

STRATEGI PROMOSI POTENSI PARIWISATA DI KABUPATEN SINJAI

Oleh:

Muhlis Hajar Adiputra
(Dosen STISIP Muhammadiyah Sinjai)

Abstrak

Tipe penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data yakni data primer melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan yang digunakan yakni pegawai dalam lingkup Kantor Kebudayaan dan Pariwisata, masyarakat serta Informan lain yang mengetahui terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis interaktif dengan cara Reduksi data dan Penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian memberikan kesimpulan bahwa strategi promosi penawaran pariwisata melalui periklanan, promosi penjualan dan pemasaran langsung sangat perlu untuk dilakukan. Orang akan lebih tertarik pada sebuah tempat wisata apabila melihat promo wisata tersebut lewat televisi/iklan daripada lewat brosur ataupun surat kabar. Adapun jenis periklanan yang telah dilakukan adalah melalui media cetak, media elektronik. Strategi penawaran pariwisata melalui promosi penjualan dengan pemberian diskon dalam kegiatan lingkup secara global mutlak diberikan. Upaya promosi pariwisata melalui penjualan telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melalui brosur, leaflet, majalah, dan media elektronik. Begitupun strategi penawaran pariwisata melalui pemasaran langsung. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah melakukan promosi media seperti yang telah dilaksanakan, adapun aksesnya bisa dilihat melalui internet melalui link www.sinjai.go.id dan tourismsinjai.go.id.

Kendala-kendala promosi seperti sumber daya manusia akan penguasaan bahasa asing sangat perlu dimiliki petugas/pegawai Dinas Pariwisata. Mengingat kunjungan wisatawan yang membutuhkan *guide* (pemandu wisata). Sarana dan prasarana juga dapat mempengaruhi dalam melakukan promosi penawaran pariwisata. Sarana dan infrastruktur menjadi daya tarik untuk mempromosikan wisata sinjai dalam orientasi global. Mengenai sarana dan prasarana yang dimiliki Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sudah mendukung namun perlu ditingkatkan mengingat adanya destinasi wisata yang direvitalisasi. Sedangkan latar belakang pendidikan pegawai yang tidak berasal dari bidang pariwisata tidak begitu mempengaruhi akan tetapi tergantung dari semangat dan kemampuannya dalam mempromosikan pariwisata. Mengenai latar belakang pendidikan yang dimiliki Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terdiri dari sarjana pariwisata sekitar 4 (empat) orang dan yang lainnya terdiri dari spesifikasi ilmu sosial, ekonomi dan pemerintahan. Tapi semua latar belakang pendidikan yang dimiliki pada akhirnya bersinergi bersama-sama membangun pariwisata di Kabupaten Sinjai

Kata kunci : *Strategi, Promosi, Potensi Pariwisata*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu industri strategis jika ditinjau dari segi pengembangan ekonomi dan sosial budaya karena kepariwisataan mendorong terciptanya lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan kualitas masyarakat dan dapat menambah rasa cinta tanah air terhadap nilai-nilai budaya bangsa sekaligus sebagai instrumen untuk melestarikan

lingkungan. Pariwisata juga sangat berperan dalam pembangunan nasional sebagai penghasil devisa, meratakan dan meningkatkan kesempatan kerja serta pendapatan masyarakat. Pajak pembangunan yang diperoleh dari sektor kepariwisataan telah terbukti menjadi tumpuan utama dalam pendapatan asli daerah (PAD).

Hal ini mendorong untuk membuka kawasan pariwisata agar dapat meningkatkan pendapatan asli daerah. Mengingat pembangunan pada hake-

katnya adalah pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan kesejahteraan, maka pembangunan pariwisata merupakan salah satu usaha untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Pada Kabupaten Sinjai memiliki berbagai ragam sumber daya alam dan budaya sebagai objek dan daya tarik wisata yang tersebar di beberapa kecamatan. Obyek wisata yang ada pun bervariasi jenisnya, yaitu berupa obyek wisata alam, budaya, bahari, dan wisata boga. Wisata budaya diantaranya adalah benteng balangnipa, situs peninggalan sejarah Batu Pake Gojeng, Rumah Adat dan Budaya Karampuang. Wisata alam diantaranya adalah hutan bakau (*mangrove*) tongke-tongke, air terjun dan kolam permandian baruttung, air terjun kembar dan air terjun lanta dan masih banyak yang lain. Wisata bahari diantaranya adalah kepulauan sembilan dan ujung kupang sedangkan wisata boga yaitu wisata TPI Lappa.

Kawasan pariwisata di Kabupaten Sinjai perlu untuk dilestarikan dan dikembangkan, karena kawasan wisata tersebut belum terlalu berkembang dan belum terlalu banyak dikenal di luar wilayah Kabupaten Sinjai. Dari sisi permintaan untuk wisata budaya dari tahun ke tahun wisatawan yang berkunjung cenderung menurun yang tentunya akan menyebabkan pendapatan yang juga menurun. Keadaan tersebut apabila tidak segera mendapat perhatian dalam pengelolaan dan pengembangannya maka dikhawatirkan potensi wisata budaya ini akan stagnan bahkan akan cenderung memudar karena menurunnya jumlah wisatawan.

Oleh sebab itu pengembangan kawasan wisata perlu dilakukan melalui usaha penawaran yang efektif dan efisien. Pemerintah terkait dalam hal ini kantor kebudayaan dan pariwisata

kabupaten sinjai membutuhkan strategi untuk menarik peminat mengenai objek wisata yang dimiliki, maka diperlukan suatu strategi penawaran kepariwisataan agar lebih dikenal dan lebih banyak diminati bukan hanya dari daerah tapi juga dari luar daerah.

