

PERANCANGAN MODEL FRAMEWORK MANAJEMEN STRATEGIK PLANNING SEKTOR PARIWISATA DI PROVINSI KEPULAUAN RIAU

Wisnu Yuwono

Universitas Internasional Batam

wisnu@uib.ac.id

First Received: 01 November 2017 Final Proof Received: 29 January 2018

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model *framework* strategi planning yang efisien dan efektif untuk pengembangan sektor pariwisata di Provinsi Kepulauan Riau, mengingat kondisi provinsi Kepulauan Riau yang memiliki berbagai keunggulan geografis dan geopolitik ternyata sampai saat ini belum optimal dalam pengembangan pariwisatanya jika dilihat dari hasil-hasil capaiannya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi literatur terhadap artikel-artikel yang diterbitkan oleh berbagai jurnal penelitian yang berkaitan langsung dengan kondisi pariwisata Provinsi Kepulauan Riau, maupun artikel-artikel yang berkaitan dengan strategik planning untuk sektor *tourism* di berbagai negara. Hasil penelitian ini mendapatkan model *framework* awal, yang dimulai dari persepsi seluruh stakeholder pariwisata (turis, masyarakat, investor/perusahaan dan pemerintah) untuk pengembangan pariwisata masa depan, yang kemudian akan dikombinasikan metode RBV hingga akhirnya didapatkan strategi planning yang efisien dan efektif dalam pengembangan sektor pariwisata di Kepulauan Riau melalui konsep praktisi, praktis dan praxis, serta FGD.

Kata Kunci:

Framework, strategic planning, RBV, FGD

Abstract

This research aims to design a model framework strategy planning an efficient and effective for the development of tourism sector in the province of Riau Islands, given the state of the province of Riau Islands has various advantages of geographical and geopolitical turns out to date have not been optimal in the development of tourism when seen from the results of their achievements. The research method used is a qualitative study using literature study approach on the articles published by various research journals that are directly related to the condition of tourism in Riau Islands Province, as well as articles related to strategic planning for the tourism sector in different countries. The results of this study to get a model framework beginning, starting from the perception of all stakeholders in tourism (tourists, communities, investors/companies and governments) for the development of tourism of the future, which will then be combined method RBV until finally found a strategy planning efficient and effective in the development sector Riau Islands tourism concept with through practitioner, practical and praxis, and FGD.

Keywords:

Framework, strategic planning, RBV, FGD

Pendahuluan

Sektor pariwisata telah tumbuh menjadi lokomotif ekonomi dunia dengan memberikan kontribusi sekitar 9,5% pada

PDB dunia. Pertumbuhan sektor ini telah menimbulkan *multiflier effect* dalam menciptakan berbagai peluang bisnis sehingga menciptakan banyak sekali

lapangan pekerjaan. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan dalam prioritas pembangunan “Nawa Cita” dalam pemerintahan Republik Indonesia sekarang ini (program prioritas pembangunan Kabinet Kerja 2015 – 2019) yang dirancang untuk meningkatkan devisa negara dan pengembangan usaha. Tujuan umum Pembangunan Kepariwisata Jangka Menengah 2015 – 2019, yakni Terwujudnya penyelenggaraan kepariwisataan yang berdaulat, mandiri, berkeadilan berkeadilan berdasarkan gotong royong”.

Pembangunan pariwisata Indonesia telah menjadi perhatian serius bagi pemerintah, khususnya dalam pencapaian wisatawan mancanegara yang telah meningkat menjadi 10,4 juta wisatawan pada tahun 2015, serta telah memberikan kontribusi terhadap penerimaan devisa sebesar Rp. 144 triliun. Beberapa target Kementerian Pariwisata diantaranya peningkatan kontribusi PDB dari 9% (2014) menjadi 15% (2019), devisa meningkat dari Rp. 140 T (2014) menjadi 280 T (2019), perluasan kesempatan kerja dari 11 juta penduduk (2014) menjadi 13 juta penduduk (2019), peningkatan indeks daya saing wisata dari peringkat 70 (2014) menjadi 30 (2019), dan peningkatan jumlah perjalanan wisata serta wisatawan dan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara (<http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=125&id=2975>).

