

## **STRATEGI DINAS PARIWISATA, EKONOMI KREATIF DAN KOMINFO DALAM PENGEMBANGAN POTENSI OBYEK WISATA DI KOTA SAMARINDA ( Studi di Kampung Tenun Samarinda Seberang )**

**Septi<sup>1</sup>**

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dinas pariwisata, ekonomi kreatif dan kominfo dalam pengembangan potensi objek wisata di kampung tenun samarinda seberang dan untuk mengetahui faktor penghambat dalam strategi dinas pariwisata, ekonomi kreatif dan kominfo dalam pengembangan potensi objek wisata di kampung tenun Samarinda Seberang.*

*Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Fokus penelitian ini yaitu Kerjasama kemitraan, Memahami kebutuhan wisatawan, Penyebaran produk wisata, Pemanfaatan seni budaya, Pemberdayaan masyarakat, penanaman modal, faktor penghambat. Sumber data primer dalam penelitian ini terdiri atas key informan yaitu Kabid Pengembangan Destinasi dan Kasubag Umum, informan penelitian yaitu pengrajin Tenun dan didukung dengan dokumentasi, data sekunder dan observasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan yaitu model interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.*

*Dalam penelitian ini yang diperoleh secara umum adalah Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Kota Samarinda telah berusaha untuk mengembangkan potensi objek wisata di kampung tenun, upayanya dengan mengadakan promosi melalui event-event sarung tenun, melakukan inovasi baru dengan mengubah sarung menjadi busana yang mampu bersaing dengan busana modern lainnya, dan berusaha menyesuaikan keinginan konsumen. Namun upaya tersebut belum optimal karena persoalannya adalah kurangnya pendanaan, kurangnya kerjasama antar Dinas Pariwisata Kota Samarinda dengan kelompok tenun.*

**Kata Kunci :** *Strategi Pengembangan, Obyek Wisata, Kampung Tenun Samarinda Seberang.*

### **Pendahuluan**

Program pengembangan pariwisata yang dicanangkan sejak tahun 1988, diharapkan menarik kehadiran wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang pada akhirnya akan mendatangkan keuntungan bagi pemasukan keuangan

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: septypay24@gmail.com

Negara. Dilihat dari segi positifnya keberadaan pariwisata dirasakan oleh masyarakat di sekitar objek wisata tersebut sebagai suatu keuntungan, dari segi material, dengan meningkatkan pendapatan mereka. Di samping itu pula akan terbukalah wawasan masyarakat tentang dunia luar dengan adanya interaksi langsung antara penduduk setempat dengan para wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Pengembangan kepariwisataan di daerah adalah merupakan bagian dari pembangunan daerah secara keseluruhan, yang diharapkan dapat memberikan dampak positif seperti terbukanya kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat serta dapat mengarahkan kegiatan yang positif bagi masyarakat dan generasi muda.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Samarinda tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kota Samarinda, Peraturan Walikota Samarinda Nomor 23 Tahun 2008 Tentang Penjabaran Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Struktur Organisasi Dinas Daerah Kota Samarinda, Peraturan Daerah Kota Samarinda Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kota Samarinda Tahun 2011-2015 yang didalamnya terdapat program-program Pengembangan Pariwisata di Kota Samarinda.

Namun telah disadari bahwa peningkatan kepariwisataan di Kota Samarinda, saat ini perkembangannya masih lambat dan di dalam usaha untuk melaksanakan peningkatan kepariwisataan tersebut mengalami masalah seperti belum efektif dan usaha pemerintah dalam mengembangkan kepariwisataan di Kota Samarinda. Di Kampung Tenun masih kurangnya perhatian penuh dari Pemerintah Kota Samarinda dan kerjasama yang sudah terjalin tidak kontinu.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan uraian dari latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan pokok dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana Strategi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Di Kampung Tenun Samarinda Seberang ?
2. Apa Yang Menjadi Faktor Penghambat Dalam Strategi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Dalam Pengembangan Potensi Obyek Wisata di Kampung Tenun Samarinda Seberang ?

### ***Tujuan Penelitian***

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas maka tujuan yang hendak dicapai penulis dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi dinas pariwisata, ekonomi kreatif dan kominfo dalam pengembangan potensi objek wisata di Kampung Tenun Samarinda Seberang.

2. Untuk mengetahui faktor penghambat dalam Strategi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo dalam pengembangan potensi obyek wisata di Kampung Tenun Samarinda Seberang.

### ***Manfaat Penelitian***

Sejalan dengan tujuan penelitian tersebut di atas maka peneliti ini mempunyai kegunaan, yaitu adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Segi Teoritis

Untuk menambah, memperdalam dan mengembangkan pengamatan penulis, serta sebagai latihan dalam mengembangkan hasil pemikiran penulis. Sebagai proses pembelajaran peneliti dalam menganalisis masalah secara ilmiah.