Kegiatan penawaran melalui promosi pariwisata Kabupaten Sinjai yang dilakukan selama ini masih kurang tersebar dan belum menjangkau langsung pangsa pasar potensial yang berada di luar areal kabupaten sinjai. Dengan potensi pariwisata yang sangat menjanjikan, sudah sepantasnya Kabupaten Sinjai dapat menjadi pilihan destinasi wisata favorit bagi wisatawan domestik dan luar negeri sehingga Kabupaten Sinjai dapat lebih dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

Dalam rangka mengembangkan kawasan menjadi daerah tujuan wisata yang menarik, perlu disusun suatu rencana yang menyeluruh. Dalam hal ini, pemerintah Kabupaten Sinjai melalui Kantor Kebudayaan Pariwisata sebagai pihak yang mempunyai tanggung jawab dalam melakukan penawaran wisata sehingga harus mampu menjadikan objek wisata menjadi semakin bagus dan mampu bersaing agar semakin banyak wisatawan yang datang berkunjung ke objek wisata di kabupaten sinjai.

Berdasarkan latar belakang di atas maka ditentukan rumusan masalah pada penelitian ini yakni bagaimana strategi promosi penawaran pariwisata di Kabupaten Sinjai?. Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi penawaran pariwisata di Kabupaten Sinjai. Sehingga penelitian ini akan bermanfaat sebagai sumbangan pengembangan

ilmu administrasi negara khususnya mengenai kajian tentang promosi penawaran pariwisata, memberikan masukan kepada instansi bahwa promosi penawaran pariwisata sangat penting dalam meningkatkan pariwisata. selain itu penelitian ini akan bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran bagi instansi/kantor karena sebagai indikator agar instansi dan pariwisata lebih maju dan meningkatkan mutu kerja dalam strategi promosi penawaran pariwisata di Kabupaten Sinjai.

TINJAUAN PUSTAKA

Potensi Wisata Kabupaten sinjai

Pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Sinjai diarahkan kepada pemanfaatan objek wisata dan daya tarik wisata dalam bentuk kekayaan alam, flora dan fauna, seni budaya lokal (tradisional) dan situs-situs peninggalan sejarah kepurbakalaan. Diakses dari internet situs resmi Pemerintahan Kabupaten Sinjai, bahwa potensi wisata Sinjai tidak kalah menariknya dengan objek wisata yang ada di tempat lain di Indonesia seperti wisata budaya, wisata alam, wisata bahari dan wisata boga:

1. Wisata Budaya

- a. Benteng Balangnipa. Benteng ini terletak di kelurahan Balangnipa Kecamatan Sinjai Utara kurang lebih ± 1 km dari pusat kota yang bangun pada tahun 1557 oleh persekutuan tiga kerajaan yaitu Tondong, Bulu-bulu dan Lamatti yang dikenal dengan nama kerajaan Tellu Limpoe. Benteng ini pada awal pembangunannya hanya terbuat dari batu gunung yang diikat dengan lumpur dari sungai tangka. Tahun 1859 Benteng Balangnipa direbut oleh Belanda melalui

perang Manggarabombang. Tahun 1864 Benteng Balangnipa direnovasi oleh Belanda dengan menggunakan sentuhan arsitektur Eropa dan selesai pada tahun 1868 (dengan bentuk seperti sekarang).

- b. Batu Peke Gojeng. Batu Pake berarti batu yang di pahat sedangkan Gojeng adalah nama tempat lokasi atau lokasi di mana batu pahat tersebut ditemukan. Di bawah batu pahat tersebut terdapat kuburan batu, sehingga masyarakat setempat lebih mengenal lokasi tersebut sebagai kuburan batu. Tahun 1982 dilakukan penggalian penyelamatan di kawasan Batu Pake Gojeng dan ditemukan berbagai benda cagar budaya seperti keramik dan pecahannya yang diperkirakan berasal dari zaman dinasti Ming, fosil kayu dan peti mayat.
- c. Rumah Adat dan Budaya Karampuang yang terletak di Desa Tompobulu Kec. Bulupoddo yang terletak ± 31 km dari pusat Kota Sinjai. Karampuang merupakan asimilasi dari nama tempat dimana digambarkan sebagai pertemuan antara *Karaeng* dan *Puang* sehingga tempat tersebut kemudian diberinama karaeng puang.

2. Wisata Alam

- a. Hutan Mangrove Tongke-tongke. Hutan bakau ini terletak didesa Tongke-tongke Kecamatan Sinjai Timur sekitar ± 7 Km Dari pusat Kota Sinjai dan dijuluki sebagai laboratorium Bakau Sulawesi Selatan. Pengembangan hutan bakau ini berlokasi pada pesisir sebelah timur kota sinjai dengan luas kurang lebih 786 Ha.

- b. Air Terjun dan kolam permandian Baruttung, terletak di Kel. Sangiasseri Kec. Sinjai Selatan berjarak ± 25 km dari pusat Kota Sinjai. Objek wisata tersebut memiliki panorama alam yang amat indah dengan kesejukan perbukitan.
 - c. Air Terjun Kembar, terletak di Desa Barambang dan Batu Belerang Kec. Sinjai Borong sekitar ± 40 km dari Pusat Kota Sinjai. Disebut air terjun kembar, dikarenakan terdapatnya dua air terjun yang berdampingan dengan jarak keduanya hanya sekitar 60 meter, dengan ketinggian masing-masing air terjun sekitar 40 dan 45 m.
 - d. Air terjun Barania dan panorama alam kawasan ini terletak di Desa Barania Kec. Sinjai Barat pada jalur lintas Sinjai Malino (Kab. Gowa).selain itu kawasan Kec. Sinjai barat yang memiliki keindahan alam pegunungan, yang letaknya berada di kaki gunung bawakaraeng dengan ketinggian ± 750 meter dari permukaan laut. Disamping air terjun barania, kec sinjai barat yang terkenal dengan daerah pengembangan holtikultura memiliki banyak potensi wisata lainnya yang tak kalah menariknya, seperti perkebunan, pengolahan markisa segar, tanaman sayuran dan kopi arabika.
 - e. Air terjun Lanta'e Terletak di desa palangka Kec. Sinjai Selatan, kira-kira 25 km dari pusat kota sinjai atau ± 7 km dari ibu kota kec. Sinjai selatan. Air terjun lanta'e mempunyai ketinggian sekitar 40 m. Dan disebut air terjun lanta'e karena kondisi jatuhnya air melalui medan yang bertangga (dua anak tangga).
 - f. Permandian Air Panas panggo, berada di desa kaloling kec. Sinjai timur ± 8 km dari pusat kota kawasan air panas panggo memiliki temperatur ± 65 derajat celcius. Objek wisata ini sangat potensi untuk dikembangkan, karena selain memiliki areal pengembangan yang cukup luas (± 2 Ha) juga didukung dengan adanya aliran sungai besar yang airnya cukup jernih.
 - g. Air Panas Tondong Berada di desa kampala kec. Sinjai timur ± 9 km dari pusat kota. Air panas tondong mempunyai tempratur 55 derajat celcius. Sejak dahulu kala tempat ini banyak dikunjungi baik oleh masyarakat (wisatawan lokal) maupun domestik. Mandi dengan menggunakan sumber air panas tondong dapat menyembuhkan berbagai penyakit terutama penyakit kulit dan gatal-gatal.
 - h. Gua Hara-hara, Gua ini berada dikawasan adat karampuang sekitar Kec. Bulopoddo, lebih kurang 31 km dari pusat kota sinjai. Keunikan gua ini terdapat berbagai gambar, tulisan yang digores di atas batu yang merupakan objek peninggalan pra sejarah yang ada di kabupaten sinjai.
3. Wisata Bahari
- a. Kepulauan Sembilan, terletak sekitar ± 3 Mil dari pusat kota, berada di teluk Bone. objek wisata ini dapat ditempuh sekitar ± 15 hingga 20 menit perjalanan laut dengan menggunakan perahu motor. Pulau sembilan merupakan deretan pulau yang sangat indah, karena jumlahnya sembilan. Disamping itu, kawasan gugusan pulau-pulau sembilan yang didukung oleh arus gelombang yang amat