Provinsi Kepulauan Riau merupakan salah satu propinsi di Indonesia yang memiliki letak geografis dan geopolitik yang sangat strategis, karena berbatasan langsung dengan Negara Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, Vietnam dan Kamboja. Provinsi ini didominasi oleh lautan dan memiliki 1.795 pulau dimana terdiri dari 394 pulau yang sudah berpenghuni dan 1.401 pulau yang belum berpenghuni, sehingga memiliki berbagai pesona keindahan alam dan budaya tradisi yang sebetulnya bisa menjadi salah satu aset

pariwisata yang sangat berharga, khususnya destinasi pariwisata alam dan maritim.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kepulauan Riau, dapat dilihat bahwa wisatawan mancanegara yang datang ke provinsi Kepulauan Riau pada tahun 2015 sebesar 1.998.625 orang atau mengalami kenaikan sebesar 1,28 dibanding tahun sebelumnya. Meskipun jumlah wisatawan mancanegara meningkat setiap tahun, namun pertumbuhan jumlah wisatawan mancanegara mengalami perlambatan dari tahun sebelumnya dimana pertumbuhan jumlah wisatawan di tahun 2014 adalah sebesar 6,15%.

Sektor pariwisata memainkan peran yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi di Kepulauan Riau, salah satu usaha yang dilakukan adalah meningkatkan rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara, mengingat rata-rata lama tinggal wisatawan mencerminkan jumlah devisa yang masuk. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kepulauan Riau, lama rata-rata tinggal wisatawan mancanegara meningkat dari 2,12 hari pada tahun 2014 menjadi 2,2 hari pada tahun 2015. Apabila membandingkan dengan daerah lain seperti Bengkulu dengan rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara sebesar 4,93 hari, Sumatera Selatan sebesar 4,20, Jambi sebesar 2,44 hari, dan Bali sebesar 7,66 hari dapat disimpulkan bahwa wisatawan mancanegara yang datang ke provinsi Kepulauan Riau memiliki rata-rata lama tinggal yang pendek sehingga kontribusinya belum maksimal seperti daerah lain dalam menghasilkan devisa dan pertumbuhan ekonomi.

Berbagai kondisi di atas, menyebabkan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB mengalami

perlambatan, dimana kontribusi sektor ini di tahun 2015 hanya sebesar 14,38%, apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 19,48%, sehingga banyak sekali hal menarik yang perlu diungkap lebih lanjut diantaranya tentang kenapa jumlah wisatawan mancanegara mengalami perlambatan dan rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara hanya berdurasi pendek, sehingga patut diduga bahwa kondisi ini kemungkinan disebabkan karena perencanaan strategis yang belum sempurna. Penelitian ini ingin mengulas strategi yang paling efektif sebagai bahan rekomendasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan sektor pariwisata Provinsi Kepulauan Riau.

Penelitian ini sangat urgent dan penting dilakukan mengingat Provinsi

Kepulauan Riau yang seharusnya memiliki keunggulan wisata karena keunggulan geografis dan geopolitikanya, namun belum dikembangkan secara optimal yang dapat dilihat dari beberapa indikator keberhasilan pariwisata yang masih tertinggal jauh apabila dibandingkan dengan beberapa kompetitornya. Untuk memecahkan permasalahan ini dibutuhkan konsep manajemen strategik planning yang komprehensif yang melibatkan seluruh pelaku pariwisata yakni wisatawan, masyarakat, investor, perusahaan, dan pemerintah, melalui perancangan model *framework* strategi planning yang efisien, efektif dan tepat bagi pengembangan pariwisata di Provinsi Kepulauan Riau.

Tabel 1. Capaian kinerja Urusan Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau 2010-2015

Indikator	Satuan	Capaian					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
Kunjungan wisatawan mancanegara	Orang	1.520.253	1.709.511	1.767.439	1.859.066	1.973.425	1.998.625
Rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara	Hari	1,58	1,65	1,78	1,84	2,12	2,2
	Persen	13,8	13,8	13,4	13,2	19,48	13,48
Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB							
Jumlah obyek wisata unggulan	Unit	1	4	2	5	2	2
Jumlah desa wisata	Desa	5	11	13	19	19	19
Jumlah pola perjalanan	Paket	na	na	2	4	4	4
Jumlah standar usaha pariwisata	-	0	0	2	2	2	2
Kapasitas profesionalisme SDM Pariwisata	Orang	0	200	200	250	250	250
Jumlah penelitian pembangunan pariwisata	Kali	0	0	2	2	3	3

Sumber: Dinas Pariwisata Kepulauan Riau, 2016

Tabel 1 di bawah ini menggambarkan kinerja sektor pariwisata Provinsi Kepulauan Riau selama tahun 2010-2015. Kinerja

sektor pariwisata di Provinsi Kepulauan Riau selama tahun tersebut cukup stagnan dengan pertumbuhan yang kurang signifikan. Untuk

menginterpretasi dan menduga penyebabnya di bawah ini terdapat beberapa artikel dalam jurnal penelitian yang menggambarkan kondisi terkini pengembangan pariwisata di Provinsi Kepulauan Riau.