- b. Segi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah kepustakaan kependidikan, khususnya mengenai pelaksanaan tugas Dinas Pariwisata Kota Samarinda. Dan Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi Pemerintah Daerah Kota Samarinda.

## **Kerangka Dasar Teori**

### ***Pengertian Pariwisata***

Memberikan batasan pariwisata yang bersifat teknis, yaitu “kepariwisataan adalah keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tingginya orang asing disuatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal ditempat itu untuk melakukan pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara” (Irawan, 2010:11).

### ***Pengertian Objek Wisata***

Menurut Marpaung (2002:78), objek wisata adalah suatu bentukan atau aktivitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk dapat datang kesuatu tempat, daerah tertentu. Selanjutnya Marpaung (2002:78) juga menerangkan bahwa objek wisata adalah dasar dari kepariwisatawan. Tanpa adanya objek wisata sangat erat berhubungan dengan *travel motivation* atau *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya. Di dalam bukunya Marpaung juga menerangkan bahwa terdapat dua kategori objek wisata, yaitu :

- a) Objek wisata alam
- b) Objek wisata sosial budaya

### ***prasarana Wisata***

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya. Untuk kesiapan objek-objek wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu dibangun

dengan disesuaikan dengan lokasi dan kondisi objek wisata yang bersangkutan. Suwanto (2004:21).

### ***Sarana Wisata***

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya (Suwanto 2004:22). Pembangunan sarana wisata di dalam daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisata baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama dan lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

### ***Tata Laksana dan Infrastruktur Wisata***

Salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata adalah infrastruktur penunjang wisata, antara lain:

1. Recreative and Sportive Plan
2. Residential Tourist Plan, terdiri dari penginapan/hotel dan tempat makan/restoran
3. Sarana pelengkap atau penunjang kepariwisataan untuk membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal di tempat wisata
4. Sarana penjualan berupa toko-toko yang menjual barang-barang souvenir atau benda lain khusus wisatawan
5. Utilitis, yaitu terkait dengan ketersediaan jaringan, air bersih, listrik, drainase, dan sanitasi (tersedianya fasilitas toilet/MCK)
6. Prasarana social, seperti sarana pendidikan dan kesehatan
7. Transportasi, yaitu ketersediaan sarana transportasi (moda kendaraan yang digunakan menuju tempat wisata) dan aksesibilitas (kemudahan mencapai kawasan wisata) Yoeti (1985).

### ***Pengembangan Kepariwisataan***

Prospek perkembangan kepariwisataan di kawasan Asia Pasifik sangat baik. Hal ini terutama disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi Negara-negara di kawasan ini yang terhitung paling tinggi di dunia. Agar Indonesia mampu menghadapi persaingan intraregional maupun internasional, maka peran pemerintah sebagai pelaku dan fasilitator dipandang sangat perlu untuk menjamin terlaksananya pembangunan dan pengembangan kepariwisataan yang berkelanjutan dengan mengikutsertakan dan mengoptimalkan para pelaku pembangunan (stakeholders) di sektor ini. Dengan demikian diharapkan tercipta produk wisata yang berdaya saing yang tinggi, (Suwanto 2002).

Pembangunan manajemen kepariwisataan, yang sering disebut Rencana Induk Pengembangan (RIP) Pariwisata. Untuk mempermudah pembangunan dan pengembangan pariwisata harus menyusun dan menetapkan maket

manajemennya, yaitu RIP Pariwisata. Hal ini dipertegas dalam UU pasal 30 No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan bahwa di tingkat Kabupaten dan Kota berwenang menyusun dan menetapkan RIP kepariwisataan Kabupaten/Kota (Manahati 2016).

### ***Pengertian Strategi***

Ada beberapa langkah pokok dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata yaitu:

- a. Dalam jangka pendek di titik beratkan pada optimasi
- b. Dalam jangka menengah di titik beratkan pada konsolidasi
- c. Dalam jangka panjang di titik beratkan pada pengembangan dan penyebaran.

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Sukristono (1995).

Strategi pengembangan merupakan kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Adapun kegiatannya meliputi pengamatan secara berhati-hati terhadap persaingan, peraturan tingkat inflasi, siklus bisnis, keunggulan, dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman (Rangkuti 2003:3).

### ***Defenisi Konsepsional***

Yang dimaksud dengan Strategi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Kampung Tenundi Samarinda Seberang adalah menjalin kemitraan, pemasaran, memahami kebutuhan, pemanfaatan seni, pemberdayaan, dan penanaman modal, yang disusun oleh dinas pariwisata untuk wisata Kampung Tenun yang menarik untuk dikunjungi di Kota Samarinda.