kecil dan tenang, bahkan hampir tidak di jumpai ombak yang besar.

b. Ujung Kupang

Terletak di desa sanjai kec. Sinjai Timur sekitar 15 km dari pusat kota. Ujung kupang merupakan salah satu objek wisata yang berpantai pasir putih selain yang ada dapat jumpai di gugusan pulau sembilan.

4. Wisata Boga TPI Lappa

Wisata ini terletak di Kelurahan Lappa Kec. Sinjai Utara sekitar $\pm$ 4 km dari ibu Kota Sinjai. Dalam kawasan TPI Lappa kita dapat menyaksikan kesibukan para nelayan mendaratkan ikan hasil tangkapannya di tempat ini. Selain itu kita dapat menikmati ikan segar, kita dapat menikmati suguhan minuman khas sinjai, yakni Irex Sinjai. Di tempat ini pula kita dapat menyeberang ke kawasan gugusan pulau sembilan yang berjarak 3 mil laut dengan menggunakan perahu boot yang telah disiapkan oleh para penyewa kapal.

Strategi Penawaran Pariwisata

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025, menyebutkan bahwa Pemasaran Pariwisata adalah serangkaian proses untuk menciptakan, menkomunikasikan, menyampaikan Produk Wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingannya. Penawaran terdapat banyak ragam produk dan juga jasa wisata yang di tawarkan yaitu semua produk yang diperuntukkan bagi atau dikonsumsi oleh seseorang selama melakukan kegiatan wisata (Freye, 1993:218 dalam Damanik, 2006:14).

Penawaran wisata merupakan produk yang diberikan kepada wisatawan untuk dapat dinikmati. Selanjutnya dijelaskan oleh Mc Itosh (dalam Aris Suprpto, 2005:43), bahwa aspek produk wisata dapat digolongkan kedalam empat kategori yaitu:

1. Sumber daya alam, yang terdiri dari: udara, iklim, pegunungan, lembah, flora dan fauna, mata air, pantai, pemandangan alam.
2. Infrastruktur, yang terdiri dari: sistem instalasi air bersih, sistem pembuangan air limbah, jalur gas, sistem listrik dan telekomunikasi, sistem drainase. Fasilitas lainnya yang mencakup jalan raya, pelabuhan udara, kereta api, jalan, tempat parkir, taman, lampu jalan, pelabuhan laut, stasiun bis dan kereta api, hotel, motel, restoran, pusat perbelanjaan, museum, tempat hiburan, pertokoan.
3. Transportasi yang terdiri dari pesawat terbang, kapal laut, kereta api, bis, taksi, trem.
4. Sumber daya kebudayaan dan keramahtamahan.

Menurut Salah Wahab (dalam Aris Suprpto, 2005: 43), penawaran pariwisata ditandai oleh tiga ciri khas utama:

1. Merupakan penawaran jasa-jasa. Dengan demikian apa yang ditawarkan itu tidak mungkin ditimbun dan harus dimanfaatkan dimana produk itu berada.
2. Yang ditawarkan itu sifatnya kaku dalam arti bahwa dalam usaha pengadaanya untuk keperluan wisata, sulit sekali untuk mengubah sasaran penggunaanya diluar pariwisata.
3. Karena pariwisata belum menjadi kebutuhan pokok manusia, maka penawaran pariwisata harus bersaing ketat dengan penawaran barang-barang dan jasa-jasa yang lain.

Menurut Pearce (dalam Suprpto, 2005: 43), elemen penawaran wisata dapat di kelompokkan ke dalam:

1. Atraksi, yang terdiri dari: alam (pemandangan, flora dan fauna, iklim, cagar alam); buatan manusia (tempat ibadah, monumen, bangunan peninggalan bersejarah, museum); budaya (musik, bahasa, nyanyian rakyat, tarian, upacara adat, perayaan tradisional).
2. Akomodasi yang terdiri dari: hotel, motel.
3. Fasilitas pendukung, yang terdiri dari: pelayanan pendukung (pusat perbelanjaan, toko suvenir); fasilitas lainnya (apotik, restoran, bank, rumah sakit).
4. Prasarana, yang terdiri dari: rute angkutan, moda angkutan secara lebih spesifik dan operasional dikemukakan oleh Gunn (1994: 77), yang mengelompokkan aspek penawaran wisata ke dalam: atraksi wisata, transportasi wisata, jasa wisata, dan informasi serta promosi wisata.