Pristiwasa dan Augustinus (2017) menjelaskan bahwa faktor *hospitality* dari masyarakat yang berada dalam kawasan Pulau Penyengat di Kota Tanjung Pinang Provinsi Kepulauan Riau masih kurang, padahal kawasan wisata tersebut merupakan salah satu kawasan andalan untuk kegiatan pariwisata di Kepulauan Riau. Peran pemerintah dalam hal ini dinilai belum terpadu dan terkoneksi antar unit diantaranya program sadar wisata yang belum disosialisasikan secara optimal, dan masih perlunya peningkatan *amenities* dengan cara perbaikan sarana dan prasarana pariwisata di kawasan tersebut serta pelatihan bagi kelompok sadar wisata yang bertugas sebagai pemandu.

Siam (2015), menjelaskan bahwa pemerintah memiliki peran dan tanggung jawab dalam pembuatan kebijakan pariwisata yang berdampak pada kelestarian alam, keadaan sosial budaya, sumber data manusia dan pihak pengelola pariwisata, serta memastikan bahwa dampak pariwisata akan berpengaruh terhadap pembangunan. Dalam penelitiannya tersebut didapatkan kesimpulan bahwa pemerintah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lingga telah banyak berperan dalam pengembangan pariwisata daerah diantaranya pengembangan wisata pantai untuk kalangan menengah ke bawah melalui program desa wisata serta event-event bertaraf internasional. Namun demikian beberapa program dalam

meningkatkan kepuasan wisatawan khususnya yang melibatkan masyarakat masih terkendala oleh antusias masyarakat yang masih sedikit mengikuti program sosialisasi dan pembinaan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lingga Provinsi Kepulauan Riau.

Putri dan Mahagangga (2013), menyebutkan bahwa pengembangan bidang pariwisata di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau khususnya wisata belanja belum sepenuhnya melibatkan seluruh pemangku kepentingan (Disparbud, pengusaha, masyarakat), hal itu dapat dilihat dari produk-produk yang mencirikan kota Batam belum dikembangkan melalui penelitian yang komprehensif maupun pembangunan sumber daya manusia yang kreatif dalam menciptakan produk yang kompetitif. Selain itu infrastruktur belum siap dalam menunjang kegiatan promosi dimana pemerintah juga terkesan kurang serius dalam pengelolaan *website* resmi sebagai sarana promosi dan pencitraan. Lebih lanjut Purwanti (2013) juga menjelaskan bahwa belum adanya komunikasi yang efektif antara pemerintah dengan seluruh stakeholder yang terlihat dari banyaknya kegiatan *Visit to Batam* belum mampu disosialisasikan secara lebih baik kepada masyarakat, serta pengelolaan jejaring sosial yang tidak *uptodate/* informasi terkini.

Puspita (2016) menjelaskan bahwa di Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau peran pemerintah sangat serius di bidang pariwisata mengingat daerah ini merupakan daerah yang sangat potensial dengan *ecotourism*. Pembangunan pariwisata dikembangkan menjadi dua konsep yaitu kawasan Lagoi yang diperuntukkan untuk pariwisata kelas

menengah ke atas, dan kawasan Timur Bintan untuk kelas menengah ke bawah, dan pemerintah menyelenggarakan banyak kegiatan kepariwisataan internasional, seperti *Bintan Triathlon*, *Tour de Bintan*, *Fishing Festival*, *Bintan Mountain Trekking*, *Durian Party* yang berbasis ecotourism. Salah satu pendorong bidang pariwisata di daerah ini adalah tersedianya infrastruktur yang memadai sebagai salah satu syarat utama pengembangan pariwisata.

Tiara, Darsiharjo dan Yani (2013) yang meneliti tentang potensi pariwisata di Pulau Karimun Provinsi Kepulauan Riau didapatkan kesimpulan bahwa Pulau Karimun memiliki destinasi wisata yang berdaya tarik wisata tinggi baik potensi fisik, aksesibilitas maupun potensi sarana dan prasarana, namun belum merata untuk setiap destinasinya, sehingga dibutuhkan perbaikan khususnya untuk penambahan kualitas sarana dan prasara, mengembangkan daya tarik melalui *event-event* dan kerjasama untuk menarik investor. Lebih lanjut menurut Monariyanti (2015) atraksi wisata budaya yang sedang dikembangkan di Kabupaten Karimun adalah seni tari, meskipun regenerasi di kegiatan ini masih sangat minim, serta terbatasnya gedung pertunjukan dan pengemasannya. Dalam mengembangkan program pariwisata di Karimun dibutuhkan juga partisipasi dari masyarakat (Nadjmi, 2016).