## **Metode Penelitian**

### ***Jenis Penelitian***

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan dalam mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, kemasyarakatan, olahraga, seni, dan budaya sehingga dapat dijadikan suatu kebijakan untuk dilaksanakan demi kesejahteraan bersama (Gunawan 2013:80).

### ***Fokus Penelitian***

Salah satu asumsi tentang gejala dalam penelitian adalah bahwa gejala dari satu obyek itu sifatnya tunggal dan parsial. Dengan demikian berdasarkan gejala tersebut peneliti dapat menentukan variabel-variabel yang akan diteliti. Karena terlalu luasnya masalah yang akan diteliti maka dalam penelitian ini peneliti akan memberi batasan batasan dalam penelitian fokus dalam penelitian ini.

1. Strategi Dinas Pariwisata, Program-program pengembangan pariwisata Kota Samarinda diantaranya meliputi :
  1. Menjalin kemitraan
  2. Penyebaran produk wisata.
  3. Memahami kebutuhan wisatawan.
  4. Pemanfaatan seni budaya
  5. Pemberdayaan masyarakat.
  6. Penanaman modal.
2. Faktor penghambat dalam strategi Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif dan Kominfo dalam pengembangan wisata Kampung Tenun Samarinda Seberang.

#### ***Sumber dan Jenis Data***

Peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam menentukan informannya. *Purposive Sampling* merupakan penentuan informan tidak didasarkan atas strata, kedudukan, pedoman, atau wilayah tetapi didasarkan pada adanya tujuan dan pertimbangan tertentu yang tetap berhubungan dengan permasalahan penelitian mengenai Strategi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Dalam Mengembangkan Potensi Obyek Wisata Kota Samarinda khususnya di Kampung Tenun Samarinda Seberang.

Atas dasar pertimbangan untuk menggunakan teknik *purposive sampling* ini maka yang menjadi *key informan* dalam penelitian ini yaitu Kabid. Pengembangan Destinasi dan Kasubag Umum. Kemudian yang menjadi *informan* yaitu pengrajin tenun.

Adapun jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini, meliputi :

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh melalui narasumber dengan melakukan Tanya jawab langsung dengan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan permasalahan penelitian yang akan diteliti
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, antara lain :
  - a. Dokumen-dokumen, yaitu laporan evaluasi untuk mempelajari laporan serta arsip yang berhubungan dengan penelitian.
  - b. Buku-buku ilmiah, yaitu hasil penelitian yang relevan dengan indikator penelitian.

#### ***c. Lokasi Penelitian***

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di Kampung Tenun Samarinda Seberang.

#### ***Teknik Pengumpulan Data***

Dalam pengumpulan data untuk penulisan penelitian, penulis menggunakan beberapa langkah, yaitu :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu pemanfaatan perpustakaan sebagai sarana dalam mengumpulkan data dengan mempelajari bahan literatur yang terkait dengan judul penelitian ini
2. Penelitian Lapangan (*Field Work Research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung ke lokasi yang menjadi objek penelitian

dengan menggunakan teknik, yaitu observasi, informan (wawancara), dan dokumentasi.

### ***Teknik Analisis Data***

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif, berupa jenis data berbentuk tulisan yang sifatnya bukan angka, sumber Milles, Huberman dan Saldana (2014:31-32), yang mengatakan bahwa analisis data deskriptif kualitatif terdiri dari beberapa langkah-langkah dalam penelitian.

Dibawah ini penjelasan tentang penyajian analisis kualitatif agar bisa memahami secara lebih jelas kerangka alur yang disajikan di atas, yaitu :

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*), pengumpulan data pertama atau data mentah yang dikumpulkan dalam suatu penelitian.
2. Kondensasi Data (*Data Condensation*), merujuk pada proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstrakkan, dan mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian catatan-catatan dari lapangan secara tertulis.
3. Penyajian Data (*Display Data*), terkait alur penting kedua dan aktivitas yaitu penyajian data. Penyajian merupakan sebuah pengorganisasian, penyatuan dan informasi yang memungkinkan penyimpulan dan aksi.
4. Pengambilan Kesimpulan dan Verifikasi (*Drawing and Verifying Conclusions*), alur ketiga dari aktivitas analisis yaitu pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Dari awal pengumpulan data, analisis kualitatif, menginterpretasikan hal-hal apa yang tidak berpola, penjelasan-penjelasan alur kausal dan proposisi.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### ***Gambaran Umum Dinas Pariwisata Kota Samarinda***

Visi dari Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Kota Samarinda adalah sebagai berikut :

“Menuju Kota Informatif dan Menjadi Tujuan Wisata Unggulan yang Berbasis Ekonomi Kreatif”. Untuk mewujudkan visi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Kota Samarinda sebagaimana yang telah disebutkan diatas, maka dipandang perlu pula untuk menggariskan beberapa misi yang harus dilaksanakan oleh seluruh jajaran Dinas Pariwisata sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan dan kualitas SDM aparatur bidang pengolahan informasi dan komunikasi.
2. Meningkatkan kecukupan informasi masyarakat melalui komunikasi yang cepat, tepat dan obyektif.
3. Pengembangan pusat informasi daerah dalam upaya layanan informasi prima kepada publik.
4. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat serta pengembangan kemitraan dalam penyebarluasan informasi publik.