Promosi Pariwisata

Promosi atau juga dikenal dengan komunikasi pemasaran adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang di jual (kotler dan keller, 2009:510). Menurut Dewi (2011: 83), dalam lingkungan komunikasi yang baru, walaupun iklan seringkali menjadi elemen sentral dalam program komunikasi pemasaran, sekarang ini tidak menjadi satu-satunya dan bukan yang terutama dalam membangun brand suatu destinasi atau memasarkannya untuk menarik wisatawan. Lebih lanjut (Dewi, 2011:84-85), mengungkapkan bahwa pemasaran pariwisata

harus mempertimbangkan berbagai media dan cara baru untuk berkomunikasi dengan wisatawan. Berbagai model tersedia dalam bauran komunikasi pemasaran diantaranya sebagai berikut:

1. Periklanan, segala bentuk presentasi dan promosi nonpersonal yang di bayar tentang ide, barang, jasa, atau tempat oleh pemasang iklan (perusahaan, pemerintah, organisasi) yang teridentifikasi dengan jelas. Iklan tentang suatu destinasi atau paket perjalanan bisa dipasang diberbagai media elektronik maupun cetak. Iklan yang ingin memaksimalkan dramatisasi biasanya memilih media audio visual seperti televisi. Iklan wisata juga biasanya dipasang dimedia khusus yang mengulas wisata atau perjalanan. Untuk menyasar calon wisatawan secara lebih baik, seringkali media khusus wisata dipilih daripada media umum.
2. Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong uji coba atau pembelian produk. Promosi penjualan bisa berupa diskon atau subsidi untuk memberikan insentif bagi para calon wisatawan untuk mengunjungungi destinasi baru.
3. Pemasaran Langsung dengan penggunaan surat, telepon, facsimile, atau internet yang dirancang untuk mengkomunikasikan secara langsung atau memastikan respons dan dialog dari wisatawan atau calon wisatawan tertentu.

Menurut soekadijo (2000:252), agar promosi pariwisata dapat berhasil, maka dalam kegiatan-kegiatannya harus didasarkan atas:

1. Suatu kebijaksanaan umum tentang pemasaran
2. Strategi pemasaran yang mantap
3. Pilihan taktik pemasaran yang tepat, dan
4. Pilihan sarana komunikasi yang sesuai.

Oleh: Muhlis Hajar Adiputra

Lebih lanjut Soekadijo menyatakan bahwa keberhasilan promosi akan terlihat dari: a) semakin besarnya arus kedatangan wisatawan; b) semakin lamanya wisatawan tinggal di daerah yang dipromosikan; c) makin besarnya pengeluaran wisatawan, dan d) makin besarnya kecenderungan wisatawan untuk berkunjung ke daerah pariwisata yang sama.

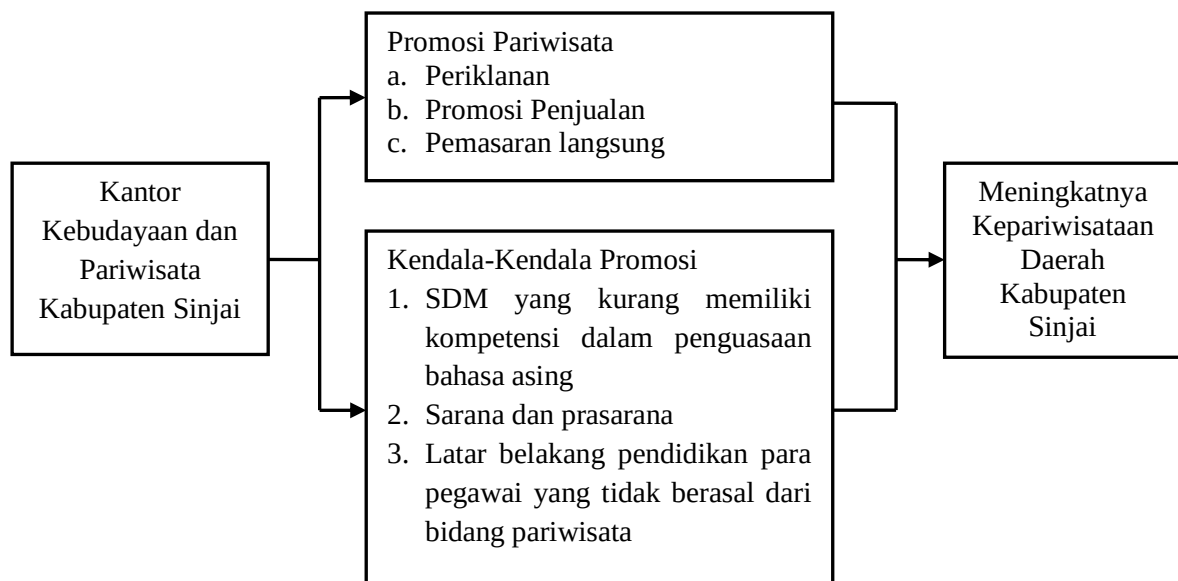
Menurut Moses Yonathan. (2012:14), bahwa dalam pelaksanaan promosi masih mengalami kendala-kendala yang sifatnya internal. Kendala ini harus dapat diatasi karena akan mempengaruhi kinerja organisasi dan tidak menutup kemungkinan dapat berdampak pada penurunan jumlah

kunjungan wisatawan. Beberapa kendala tersebut seperti :

1. Sumber Daya Manusia yang kurang memiliki kompetensi dalam penguasaan bahasa asing.
2. Sarana dan prasarana pendukung yang masih kurang memadai.
3. Latar belakang pendidikan para pegawai yang tidak berasal dari bidanng pariwisata.

Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka dibuatlah suatu kerangka pikir sebagai pola, agar penelitian yang akan dilakukan tidak keluar dari ruang lingkup, untuk lebih jelasnya kerangka pikir dapat dilihat pada bagan di bawah ini :



Gambar 1.1. Kerangka Pikir Penelitian

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi pada kantor kebudayaan dan pariwisata di Kabupaten Sinjai. Dan dilaksanakan selama dua bulan yaitu mulai awal bulan Nopember sampai dengan akhir bulan Desember.