Dari beberapa artikel di atas dapat dilihat bahwa dalam pengembangan kepariwisataan dibutuhkan peran serta seluruh pihak baik masyarakat, perusahaan/investor, pemerintah maupun wisatawan sendiri. Kesimpulan dari artikel-artikel di atas sangat berguna bagi

peneliti untuk dijadikan bahan penyusunan model framework yang tepat.

Literature Review Bahan Pengembangan Framework

Pengembangan pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya infrastruktur, sistem manajemen yang efisien, dan penyediaan air bersih, listrik, investasi di bidang atraksi wisata, telekomunikasi dan internet, dan mendesain pengembangan area pariwisata. Atraksi wisata merupakan salah satu pendorong utama menarik wisatawan masuk ke kawasan wisata tertentu yang memiliki ciri khas atau daya tarik yang berbeda dengan kawasan lainnya. Beberapa tahapan dalam pengembangan atraksi wisata menurut Guri (2016), adalah sebagai berikut:

1. Pertemuan dan pemahaman awares/kesadaran dengan penduduk
2. Melalui seminar untuk pengenalan kesadaran yang sedang trend (sedang diperbincangkan) berlatar belakang budaya dan nilai wisata
3. Kampanye melalui periklanan dalam atraksi wisata
4. Meningkatkan kualitas service
5. Menciptaan asosiasi lingkungan pariwisata termasuk komunikasi dan penyediaan transportasi
6. Menyiapkan pemandu wisata.

Inversini (2016), menciptakan framework destinasi wisata yang *smart*, yang dimulai dari sumber daya manusia, ICT dan *leadership*. Ketiganya akan menciptakan nilai dan inovasi yang pada akhirnya akan menciptakan destinasi wisata yang *smart* yang terdiri dari *attractions*, *accessibility*, *amenities*, *available*

packages, activities, dan ancillary services.

Huy dan Khin (2016) melakukan penelitian tentang pengembangan *eco tourism* di Pulau Phu Quoc Vietnam, dimana untuk mencapai strategi kompetitif yang berkelanjutan disarankan menggunakan konsep RBV (*resourced-based view*). Konsep RBV tersebut merupakan pengembangan konsep yang telah diciptakan oleh Barney (2011, dalam Huy dan Khin, 2016) yang dimulai dari pendataan aset-aset pariwisata (*tangible* dan *intangible*), kemudian penciptaan *dynamic capability* dan penentuan VRIO (*valuable, rare, inimitable, organization*) menuju strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Menurut Kastolani et al (2016) daya tarik wisata khususnya wisata alam terbagi menjadi tiga aspek yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenities sehingga dibutuhkan fasilitas penunjang yang lengkap. Daya tarik ini bisa membangkitkan motivasi berkunjung wisata dimana dikenal ada empat motivasi yakni *psychological motivation, cultural motivation, social motivation, status dan prestige motivation*. Pengemasan daya tarik wisata harusnya disesuaikan dengan motivasi wisatawan sehingga memungkinkan adanya kunjungan berikutnya dan merekomendasi kepada orang lain. Sedangkan menurut Sondakh dan Margaretith (2016), selain daya tarik harus ditambah pula dengan variabel pelayanan dan keamanan agar minat wisatawan meningkat. Kirom et al (2016) juga menyebutkan bahwa faktor faktor budaya, keunikan, promosi, keramahtamahan, biaya dan kualitas layanan mempengaruhi minat berwisata.

Carvalho & Sarkar (2014) membuat sebuah pemahaman holistik dari inovasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi keputusan strategis perusahaan dan *intangible resource* seperti pemasaran dan sumber daya manusia serta lokasi geografi dari obyek wisata yang akan berdampak pula pada penciptaan strategi dan hasil-hasilnya. Sumberdaya manusia yang dalam hal ini adalah penduduk memiliki peran yang sangat strategis dalam pengembangan pariwisata melalui perannya sebagai *tourism host* (B dan Rotarou, 2016). Pengembangan sumber daya manusia lainnya adalah melakukan sertifikasi bagi pelaku kegiatan pariwisata di bidang *eco tourism* dan *sport tourism* (Singh, Dash dan Vashko, 2015).