Untuk mencapai program-program maka diperlukan SDM aparatur yang memadai. Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Kota Samarinda memiliki sumber daya aparatur (PNS) berjumlah 75 (Tujuh Puluh Lima) dan Tenaga Kontrak berjumlah 15 (Lima Belas). Jumlah pegawai Golongan I ada 4 (empat) pegawai, golongan II 16 (enam belas), golongan III 49 (empat puluh Sembilan), golongan IV 6 (enam).

Lokasi penelitian yaitu Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Kota Samarinda yang berada di Jalan Dahlia No. 69 yang berada di Kecamatan Samarinda Kota Provinsi Kalimantan Timur.

Secara administratif, Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Kota Samarinda berbatasan dengan :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Stadion Gor Segiri
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Dinas Sosial Kota Samarinda
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kantor Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Samarinda.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kantor Telkom.

### ***Hasil Penelitian***

#### ***Kerjasama Kemitraan***

Membangun jaringan Kemitraan pada hakikatnya adalah sebuah proses membangun komunikasi atau hubungan, berbagai ide, informasi dan sumber daya atas dasar saling percaya dan saling menguntungkan diantara pihak-pihak yang bermitra yang dituangkan dalam bentuk nota kesepahaman atau perjanjian kontrak tertentu guna mencapai kesuksesan bersama yang lebih besar. Jika tenun Sarung Samarinda telah dicanangkan sebagai tenun khas Samarinda, yang terjadi adalah banyak instansi pemerintah maupun lembaga pendidikan yang akan berlomba-lomba menggunakan tenun sebagai salah satu identitas busana instansi tersebut. Perubahan selera tidak lepas dari kemitraan yang dibangun dengan desainer. Beberapa desainer lokal telah melakukan berbagai inovasi memasukkan tenun Sarung Samarinda dalam berbagai busana. Kemitraan selanjutnya yang diperlukan adalah kerjasama dengan desainer nasional. Tujuannya agar tenun Sarung Samarinda dapat lebih dikenal melalui berbagai event promosi berskala nasional dan internasional.

#### ***Penyebaran Produk Wisata***

Dalam kepariwisataan yang merupakan satu industri yang kompleks maka organisasi-organisasi pariwisata nasional, khususnya di negara-negara penerimaan wisatawan harus ditata diorganisasi dan dijalankan menurut konsep-konsep manajemen dan pemasaran ilmiah modern, seandainya tujuan nasional-nasional untuk meningkatkan pertumbuhan pariwisata. Sekitar 65% dari total produksi Sarung Samarinda diproduksi berdasarkan pesanan konsumen. Pesanan umumnya datang dari instansi pemerintah, pedagang pengumpul atau konsumen langsung kepada penenun. Penjualan Sarung Samarinda sebagian besar dilakukan melalui pedagang pengumpul karena kurang memadainya ketersediaan jalur distribusi



langsung dari penenun kepada konsumen akhir, sebagian pedagang pengumpul adalah Ketua KUB. Jumlah produksi sarung tenun per-bulan (single product) sarung laki-laki 20-25 unit, sarung perempuan 8-10 unit dan (mix product) sarung laki-laki 8-10 unit, sarung perempuan 5-8 unit per bulan, kemudian jumlah produksi per-tahun (single product) sarung laki-laki 240-300 unit, sarung perempuan 96-120 unit, (mix product) sarung laki-laki 96-120 unit, sarung perempuan 60-96 unit. Dalam satu tahun jumlah penjualan Sarung Samarinda cukup Fluktuatif.

### ***Memahami Kebutuhan Wisatawan***

Pembangunan kepariwisataan pada hakikatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, serta kemajemukan tradisi dan seni budaya. Dalam memahami kebutuhan wisatawan masing-masing penenun memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen sehingga produknya diminati oleh konsumen. Sarung Samarinda sebagai produk konsumsi yang sangat dipengaruhi oleh selera konsumen dan kualitas bahan menjadi poin tersendiri dalam persaingan usaha. Untuk memahami kebutuhan wisatawan baik pihak Dinas Pariwisata dan Pengrajin kain tenun sebagai indikator utamanya yaitu harus mampu mengetahui keinginan pasar karena kemauan pasar tidak akan selalu sama dan selalu berubah-ubah setiap saat dan inilah yang kami bahas dalam setiap pelatihan yang kami berikan kepada para pengrajin untuk lebih memahami keinginan pasar baik itu dalam penggunaan warna dan motif. Jadikan tidak mungkin selera anak muda sama dengan orang tua.