Tipe Dasar Penelitian

1. Tipe Penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yang dimaksud untuk memberikan gambaran tentang strategi pemasaran kepariwisataan Daerah Kabupaten Sinjai.
2. Dasar penelitian adalah penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menggunakan

data diskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.

Jenis dan Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung di lapangan. Data sekunder adalah data penelitian yang berupa data pelengkap yang diperoleh dari catatan-catatan atau dokumen-dokumen yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian. Data tersebut adalah data pegawai pada instansi yang bersangkutan.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi adalah kegiatan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang sedang berlangsung untuk memperoleh keterangan dan informasi data yang akurat tentang hal-hal yang diteliti serta untuk mengetahui relevansi jawaban responden dan informan dengan kenyataan yang ada.
2. Wawancara, dipergunakan untuk mendapatkan data dan informasi dengan jalan bertanya langsung kepada informan. Pada teknik ini peneliti mengadakan wawancara langsung kepada pihak-pihak yang dianggap mengetahui tentang strategi penawaran pariwisata.
3. Dokumentasi, digunakan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dengan cara mencatat data secara langsung dari dokumen-dokumen dan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Informan

Narasumber dalam penelitian ini yaitu pegawai dalam lingkup kantor kebudayaan dan pariwisata, masyarakat serta informan lain yang mengetahui terkait dengan masalah yang diteliti yakni strategi promosi pariwisata di Kabupaten Sinjai.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan di dalam penelitian kualitatif ini adalah teknik analisis interaktif. Teknik analisis interaktif ini dijalankan dengan cara sebagai berikut :

1. Reduksi data yang meliputi proses merangkum dan memilah data yang berkaitan dengan hal-hal pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting.
2. Penyajian data yang dapat diartikan sebagai pengorganisasian data yang telah direduksi. Dalam penyajian data ini peneliti melakukan upaya untuk menyusun pola hubungan dari seluruh data yang ada sehingga data lebih mudah dipahami.
3. Berdasarkan pada data yang telah terorganisir tersebut, peneliti memberikan interpretasi dan kemudian menarik kesimpulan mengenai pola ketaraturan ataupun penyimpangan yang ada dalam fenomena yang diteliti. (Umar Congge, 2012:25-26)

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Tugas Pokok dan Fungsi Bidang Pariwisata

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintah daerah di bidang Kebudayaan dan Pariwisata. Kepala Dinas mempunyai tugas:

1. menyusun rencana program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata;
2. melaksanakan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata;
3. mengkoordinasikan pelaksanaan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata;
4. melaksanakan pengendalian terhadap pelaksanaan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata;

Oleh: Muhlis Hajar Adiputra

5. melaksanakan pembinaan pegawai di lingkungan Dinas Kebudayaan dan pariwisata;
6. melaksanakan pembinaan teknis dan administratif pada unit pelaksana teknis dinas dan pejabat fungsional di lingkungan Dinas Kebudayaan dan pariwisata;
7. memonitor serta mengevaluasi pelaksanaan tugas bawahan agar sasaran dapat dicapai sesuai dengan program kerja dan ketentuan yang berlaku;
8. menilai prestasi bawahan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan karier;
9. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya;
10. menyampaikan laporan hasil evaluasi, saran dan pertimbangan di bidang tugas dan fungsinya kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Bidang Pariwisata mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pembinaan, pengembangan dan pemanfaatan obyek wisata, sarana, tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata; Untuk menyelenggarakan tugas pokok, Kepala Bidang Pariwisata mempunyai fungsi:

1. pembinaan dan pengembangan obyek wisata, sarana, tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata;
2. pemberian pertimbangan teknis pemrosesan perizinan di bidang usaha obyek wisata, taman rekreasi, akomodasi, rumah makan, bar dan biro perjalanan wisata;
3. pemantauan dan evaluasi kegiatan pembinaan, pengembangan obyek wisata, sarana, tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata;
4. penyusunan laporan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan pembinaan dan pengembangan obyek

wisata, sarana wisata dan usaha jasa kepariwisataan;

5. pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya;

Strategi Promosi Potensi Pariwisata Di Kabupaten Sinjai

Pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan daerah kabupaten sinjai, pariwisata menyimpan potensi yang sangat besar. Dengan itu perkembangan wisata Kabupaten Sinjai diharapkan akan berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, hal ini perlu didukung dengan tersedianya fasilitas-fasilitas umum pendukung industri pariwisata, di samping dengan terus memperbaiki *outlook* dari daya tarik wisata yang ditawarkan. Promosi atau juga dikenal dengan komunikasi pemasaran adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang di jual. Pemasaran pariwisata harus mempertimbangkan berbagai media dan cara baru untuk berkomunikasi dengan wisatawan. Berbagai model tersedia dalam bauran komunikasi pemasaran diantaranya sebagai berikut:

1. Promosi Pariwisata

Periklanan

Periklanan yaitu segala bentuk presentasi dan promosi nonpersonal yang di bayar tentang ide, barang, jasa, atau tempat oleh pemasang iklan (perusahaan, pemerintah, organisasi) yang teridentifikasi dengan jelas. Iklan tentang suatu destinasi atau paket perjalanan bisa dipasang diberbagai media elektronik maupun cetak. Iklan yang ingin

memaksimalkan dramatisasi biasanya memilih media audio visual seperti televisi. Iklan wisata juga biasanya dipasang dimedia khusus yang mengulas wisata atau perjalanan. Untuk menyasar calon wisatawan secara lebih baik, seringkali media khusus wisata dipilih daripada media umum. Akan tetapi untuk menyasar audiens yang lebih luas dalam membangkitkan naluri pariwisata biasanya media umum lebih disukai.

Hasil wawancara dengan Muhtar, salah seorang masyarakat Kelurahan Biringere, menyatakan bahwa:

“Strategi promosi potensi pariwisata sangat perlu dilakukan karena saya melihat pariwisata di Sinjai tidak begitu berkembang. Dengan adanya strategi promosi penawaran tentunya akan meningkatkan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Sinjai yang hasilnya tentu dapat menambah pendapatan daerah. Mengenai upaya yang telah dilakukan instansi terkait dalam promosi pariwisata tidak begitu maksimal hal ini dibuktikan masih kurangnya pengunjung dari luar yang datang di tempat pariwisata yang ada di Kabupaten Sinjai”.