Phillips dan Moutinho (2014) melakukan review terhadap penelitian strategik planning dan memberikan telah kontribusi terhadap perkembangan literatur dengan mengadopsi konseptual strategik planning yang modern dan global dengan melibatkan peran dari praktisi, praktis dan praxis. Praktisi merupakan sumber daya manusia yang terlibat/menjalankan, praktis merupakan alat/tools yang digunakan oleh sumberdaya manusia, dan praxis adalah langkah-langkah strategis untuk mencapai suatu tujuan.

Kirovska (2011), dalam penelitiannya tentang strategi manajemen pariwisata di Republic Macedonia melalui pendekatan IPA (*Instrument of Pre-accession Assistance*) merumuskan komponen-komponen yang meliputi: 1) Perbantuan dalam periode transisi dan pembangunan institusi; 2) kerjasama lintas sektor; 3) pengembangan regional; 4) pengembangan sumber

daya manusia, dan 5) pengembangan pedesaan. Untuk pengembangan pedesaan dikembangkan lebih lanjut yang meliputi: 1) rekonstruksi perumahan pada pertanian untuk aktivitas pariwisata; 2) restoran; 3) catering, toko-toko; 4) museum; 5) peningkatan produksi anggur; 6) *protected zone* untuk area budaya; 7) fasilitas rekreasi dan akomodasi yang seimbang; 8) diversifikasi dan pengembangan aktivitas pedesaan; dan 9) bantuan investasi. Pariwisata di masa depan akan tergantung pada pengembangan aktivitas bisnis, sarana promosi, dan berbagai aktivitas dari implementasi teknologi aplikasi dalam bisnis. Implikasi dalam bisnis adalah bahwa seorang investor akan menanamkan modalnya di bidang *tourism* jikalau mereka yakin bahwa investasi yang telah dikeluarkan akan menghasilkan profit, sehingga salah satu kegiatan adalah pihak-pihak terkait memberikan argumentasi yang valid dan meyakinkan berkaitan dengan potensi destinasi wisata dan kondisi wilayah.

Jayawardena, Pollard, Chort, Choi dan Kibicho (2013) menganalisis dinamika penurunan minat pariwisata di Kanada, mengemukakan bahwa di Kanada, HAC (*Hotel Assosiation of Canada*) yang merupakan perwakilan dari 8.400 hotel di Kanada, didirikan untuk meningkatkan persaingan melalui advokasi, informasi, penelitian, pendidikan dan mendesain dukungan pelayanan untuk anggotanya, serta menjadi jaringan member dari *Global Sustainable Tourism Criteria* (GSTC Partnership) dimana menetapkan kriteria untuk *sustainable tourism*, diantaranya:

1. Perencanaan berkelanjutan yang efektif

2. Memaksimalkan keuntungan ekonomi dan sosial untuk komunitas lokal
3. Penurunan dampak negatif untuk warisan budaya
4. Mengurangi dampak negatif dari faktor lingkungan
5. Manajemen lingkungan perusahaan
6. *Housekeeping*
7. Operasional makanan dan minuman
8. Fasilitas meeting dan konferensi
9. Teknik
10. Konservasi energi
11. Konservasi air
12. Manajemen air bersih
13. Manajemen limbah berbahaya
14. Kualitas udara
15. Jangkauan Komunitas
16. Pembangunan infrastruktur
17. Penggunaan tanah
18. Manajemen lingkungan

Untuk meningkatkan kinerja pariwisata tersebut digunakan konsep "*sustainable travel and tourism*" mengingat prediksi untuk dua dekade mendatang strategi perusahaan mempertimbangkan strategi lingkungan dalam menarik pasar dikarenakan perkembangan wisatawan yang semakin sadar akan kepedulian lingkungan.

Alafi (2014) melakukan penelitian perencanaan strategis peningkatan pariwisata di Jordania menggunakan metode SWOT (*strenght, weakless, opportunity, threat*), dimana setelah SWOT ditentukan, maka langkah berikutnya adalah penetapan visi, penentuan prioritas aktivitas dalam *strategic direction* (strategi peningkatan akses *multi-lingual online acces*, strategi pelayanan konsumen, strategi peningkatan kapasitas produksi,

strategi penyediaan informasi, strategi hubungan pemerintah dan swasta).

