0901658\\_Chapter2.pdf](http://repository.upi.edu/21523/5/S_MRL_0901658_Chapter2.pdf).

<https://backpackerjakarta.com/uniknya-pantai-pasir-putih-lhok-mee-aceh-besar/>

[https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen\\_dir/93d524bfc0a07053f57c93cb9c8a5ea7.pdf](https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen_dir/93d524bfc0a07053f57c93cb9c8a5ea7.pdf)



## DOKUMENTASI

### 1. Jalan Masuk pantai Pasir Putih



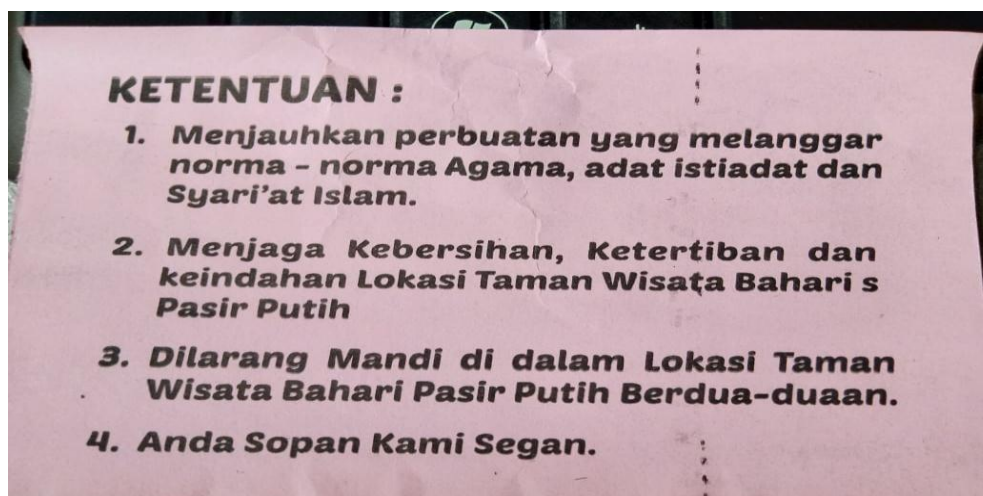
### 2. Pos Tiket



### 3. Gerbang Masuk Pantai



### 4. Contoh Tiket



## 5. Lokasi Wiata Pantai Pasir Putih





## 6. Pondok untuk pengunjung





**7. Sumur di kamar mandi berdinding kain**



## 8. Kamar Mandi







9. **Mushalla**



10. Jembatan Cinta



## 11. Proses Wawancara



*Wawancara dengan Buk Atiah dan Buk Nurhayati*



*Wawancara dengan Pak Muniamin (Pengelola Pantai Pasir Putih)*



*Wawancara dengan Buk Darmawati*



*Wawancara dengan Almina*



*Wawancara dengan Husna Wati, Fatmawati dan Shalehah*



## PEDOMAN WAWANCARA

### KONSEP MANAJEMEN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG DI PANTAI PASIR PUTIH LAMREH

#### A. Pendiri Objek Wisata Pantai Pasir Putih

1. Kapan Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh didirikan?
2. Bagaimana asal mula didirikannya Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?
3. Apa konsep dan tujuan awal mendirikan Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?
4. Apakah ada bentuk partisipasi Pemerintah Aceh Besar dalam peningkatan Pariwisata di Aceh Besar di Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?
5. Apakah ada penerapan wisata religi di wisata taman religi?
6. Apasaja faktor penghambat dan pendukung dalam mendirikan Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?