### ***Pemanfaatan Seni Budaya***

Pariwisata dapat mendorong atau tidak mendorong kesenian tradisional, setiap kebudayaan beberapa festival atau peringatan yang mungkin berupa sejarah atau keagamaan. Ketika peringatan di rubah untuk menarik wisatawan arti dari peringatan itu hilang. Sarung Samarinda sebagai salah satu hasil asimilasi budaya suku bugis dan kutai yang dibawa dari tanah asalnya dan dikembangkan sebagai usaha keluarga, sampai kini terkenal hingga mancanegara sebagai hasil budaya khas daerah Kalimantan Timur dengan kualitas yang tinggi. Pemanfaatan seni budaya baik itu dalam pembuatan kain tenun seperti pada teknik pewarnaan maupun dalam pemberian motif yang benar-benar mencerminkan budaya Kalimantan dan dalam memperkenalkannya bagi wisatawan lokal maupun asing sudah dijalankan secara maksimal oleh Dinas Pariwisata.

### ***Pemberdayaan Masyarakat***

Pembangunan secara umum yaitu proses perubahan yang direncanakan atau perbaikan ke kondisi yang lebih baik. Pembangunan pasti selalu identik dengan bangunan, gedung, tata kota tetapi kemajuan suatu daerah sebenarnya akan lebih cepat bila dimulai terlebih dahulu membangun masyarakatnya, maksudnya memberdayakan masyarakat dengan memberikan keterampilan dan pelatihan untuk memperbaiki taraf hidupnya. Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan kain tenun ini sudah lama dijalankan oleh Dinas Pariwisata

dengan memberikan pelatihan-pelatihan bagi para penenun agar dapat bersaing di zaman modern saat ini tanpa harus meninggalkan nilai kebudayaan sebagai salah satu ciri khas daerah. Dalam upaya pemberdayaan sumber daya manusia di kampung tenun dari Dinas Pariwisata Kota Samarinda berkerjasama dengan SKPD yang terkait dengan membuat pelatihan-pelatihan demi meningkatkan kualitas SDM para penenun, dan turut mengundang pembicara dari luar daerah yang sudah ahli dibidangnya contohnya desainer terkenal seperti Nelwan Anwar. Namun dalam pelaksanaannya belum optimal karena belum rutinitas pengadaan pelatihan-pelatihan tersebut, dan juga dalam setiap pelatihan peserta yang mengikuti dibatasi.

### ***Penanaman Modal***

Pada awal pengembangan kepariwisataan, sejumlah dana sangat dibutuhkan untuk pembangunan infrastruktur dan fasilitas sarana dan prasarana. Beberapa daerah tidak mampu untuk memenuhi hal tersebut sehingga di butuhkan pihak lain untuk memberikan bantuan dana dengan cara menjalin kerjasama. Struktur permodalan bersumber modal sendiri, baik itu uang kas maupun peralatan tenun. Tingginya tingkat penggunaan modal sendiri dalam usaha menunjukkan rendahnya bantuan dari pihak ketiga. Adapun ditemukan banyaknya para pengrajin yang tidak mengerti terhadap prosedur pengajuan pinjaman untuk pengembangan usaha yang menurut mereka bahwa prosedur pengajuan pinjaman atau kredit untuk modal kerja sangat rumit dan membutuhkan jangka waktu yang lama, sehingga mereka lebih memilih untuk mengembangkan usaha sesuai dengan jumlah modal yang mereka miliki sendiri. Penanaman modal atau dana merupakan salah satu masalah karena keterbatasan ini jadi perkembangan wisata sangat lambat dan fasilitas-fasilitas yang ada belum memenuhi standar.

### ***Faktor Penghambat Dalam Strategi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif Dan Kominfo dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata di Kota Samarinda.***

Dalam hal ini, yang menjadi faktor-faktor penghambat strategi Dinas Pariwisata dalam pengembangan potensi obyek wisata di kampung tenun masih minimnya dana yang tersedia dalam pengembangan wisata kampung tenun yang ada di Samarinda Seberang untuk membangun sarana dan prasarana untuk menarik wisatawan, dan untuk menggerakkan masyarakat sekitar untuk tetap bersedia berpartisipasi dalam melestarikan kerajinan ini, tetapi karena pemasarannya yang sulit dan hasilnya yang tidak begitu menjanjikan sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih menjadi karyawan daripada menenun, serta kurangnya perhatian pemerintah daerah untuk membantu para penenun untuk memperkenalkan dan memasarkan produk kain tenun di pasaran lokal. Kelemahan diantaranya kerjasama antar Dinas Pariwisata Kota Samarinda dengan pengrajin tenun, dan perhatian dari Dinas Pariwisata Kota Samarinda masih kurang dan perhatian tersebut tidak kontinu/rutin dilakukan.