Hasil wawancara dengan Satriani, salah seorang staf pada Dinas Dispenda Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa:

“Strategi promosi potensi pariwisata melalui periklanan perlu dilakukan karena seperti yang kita ketahui orang akan lebih tertarik pada sebuah tempat wisata apabila melihat promo wisata tersebut lewat televisi/iklan daripada lewat brosur ataupun surat kabar. Instansi terkait telah melakukan upaya promosi penawaran pariwisata melalui stasiun televisi swasta “Sinjai TV” dan melalui internet di beberapa situs-situs resmi”.

Diperjelas dari hasil wawancara dengan Drs. Hasanuddin, Selaku Kepala Bidang Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa:

“Strategi promosi potensi pariwisata melalui periklanan perlu dilakukan karena peningkatan PAD dalam kunjungan wisatawan harus dipromosikan baik dalam PAD maupun sebagai tawaran investasi pariwisata. Pihak kami telah melakukan upaya dalam kurung 9 tahun ini baik dalam promosi melalui media, maupun melalui person/individual. Adapun jenis periklanan yang telah dilakukan adalah melalui media cetak, media elektronik, *showcase/expose* dan *exhebitions*”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat penulis simpulkan bahwa strategi promosi potensi pariwisata melalui periklanan sangat perlu untuk dilakukan. Orang akan lebih tertarik pada sebuah tempat wisata apabila melihat promo wisata tersebut lewat televisi/iklan daripada lewat brosur ataupun surat kabar. Peningkatan PAD dalam kunjungan wisatawan harus dipromosikan baik dalam PAD maupun sebagai tawaran investasi pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah melakukan upaya dalam kurung 9 tahun ini baik dalam promosi melalui media, maupun melalui person/individual. Adapun jenis periklanan yang telah dilakukan adalah melalui media cetak, media elektronik, *showcase/expose* dan *exhebitions*.

Promosi Penjualan

Promosi penjualan yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong uji coba atau pembelian produk. Promosi penjualan bisa berupa diskon atau subsidi untuk memberikan insentif bagi para calon wisatawan untuk mengunjungi destinasi baru. Beberapa program untuk mendorong kunjungan ke destinasi baru sering memberikan diskon untuk tiket penerbangan atau akomodasi.

Hasil wawancara dengan Muhtar, salah seorang masyarakat Kelurahan Biringere, menyatakan bahwa:

Oleh: Muhlis Hajar Adiputra

“Strategi penawaran pariwisata melalui promosi penjualan perlu dilakukan karena bisa membuat seseorang tertarik untuk berkunjung ke tempat wisata dengan adanya potongan atau diskon bagi pengunjung. Namun jika melihat yang ada di Kabupaten Sinjai belum ada strategi penawaran pariwisata melalui pemberian diskon”.

Diperjelas dari hasil wawancara dengan Arham Pasrah, S.St. Par., salah seorang staf pada Seksi Pengembangan Objek di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa

“Strategi potensi pariwisata melalui promosi penjualan dengan pemberian diskon dapat dilakukan tetapi hal tersebut tergantung lingkup wilayahnya, kalau dalam kegiatan lingkup secara global mutlak diberikan. Kegiatan konvensi/kenegaraan harus juga dipertimbangkan. Upaya promosi pariwisata melalui penjualan telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melalui brosur, leaflet, majalah, dan media elektronik seperti televisi dan internet”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat penulis simpulkan bahwa strategi potensi pariwisata melalui promosi penjualan (misal: pemberian diskon bagi pengunjung) perlu untuk dilakukan. Strategi penawaran pariwisata melalui promosi penjualan dengan pemberian diskon dapat dilakukan tetapi hal tersebut tergantung dari dan siapa pengunjungnya, kalau dalam kegiatan lingkup secara global mutlak diberikan. Kegiatan konvensi/kenegaraan harus juga dipertimbangkan. Upaya promosi pariwisata melalui penjualan telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melalui brosur, leaflet, majalah, dan media elektronik seperti televisi dan internet.

Pemasaran langsung

Pemasaran langsung yaitu penggunaan surat, telepon, facsimile, atau internet yang diran-

cang untuk mengkomunikasikan secara langsung atau memastikan respons dan dialog dari wisatawan atau calon wisatawan tertentu. Berikut hasil wawancara tentang strategi penawaran pariwisata melalui pemasaran. Hasil wawancara dengan Muhtar, salah seorang masyarakat Kelurahan Biringere, menyatakan bahwa:

“Strategi potensi pariwisata melalui pemasaran langsung (mis: promosi lewat telpon, internet, dan lain-lain) sangat diperlukan. Karena dengan hal tersebut dapat mengenalkan lebih meluas potensi pariwisata kepada calon pengunjung. Kalau mengenai sudah dilakukannya penawaran pariwisata melalui pemasaran langsung oleh Dinas terkait tidak terlalu saya ketahui karena Dinas terkaitlah yang mengetahui hal tersebut”.

Hasil wawancara dengan Satriani, salah seorang staf pada Dinas Dispenda Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa:

“Strategi penawaran pariwisata melalui pemasaran langsung sangat diperlukan, supaya pengunjung yang datang ke daerah tempat wisata tidak kealahan atau bingung mencari tempat-tempat menarik dan akses ke tempat wisata tersebut disediakan oleh traveling pihak tempat wisata”.

Diperjelas dari hasil wawancara dengan Drs. Hasanuddin, Selaku Kepala Bidang Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa:

“Strategi promosi potensi pariwisata melalui pemasaran langsung sangat diperlukan. Sebagai media audio visual, jelas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata khususnya bidang terkait yang menangani masalah pariwisata telah melakukan promosi media tersebut yang berguna memperluas promosi wisata tersebut. Seperti yang telah dilaksanakan, adapun akses yang bisa kita dapat dari internet melalui link www.sinjai.go.id dan tourismsinjai.go.id”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat penulis simpulkan bahwa strategi penawaran pariwisata melalui pemasaran langsung sangat diperlukan. Strategi penawaran pariwisata melalui pemasaran langsung sangat diperlukan. Sebagai media audio visual, jelas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata khususnya bidang terkait yang menangani masalah pariwisata telah melakukan promosi media tersebut yang berguna memperluas promosi wisata tersebut. Seperti yang telah dilaksanakan, adapun aksesnya bisa dilihat melalui internet melalui link www.sinjai.go.id dan tourismsinjai.go.id.