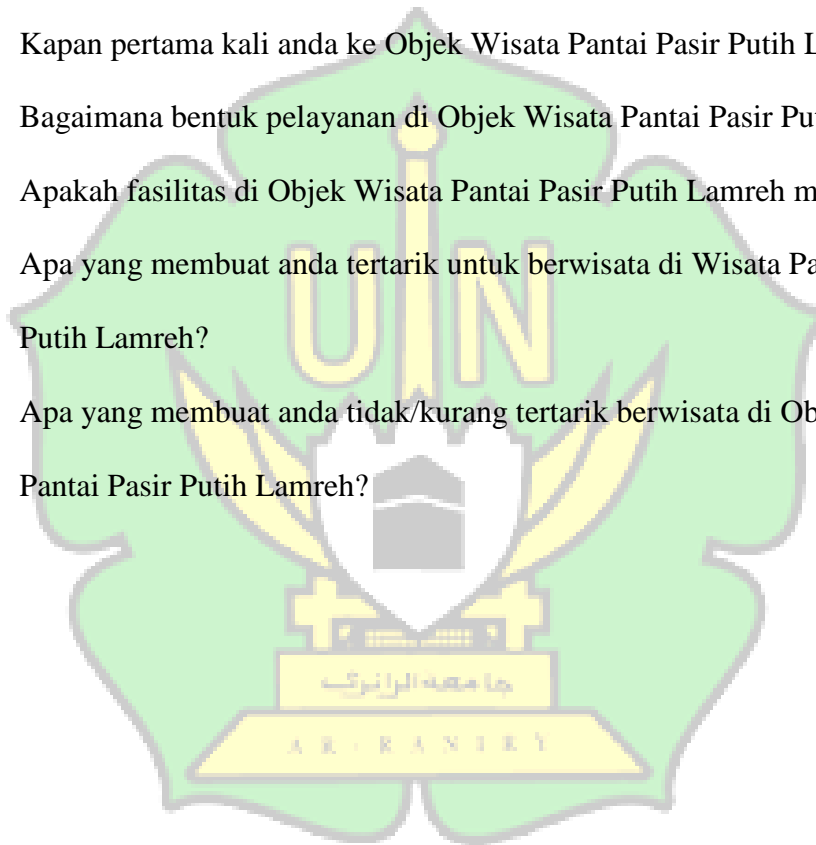
#### B. Pengelola

1. Bagaimana proses pengelolaan Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?
2. Bagaimana bentuk manajerial dalam pengelolaan Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?
3. Apa saja bentuk fasilitas atau pelayanan tidak langsung yang terdapat di Pantai Pasir Putih?
4. Bagaimana konsep pengelolaan Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh dalam meningkatkan pengunjung?

5. Bagaimana konsep pemasaran Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh dalam meningkatkan pengunjung?
6. Apasaja faktor penghambat dan pendukung dalam mengelola Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?

### **C. Pengunjung**

1. Kapan pertama kali anda ke Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?
2. Bagaimana bentuk pelayanan di Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?
3. Apakah fasilitas di Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh memadai?
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk berwisata di Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?
5. Apa yang membuat anda tidak/kurang tertarik berwisata di Objek Wisata Pantai Pasir Putih Lamreh?



## PEDOMAN OBSERVASI

### KONSEP MANAJEMEN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG DI PANTAI PASIR PUTIH LAMREH

Pengamatan	Variable	Indikator
Pelayanan langsung	<ul style="list-style-type: none"><li>- Manajer</li><li>- Pekerja</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Manajerial</li><li>- Sopan</li><li>- Bersahabat</li></ul>
Pelayanan tidak langsung	<ul style="list-style-type: none"><li>- Wahana</li><li>- Fasilitas (Kamar Mandi, Toilet, Mushalla, tempat berteduh, parkir, makanan, minuman dll)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Jumlah wahana permainan</li><li>- Bentuk wahana</li><li>- Jumlah kamar mandi dan toilet</li><li>- Kenyamanan kamar mandi dan toilet</li><li>- Bentuk, kenyamanan, dan letak mushalla</li><li>- Jumlah dan kenyamanan tempat berteduh</li><li>- Luas, kenyamanan dan kelayakan fasilitas parkir</li><li>- Tersedia makanan dan</li></ul>



		minuman
Tiket	- harga tiket	- Jumlah tiket yang ada - harga tiket masuk - harga tiket wahana - harga penyewaan barang atau tempat



## **PEDOMAN DOKUMENTASI**

### **KONSEP MANAJEMEN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG DI PANTAI PASIR PUTIH LAMREH**

#### **A. Dokumen Arsip**

##### **1. Data Kelembagaan**

- a. Sejarah pendirian Objek wisata pantai pasir putih lamreh
- b. Data statistik
- c. Struktur manajerial

##### **2. Data Fasilitas**

- a. Wahana bermain
- b. Fasilitas yang disediakan



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B.1546/Un.08/FDK/Kp.00.4/06/2020

Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Semester Genap Tahun Akademik 2019/2020

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry;  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2020, Tanggal 12 November 2019.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa.
- Pertama** : Menunjuk Sdr. 1). Dr. Jailani, M.Si. (Sebagai Pembimbing Utama)  
2). Muzakkir Zabir, S.Sos.I., MA (Sebagai Pembimbing Kedua)
- Untuk membimbing Skripsi:  
Nama : Nida Mumtiaz  
NIM/Jurusan : 160403009/Manajemen Dakwah (MD)  
Judul : Konsep Manajemen Pariwisata dalam Meningkatkan Pengunjung di Pantai Pasir Putih Kabupaten Aceh Besar
- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2020;
- Keempat** : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
- Kutipan** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Banda Aceh

Pada Tanggal: 09 Juni 2020 M

17 Syawaal 1441 H

an. Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dekan,



**Tembusan:**

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry;
3. Pembimbing Skripsi;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip.

**Keterangan:**

SK berlaku sampai dengan tanggal: 09 Juni 2021 M



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.2109/Un.08/FDK.I/PP.00.9/08/2020  
Lamp : -  
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

1. Keuchik Lamreh
2. Pengelola Objek Wisata Pasir Putih

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **Nida Mumtia / 160403009**  
Semester/Jurusan : VIII / Manajemen Dakwah  
Alamat sekarang : Kajhu

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Konsep Manajemen Pariwisata dalam Meningkatkan Pengunjung di Pantai Pasir Putih Lamreh**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 14 Agustus 2020

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 31 Desember  
2020

Drs. Yusri, M.L.I.S.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nida Mumtia  
Tempat/Tanggal Lahir : Kutablang, 30 April 1998  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Mahasiswi  
Alamat : Kajhu, kec. Baitussalam, kab. Aceh Besar  
No Hp. : 085206501037

Dengan ini menyatakan bahwa telah melakukan penelitian di Objek Wisata Pantai Pasir Putih – Lhok Mee Desa Lamreh Kecamatan Masjid Raya Kabupaten Aceh Besar.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, atas perhatian bapak/ibu saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya:



Nida Mumtia

Nim: 160403009

Mengetahui,

Pengelola Pantai



Muniamin

Keuchik Lamreh