Teknologi informasi sosial media merupakan langkah strategis yang memainkan peranan dalam menarik minat wisatawan melalui *strategi destination communication strategy* (Királová dan Pavlíček, 2014). Lebih lanjut Reddy, Sakunthala dan Sriramulu (2016) yang mengulas tentang tantangan dan strategi marketing di India, menyimpulkan bahwa saat ini teknologi informasi akan memudahkan wisatawan dalam menentukan destinasi wisata, mengingat di India membuka pintu untuk pariwisata internasional dalam liberalisasinya, sehingga peran pemerintah tetap memiliki pengaruh yang signifikan.

Minat wisatawan yang berkunjung kembali ke destinasi wisata telah mendapat perhatian dari Thiumsak dan Ruangkanjanases (2016), yang menyimpulkan bahwa wisatawan yang puas akan akomodasi, belanja, attitude dari penduduk, restoran dan makanan, relaksasi dan gambaran destinasi secara menyeluruh yang akan menimbulkan minat untuk berkunjung kembali di Bangkok Thailand. Dari hasil penelitian ini merekomendasikan kepada organisasi pariwisata/bisnis yang relevan dengan pariwisata untuk menekankan atribut di atas untuk mempertahankan daya saing tujuan utama wisatawan.

Királová dan Malachovský (2014) mengembangkan strategi pemasaran destinasi wisata di Republik Czech, dalam implementasinya menggunakan strategi pengembangan produk dan strategi pengembangan pasar dengan konsep *product-market matrix* dimana cara ini sukses untuk wisatawan dari Austria.

Peluang investasi dan pengembangan pariwisata pada awalnya dikenalkan tiga tahapan dengan nama *Butler Destination Life Cycle* (Butler, 1980 dalam Esu 2013) yakni *introduction*, *growth* dan *development*. Pada tahap *development* ini wisatawan memiliki kesadaran yang tinggi, demikian juga dengan seluruh stakeholdernya. Pada tahapan ini tujuan pariwisata menjadi lebih jelas dan seluruh warga negara tersebut memiliki kesadaran yang tinggi pula, investasi oleh sektor pemerintah dan swasta mampu menciptakan bisnis yang lebih baik. Sehingga investasi sektor pariwisata ini merupakan tanggung jawab pemerintah, sektor publik dan sektor swasta. Pemerintah bertanggung jawab dalam penyediaan fasilitas inovasi dan peluang pekerjaan serta memastikan kestabilan lingkungan dan budaya. Sektor publik bertanggung jawab memastikan aset aset pariwisata berkelanjutan dan sektor swasta berperan sebagai penggerak dan kontributor bagi masyarakat dan budaya yang dijelankannya.

Perancangan Model Framework

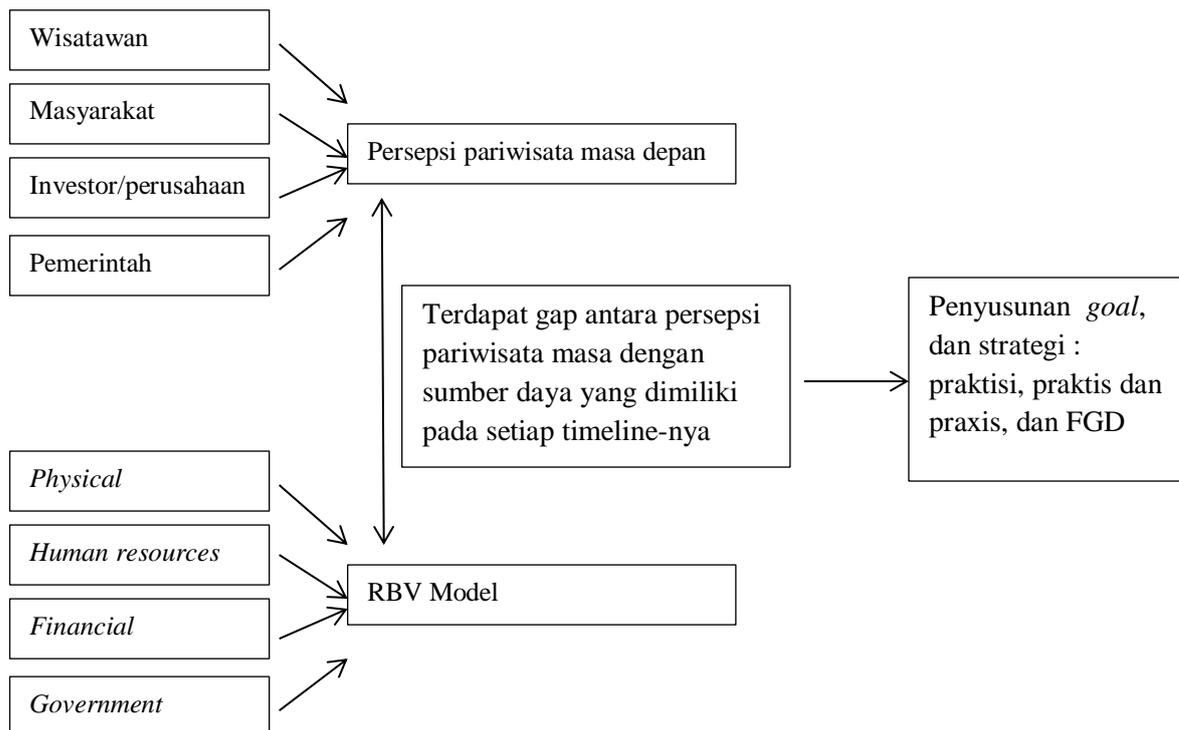
Perancangan frame work strategik manajemen planning di Provinsi Kepulauan Riau akan dimulai dengan *study* persepsi dari stakeholder pariwisata tentang pariwisata masa depan sehingga diperoleh sebuah gambaran yang jelas yang berkaitan dengan *attractions*, *accessibility*, *amenities*, *avalilable packages*, *activities*, dan *ancillary services* kegiatan kepariwisataan di Kepulauan Riau. Dari hasil persepsi ini akan dikelompokkan ke dalam *time line* sesuai dengan trend perkembangan yang *suitable* dengan kondisi Kepulauan Riau yang unggul dengan