2. Kendala-Kendala Promosi

Dalam pelaksanaan promosi masih mengalami kendala yang sifatnya internal. Kendala ini harus dapat diatasi karena akan mempengaruhi kinerja organisasi dan tidak menutup kemungkinan dapat berdampak pada penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Beberapa kendala tersebut seperti:

Pertama, Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang memiliki kompetensi dalam penguasaan bahasa asing. Hasil wawancara dengan Ahmad Yani, salah seorang masyarakat Kelurahan Lappa, menyatakan bahwa:

“Sumber Daya Manusia akan penguasaan bahasa asing perlu dimiliki petugas/pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Sinjai karena dapat memudahkan wisatawan dan pihak pemilik objek wisata untuk melakukan komunikasi”.

Hasil wawancara dengan Satriani, salah seorang staf pada Dinas Dispenda Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa:

“Sumber Daya Manusia akan penguasaan bahasa asing perlu dimiliki petugas/pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Sinjai karena apabila ada wisatawan asing yang datang pihak pemilik wisata tentunya dapat berko-

munikasi dengan baik dan dapat memberikan efek nyaman pada wisatawan tersebut.

Diperjelas dari hasil wawancara dengan Arham Pasrah, S.St. Par., salah seorang staf pada Seksi Pengembangan Objek di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa

“Sumber Daya Manusia akan penguasaan bahasa asing sangat perlu dimiliki petugas/pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Sinjai mengingat kunjungan wisatawan yang membutuhkan pemandu wisata, otomatis wisatawan asing atau wisatawan mancanegara adalah sasarannya. Dan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah tersedia pemandu bahasa asing, setiap staf pengelola pariwisata telah layak berbahasa asing”.

Dapat penulis simpulkan bahwa penguasaan bahasa asing sangat perlu dimiliki petugas/pegawai Dinas Pariwisata. Mengingat kunjungan wisatawan yang membutuhkan pemandu wisata, otomatis wisatawan asing atau wisatawan mancanegara adalah sasarannya. Dan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah tersedia pemandu bahasa asing, setiap staf pengelola pariwisata telah layak berbahasa asing.

Hasil wawancara dengan Ahmad Yani, yang menyatakan bahwa:

“Upaya yang perlu dilakukan untuk menambah atau meningkatkan sumber daya manusia akan penguasaan bahasa asing petugas/pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Sinjai yaitu dengan menginkutkan pegawai dalam pelatihan dan pendidikan khususnya kurikulum penguasaan bahasa asing, selain itu untuk pegawai itu sendiri bisa melakukan kegiatan belajar sendiri melalui internet atau mengikuti kursus bahasa asing”.

Hasil wawancara dengan Arham Pasrah, S.St.Par., salah seorang staf pada Seksi Pengembangan Objek di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa:

Oleh: Muhlis Hajar Adiputra

“Upaya yang perlu dilakukan untuk menambah atau meningkatkan sumber daya manusia akan penguasaan bahasa asing petugas/pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Sinjai yaitu melakukan pelatihan *grammer* dan *vocabulary*, serta pelatihan lapangan sebagai pemandu wisata”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat penulis simpulkan bahwa upaya yang perlu dilakukan untuk menambah atau meningkatkan sumber daya manusia akan penguasaan bahasa asing petugas/pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Sinjai yaitu melakukan pelatihan *grammer* dan *vocabulary*, serta pelatihan lapangan sebagai pemandu wisata. Selain itu mengikutkan pegawai dalam pelatihan dan pendidikan khususnya kurikulum penguasaan bahasa asing, serta untuk pegawai itu sendiri bisa melakukan kegiatan belajar sendiri melalui internet atau mengikuti kursus bahasa asing.

Kedua, sarana dan prasarana pendukung yang masih kurang memadai. Hasil wawancara dengan Ahmad Yani, salah seorang masyarakat Kelurahan Lappa, menyatakan bahwa:

“Sarana dan prasana sangat mempengaruhi dalam melakukan promosi penawaran pariwisata Kabupaten Sinjai, dengan adanya sarana tentunya dapat memudahkan untuk melakukan penawaran pariwisata begitupun sebaliknya. Mengenai sarana dan prasarana yang dimiliki Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih perlu ditingkatkan agar strategi penawaran yang telah direncanakan dapat berhasil dan memberi efek yang baik dalam memajukan pariwisata di Kab. Sinjai”.

Hasil wawancara dengan Arham Pasrah, S.St. Par., salah seorang staf pada Seksi Pengembangan Objek di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa:

“Sarana dan prasana sangat mempengaruhi dalam melakukan promosi penawaran pariwisata Kabupaten Sinjai, sarana dan infrastruktur menjadi daya tarik untuk mempromosikan wisata sinjai dalam orientasi global.

Mengenai sarana dan prasarana yang dimiliki Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sudah mendukung namun perlu ditingkatkan mengingat adanya destinasi wisata yang direvitalisasi”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat penulis simpulkan bahwa sarana dan prasana dapat mempengaruhi dalam melakukan promosi penawaran pariwisata Kabupaten Sinjai. Sarana dan infrastruktur menjadi daya tarik untuk mempromosikan wisata sinjai dalam orientasi global. Mengenai sarana dan prasarana yang dimiliki Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sudah mendukung namun perlu ditingkatkan mengingat adanya destinasi wisata yang direvitalisasi.