### ***Pembahasan***

Demi pengembangan di Kampung Tenun Samarinda Seberang, Dinas Pariwisata menjalin kerjasama dengan pihak-pihak swasta dalam pengembangan dan untuk memperkenalkan kain tenun. Dalam menjalin kerjasama ini Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Kota Samarinda berkerjasama dengan; Berkerjasama dengan Bank BI (Dalam menjalin kerjasama bersama Bank BI demi mengembangkan kampung tenun sudah terwujud dengan membuat Gerbang Kampung Tenun menuju ke Kampung Tenun), berkerjasama dengan Desainer Lokal (dengan terjalinnya kerjasama antar desainer maka muncullah inovasi-inovasi baru dengan merubah fungsi sebuah sarung untuk dijadikan busana/pakaian yang dapat digunakan sehari-hari), Berkerjasama dengan pemilik gallery/showroom.

Dalam promosi yang harus berhasil yaitu dalam mengkomunikasikan misinya melalui saluran yang sangat berpengaruh dengan media yang efektif. Disini perlu disadari bahwa orang-orang itu berbeda meskipun dalam setiap pasaran yang sama ada yang lebih kuat. Dengan kesadaran semacam ini sudah menjadi suatu langkah awal yang sangat penting pada suatu promosi wisata yang sukses, karena itu promosi harus berkembang menjadi kebijakan yang berorientasi pada pemasaran dalam arti bahwa permintaan harus menentukan penawaran dan bukan sebaliknya. Pemasaran produk wisata dari Dinas pariwisata membantu dengan memasarkan kain tenun tersebut dalam event-event, dan bekerjasama dengan pihak showroom untuk pemasarannya serta dengan mengadakan acara khusus untuk mempromosikan Sarung Tenun seperti mengadakan festival Kemilau Sarung Samarinda, dan rutin setiap tahun di adakan dan sudah berjalan sejak tahun 2012 hingga tahun lalu 2016.

Dari hasil penelitian terkait memahami kebutuhan wisatawan baik pihak Dinas Pariwisata dan Pengrajin kain tenun sebagai indikator utamanya yaitu harus mampu mengetahui keinginan pasar karena Kemauan pasar tidak akan selalu sama dan selalu berubah-ubah setiap saat dan inilah yang dibahas dalam setiap pelatihan yang berikan kepada para pengrajin untuk lebih memahami keinginan pasar baik itu dalam penggunaan warna dan motif. Dalam memahami wisatawan juga pengrajin sudah melakukan perubahan pada: perubahan-perubahan pada motif sarung tenun, menjadikan sebuah sarung dijadikan busana yang mampu menarik minat pelanggan untuk membeli. Dengan hanya mengubah warna dan motif saja tidak akan cukup dalam memahami kebutuhan wisatawan, dengan di perhatikannya fasilitas dan kebersihan di kampung tenun agar dapat berkesan bagi para wisatawan yang mengunjungi kampung tenun.

Pemanfaatan seni budaya baik itu dalam pembuatan kain tenun seperti pada teknik pewarnaan maupun dalam pemberian motif yang benar-benar mencerminkan budaya Kalimantan dan dalam memperkenalkannya bagi wisatawan lokal maupun asing sudah dijalankan secara maksimal oleh Dinas Pariwisata. Dalam memanfaatkan budaya yang ada penenun memanfaatkan budaya yang ada dan mengasimilasi budaya tersebut menjadi sebuah sarung, dan

dalam mewarnai penenun menggunakan bahan alam seperti dedaunan, kunyit, kulit bawang merah, serutan kayu ulin dan lain-lain.

Dalam pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan kain tenun ini sudah lama dijalankan oleh Dinas Pariwisata dengan memberikan pelatihan-pelatihan bagi para penenun agar dapat bersaing di zaman modern saat ini tanpa harus meninggalkan nilai kebudayaan sebagai salah satu ciri khas daerah. Dalam memberdayakan masyarakat di kampung tenun Dinas Pariwisata (Disparkominfo) mengadakan pelatihan/seminar bagi penenun. Dengan adanya pelatihan-pelatihan maka dapat dikatakan program ini sudah berjalan baik. Di tambah lagi dengan mengundang pembicara dari luar daerah yang dapat melatih dan memberi pengetahuan yang baru bagi para pengrajin Tenun. Dengan memberdayakan masyarakat di kampung tenun agar mampu bersaing dengan berkembangnya zaman dan mampu bersaing dengan pasar lain dan tujuan pemberdayaan masyarakat ini juga melatih agar para penenun bisa mandiri, kuat dalam persaingan dengan pasar modern.