kondisi geografis dan geopolitik maupun faktor lainnya.

Langkah berikutnya adalah mengimplementasikan tentang RBV (*Resource base value*) yakni kegiatan membuat database dari sumber-sumber daya yang dimiliki dimana tidak hanya terbatas pada aset *tangible* semata-mata, namun juga asset-asset yang *intangible* juga diperhitungkan. Dengan mengetahui tentang persepsi stakeholder untuk pariwisata masa depan tersebut dan dipadukan dengan hasil RBV yang baru didapat, maka dapat diperoleh dan dilihat dengan jelas gap dan posisi Provinsi Kepulauan Riau pada setiap *time line* yang disyaratkan. Dari sinilah dapat dilihat akan dilanjutkan dengan

pengembangan konsep praktisi, praktis dan praxis, dimana Praktisi merupakan sumber daya manusia yang terlibat/menjalankan, praktis merupakan alat/tools yang digunakan oleh sumberdaya manusia, dan praxis adalah langkah-langkah strategis untuk mencapai suatu tujuan. Langkah terakhir adalah melakukan FGD (*Focus Group Discussion*) seluruh pelaku pariwisata (wisatawan, masyarakat, investor, perusahaan, dan pemerintah) dalam menyempurnakan strategik *planning* tersebut. Berikut ini adalah gambar rancangan model framework pengembangan pariwisata di Kepulauan Riau:

Gambar 1. Rancangan model framework



Kesimpulan dan Diskusi

Framework hasil penelitian ini bersumber dari pokok persoalan kepariwisataan dimana selama ini belum sampai menyentuh kepada akar

permasalahan yang sebenarnya, di samping pembuatan strategi yang ada dan tujuan yang hendak dicapai belum mengakomodir seluruh persepsi dan

kemampuan sumber daya yang dimiliki Provinsi Kepulauan Riau.

Dapat dipahami pula dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan penelitian tindakan baik survey ataupun observasi, sehingga kedepannya untuk menyempurkan *framework* ini perlu dilakukan penelitian yang sebenarnya dalam lingkup wilayah yang lebih sempit, meskipun untuk melaksanakannya dibutuhkan waktu, tenaga dan biaya yang cukup besar.