Ketiga, latar belakang pendidikan para pegawai yang tidak berasal dari bidang pariwisata. Hasil wawancara dengan Ahmad Yani, menyatakan bahwa:

“Menurut saya, latar belakang pendidikan pegawai yang tidak berasal dari bidang pariwisata tidak mempengaruhi dalam melakukan promosi penawaran pariwisata Kabupaten Sinjai. Karena walaupun tidak dari bidang pariwisata akan tetapi tergantung dari semangat dan kemampuannya dalam mempromosikan penawaran pariwisata. Mengenai latar belakang pendidikan yang dimiliki pegawai Dinas Pariwisata sudah memadai”.

Hasil wawancara dengan Satriani, salah seorang staf pada Dinas Dispenda Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa:

“Latar belakang pendidikan pegawai yang tidak berasal dari bidang pariwisata cukup mempengaruhi dalam melakukan promosi penawaran pariwisata Kabupaten Sinjai. namun tidak menutup kemungkinan kalau orang luar yang tidak memiliki latar belakang kepariwisataan tidak cakap dalam mempromosikan pariwisata”.

Diperjelas dari hasil wawancara dengan Drs. Hasanuddin, Selaku Kepala Bidang Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sinjai, menyatakan bahwa:

“Latar belakang pendidikan pegawai yang tidak berasal dari bidang pariwisata sedikit berpengaruh dalam melakukan promosi penawaran pariwisata Kabupaten Sinjai. Promosi pariwisata membutuhkan ahli di bidang ekonomi, pemerintahan sebagai dasar institusi pariwisata dan sastra sebagai pendukung budaya sebagai objek pariwisata. Latar belakang pendidikan yang dimiliki Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terdiri dari sarjana pariwisata sekitar 4 (empat) orang dan yang lainnya terdiri dari spesifikasi ilmu sosial, ekonomi dan pemerintahan. Tapi semua latar belakang yang dimiliki pada akhirnya bersinergis bersama-sama membangun pariwisata ke depan”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat penulis simpulkan bahwa latar belakang pendidikan pegawai yang tidak berasal dari bidang pariwisata tidak begitu mempengaruhi dalam melakukan promosi penawaran pariwisata Kabupaten Sinjai. Karena walaupun tidak dari bidang pariwisata akan tetapi tergantung dari semangat dan kemampuannya dalam mempromosikan penawaran pariwisata. Promosi pariwisata membutuhkan ahli di bidang ekonomi, pemerintahan sebagai dasar institusi pariwisata dan sastra sebagai pendukung budaya sebagai objek pariwisata. Mengenai latar belakang pendidikan yang dimiliki Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terdiri dari sarjana pariwisata sekitar 4 (empat) orang dan yang lainnya terdiri dari spesifikasi ilmu sosial, ekonomi dan pemerintahan. Tapi semua latar belakang pendidikan yang dimiliki pada akhirnya bersinergis bersama-sama membangun pariwisata ke depan.

PENUTUP

Kesimpulan

Strategi promosi potensi pariwisata melalui periklanan, promosi penjualan dan pemasaran langsung sangat perlu untuk dilakukan. Orang akan lebih tertarik pada sebuah tempat wisata apabila melihat promo wisata tersebut lewat televisi/iklan daripada lewat brosur ataupun surat kabar. Strategi promosi potensi pariwisata melalui promosi penjualan dengan pemberian diskon dapat dilakukan tetapi hal tersebut tergantung dari dan siapa pengunjungnya, kalau dalam kegiatan lingkup secara global mutlak diberikan.

Kendala-kendala promosi seperti sumber daya manusia akan penguasaan bahasa asing sangat perlu dimiliki petugas/pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Sinjai. Mengingat kunjungan wisatawan yang membutuhkan *guide* (pemandu wisata), otomatis wisatawan asing atau wisatawan mancanegara adalah sasarannya. Upaya yang dilakukan meningkatkan sumber daya manusia dengan melakukan pelatihan *grammar* dan *vocabulary*, serta pelatihan lapangan sebagai pemandu wisata. Mengenai sarana dan prasarana yang dimiliki Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sudah mendukung namun perlu ditingkatkan mengingat adanya destinasi wisata yang direvitalisasi.

Saran

Jaringan promosi dan informasi yang lebih luas dengan kerjasama lintas kota dan propinsi dan didukung dengan peningkatan akses yang potensial. Untuk meningkatkan pelayanan dan kenyamanan bagi para wisatawan, perlunya kebijakan dari pengelola untuk memberi kemudahan dan kelengkapan bagi wisatawan dalam mengakses dan

mengunjungi semua bangunan bersejarah yang ada di Kab. Sinjai. Perlunya peningkatan Sumber Daya Manusia khususnya penguasaan bahasa asing. Selain itu perlu juga meningkatkan sarana dan prasarana pendukung promosi penawaran pariwisata agar potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Sinjai dapat berkembang dan diminati banyak pengunjung.

Daftar Pustaka

- Ariyanto. 2005. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: <http://www.geocities.com> diakses pada hari Rabu, 19 Juni 2013
- Aris Suprpto. 2005. *Analisis Penawaran Dan Permintaan Wisata dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Damanik. 2006. *Perencanaan Ekowisata Dari Teori Ke Aplikasi*. Yogyakarta: PUSPAR UGM dan Andi.
- Dewi, Ike Janita. 2006. *Impelementasi dan Implikasi Kelembagaan; Pemasaran Pariwisata Yang Bertanggungjawab (Responsible Tourism Marketing)*. Jakarta: Diterbitkan oleh Pinus Book Publisher
- Haryono. 2007. *Statistika Bisini dan Industri*. Surabaya: ITS
- Kotler, Philip dan Gary Amatrang. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-14, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lupiyodi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Moeleong. 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Pendit. S. Nyoman. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Rivai, Vethzal. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dan Teori Ke Praktek*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Soekadijo. 2000. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosda Karya.
- Umar Congge. 2012. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Sinjai: STISIP Muhammadiyah Sinjai.
- Yoeti, Oka. 1996. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: ANGKASA
- Yonathan, Moses. 2012. *Peranan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu Dalam Kegiatan Promosi Pariwisata Kota Batu*. Universitas Brawijaya.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 *Tentang Kepariwisataa*
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 *tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-20125*.
- Situs Resmi Pemerintah Kabupaten Sinjai <http://www.sinjai.go.id/baru> diakses pada tanggal 13 Nopember 2013.