Penanaman modal atau dana merupakan salah satu masalah karena keterbatasan ini jadi perkembangan wisata sangat lambat dan fasilitas-fasilitas yang ada belum memenuhi standar. Kurangnya koordinasi dari pihak koperasi kepada penenun mengenai prosedur penyaluran kredit usaha, kurangnya sosialisasi mengenai sumber pendanaan, dan rumitnya prosedur peminjaman dan membutuhkan jangka waktu yang lama menyebabkan penenun lebih memilih memakai modal sendiri, juga banyak penenun yang tidak tahu akan pendanaan tersebut. Dalam setiap program perkembangan suatu wisata memang sangat di perlukan adanya modal dan modal tersebut tidaklah sedikit, oleh sebab itu dalam pengembangan potensi wisata di kampung tenun belum berjalan optimal dan belum memenuhi standar.

faktor yang menjadi penghambat dalam terlaksananya program ialah Minimnya modal untuk mengembangkan Kampung Tenun, Strategi Pengembangan Objek Wisata di kampung tenun Samarinda Seberang belum berjalan secara maksimal ini dibuktikan dengan masih minimnya dana yang tersedia dalam pengembangan wisata kampung tenun yang ada di samarinda seberang untuk membangun sarana dan prasarana untuk menarik wisatawan,, kurangnya kerjasama dari Dinas Pariwisata dengan Kelompok KUB, berdasarkan hasil penelitian di lapangan, Peneliti menemukan kurangnya kerjasama dari Pihak Dinas Pariwisata dengan Kelompok penenun, ini dapat menjadi masalah besar dalam sebuah kemitraan, dimana dapat memecahkan tujuan dan komitmen dari sebuah kerjasama yang sudah terbentuk demi mengembangkan Kampung Tenun Samarinda Seberang.

## **Penutup**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan dalam Strategi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo dalam Pengembangan Potensi Obyek

Wisata di Kota Samarinda Studi di Kampung Tenun Samarinda Seberang, sebagai berikut :

1. Mengacu pada strategi dinas pariwisata dalam pengembangan potensi wisata di kampung tenun samarinda seberang, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, yaitu :
  - a. Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Kota Samarinda Berkerjasama dengan Bank Indonesia dan pihak swasta yaitu para Desainer lokal dan Showroom, upaya untuk mengembangkan Kain Tenun, namun belum mampu mengembangkan karena terbatasnya kerjasama yang dilakukan.
  - b. Pemasaran produk Sarung Tenun ini Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo memanfaatkan media sosial, acara event-event dan membuat acara khusus untuk memperkenalkan kain Sarung Samarinda. Upaya ini sudah berjalan dengan lancar karena setiap tahun rutin diadakan.
  - c. Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan mengetahui keinginan pasar penenun sudah melakukan berbagai inovasi di sarungnya dan sudah membuat inovasi baru dengan membuat sarung tersebut menjadi pakaian yang dapat dipakai sehari-hari maupun di acara formal. Namun upaya ini belum optimal karena persaingan pasar yang sangat ketat, produk serupa lebih diminati oleh konsumen.
  - d. Dalam pemanfaatan Seni Budaya pengrajin memanfaatkan Seni Budaya yang ada dengan asimilasi budaya yang ada di Samarinda yaitu Suku Bugis, Kutai dan Dayak dengan menyatukan budaya tersebut ke dalam sebuah seni yang berupa Sarung Tenun Khas Samarinda yang sudah dikenal sejak dulu kala hingga sekarang masih di budayakan. Penenun juga memanfaatkan bahan-bahan pewarna dari alam seperti dedaunan, dan kayu sehingga menghasilkan warna yang lembut nan indah.
  - e. Pemberdayaan masyarakat di Kampung Tenun sudah lama berjalan dan masih berjalan hingga sekarang, namun dalam pelaksanaannya belum optimal karena dalam kegiatan ini belum rutin dilakukan.
  - f. Dalam penanaman modal memang merupakan salah satu kendala untuk mengembangkan pariwisata di Kampung Tenun karena kurangnya sosialisasi dari pihak koperasi akan dana tersebut sehingga sebagian penenun tidak mengetahui akan sumber dana tersebut.
2. Faktor-faktor penghambat Dalam Strategi Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif dan Kominfo dalam Pengembangan Potensi Obyek Wisata di Kota Samarinda khususnya di Kampung Tenun Samarinda Seberang yaitu kurangnya kerjasama dari dinas pariwisata dengan penenun dan perhatian dari dinas pariwisata kepada kampung tenun kurang di tindak lanjuti. Yang menjadi penghambat lainnya yaitu minimnya dana untuk