Acknowledgement

Ucapan terimakasih terutama saya tuju kepada pembimbing penulisan artikel penelitian khususnya dari dosen Program Doktor Manajemen Strategik di Universitas Trisaki, diantaranya Prof. Dr. Heru Satyanugraha, Dr. Willy Arafah, dan Dr. Komsiyah, serta rekan-rekan dosen dari Universitas Internasional Batam yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya dalam penyusunan artikel penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Alafi, K.K. (2014), Developing World: Increasing Jordanian Tourism: A Strategic Plan, *Journal of Management Research*, 6 (1), 194-2010.
- B, E. F., & Rotarou, E. S. (2016), Development Driver of Easter Island: the Key Role of Resident Perceptions, *Island Studies Journal*, 11 (1) 245-264).
- Carvalho, L. M. & Sarkar, S. (2014)," Market structures, Strategy and Innovation in Tourism Sector, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8 (2), 153 – 172.
- Esu, B. B, (2013), Strategies for harnessing investment opportunities through tourism in Nigeria, *Journal of Research in Hospitality, Tourism and Culture*, 1(1), 1-14.
- Guri, A. (2016), The Role Of Sustainable Tourism in The Economic Development of Vlora District, *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 4 (4), 53-62.
- Huy, H.P. & Khin, A.A. (2016), Eco-tourism Development of Phu Quoc Island Under Resource-based View Approach, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6 (56), 10-13.
- Inversini, K.B.D.B.A. (2016), Smart Tourism Destinations: Ecosystems For Tourism Destination Competitiveness, *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 2 (2), 108 – 124.
- Jayawardena, C., Pollard A., Chort, C., Choi, C & Kibicho, W. (2013). Trends and sustainability in the Canadian tourism and hospitality industry, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5 (2), 132-150.
- Kastolani, W., Marhanah, S., & Fauzan, G. (2016). Hubungan Daya Tarik Wisata dengan Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Alam Wisata

- Cimahi, *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*.
- Királová, A & Malachovský, A. (2014), Developing Destination Marketing Strategy for Success (The Case of the Czech Republic), *International Journal on Strategic Innovative Marketing*, 1, 91-100.
- Királová, A & Pavlíčka, A. (2014), Development of Social Media Strategies in Tourism Destination, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 175, 358-366.
- Kirovska, Z. (2011), Strategic Management within the Tourism and the World Globalization, *Journal of Economics*, 2 (1): 69-76.
- Kirom, N. R.; Sudarmiatin; & Putra I W. J.A. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*.
- Monariyanti, N. (2015), Seni Pertunjukan Sebagai Atraksi Wisata Budaya Di Kecamatan Karimun Kabupaten Karimun Provinsi Kepulauan Riau, *Jom Fisip*, 2(1), 1-14.
- Najmi, N. (2016), Perkembangan Pola Tata Ruang Kawasan Destinasi Pariwisata Kepulauan di Pulau Karimun Kepulauan Riau, *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI*, 47-56.
- Phillips, P & Moutinho, L. (2014), Critical Review of Strategic Planning Research In Hospitality and Tourism, *Annals of Tourism Research*, 48, 96-120.
- Pristiwasa, I. W. T. dan Augustinus, D. C (2017), Analisis Faktor Hospitality Masyarakat Terhadap Wisatawan di Kawasan Wisata Pulau Penyengat Kota Tanjung Pinang Propinsi Kepulauan Riau, *Journal of Accounting & Management Innovation*, 1 (1), 38-48.
- Purwanti, A. (2013), Penataan dan Peningkatan Infrastruktur Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batam Dalam Visit Batam, *Jurnal Charta Humanika*, 1 (1), 1-25.
- Puspita, G. I. (2016), Pengaruh Implementasi *Special Economic Zone Batam Bintan Karimun* Terhadap Peningkatan Industri Pariwisata di Kabupaten Bintan Pada Tahun 2012-2014, *Jom FISIP*, 3 (1), 1-15.
- Putri, R. R. A. & Mahagangga, I. O., (2013), Upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batam dalam Kegiatan Wisata Belanja di Kepulauan Riau (Suatu Studi Kualitatif), *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 1 (1), 13-24
- Reddy, S. V., Saunthala, B & Sriramulu, M, (2016), Tourism Development - Marketing Strategies and

Challenges in India, *Asian Research Journal of Business Management*, 3, 24-31.

Siam, N. U.S. (2015), Peranan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lingga Dalam Pengembangan Objek Wisata, *Jurnal Iptek Terapan*, 8 (4), 210-221.

Singh, S., Dash, T. R., Vashko, I. (2015), Tourism, Ecotourism And Sport Tourism: The Framework for Certification, *Marketing Intelligence & Planning*, 34 (2), 236-255.

Sondakh, P. M. N. & Tumbel, A. (2016). elayanan, Keamanan dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung Ke objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.

Thiumsak, T. & Ruangkanjanases, A, (2016), Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand, *Journal of Economics, Business and Management*, 4 (3), 221-230.

Tiara, T.P., Darsiharjo & Yani, A. (2013), Analisis Potensi Pariwisata Di Pulau Karimun Provinsi Kepulauan Riau, *Antologi Pendidikan Geografi*, 1 (1), 1-10.

Referensi dari website:

<http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=125&id=2975>