mengembangkan kampung tenun, karena dalam proses pengembangan membutuhkan biaya yang besar dan juga membutuhkan banyak sponsor.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disimpulkan diatas dalam Strategi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo dalam Pengembangan Potensi Obyek Wisata di Kota Samarinda Studi di Kampung Tenun Samarinda Seberang, maka dapat dikemukakan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Terkait faktor penghambat dalam Strategi Pengembangan Potensi Wisata di Kampung Tenun Samarinda Seberang yaitu kurangnya kerjasama, Kurangnya sosialisasi mengenai pendanaan untuk pengembangan Kampung Tenun, Sehingga sebagian penenun tidak mengetahui akan dana tersebut. Di harapkan dari Dinas Pariwisata dapat memperhatikan dan memberikan arahan bagi para pengrajin.
2. Dari hasil penelitian mengenai kerjasama kemitraan antar pihak swasta kurang di tindak lanjuti di harapkan kerjasama tersebut dapat berjalan terus-menerus.
3. Di harapkan untuk Dinas Pariwisata agar dalam acara pelatihan-pelatihan yang di lakukan bisa terus-menerus dan rutin dilakukan dan mengajak pemuda-pemudi yang berada dikampung tenun, supaya menjadi penerus penenun dikampung tenun generasi ke generasi.
4. Diharapkan untuk Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kominfo Kota Samarinda agar dapat menarik Investor sehingga dapat memberikan dampak yang baik bagi Kampung Tenun dan para pengrajin Sarung tenun di Kampung Tenun.

### **Daftar Pustaka**

Sumber buku :

Ahli Bahasa Jusuf Udaya, 1994, *Teori Organisasi*, Arcan.

B Sandjaja dan Albertus Heriyanto, *Panduan Penelitian*, Jakarta, Prestasi Pustaka Publisher, *Edisi Revisi*, 2011.

Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. 2001. *Metode Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara.

Drs. Manahati Zebua M. Kes., M.M. 2016. *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*, Yogyakarta : CV. Budi Utama.

Gamal Suwanto, SH, 2001, *Dasar-Dasar Pariwisata*, Yogyakarta : Penerbit ANDI Yogyakarta.

\_\_\_\_\_, 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Andi Yogyakarta.

Gunawan, Iman. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Pratik*. Jakarta : Bumi Aksara.

Happy Marpaung, 2000, *Pengetahuan Kepariwisata*, Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_, 2002, *Pengetahuan Kepariwisata*, Bandung : Alfabeta.

- Happy Marpaung & Herman Bahar, 2002, *Pengantar Pariwisata*, Bandung : Alfabeta.
- Husein Umar, 2001, *Strategic Management in Action*, Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Irawan, Koko. 2010. *Potensi Obyek Wisata sebagai Daya Tarik Wisata* Yogyakarta : Kertas Karya.
- Luchman Hakim, 2004, *Dasar-Dasar Ekowisata*, Malang : Bayu media Publishing.
- Miles, Matthew B, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. Edisi Ketiga. Sage Publications : Inc.
- Muljadi A.J, 2009, *Kepariwisata & Perjalanan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Nurdiyansah, 2014, *Peluang dan Tantangan Pariwisata Indonesia*, Bandung : Alfabeta.
- Oka A. Yoeti. 2005. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta. Pradaya Paramita.
- Oka A. Yoeti, 1990. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa, Bandung.
- Rosadi Ruslan, SH, MM, *Management Public Relations dan Media Komunikasi* ; Jakarta : Rajawali 2014.
- Samsuridjal & Kaelany, 1997, *Peluang di Bidang Pariwisata*, PT. Mutiara Sumber Widya.
- Sofjan Assauri, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : ALFABETA.
- \_\_\_\_\_, 2013. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : Alfabeta.
- Dokumen-dokumen :
- Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur, 2014. *Tenun Samarinda : Potensi Wisata dan Pelestarian Budaya*.

Sumber internet :

- <http://www.indotravelers.com/artikel/mengenal-sarung-samarinda.html>.
- <http://ayoberpariwisata.blogspot.co.id/2014/06/sarung-samarinda.html?m=1>
- <http://caretourism.wordpress.com/2009/07/30/perencanaan-kepariwisataan>.
- <https://tourismeconomic.wordpress.com/2012/10/29/wisata-pariwisata-wisatawan-kepariwisataan-unsur-unsur-pariwisata>.
- [www.tenun.id/sejarah-dan-proses-pembuatan-sarung-samarinda-tenun-samarinda](http://www.tenun.id/sejarah-dan-proses-pembuatan-sarung-samarinda-tenun-samarinda).